
مهارت‌های کارآفرینی

www.ketab.ir

نویسنده: الهام دیرینی حقیقی

سرشناسه: دیرینی حقیقی، الهام ۱۳۵۹
 عنوان کتاب و نام نویسنده: مهارت‌های کارآفرینی / دیرینی حقیقی، الهام ۱۳۵۹
 ویراستار: حسن فاطمی، حسن
 وضعیت ویراست: اول
 مشخصات نشر: تهران: قرارگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء(ص)، ۱۳۹۳
 مشخصات ظاهری: ۱۷۶ صفحه
 شابک: ۷-۴۰-۸۹۸۰-۶۰۰-۹۷۸
 قیمت: ۳۲۰۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست‌نویسی: قیفا
 عنوان اصلی:
 موضوع: کارآفرینی
 موضوع: نوآوری
 موضوع: موفقیت در کسب و کار
 شناسه افزوده: فاطمی، حسن
 شناسه افزوده: تهران: ارتش قرارگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء(ص)
 رده‌بندی کنگره: HB ۶۱۵
 رده‌بندی دیویی: ۳۳۸/۰۴
 شماره کتابشناسی ملی: ۵۶۹۷۴۱۱

مهارت‌های کارآفرینی



عنوان: مهارت‌های کارآفرینی
 نویسنده: الهام دیرینی حقیقی
 ویراستار: حسن فاطمی
 طراح جلد و صفحه‌آرا: حسن فاطمی
 ناظر نشر: سید محمد رضا عمادی سرخی
 مدیر برنامه‌ریزی: عباس فرچپور علمداری
 ناشر: قرارگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء(ص) آجا
 چاپ و صحافی: مرکز مطالعات راهبردی ق پ ه خ(ص) آجا
 شابک: ۷-۴۰-۸۹۸۰-۶۰۰-۹۷۸
 شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
 چاپ اول: ۱۳۹۸
 قیمت: ۳۲۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، بزرگراه بسیج، بلوار هجرت، ستاد قرارگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء(ص) آجا
 تلفن: ۳۳۲۴۰۴۶۸ (۰۲۱) دورنگار: ۳۳۲۴۰۴۶۹ (۰۲۱)

کلیه حقوق این اثر به انتشارات قرارگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء(ص) آجا تعلق دارد.

در بررسی و آسیب شناسی کسب و کارهای کوچک به‌ویژه شرکت‌های تعاونی نتایج حاصل نشان می‌دهد که علت رکود و شکست این کسب و کارها در دو حوزه اصلی قابل طبقه‌بندی است. حوزه عوامل درونی و حوزه عوامل بیرونی یا محیطی. با توجه به تحقیقات میدانی و پژوهش انجام شده در این زمینه در هر کدام از این حوزه‌ها یک عامل مهم و اثر گذار وجود دارد که کسب و کارهای کوچک را دچار چالش می‌کند. در حوزه عوامل درونی (درون سازمانی) عمده مسائل در ارتباط با مدیران است مانند پایین بودن سطح مهارت‌های مدیریتی و مهارت و اطلاعات پایین مدیران در زمینه بازاریابی و فروش. در حوزه عوامل بیرونی (برون سازمانی) مهم‌ترین عوامل عمده‌تاً مربوط به بانک‌ها و تأمین مالی شرکت‌ها است. مانند نرخ بالای سود تسهیلات پرداختی، عدم تناسب زمان بازپرداخت با جریان درآمدی شرکت‌ها و میزان وثیقه‌های دریافتی بانک‌ها.

البته عوامل دیگری نیز در آسیب پذیری کسب و کارهای کوچک مؤثر هستند که در متن کتاب به‌صورت تدریجی به بررسی آن‌ها پرداخته خواهد شد. ویژگی عوامل درونی در قابل کنترل بودن آنهاست یعنی عواملی که تحت کنترل شرکت هستند و می‌توان آن‌ها را تغییر داد. عوامل همچون نیروی انسانی و مدیریت، منابع و امکانات محسوس و نامحسوس.

در سال‌های اخیر به دلیل دسترسی بیشتر شرکت‌ها به امکانات مالی و منابع محسوس مانند زمین، سرمایه، ماشین‌آلات و تجهیزات نسبت به گذشته، این عوامل در درجه دوم اهمیت نسبت به نیروی انسانی و مدیریت قرار گرفته‌اند. امروزه منابع انسانی به‌ویژه مدیران یک عامل اساسی در موفقیت شرکت‌ها محسوب می‌شوند. مهارت و توانایی مدیر در ادا امور سازمان عامل اصلی در موفقیت شرکت‌های نوپاست. زیرا این شرکت‌ها معمولاً به دست صاحبان یا همان مؤسسين اداره می‌شوند. شرکت‌های کوچک و نوپا معمولاً سرمایه محور نیستند و تأکید بر سرمایه محدود مؤسسين و مهارت‌های آن‌ها در زمینه کسب و کار تأسیس و اداره می‌شوند. در صورت داشتن توانایی مالی برای استخدام مدیران با تجربه ترجیح می‌دهند شرکت را خودشان اداره نمایند. با این وصف، اهمیت نیاز به آموزش منابع انسانی به‌ویژه مدیران و کارآفرینان در کسب و کارهای کوچک و شرکت‌های تعاونی آشکار می‌شود.

تجربه تدریس با گروه‌های مختلفی از کارآموزان بهزیستی و کمیته امداد امام خمینی (ره) که همگی از کارآفرینان و یا خوداشتغالان در زمینه‌های مختلف تولیدی و خدماتی بودند و تحقیقات میدانی که در ارتباط با تعاونی‌های صنعتی داشتم و همچنین تجربه شخصی خودم در راه‌اندازی کسب و کار نشان می‌دهد که آموزش مهارت‌های مدیریتی و بازاریابی برای یک کارآفرین بسیار مهم و حیاتی است. مهارت متفاوت از دانش مدیریت یا دانش بازاریابی است. مهارت مدیریت و مهارت

بازاریابی، هنری است بر پایه دانش و اصول و زمانی به دست می‌آید که شخص کارآفرین آن‌ها را بیاموزد و عملاً در کسب و کار خویش بکار بندد. در این کتاب که با رویکرد آموزشی تدوین گردیده سعی شده است که کاربردی‌ترین مسائل و نیازهای کارآفرینان با توجه به سؤالات و مشکلاتی که مکرراً در کلاسها توسط هنرجویان مطرح می‌شود عنوان شده و تشریح گردد. این آموزشها مقدماتی بوده و با هدف شفاف سازی ذهن و شناخت مهم‌ترین زمینه‌هایی است که یک کارآفرین باید به آن‌ها توجه کند.

الهام دیرینی حقیقی ۱۳۹۸

www.ketab.ir

۱	فصل اول
۱	کارآفرینی چیست؟
۳	مقدمه
۳	مسیرهای عمده در انتخاب شغل و کسب درآمد
۶	تعریف کارآفرینی
۹	کارآفرین کیست؟
۹	سرچشمه‌ی کارآفرینی
۱۰	نقش کارآفرینان در جامعه
۱۱	جنسیت در کارآفرینان
۱۳	بزرگ‌ترین چالش برای کارآفرینی زن در چهار
۱۵	فصل دوم
۱۵	شخصیت و مهارت‌های کارآفرینی
۱۷	انگیزه‌های مهم کارآفرینی
۱۸	وجوه مشترک کارآفرینان
۲۰	انواع مهارت‌ها در کسب و کار
۲۲	تشخیص مهارت‌های قابل انتقال
۲۴	مهارت‌های سه گانه مدیریت
۲۶	لنگرگاه‌های شغلی
۲۳	فصل سوم
۲۳	تشخیص فرصت‌ها، ایده پردازی و خلاقیت
۳۵	مقدمه
۳۵	چگونه تشخیص دهیم یک فرصت برای ما مناسب است؟

۶۳	فیلترهای متداول ارتباطی.....
۶۴	درک چارچوب ذهنی دیگران.....
۶۵	برخوردهای محکوم به شکست.....
۶۶	فرآیند برقراری یک ارتباط بازاریابی مؤثر.....
۷۱	فصل پنجم.....
۷۱	تجهیز منابع و امکانات.....
۷۳	مقدمه.....
۷۳	بنگاه اقتصادی چیست؟.....
۷۳	واحدهای اقتصادی از نظر مالکیت به سه نوع تقسیم می‌شوند:.....
۷۴	واحدهای اقتصادی از نظر هدف فعالیت به دو دسته تقسیم می‌شوند:.....
۷۴	واحدهای اقتصادی از نظر نوع فعالیت به سه دسته تقسیم می‌شوند:.....
۷۴	واحدهای اقتصادی از نظر تعداد مالک به دو دسته تقسیم می‌شوند:.....
۷۴	تعاونی‌ها.....
۷۶	مزیت‌های تعاون.....
۷۷	تعاون و کاپیتالیسم (سرمایه داری).....
۷۷	انواع گرایش‌های تعاونی در ایران (از لحاظ نوع فعالیت).....
۷۸	شناخت بنگاه‌های کوچک و متوسط.....
۷۹	تعیین اندازه بنگاه‌های کوچک و متوسط.....
۷۹	مشخصات بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران.....
۸۰	ویژگی‌های کسب‌وکارهای (بنگاه‌های) کوچک و متوسط.....
۸۲	سازمان‌های صاحب مجوز.....
۸۲	انواع شرکت‌های خصوصی.....
۸۳	چگونه از دستاوردهای صنعت و رشته فعالیت‌های خود آگاه شویم.....
۸۵	روش‌هایی در اداره کسب‌وکار.....

۸۵	 برون سپاری
۸۷	 مراحل اجرایی در برون سپاری
۸۷	 شیوه کسب و کار شبکه‌ای
۸۸	 استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کسب و کار
۸۹	 رهبران عقیده
۸۹	 بیگ دیتا
۹۰	 اسب تک شاخ
۹۱	 ویژگی‌ها- برنامه‌های بازاریابی شبکه‌های اجتماعی
۹۱	 اهداف یک برنامه بازاریابی شبکه‌های اجتماعی
۹۳	 اشتباهات رایج در کسب و کار
۹۶	 حاکمیت و قانون در کسب و کار
۹۷	 آنچه در عمل باید انجام دهید
۹۸	 اخلاق در کسب و کار
۹۹	 چهار مسئولیت اجتماعی پیشنهادی کارول برای شرکت آجاری
۱۰۰	 شراکت
۱۰۱	 جلوگیری از بروز اختلاف میان شرکا
۱۰۵	 فصل ششم
۱۰۵	 طرح تحلیلی کسب و کار و امکان‌سنجی فنی و اقتصادی
۱۰۷	 مقدمه
۱۰۷	 مفهوم کلی طرح امکان‌سنجی
۱۰۸	 دلایلی برای انجام مطالعه امکان‌سنجی
۱۰۹	 اجزای اصلی مورد مطالعه در یک طرح امکان‌سنجی
۱۱۰	 امکان‌سنجی اقتصادی
۱۱۰	 امکان‌سنجی فنی

۱۱۰	امکان‌سنجی زمانبندی
۱۱۰	امکان‌سنجی قانونی
۱۱۱	محتوای گزارش طرح امکان‌سنجی
۱۱۲	طرح کسب‌وکار
۱۱۲	اجزای مورد مطالعه در یک طرح کسب‌وکار (Business Plan)
۱۱۳	تفاوت‌های طرح‌های امکان‌سنجی با طرح‌های کسب‌وکار
۱۱۳	دلایل نوشتن طرح کسب‌وکار
۱۲۷	فصل هفتم
۱۲۷	بازاریابی و فروش
۱۲۹	مقدمه
۱۲۹	شناخت بازاریابی
۱۲۹	بازاریابی چیست؟
۱۳۰	مفاهیم اساسی در بازاریابی
۱۳۱	مدیر بازاریابی کیست؟
۱۳۲	نقش بازاریابی در سازمان
۱۳۲	محیط بازاریابی
۱۳۳	محیط خرد
۱۳۶	محیط کلان
۱۴۱	واکنش سازمان‌ها نسبت به محیط بازاریابی
۱۴۱	سیستم اطلاعات بازاریابی چیست؟
۱۴۵	تصمیمات عمده بازاریابان در مورد محصول یا کالا
۱۴۷	انتخاب نام تجاری مناسب
۱۴۷	انواع استراتژی‌ها مارک گذاری
۱۴۸	تصمیمگیری در مورد بسته‌بندی

۱۴۸		قیمت
۱۴۹		عواملی که باید در هنگام تعیین قیمت در نظر داشت:
۱۴۹		اهداف بازاریابی:
۱۵۰		خط مشی ترکیب عناصر بازاریابی:
۱۵۱		هزینه‌ها:
۱۵۲		ملاحظات در سازمان:
۱۵۴		نکات مهم در قیمت‌گذاری خدمات
۱۵۵		تصمیمات مربوط به توزیع محصول
۱۵۵		کانال‌های اصلی توزیع
۱۵۸		تیم سازی (بازاریابی) : روش
۱۶۱		کتاب
۱۶۲		مقاله
۱۶۳		سایت