

بسم الله الرحمن الرحيم

کارآفرینی SYB
کسب و کار خود را آغاز کنید

نویسندگان

مهدی شهسواری

عارضا انسانی

مب' اجاقی

ویراستار

الهام اسدپور کرکوکي

۲۱۴۴۴۸۶

کد پستی

سرشناسه: شہسواری، مہدی، ۱۳۶۰ -

عنوان و نام پدیدآور: کارآفرینی SYB: کسب و کار خود را آغاز کنید/ نویسندگان مہدی شہسواری، علیرضا

انسانی، صبا اجاقي؛ ویراستار الہام اسدپور کرکوکي.

مشخصات نشر: کرمانشاه: پویا پژوهش، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاہری: ۳۱۳ص: جدول، نمودار.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۱۶۳۱-۷

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامہ: ص. ۲۹۹ - ۳۱۳.

موضوع: کسب و کار خود را آغاز کنید.

موضوع: کسب و کار - آموزش

موضوع: موفقیت در کسب و کار

شناسه افزوده: انسانی، علیرضا، ۱۳۶۵ -

شناسه افزوده: اجاقي، صبا، ۱۳۶۹ -

ماسه افزوده: اسدپور کرکوکي، الہام، ۱۳۶۴ -، ویراستار

رده بندی کنگره: HF۶۱۵

بندی دیویی: ۳۳۸/۰۴

ممار کتابہ ناسی ملی: ۷۳۲۰۵۷۷



انتشارات پویا

عنوان: کارآفرینی SYB (کسب و کار خود را آغاز کنید)

مؤلفین: مہدی شہسواری- علیرضا انسانی- صبا اجاقي

ویراستار: الہام اسدپور کرکوکي

طراح جلد: کژال یوسفی

ناشر: پویا پژوهش

نوبت چاپ: اول

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۱۶۳۱-۷

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

حق چاپ محفوظ است

مرکز پخش و نشر: انتشارات پویا پژوهش

آدرس: کرمانشاه، میدان شہرداری، خیابان معلم شرقی، کوی ازهر (پرن‌دین)، مجتمع آرکان، طبقہ دوم.

تلفن: ۰۸۳۳۷۲۳۶۱۶۲

قیمت: ۵۰۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
فصل اول: ایده‌ی کسب و کار	
۱	مقدمه
۱	ایده‌ی کسب و کار
۱	تعریف ایده‌ی کسب و کار
۲	اجزای تشکیل دهنده‌ی ایده‌ی کسب و کار
۲	مشخصه‌های یک ایده
۳	یافتن ایده که فرآیند است
۳	فرصت
۵	عوامل شناسایی فرصت
۶	مشاهده‌ی روزهای معی
۱۰	ویژگی‌های فردی رافرت
۱۳	روش‌های خلق ایده
۱۳	گروه تمرکز
۱۴	طوفان فکری
۱۵	تحلیل مشکلات موجود
۱۵	تکنیک اسکمپر
۱۷	تکنیک PMI
۱۸	تکنیک توهم خلاق
۱۸	تکنیک استخوان ماهی
۱۹	تکنیک Do it
۲۰	تکنیک دلفی
۲۰	حل ابداعات مسئله (روش تریز)
فصل دوم: امکان‌سنجی	
۳۳	مقدمه
۳۳	بیانیه‌ی مفهومی
۳۴	امکان‌سنجی
۳۵	امکان‌سنجی خدمت/محصول
۳۸	امکان‌سنجی بازار/صنعت
۴۲	امکان‌سنجی سازمان
۴۳	امکان‌سنجی مالی

فصل سوم: تحلیل صنعت

۵۵	مقدمه
۵۶	اهمیت فاکتورهای صنعت در مقابل فاکتورهای بنگاه
۵۶	کاربردهای تحلیل صنعت بر مبنای دیدگاه پورتر
۵۸	تشریح نیروهای پنجگانه بر مبنای دیدگاه پورتر
۵۸	تهدیدات ناشی از محصولات یا خدمات جانشین
۵۹	تهدید ورود رقبای جدید
۶۲	شدت رقابت بین بنگاه‌های حاضر در صنعت
۶۳	قدرت، بازه زمر، تأمین‌کنندگان
۶۴	قدرت، چا: ریی خریداران
۶۶	دولت، نیرویی مؤثر، رقابت
۶۶	اهمیت مدل‌های بنگاه
۷۱	صنایع در حال ظهور
۷۱	انواع صنعت
۷۲	صنایع خرد
۷۲	صنایع بلوغ‌یافته
۷۲	صنایع رو به زوال
۷۳	صنایع جهانی
۷۴	تحلیل رقبا
۷۵	شناسایی رقبا
۷۶	منابع هوشمندی رقابتی

فصل چهارم: تحلیل بازار

۱۳۱	مقدمه
۸۵	مفاهیم بازاریابی سنتی
۸۶	نیاز، خواسته، محصول و تقاضا
۸۷	مبادله و معامله و بازار
۸۷	انواع تقاضا
۹۰	سیستم بازار
۹۰	هدف
۹۱	اجزا
۹۲	تقسیم بازار و تعیین بازار هدف
۹۴	روش‌ها و متغیرهای تقسیم بازار
۹۴	تقسیم‌بندی بر اساس متغیرهای جغرافیایی

۹۵	تقسیم‌بندی بازار بر اساس مشخصه‌های رفتار خرید
۹۶	انتخاب بازار هدف برای مشخص کردن فعالیت
۹۶	چهار معیار اصلی قابل استفاده در طبقه‌بندی اهداف
۱۰۱	روش‌های پیش‌بینی اندازه بازار
۱۰۳	آمیخته‌ی بازاریابی
۱۰۴	محصول
۱۰۹	توزیع
۱۰۹	ترفع
۱۱۲	قیمت
۱۱۳	مزیت بتی
۱۱۵	مطحات رار
۱۱۵	تعیین اهداف جامع بازار
۱۱۵	بررسی اجه لی ویت بازار (مطالعات غیررسمی)
۱۱۶	فرآیند مطالعه رس بازار
۱۱۹	تعریف نوین بازاریابی
۱۱۹	مشتری
۱۱۹	مدیریت ارتباط با مشتری
۱۲۰	مراحل مدیریت ارتباط با مشتری
۱۲۰	شناسایی مشتری
۱۲۱	جذب مشتریان
۱۲۱	نگهداشت مشتری
۱۲۱	ارتقای مشتری
۱۲۱	بازاریابی کارآفرینانه
۱۲۲	بازاریابی پارتیزانی
۱۲۶	ایجاد مرکز نفوذ

فصل پنجم: بررسی و انتخاب ساختار قانونی مناسب

۱۳۱	مقدمه
۱۳۳	ساختار مالکیت کسب و کارها
۱۳۴	روش خرید کسب و کار
۱۳۵	روش پذیرش نمایندگی
۱۳۷	شروع کسب و کار از صفر
۱۴۶	راهنمای انتخاب نوع ساختار مناسب قانونی
۱۴۶	شرکت سهامی عام

۱۴۸.....	شرکت سهامی خاص
۱۵۲.....	شرکت با مسئولیت محدود
۱۵۵.....	شرکت تضامنی
۱۵۹.....	شرکت نسبی
۱۶۰.....	شرکت‌های تعاونی

فصل ششم: نیروی انسانی در کسب و کار

۱۷۷.....	مقدمه
۱۳۱.....	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان
۱۷۷.....	نیاز به رفیق یا توفیق طلبی
۱۷۸.....	مرکز سترا - رونی
۱۷۸.....	تمایل به مخاطره و ریسک
۱۷۸.....	نیاز به استقلال
۱۷۹.....	خلاقیت
۱۷۹.....	تحمل ابهام
۱۷۹.....	ویژگی‌های رفتاری کارآفرینان
۱۸۰.....	ویژگی‌های تجربی
۱۸۰.....	ویژگی‌های مرتبط با سابقه و پیشینه فرد
۱۸۲.....	ایجاد تیم کسب و کار نوپا
۱۸۳.....	تشکیل تیم مدیریتی
۱۸۴.....	بنیانگذار یا بنیانگذاران
۱۸۴.....	اندازه‌ی تیم مؤسسان
۱۸۵.....	ظرفیت و توانایی مؤسسان
۱۸۷.....	مدیریت منابع انسانی
۱۸۷.....	تجزیه و تحلیل شغل
۱۹۱.....	برنامه‌ریزی نیروی انسانی
۱۹۲.....	کارمندیابی
۱۹۳.....	انتخاب
۱۹۶.....	توجیه و راهنمایی
۱۹۷.....	حرکت
۱۹۷.....	ترک خدمت و انفصال

فصل هفتم: مراحل قانونی اخذ مجوزها و مشق‌های مالیاتی

۲۰۹.....	مقدمه
۲۰۹.....	جواز تأسیس و پروانه‌ی بهره‌برداری کسب و کار

۲۱۴.....	قوانین و مشوق‌های مالیاتی.....
۲۱۵.....	تبصره ۱ ماده‌ی ۱۳۲ قانون مالیات‌های مستقیم استان کرمانشاه.....
	فصل هشتم: مطالعات مالی
۲۳۱.....	مقدمه.....
۲۳۱.....	برآورد نیازهای مالی یا سرمایه‌گذاری.....
۲۳۱.....	عوامل تشکیل‌دهنده‌ی سرمایه‌ی ثابت.....
۲۳۲.....	هزینه‌ی تحقیق، آزمایش و مطالعات اولیه.....
۲۳۲.....	هزینه‌ی زمین و منابع طبیعی.....
۲۳۲.....	هزینه‌ی ساختمان، تأسیسات مربوطه.....
۲۳۲.....	هزینه‌ی ماشین‌آلات و تجهیزات تولید.....
۲۳۲.....	هزینه‌ی تجهیزات و وسایل غیرتولیدی.....
۲۳۲.....	هزینه‌ی دوره‌ی راه‌اندازی.....
۲۳۲.....	هزینه‌ی حق امتیاز، زمانده‌ی و موارد مشابه.....
۲۳۳.....	هزینه‌ی بهره‌ی طی دوره در اجاره.....
۲۳۳.....	هزینه‌های پیش‌بینی نشده.....
۲۳۴.....	سرمایه‌ی در گردش.....
۲۳۴.....	عوامل اصلی مؤثر بر سرمایه‌ی در گردش.....
۲۳۵.....	اقدام تشکیل‌دهنده‌ی سرمایه‌ی در گردش.....
۲۳۷.....	هزینه‌ی طرح در دوران بهره‌برداری (ساخت و تولید).....
۲۳۷.....	هزینه‌ی مواد مستقیم.....
۲۳۸.....	هزینه‌ی دستمزد مستقیم.....
۲۳۸.....	سربار ساخت.....
۲۴۰.....	سودآوری و پیش‌بینی‌های مالی.....
۲۴۰.....	تجزیه و تحلیل سربه‌سر.....
۲۴۵.....	ارزیابی.....
۲۴۵.....	فوریت.....
۲۴۵.....	دوره‌ی بازگشت سرمایه.....
۲۴۶.....	ارزش فعلی خالص.....
۲۴۷.....	تأمین مالی.....
۲۴۷.....	منابع داخلی.....
۲۴۷.....	منابع خارجی.....
۲۵۰.....	حداقل شرایط برای جلب سرمایه.....
۲۵۱.....	اطلاعات لازم برای وام‌دهنده.....

۲۵۲.....	نحوه‌ی سرمایه‌گذاری
۲۵۲.....	برآورد صورت‌های مالی
۲۵۲.....	پیش‌بینی‌های مالی

فصل نهم: بوم مدل کسب و کار

۲۷۷.....	مقدمه
۲۷۷.....	اجزای بوم مدل کسب و کار
۲۷۷.....	بخش‌های مشتری
۲۷۹.....	ارزش‌های پیشنهادی
۲۸۱.....	کانال، '.....
۲۸۳.....	اره، '..... با، خنری
۲۸۴.....	جر؛ '..... های درآمدی
۲۸۷.....	منابع کلیدی
۲۸۹.....	فعالیت‌های کلیدی
۲۹۰.....	مشارکت‌های کلیدی
۲۹۳.....	ساختار هزینه
۲۹۹.....	منابع

کارآفرینی، فرآیند ایجاد و یا توسعه‌ی کسب و کار جدید است. کارآفرین بالقوه، رفتارهای کارآفرینانه را برای ایجاد کسب و کار جدید اعم از تیم‌سازی و شبکه‌سازی، تدوین طرح کسب و کار و یا حتی ریسک‌پذیری از خود نشان می‌دهد اما بروز چنین رفتارهای کارآفرینانه در چارچوب فرهنگی حاکم بر کشورها رخ می‌دهد. در واقع نقشی که فرهنگ در رفتار آدمی ایفا می‌نماید، یکی از مهم‌ترین مفاهیمی است که در علوم رفتاری مطرح است.

فرهنگی که برای راه‌اندازی موفق کسب و کار جدید ارزش قائل است در مقایسه با فرهنگی که این ارزش را قائل نیست در شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه، نقش مؤثری دارد. در فرهنگی که برای تمام جنبه‌های کارآفرینی همچون رئیس خود بودن، بهره‌برداری از فرصت‌های شخصی، کسب موفقیت و ... ارزش زیادی قائل است، احتمال بالای ایجاد شرکت تعجب‌آور نیست. فرهنگ کارآفرینی متأثر از چند عامل است. در واقع هر چه ارزش‌ها و عقاید موجود در جامعه افراد را به کار، تولید، فکر و ... خلاصه‌ی یادگیری و کسب دانش سوق دهد، در آن جامعه فرهنگ کارآفرینی اشاعه یافته و درون افراد، بادی می‌شود و به عبارتی در آن جامعه افراد بیشتری به خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی دست می‌زنند و کارآفرینان بیشتری موفق می‌شوند ایده‌های نوین خود را در جامعه محقق سازند.

در کشورهای در حال توسعه مثل ایران که با بسیاری آمارها نرخ بیکاری بالا می‌باشد پرداختن به مقوله‌ی کارآفرینی فردی و گروهی می‌تواند به کاهش نرخ بیکاری و متعاقب آن کاهش آسیب‌های اجتماعی منجر شود. جالب توجه است که نرخ بیکاری در بین تحصیلان دانشگاهی بالاتر از متوسط نرخ بیکاری افراد غیراکادمیک است. این نرخ برای خانم‌های فارغ التحصیل از دانشگاه‌ها بیشتر از آقایان است. افزایش تدریجی ظرفیت پذیرش دانشگاه‌ها به علاوه افزایش درصد ورودی خانم‌ها به دانشگاه‌ها نسبت به آقایان در سال‌های آینده افزایش درصدهای فوق را بدیهالیه خواهد داشت. یکی از چالش‌های پیش روی جوامع مختلف، دانش‌آموختگان فاقد توانایی‌های فردی و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب و کار مناسب است. این امر لزوم آماده‌سازی فارغ التحصیلان دانشگاهی را بوسیله توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان مسلم می‌سازد. آماده‌سازی در مورد کارآفرینی نبایستی بعد از فارغ‌التحصیلی باشد بلکه این امر بایستی در حین تحصیل انجام شود و لازمه‌ی گسترش تفکر کارآفرینی و ایجاد راه‌کارهایی که افراد بتوانند بدون تکیه بر دولت به ایجاد اشتغال برای خود و همچنین دیگر افراد جامعه مبادرت ورزند، می‌تواند در توسعه اشتغال در کشور مؤثر باشد اما شکی نیست این مهم نیاز به ایجاد ساختارهایی در جامعه دارد که بدون آن نمی‌توان، مبادرت به توسعه تفکر کارآفرینی کرد. در کشور ما، علاوه بر مدل‌های مختلف ارائه و آموزش کسب و کار و همچنین

محتوای مختلف، الگوی کارآفرینی سیب^۱ (SYB) که توسط سازمان بین‌المللی کار دنبال می‌شود، مورد توجه قرار گرفته و به تدریج در آینده‌ای نه چندان دور این آموزش‌ها جایگزین سایر آموزش‌های کارآفرینی و کسب و کار می‌شود.

الگوی کارآفرینی SYB فرآیند کسب و کار را از نقطه شروع تا خاتمه‌ی کسب و کار تعیین می‌کند. به عبارتی این آموزش‌ها توانایی‌های افراد را از بالقوه به بالفعل تبدیل خواهد کرد. این دوره نه فقط برای افرادی که می‌خواهند کسب و کاری را شروع کنند بلکه افرادی که درصدد رونق کسب و کار خود هستند نیز می‌تواند مؤثر باشد.

دوره‌هایی که تاکنون در حوزه‌ی کسب و کار و کارآفرینی ارائه شده است یا معلم محور بوده‌اند یا دانش محور در حالی که دوره‌های الگوی کارآفرینی SYB نگاه نوینی به کارآفرینی دارد، خلاقیت محور و فراگیر محور هستند و شرایط مطلوبی را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌نمایند. علاقه‌مندان به مباحث کارآفرینی از طریق مطالعه‌ی کتاب حاضر و شرکت در دوره‌های آموزشی الگوی کارآفرینی SYB می‌توانند ایده‌ی خود را انتخاب و تجزیه و تحلیل کنند، با محیط کسب و کار آشنا شده و چگونگی راه‌اندازی آن را بدانند، اگر لازم باشد، تسهیلات لازم را انجام داده و با نحوه تأمین مالی برای شروع کسب و کار آشنا شوند. در جملات و بخش‌های منحصربه‌فرد این الگوی آموزشی این است که ضمن استفاده از مواد کمک آموزشی، باعث ایجاد مهارت‌ها و نگرش‌های کارآفرینی به صورت عملی می‌شود.

هدف دانشی از این برنامه‌ی آموزشی، آشنایی با عناوین زیر می‌باشد:

- شناخت فرصت‌ها و خلق ایده‌ها
 - ارزیابی عوامل داخلی و خارجی ایده
 - امکان‌سنجی‌های چهارگانه ایده
 - تحلیل صنعت
 - تحلیل بازار
 - تحلیل منابع سازمانی و تشکیل تیم مدیریتی
 - مسائل حقوقی و ساختار قانونی کسب و کار
 - تحلیل مالی کسب و کار
- و هدف مهارتی از این برنامه آموزشی:

^۱ Start your business