

کار آفرینی و توسعه کسب و کار

تألیف:

امیر حسین زعفرانلو

محمود زمانی

عارفه ربانی

سرشناسه	: زعفرانلو، امیرحسین، ۱۳۵۳ -
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرینی و توسعه کسب و کار/ نویسندگان امیرحسین زعفرانلو، محمود زمانی، عارفه ربانی.
مشخصات نشر	: تهران: آرنا، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۲۳۰ ص.
شابک	: 978-600-7026-41-0
وضعیت فهرست نویسی	: فیفا
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: خلاقیت در کسب و کار
شناسه افزوده	: زمانی، محمود، ۱۳۶۲ -
شناسه افزوده	: ربانی، عارفه، ۱۳۶۵ -
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۲۳۷/۶۱۵HB
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۱۸۳۰۷۰



نشر آرنا

عنوان	: کارآفرینی و توسعه کسب و کار
مؤلفین	: امیرحسین زعفرانلو - محمود زمانی - عارفه ربانی.
ناشر	: آرنا
ناظر چاپ و طراح جلد	: مرتضی هانی
صفحه آرای	: فرشته زند
نوبت چاپ	: اول ۱۳۹۲
شمارگان	: ۱۰۰۰ نسخه
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۲۶-۴۱-۰
قیمت	: ۱۲۰۰۰ تومان

www.arnapub.com

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
بخش اول خلاقیت و نوآوری	۱۱
فصل اول خلاقیت و ویژگیهای افراد خلاق	۱۲
۱-۱ مقدمه	۱۲
۲-۱ خلاقیت چیست؟	۱۳
۳-۱ تفاوت ابداع با خلاقیت	۱۵
۴-۱ ویژگیهای افراد خلاق	۱۵
۵-۱ ویژگیهای رفتاری افراد خلاق	۱۶
۶-۱ آزمون سنجش خلاقیت تورنس	۱۹
۷-۱ چگونه می توان خلاقیت افراد را افزایش داد؟	۲۹
۸-۱ تکنیک های افزایش خلاقیت	۳۲
۸-۱-۱ طوفان مغزی	۳۲
۸-۱-۱-۱ مهمترین ویژگیهای روش طوفان مغزی	۳۳
۸-۱-۲ مزایای روش طوفان مغزی	۳۴
۸-۱-۳ معایب روش طوفان مغزی	۳۵
۸-۲ تکنیک دلفی	۳۵
۸-۲-۱ مراحل گام به گام در تکنیک دلفی	۳۶
۸-۳ تکنیک اسکمپر	۳۷
۸-۴ تکنیک « چه می شود اگر...؟ »	۴۰
۹-۱ موانع خلاقیت	۴۰
فصل دوم نوآوری و مفاهیم مربوط به آن	۴۳
۱-۲ نوآوری	۴۳
۲-۲ تفاوت های نوآوری و خلاقیت	۴۵
۳-۲ فاصله خلاقیت تا نوآوری	۴۶
۴-۲ مراحل نوآوری	۴۶
۵-۲ موانع نوآوری	۵۰
۶-۲ انواع نوآوری	۵۲
۷-۲ کاربرد نوآوری در سازمانها	۵۳
۷-۲-۱ واحد تحقیق و توسعه	۵۳
۷-۲-۲ اهمیت واحد R&D	۵۴
۷-۲-۳ وظایف واحد تحقیق و توسعه	۵۵
۸-۲ حل خلاقانه مساله : تکنیک TRIZ	۵۶

۵۹.....	بخش دوم کار آفرینی و انواع آن
۶۰.....	فصل سوم کار آفرینی فردی
۶۰.....	۱-۳ مقدمه
۶۱.....	۲-۳ تعاریف کارآفرینی
۶۲.....	۳-۳ سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی
۶۳.....	۴-۳ انواع کارآفرینی
۶۴.....	۵-۳ فرایند کارآفرینی
۶۹.....	۶-۳ کار آفرین و ویژگی‌های فردی کارآفرینان
۷۸.....	۷-۳ مزایای فردی کارآفرینی
۸۰.....	۸-۳ مزایای اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی
۸۲.....	۹-۳ رویکردهای رفتاری کارآفرینی
۸۶.....	فصل چهارم کار آفرینی اجتماعی و سازمانی
۸۶.....	۱-۴ کارآفرینی اجتماعی
۸۶.....	۱-۱-۴ مفهوم کارآفرینان اجتماعی
۸۷.....	۲-۱-۴ عناصر کارآفرینی اجتماعی
۸۹.....	۲-۴ کارآفرینی سازمانی
۹۰.....	۱-۲-۴ استراتژیهای کارآفرینی سازمانی
۹۱.....	۲-۲-۴ فرآیند کارآفرینی سازمانی
۹۲.....	۳-۲-۴ ویژگی‌های سازمان‌های کارآفرین
۹۳.....	۴-۲-۴ ویژگی‌های کارآفرینان سازمانی
۹۴.....	۵-۲-۴ لزوم گسترش کارآفرینی سازمانی
۹۴.....	۶-۲-۴ مزایای گسترش کارآفرینی سازمانی برای سازمانها
۹۵.....	۷-۲-۴ مزایای فردی کارآفرینی سازمانی
۹۶.....	۳-۴ تفاوت کارآفرینی فردی و کارآفرینی سازمانی
۹۷.....	۴-۴ کارآفرینی در ایران
۱۰۱.....	فصل پنجم کارآفرینان و مدیریت منابع انسانی
۱۰۱.....	۱-۵ مقدمه
۱۰۱.....	۲-۵ جذب و استخدام نیروهای مناسب
۱۰۲.....	۱-۲-۵ نقش مصاحبه حضوری در جذب نیرو
۱۰۵.....	۳-۵ آموزش کارکنان
۱۰۵.....	۱-۳-۵ مدت زمان آموزش
۱۰۵.....	۲-۳-۵ نکات مهمی که نقش موثری در افزایش بهره وری دوره آموزشی ایفا می‌نماید
۱۰۶.....	۴-۵ بکارگیری نیروهای انسانی در سیستم و جای مناسب با توجه به مهارتها و توانمندیها
۱۰۶.....	۵-۵ نگهداری، ارزیابی و جبران خدمات
۱۰۶.....	۶-۵ انطباق اهداف شخصی افراد بر اهداف سازمانی

۱۰۷	۵-۶-۱ درآمد
۱۰۹	۵-۶-۲ آینده شغلی
۱۱۰	۵-۶-۳ رضایت شغلی
۱۱۲	۵-۷ نحوه پرداخت پورسانتها و حقوق متغیر
۱۱۲	۵-۸ برنامه‌های انگیزشی کارکنان
۱۱۳	۵-۸-۱ برنامه‌های انگیزشی "سطح مطلوب زماندار"
۱۱۴	۵-۸-۲ برنامه‌های انگیزشی "سطح مطلوب بدون زمان"
۱۱۵	۵-۸-۳ برنامه‌های انگیزشی مقایسه ای
۱۱۵	۵-۸-۴ برنامه‌های انگیزشی ارتقائی
۱۱۶	۵-۸-۵ برنامه‌های انگیزشی اعلامی
۱۱۹	بخش سوم ایجاد و توسعه کسب و کار
۱۲۰	فصل ششم راه اندازی و مدیریت کسب و کار
۱۲۰	۶-۱ مقدمه
۱۲۰	۶-۲ مراحل راه اندازی واحد کسب و کار
۱۲۴	۶-۳ ثبت شرکت و مراحل قانونی آن
۱۲۴	۶-۳-۱ شرکت سهامی عام
۱۲۶	۶-۳-۲ شرکت سهامی خاص
۱۲۷	۶-۳-۳ شرکت تضامنی
۱۲۷	۶-۳-۴ شرکت با مسئولیت محدود
۱۲۸	۶-۳-۵ شرکت مختلط غیر سهامی
۱۲۸	۶-۳-۶ شرکت مختلط سهامی
۱۲۹	۶-۳-۷ شرکت تعاونی
۱۳۰	۶-۴ رویه عملی ثبت شرکت ها
۱۳۱	۶-۵ تفاوت کارآفرینی و مدیریت
۱۳۱	۶-۶ تعاریف مدیریت
۱۳۳	۶-۷ وظایف مدیریت
۱۳۳	۶-۷-۱ برنامه ریزی
۱۳۴	۶-۷-۱-۱ برنامه ریزی در سازمانهای تازه تاسیس
۱۳۴	۶-۷-۱-۲ ویژگی‌های برنامه ریزی
۱۳۵	۶-۷-۱-۳ انواع برنامه‌ها
۱۳۵	۶-۷-۱-۴ فرایند برنامه ریزی
۱۳۶	۶-۷-۱-۵ مراحل برنامه ریزی
۱۴۰	۶-۷-۲ سازماندهی
۱۴۰	۶-۷-۳ بسیج منابع
۱۴۱	۶-۷-۴ هدایت و رهبری

۱۴۲.....	۵-۷-۶ کنترل
۱۴۳.....	۱-۵-۷-۶ فرایند کنترل در سازمانهای کارآفرینانه
۱۴۳.....	۲-۵-۷-۶ فرایند کنترل
۱۴۶.....	۸-۶ مفاهیم اولیه در حسابداری
۱۴۶.....	۱-۸-۶ هزینه
۱۴۶.....	۲-۸-۶ درآمد
۱۴۶.....	۳-۸-۶ سود
۱۴۷.....	۴-۸-۶ معادله حسابداری
۱۴۷.....	۵-۸-۶ صورت‌های مالی
۱۴۷.....	۱-۵-۸-۶ صورت سود و زیان
۱۴۷.....	۲-۵-۸-۶ صورت سرمایه
۱۴۷.....	۳-۵-۸-۶ ترازنامه
۱۴۸.....	۴-۵-۸-۶ دفتر روزنامه
۱۵۰.....	فصل هفتم شیوه‌های تامین مالی
۱۵۰.....	۱-۷ مقدمه
۱۵۰.....	۲-۷ شیوه‌های تامین مالی
۱۵۱.....	۱-۲-۷ وام‌های بانکی :
۱۵۲.....	۲-۲-۷ اعتبار تجاری (اعتبار در بازارهای کالا)
۱۵۲.....	۳-۲-۷ وام‌های موسسات مالی
۱۵۳.....	۴-۲-۷ شرکت‌ها و واحدهای تامین سرمایه
۱۵۳.....	۵-۲-۷ پیش دریافت فروش محصولات
۱۵۳.....	۶-۲-۷ توجیه سرمایه گذار
۱۵۴.....	۳-۷ شیوه‌های تامین مالی بلند مدت
۱۵۵.....	۱-۳-۷ انتشار سهام :
۱۵۶.....	۲-۳-۷ وام‌های بانکی بلند مدت
۱۵۶.....	۳-۳-۷ انتشار اوراق قرضه
۱۵۶.....	۴-۳-۷ روشهای دیگر
۱۵۷.....	فصل هشتم توسعه کسب و کار و عوامل موثر بر آن
۱۵۷.....	۱-۸ مقدمه
۱۵۷.....	۲-۸ توسعه کسب و کار
۱۵۸.....	۳-۸ مدیریت فروش و بازاریابی
۱۶۰.....	۴-۸ چه عواملی بر میزان فروش محصولات موثرند؟
۱۶۰.....	۵-۸ کیفیت محصول و رابطه آن با فروش
۱۶۲.....	۶-۸ برند و تاثیر آن بر میزان فروش
۱۶۳.....	۷-۸ بسته بندی و تاثیرات آن بر فروش محصولات

۸-۸	تنوع محصول و رابطه آن با فروش محصولات	۱۶۴
۸-۸-۱	حوزه وظایف واحد R&D	۱۶۵
۸-۸-۲	جایگاه کنونی واحد R&D در سازمانها	۱۶۷
۹-۸	رابطه قیمت و میزان فروش	۱۶۸
۱۰-۸	تبلیغات	۱۷۱
۱۱-۸	نمایشگاه‌ها و رابطه آن با فروش محصولات	۱۷۳
۱۲-۸	پیشبرد فروش ویژه مشتریان نهایی و رابطه آن با میزان فروش	۱۷۵
۱۳-۸	طمینان بخشی به مشتریان نهایی	۱۷۸
۱۴-۸	پیشبرد فروش ویژه پایانه‌های فروش	۱۸۰
۱۵-۸	ارتقای توان فروش پایانه‌های فروش	۱۸۱
۱۶-۸	تحقیقات بازار	۱۸۲
۱-۱۶-۸	کاربرد تحقیقات بازار	۱۸۳
۲-۱۶-۸	شکل‌های مختلف تحقیقات بازار	۱۸۴
۳-۱۶-۸	کارآفرینی و تحقیقات بازار	۱۸۶
فصل نهم نقش IT در توسعه کسب و کار		
۱-۹	مقدمه	۱۸۸
۲-۹	اینترنت	۱۸۸
۱-۲-۹	تعریف اینترنت	۱۸۹
۳-۹	نقش اینترنت در کارآفرینی	۱۸۹
۴-۹	مزایای استفاده از اینترنت در تجارت	۱۹۲
۵-۹	کانال فروش اینترنتی	۱۹۳
۶-۹	بازاریابی الکترونیک	۱۹۴
۷-۹	دلایل انجام فعالیت‌های بازاریابی در اینترنت	۱۹۵
۸-۹	شکل‌های ساده بازاریابی در اینترنت	۱۹۶
فصل دهم طرح کسب و کار		
۱-۱۰	مقدمه	۱۹۹
۲-۱۰	تعریف طرح کسب و کار	۲۰۰
۳-۱۰	فواید تهیه طرح تجاری	۲۰۱
۴-۱۰	فواید تهیه طرح کسب و کار برای فرد یا گروهی که آن را تهیه کرده اند	۲۰۱
۵-۱۰	فواید طرح کسب و کار برای استفاده کنندگان	۲۰۲
۶-۱۰	تهیه طرح کسب و کار	۲۰۳
۷-۱۰	اجزا و سرفصل‌های طرح کسب و کار	۲۰۴
۸-۱۰	چگونه طرح کسب و کار بنویسیم	۲۰۵
۱-۸-۱۰	گام اول: عنوان موضوع و معرفی ارائه دهنده	۲۰۶
۲-۸-۱۰	گام دوم: چکیده یا خلاصه مدیریتی	۲۰۶

۲۰۷.....	۳-۸-۱۰ گام سوم : توصیف کسب و کار.....	
۲۱۰.....	۴-۸-۱۰ گام چهارم : تشریح فرایند و منابع مورد نیاز	
۲۱۲.....	۵-۸-۱۰ گام پنجم : تحلیل بازار و وضعیت رقابتی و تجزیه تحلیل فرصتهای موجود	
۲۱۳.....	۶-۸-۱۰ گام ششم : برنامه بازاریابی	
۲۱۴.....	۷-۸-۱۰ گام هفتم : برنامه تولید و اجرا	
۲۱۵.....	۸-۸-۱۰ گام هشتم : برنامه مالی	
۲۱۶.....	۹-۸-۱۰ گام نهم : نتایج و پیش بینی ها	
۲۱۶.....	۱۰-۸-۱۰ طرح کسب و کار مقدماتی	
۲۱۷.....	۱۱-۸-۱۰ طرح کسب و کار استاندارد	
۲۱۸.....	منابع	
۲۱۸.....	منابع فارسی	
۲۱۸.....	منابع لاتین	