

مدیریت کارآفرینی

کتاب حاضر از مقاله‌ای تحت عنوان " Entrepreneurship management " به فارسی ترجمه شده است.

گردآوری و ترجمه:

سید داود میرصادقی

عابد نوری

لیلا تیموری

عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت کارآفرینی / ترجمه سیدداود میرصادقی، عابد نوری، لیلا تیموری.
مشخصات نشر	: گرگان: انتشارات نوروزی، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۳۵۰ ص.: جدول.
شابک	: 978-600-449-800-5
وضعیت فهرست نویسی	: فیفا
یادداشت	: کتاب حاضر از مقاله‌ای تحت عنوان "Entrepreneurship management" به فارسی ترجمه شده است.
موضوع	: کارآفرینی Entrepreneurship (Entrepreneurship management)
شناسه افزوده	: میرصادقی، سیدداود، ۱۳۵۸ - مترجم
شناسه افزوده	: نوری، عابد، ۱۳۵۴ - مترجم
شناسه افزوده	: تیموری، لیلا، ۱۳۵۱ - مترجم
رده بندی کنگره	: HB۶۱۵/۳۶ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۳۹۰۸

مدیریت کارآفرینی

گردآوری و ترجمه: سیدداود میرصادقی، عابد نوری، لیلا تیموری

صفحه آرا و طراح جلد: بهاره عزت تبار

نوبت چاپ: اول-۱۳۹۷

مشخصات ظاهری: ۳۵۰ ص

قطع: وزیری

شمارگان: ۱۰۰۰

شماره شابک: ۵-۸۰۰-۴۴۹-۶۰۰-۹۷۸

چاپ و نشر: نوروزی-۰۱۷۳۳۲۲۴۲۲۵۸

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

حق چاپ برای نویسنده محفوظ می‌باشد.



نشانی: گلستان، گرگان، خیابان شهید بهشتی، بازار رضا(ع)، ۰۱۷-۳۲۲۴۲۲۵۸

دورنگار: ۰۱۷-۳۲۲۲۰۰۴۷ آدرس الکترونیکی: Entesharate.noruzi@gmail.com

سایت انتشارات: www.Entesharate-noruzi.com

فهرست مطالب

۱۹.....	درس ۱.....
۲۰.....	مقدمه.....
۲۳.....	تعریف کار آفرینی.....
۲۳.....	نیازها و حجم نیاز از توسعه کار آفرینی.....
۲۵.....	چشم انداز توسعه کار آفرینی.....
۳۰.....	تعریف کار آفرین.....
۳۱.....	وظایف و کارکردهای کار آفرین.....
۳۲.....	ویژگی‌های فرد کار آفرین.....
۳۳.....	کار آفرین در مقایسه با کار آفرینی.....
۳۴.....	کار آفرین، کار آفرینی و کسب و کار.....
۳۵.....	انواع کار آفرینان.....
۳۵.....	تقسیم بندی بر اساس نوع کسب و کار (تجارت).....
۳۷.....	طبقه بندی بر اساس انگیزه.....
۳۹.....	تقسیم بندی بر اساس مراحل توسعه و رشد.....
۴۱.....	مراحل کار آفرین شدن.....
۴۳.....	خلاصه.....
۴۵.....	بخش ۱-۲ - محیط کار آفرینی.....
۴۶.....	مقدمه.....
۴۶.....	طبقه بندی محیط.....
۵۰.....	خلاصه.....
۵۱.....	بخش ۱-۳ - فرهنگ کار آفرینی.....

۵۲		مقدمه
۵۴		وظایف جدید
۵۵		فرد در جامعه‌ی کارآفرین
۵۵		ارائه‌ی مشاوره به کارآفرینان و پیگیری
۵۷		آموزش کارآفرینی
۵۷		کارآفرین و کارآفرینی
۵۸		کسب و کار، کوچک
۵۹		تعریف MSM، در کشور هند
۶۰		طرح‌های هندی برای کارآفرینان
۶۱		کارکردهای کارآفرین
۶۲		مسائل پیش روی فرد کارآفرین
۶۳		چشم‌انداز آتی برای کارآفرینان
۶۴		کارآفرینان- قهرمانان حقیقی
۶۴		مهارت‌های ارتباطی
۷۰		پیشنهادهای
۷۳		بخش ۱-۴- ابتکار و کارآفرینی
۷۴		مقدمه
۷۵		معنای نوآوری‌ها
۷۷		ابتکار محصولی
۷۷		ابتکار فرآیندی (روندی و روالی)
۷۸		ابتکار تجاری
۷۹		ابتکار سازمانی
۷۹		ابتکار فن‌آوری
۷۹		ابتکار بازار یابی

۷۹	ابتکار راهبردی
۸۰	خلاصه
۸۰	پرسش‌های خود ارزیابی
۸۱	مطالعه‌ی موردی

درس ۲ ۸۳

۸۴	مقدمه
۸۴	انگیزه‌ی کارآفرینی
۸۵	نظریه‌های انگیزه
۸۶	انگیزه و محیط
۹۹	خلاصه

بخش ۲-۲ - توسعه‌ی کارآفرینی ۱۰۱

۱۰۲	مقدمه
۱۰۲	اهمیت توسعه‌ی کارآفرینی
۱۰۴	پیش شرط‌های توسعه‌ی کارآفرینی
۱۰۶	ارائه‌ی راهبرد برای توسعه‌ی کارآفرینی
۱۰۷	روند و فرآیند توسعه‌ی کارآفرینی
۱۰۸	نیاز به شناسایی
۱۰۹	شناسایی و انتخاب
۱۱۱	انتخاب کارآفرینان
۱۱۲	فرآیند و روال مصاحبه
۱۱۲	آموزش کارآفرینی
۱۱۶	پیگیری‌ها پس از اتمام دوره آموزشی
۱۱۷	خلاصه

بخش ۳-۲ - نهادهای توسعه دهنده‌ی کارآفرینی ۱۱۹

۱۲۰	 مقدمه
۱۲۲	 دایره‌ی (اداره‌ی) راهنمایی در زمینه‌ی کارآفرینی (EGB)
۱۲۲	 شورای بهره‌وری و بازدهی ملی (NPC)
۱۲۴	 سازمان مشاوره‌ی فنی و صنعتی (ITCOT) Tamilnadu
۱۲۴	 بانک‌های تجاری (بازرگانی) و توسعه‌ی کارآفرینی
۱۲۵	 کانون خدمات کارآفرینی بانک هندی
۱۲۶	 STED (رسمی کارآفرینی علم و فن آوری)
۱۲۸	 کمک‌های ارائه شده
۱۲۸	 اهداف ویژه برای کارآفرینان
۱۲۸	 پارک‌های علم
۱۲۹	 حمایت بازاری و کارآفرینی
۱۲۹	 نیاز به حمایت بازار
۱۳۰	 حمایت نهادی
۱۳۱	 حفظ و نگهداری محصولات
۱۳۱	 برنامه‌ی خرید انبارهای دولت مرکزی
۱۳۲	 حمایت بازاریابی توسط شرکت ملی صنایع کوچک (ISIC)
۱۳۲	 شرکت ایالتی توسعه‌ی صنایع کوچک (SSIDC)
۱۳۳	 مساعدت در امر بازاریابی توسط SIDO
۱۳۳	 کمیسیون صنایع روستایی (KVIC)
۱۳۵	 شرکت بازرگانی ایالتی (STC)
۱۳۵	 هیئت‌های ارتقای صادرات (EPCs)
۱۳۶	 هیئت‌های کالاهای اساسی
۱۳۶	 توسعه‌ی جانبی و مساعدت‌های بازاریابی
۱۳۷	 بازاریابی مزایده‌ای (مناقضه‌ای)

۱۳۷	 مراکز تجاری و بازرگانی
۱۳۷	 بازاریابی بین المللی
۱۳۷	 کارآفرینی و حمایت مالی
۱۳۸	 انواع سرمایه‌ی مالی
۱۳۹	 پشتیبانی سرمایه‌ی کاری
۱۳۹	 پشتیبانی سرمایه مالی ثابت
۱۴۰	 چارچوب نظری و مؤسساتی
۱۴۰	 بانک‌های توسعه
۱۴۱	 مؤسسات سرمایه‌گزاری
۱۴۱	 شرکت مالی صنعتی هند (IFCI)
۱۴۱	 بانک توسعه‌ی صنعتی هند (IDBI)
۱۴۲	 شرکت سرمایه‌گزاری و اعتباری صنعتی هند (ICICI)
۱۴۲	 بانک توسعه‌ی صنایع کوچک هند (SIDBI)
۱۴۳	 بانک ملی برای کشاورزی و توسعه‌ی روستایی (NALARD)
۱۴۳	 شرکت‌های مالی ایالتی (SFC ها)
۱۴۳	 بانک‌های تجاری و بازرگانی
۱۴۴	 انواع مساعدت‌ها
۱۴۵	 مؤسسات سرمایه‌گزاری
۱۴۶	 کارگزاری‌های مالی بین المللی
۱۵۰	 مأموریت و اهداف
۱۵۰	 خدمات حرفه‌ای و تخصصی ارائه شده توسط CED (تامیل نادو)
۱۵۲	 خلاصه
۱۵۳	 بخش ۲-۴ - رشد و پیشرفت کارآفرینان کوچک
۱۵۴	 پروفایل و شرح دقیق بخش SSI در بخش صنعتی

۱۵۶	حمایت از سوی انجمن‌های ایالتی و یا صنعتی
۱۵۷	طبقه‌بندی کسب و کارها
۱۵۸	کسب و کارهای تولیدی
۱۵۹	بایگانی کردن قول‌نامه‌ها (پیش‌نویس قراردادها) توسط MSME ها
۱۶۲	وظایف هیئت ملی
۱۶۲	تشکیل کمیته‌ی مشاوره
۱۶۳	اعتبار (انبار انکی)
۱۶۳	سیاست‌گذاری‌های تدارکاتی
۱۶۵	بسته‌ی معاملات جدید برای بخش SSI
۱۶۷	مساعدت در سرمایه‌ریزی و بایه
۱۶۷	اهداف طرح
۱۶۷	مشوق‌های توسعه‌ی صنایع در مناطق مرز
۱۶۹	دستگاه‌ها و ماشین‌آلات بر اساس خریداری
۱۶۹	امکانات و تسهیلات ویژه برای واردات مواد خام
۱۷۰	سوبسید حمل و نقل
۱۷۰	خلاصه
۱۷۰	پرسش‌های خودارزیابی
۱۷۳	درس ۳
۱۷۴	مقدمه
۱۷۴	ایده‌های پروژه‌ای
۱۷۴	منابع ایده‌های پروژه‌ای
۱۷۵	آنالیز و تحلیل عملکرد صنایع موجود و کنونی
۱۷۵	بررسی ورودی‌ها و خروجی‌های صنایع
۱۷۶	بررسی واردات و صادرات

۱۷۶	رهنمون‌های دولت و لیست هزینه‌های برنامه و طرح
۱۷۶	توصیه‌های مؤسسات مالی و کارگزاری‌های توسعه
۱۷۷	بررسی مواد خام و منابع بومی
۱۷۷	تحلیل گرایش‌های اقتصادی و اجتماعی
۱۷۷	شناسایی نیازهای روانی محقق نشده
۱۷۸	بازید از نمایشگاه‌های تجاری
۱۷۸	فلسفه‌های نیاز به شناسایی پروژه
۱۷۹	گام‌های مجدد نیاز برای شناسایی پروژه
۱۸۲	روش شناسایی پروژه
۱۸۳	شناسایی پروژه برای شبکه کنونی
۱۸۴	خلاصه
۱۸۵	بخش ۳-۲- امکان‌سنجی تدوین پروژه
۱۸۶	مقدمه
۱۸۷	مراحل دخیل در تدوین پروژه
۱۸۷	تحلیل امکان‌سنجی
۱۸۸	تحلیل اقتصادی فنی
۱۸۸	طراحی پروژه و تحلیل شبکه
۱۸۸	تحلیل ورودی
۱۸۹	تحلیل مالی
۱۸۹	تحلیل سود هزینه
۱۹۰	ارزیابی پیش از سرمایه‌گذاری
۱۹۱	امکان‌سنجی
۱۹۲	مؤلفه‌های بررسی امکان‌سنجی
۱۹۲	امکان‌سنجی تجاری و اقتصادی

۱۹۴	امکان سنجی فنی
۱۹۵	امکان سنجی مالی
۱۹۶	امکان سنجی مدیریتی
۱۹۶	امکان سنجی اجتماعی
۱۹۷	قالب گزارش امکان سنجی
۱۹۸	چک لیست برای گزارش امکان سنجی
۱۹۹	نتیجه گیری
۲۰۱	بخش ۳-۲- گزارش پروژه
۲۰۲	مقدمه
۲۰۳	مؤلفه های گزارش پروژه
۲۰۷	امکانات ارتباطی و حمل و نقل
۲۰۷	فهرست تجهیزات و دستگاه ها
۲۰۷	ظرفیت و فن آوری
۲۰۹	کنترل کیفیت (کنترل کیفی)
۲۰۹	برآورد عرضه و تقاضا
۲۱۳	اهمیت ملی و اقتصادی پروژه
۲۱۳	ملاحظات اجتماعی و زیست محیطی
۲۱۵	خلاصه

بخش ۳-۴- ارزیابی پروژه - جنبه های بازاری، فنی، مالی، تجاری،

۲۱۷	مدیریتی و اجتماعی
۲۱۸	مقدمه
۲۱۸	فرآیند و روند ارزیابی
۲۱۸	ارزیابی بازار و تقاضا
۲۱۹	ارزیابی فنی

۲۱۹	اهداف ارزیابی فنی
۲۲۱	ارزیابی قابلیت و توانمندی مدیریتی
۲۲۲	ارزیابی مالی
۲۲۲	مطلق بودن هزینه پروژه
۲۲۲	بدهی بلند مدت
۲۲۶	توضیحات کاری
۲۲۶	تحلیل میان سه آوری
۲۲۶	تحلیل نسبی
۲۲۹	نقطه‌ی دخل و خرج (L _{PD})
۲۳۴	تحلیل سود هزینه اجتماعی (SCE A)
۲۳۵	ارزیابی اجتماعی اقتصادی
۲۳۶	محدودیت‌های SCBA
۲۳۶	خلاصه
۲۳۷	بخش ۳-۵ - ساختار مالکیت
۲۳۸	انتخاب سازمان
۲۳۸	مالکیت انحصاری (تنها)
۲۳۹	شراکت
۲۴۰	شرکت سهامی عام (تضاربی)
۲۴۲	پرسش‌های خود ارزیابی
۲۴۳	مطالعه‌ی موردی
۲۴۵	درس ۴
۲۴۶	مقدمه
۲۴۸	فرهنگ شرکتی در مقایسه با فرهنگ ابرکار آفرینی
۲۵۶	خلاصه

بخش ۴-۲- رشد کسب و کارها ۲۵۷

مقدمه ۲۵۸

نیاز به رشد و توسعه ۲۵۸

راهبردهای رشد و توسعه ۲۵۹

واسطه گری، شبکه سازی و فرانیشیز (صدور حق امتیازی و انحصاری) ۲۶۰

منافع و انگیزه‌های شبکه سازی ۲۶۰

انواع شبکه‌ها ۲۶۱

رفتارهای متلافی ۲۶۱

ائتلاف‌های متحد و کنفدراسیونی ۲۶۲

ائتلاف‌های آمیخته ۲۶۲

شبکه‌های توده‌ای ۲۶۲

شبکه‌های نظام مند (ارگانیک) ۲۶۳

انتخاب یک فرانیشیز ۲۶۵

فسخ فرانیشیز ۲۷۰

خلاصه ۲۷۰

پرسش‌های خود ارزیابی ۲۷۱

درس ۵ ۲۷۳

مقدمه ۲۷۴

نیاز به کارآفرینی زنان ۲۷۴

چشم انداز کارآفرینی زنان ۲۷۵

راهبردهایی برای توسعه‌ی کارآفرینی زنان ۲۷۶

مؤسسات مساعدت دهنده به کارآفرینی زنان ۲۷۷

مسائل مربوط به کارآفرینان زن ۲۷۷

ویژگی‌های زنان کارآفرین ۲۸۲

۲۸۲	 انواع زنان کارآفرین
۲۸۵	 مفهوم SGH
۲۸۵	 اهداف SHG ها
۲۸۷	 ارتباط و پیوند با بانک ها
۲۸۷	 SGH های شناسایی شده توسط SGSY
۲۸۹	 خلاصه
۲۹۱	بخش ۵-۱- توسعه‌ی کارآفرینی در مناطق روستایی
۲۹۲	 مقدمه
۲۹۲	 کارآفرینی روستا
۲۹۳	 چرا کارآفرینی روستایی؟
۲۹۴	 مسائل مرتبط با کارآفرینی
۲۹۴	 ساختمان کارآفرینی
۲۹۵	 رویکردهای فردی
۲۹۵	 رویکردهای گروهی
۲۹۷	 گام‌های ارتقادهنده‌ی کارآفرینان روستایی
۲۹۸	 فرصت‌های کارآفرینی روستایی
۳۰۰	 کارآفرینان- قهرمانان حقیقی
۳۰۱	 مهارت‌های ارتباطی
۳۰۳	 دیدگاه‌ها و بینش‌ها
۳۰۶	 پیشنهادات
۳۰۹	بخش ۵-۳- فرصت‌های کارآفرینی در صنایع خدماتی
۳۱۰	 مقدمه
۳۱۲	 گردشگری در هند
۳۱۵	 جاذبه‌های گردشگری در هند

۳۱۸	فرهنگ‌های کارآفرینی در گردشگری
۳۲۲	کارآفرینی در بخش اسکان و اقامت
۳۲۳	عوامل مرتبط با جاذبه
۳۲۵	کارآفرینی در صنعت سفر و مسافرت
۳۲۵	سرمایه‌گذاری در گردشگری
۳۲۶	ملزومات سرمایه‌ی مالی
۳۲۷	منابع تأمین سرمایه‌ی مالی برای توسعه‌ی گردشگری
۳۲۹	گردشگر
۳۲۹	شرکت تأمین سرمایه‌ی مالی گردشگری هند (TFCI)
۳۲۹	منابع
۳۳۰	اهداف
۳۳۰	شکل‌های مساعدت
۳۳۱	شایستگی برای مساعدت
۳۳۱	هنجارهای مساعدت
۳۳۱	بازاریابی گردشگری
۳۳۲	بازاریابی و سیاست‌گذاری گردشگری
۳۳۳	سیاست بازاریابی
۳۳۳	محصول گردشگری
۳۳۷	ارتقا و پیشرفت گردشگری
۳۳۷	بازارهای گردشگری
۳۳۸	بازاریابی گردشگری در هند
۳۳۸	پویایی بازاریابی
۳۳۹	راهبرد بازاریابی برای گردشگری هند
۳۴۰	کارآفرینی در بخش خدمات بهداشتی

۳۴۲		پرسش‌های خود ارزیابی
۳۴۳		مدل‌های گزارش پروژه‌ای
۳۴۷		منابع

www.ketab.ir