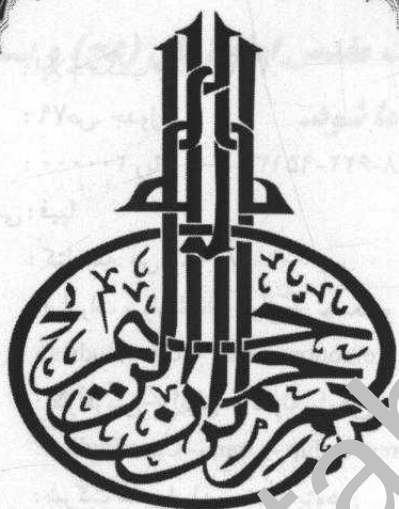




**تأثیر مشوق‌های صادراتی بر فرصت‌های
کار آفرینانه**

تألیف:

فرشته خسرو نیا

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

گرایش بازاریابی

- سرشناسه : خسرونیاء، فرشته، ۱۳۶۸-
 عنوان و نام پدیدآور : تأثیر مشوق های صادراتی بر فرصت های کارآفرینانه/ تالیف
 فرشته خسرونیاء.
 مشخصات نشر : ایلام: مکتب خانه، ۱۳۹۷.
 مشخصات ظاهری : ۷۹ص. جدول.
 شابک : ۲۰۰۰۰۰ ریال ۷-۴-۹۵۱۳۳-۶۲۲-۹۷۸:
 وضعیت فهرست نویسی : فیپا
 یادداشت : کتابنامه: ص. ۸۰-۸۴
 موضوع : صادرات و واردات--ایران--توسعه و ترویج--نمونه پژوهی
 موضوع : Foreign trade promotion -- Iran -- Case studies :
 موضوع : کارآفرینی--ایران--نمونه پژوهی
 موضوع : Entrepreneurship -- Iran -- Case studies
 موضوع : شرکت ها--ایران--نمونه پژوهی
 موضوع : Corporations -- Iran -- Case studies :
 رده بندی کنگره : ۲/۷۷۰/۴۴
 رده بندی دیویی : ۳۸۱/۲۰۹۵۵
 شماره کتابشناسی ملی : ۵۷۳۰۹۷۲

نام کتاب: تأثیر مشوق های صادراتی بر فرصت های کارآفرینانه

مولف: فرشته خسرونیاء

صفحه آرای: ساسان تیموری

طراح جلد: نسرین میرزائی

ویراستار: حمزه تیموری

چاپ اول: ۱۳۹۹

شمارگان: ۵۰۰

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
پیشگفتار.....	۸
فصل اول: کلیات	
مقدمه.....	۱۱
۱-۱- بیان مسئله.....	۱۲
۱-۱-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش.....	۱۵
۱-۱-۲- اهداف پژوهش.....	۱۷
۱-۳-۱- هدف اصلی.....	۱۷
۱-۳-۲- هدف فرعی.....	۱۷
۱-۴-۱- سؤالات پژوهش.....	۱۸
۱-۴-۱-۱- سؤال اصلی.....	۱۸
۱-۴-۱-۲- سؤال های فرعی.....	۱۸
۱-۵-۱- فرضیه های پژوهش.....	۱۸
۱-۵-۱-۱- فرضیه اصلی.....	۱۸
۱-۵-۱-۲- فرضیه های فرعی.....	۱۸
۱-۶- جنبه جدید بودن و نوآوری در پژوهش.....	۱۹
۱-۷- روش پژوهش.....	۱۹
۱-۸-۱- تعریف واژه ها و اصطلاحات.....	۲۰
۱-۸-۱-۱- تعریف مفهومی.....	۲۰
۱-۸-۱-۲- تعریف عملیاتی.....	۲۱
۱-۹- بررسی ساختار پژوهش.....	۲۲
۱-۱۰- خلاصه فصل.....	۲۲
فصل دوم: مبانی نظری	
مقدمه.....	۲۴
۱-۲- مبانی نظری.....	۲۴

۲۶	۲-۱-۲- صادرات
۲۸	۲-۱-۲- عملکرد صادراتی
۳۱	۲-۱-۳- برنامه های تشویق صادرات و جایگاه مشوق های صادراتی
۳۳	۲-۱-۴- موانع صادراتی
۳۶	۲-۱-۵- عملکرد صادراتی و برنامه های تشویق صادرات
۳۷	۲-۱-۶- برنامه های تشویق صادرات و استراتژی های صادرات
۳۹	۲-۳- بخش دوم: فرصت کارآفرینانه
۴۰	۲-۱-۱- شناسایی فرصت
۴۰	۲-۱-۲- هوشیاری کارآفرینانه
۴۱	۲-۱-۳- مراحل کارآفرینی شرکت
۴۲	۲-۳-۴- تشخیص فرصت
۴۶	۲-۳-۵- پرورش کارآفرینان سازمانی
۴۷	۲-۳-۶- ابعاد ساختار کارآفرینی سازمانی
۴۷	۲-۳-۷- ابعاد و مؤلفه های فرصت کارآفرینانه
۴۹	۲-۴- پیشینه پژوهش
۵۱	۲-۵- خلاصه فصل

فصل سوم: روش شناسی مطالعه

۵۳	مقدمه
۵۴	۳-۱- روش جمع آوری اطلاعات و داده های پژوهش
۵۵	۳-۲- قلمرو پژوهش
۵۵	۳-۲-۱- قلمرو موضوعی پژوهش
۵۵	۳-۲-۲- قلمرو مکانی پژوهش
۵۵	۳-۲-۳- قلمرو زمانی پژوهش
۵۶	۳-۳- جامعه آماری، روش نمونه گیری و حجم نمونه
۵۶	۳-۴- معرفی ابزارهای جمع آوری اطلاعات
۵۷	۳-۴-۱- پرسشنامه مشوق های صادراتی
۵۷	۳-۴-۲- پرسشنامه فرصت کارآفرینانه

۵۸	۳-۴-۳- روایی و پایایی
۵۸	۳-۴-۳-۱- روایی/اعتبار
۵۸	۳-۴-۳-۲- پایایی
۵۸	۳-۵- روش های آماری تجزیه و تحلیل داده های پژوهش
۵۹	۳-۶- خلاصه فصل

فصل چهارم: یافته های آماری

۶۱	مقدمه
۶۱	۴-۱- یافته ها
۶۱	۴-۱-۱- تحلیل های آماری توصیفی
۶۲	۴-۱-۲- تحلیل های آماری استنباطی
۶۴	۴-۳- فرضیه های فرعی پژوهش
۶۸	۴-۲- خلاصه فصل

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۷۰	مقدمه
۷۰	۵-۱- تفسیر نتایج پژوهش
۷۱	۵-۲- موانع و محدودیت های پژوهش
۷۲	۵-۳- پیشنهادها در راستای نتایج پژوهش
۷۳	۵-۴- پیشنهادها برای محققان آتی
۷۴	۵-۵- محدودیت های پژوهش
۷۴	۵-۶- خلاصه فصل
۷۵	منابع و مأخذ