



کارآفرینے

باروینکرد طرح‌های عملی کسب و کار

- خلاقیت و نوآوری
- کسب و کارهای کوچک و متوسط
- ثبت شرکت‌ها و راه‌اندازی کسب و کار
- نحوه اخذ تسهیلات
- طرح‌های موفق
- کارآفرینان برتر

مؤلفان:

دکتر ایرج بابایی اربوسرا

اضغر ترکیان

مهندس سلطان مراد خزائی

مدرس‌ان دانشگاه و آموزشکده‌های فنی و حرفه‌ای

بابایی اربوسرا، ایرج، ۱۳۴۱ -	سرشناسه
کارآفرینی: با رویکرد طرح‌های عملی کسب و کار: خلافت و نوآوری ... / مولفان	عنوان و نام پدیدآور
ایرج بابایی اربوسرا، اصغر ترکیان، سلطان مراد خزائی.	
تهران: کتاب آوا، ۱۳۹۱	مشخصات نشر
۸۸ ص. جدول، نمودار.	مشخصات ظاهری
۹۷۸-۶۰۰-۶۵۵۸-۳۸-۷	شابک
فیبا	وضعیت فهرست‌نویسی
کتابنامه: ص. [۸۷] - ۸۸	یادداشت
کارآفرینی	موضوع
کسب و کار	موضوع
خلافت در کسب و کار	موضوع
اصغر ترکیان، ۱۳۵۲ -	شناسه افزوده
خزائی، سلطان مراد، ۱۳۴۷ -	شناسه افزوده
۱۳۹۱ ۱۷ ک ۲ پ ۶۱۵ / HB	رده‌بندی کنگره
۳۳۸/۰۴	رده‌بندی دیویی
۲۹۳۳۷	شماره کتابشناسی ملی

کارآفرینی

با رویکرد طرح‌های عملی کسب و کار



انتشارات کتاب آوا

مولفان:	دکتر ایرج بابایی اربوسرا، اصغر ترکیان مهندس سلطان مراد خزائی
ناشر:	کتاب آوا
طراح جلد و صفحه‌آرا:	مهدی حسینی شفیق
نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۱
شمارگان:	۵۰۰ نسخه
قیمت:	۳۳۰۰۰ ریال
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۶۵۵۸-۳۸-۷

نشانی مرکز پخش: تهران، خیابان انقلاب، خ ۲، فروردین، بن‌بست حقیقت، پلاک ۴، طبقه دوم

www.avabook.com

نشر کتاب آوا

شماره‌های تماس: ۶۶۹۷۴۱۳۵ - ۶۶۴۰۷۹۹۳ - ۶۶۹۷۴۶۴۵

نشانی فروشگاه: اسلامشهر، خیابان صیاد شیرازی، روبروی دانشگاه آزاد، جنب دادگستری

شماره تماس: ۵۶۳۵۴۶۵۱

کلیه حقوق و حق چاپ متن، کپی‌برداری، طرح روی جلد و عنوان کتاب، با توجه به قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان برای انتشارات کتاب آوا محفوظ است و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

در جهان امروز که دانایی و خلاقیت دو بال صعود و تعالی یک جامعه می‌باشند و اندیشه‌ها در سایه ابتکارات ارتقا می‌یابند، از کارآفرینی به عنوان محصول خلاقیت و دانایی یاد می‌شود که باعث توسعه کشورهای پیشرو گردیده است، چرا که با استفاده از نیرو فکر، خلاقیت و ابتکار و در یک کلمه کارآفرینی است که می‌توان در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی به توسعه اقتصادی و افزایش بهره‌وری و ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی در کشور نائل آمد.

کارآفرین به عنوان فردی که دارای خصوصیتی چون ریسک‌پذیری، نوآوری، شکارچی فرصت‌ها، مثبت‌نگر، شجاع و... می‌توان نام برد که قادر است با بسیج نمودن منابع مالی و انسانی برای بهره‌برداری از فرصت‌ها از طریق ایجاد کسب و کار جدید اقدام نماید.

در واقع فرایند کارآفرینی به دست افرادی صورت می‌گیرد که میل شدیدتری به کامیابی دارند و تلاش و پشتکار و تحمل ابهام و آینده‌نگری فوق‌العاده از ویژگی‌های آنان است.

کارآفرین فردی است که با ایده و فکر جدید و از طریق ایجاد کسب و کار مبادرت به محصول جدیدی در جامعه می‌نماید.^۱

در کشور اسلامی ما علی‌رغم سابقه علمی و فرهنگی بالا و داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد و نیز منابع طبیعی فراوان، تولید ناخالص داخلی در سطح پایینی قرار دارد و اکثر نیروهای جوان و تحصیلکرده از اشتغال محروم‌اند.

لذا در سال‌های اخیر در جامعه ما توسط محققان و متخصصان و سیاستگذاران در زمینه توسعه کارآفرینی اقدامات زیادی صورت گرفته است.

آموزش کارآفرینی به جوانان دانشگاهی و حتی دانش‌آموزان و سایر جوانان و نیز حمایت و پشتیبانی دولت و دستگاه‌های ذیربط از کارآفرینان جوان از جمله این اقدامات است، اما با وجود این تا رسیدن به جامعه‌ای کارآفرین راه زیادی در پیش داریم.

مطالعه و بررسی و اقدامات به عمل آمده در زمینه کارآفرینی در ایران بیانگر این حقیقت است که آموزش کارآفرینی در دانشگاه و مؤسسات علمی هر چند کافی و مهم است اما اکثر فارغ‌التحصیلان که آموزش کارآفرینی را فرا گرفته‌اند، در به کارگیری آموخته‌ها و طرح‌های عملی و در واقع ارائه و راه‌اندازی یک محصول و خدمت جدید در بازار کار چندان موفق نبوده‌اند.

کتاب حاضر، با ارائه و بررسی طرح‌هایی که تاکنون در بازار کار موفق بوده است قصد دارد دانشجویان و جوانان عزیز به‌طور عملی و ملموس با چگونگی اجرای یک طرح موفق و مؤثر قرار گرفته و بتوانند خود با تجربیات به‌دست آمده به یک طرح نو همراه با خلاقیت و سود مطلوب دست یابند و کسب و کار اصولی همراه با بازدهی بالا را برای خود و دیگران به راه اندازند. امید آن که جوانان عزیز و دانشجویان گران‌قدر بتوانند در آینده به ترقی و پیشرفت، دانایی و خلاقیت در کشور ما نائل آیند. در نهایت از کلیه اساتید بزرگوار و دانشجویان گرامی که در تهیه و تدوین این مجموعه نقش بسزایی داشته‌اند سپاس و قدردانی می‌نماییم.

ایرج بابائی اربوسرا

اصغر ترکیان

سلطان مراد...خزایی

خرداد ۹۱

فهرست مطالب

فصل اول: کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط	۱۰
تعریف کارآفرینی Entrepreneur Ship	۱۰
انواع کارآفرینی	۱۰
تعریف خلاقیت (CEATIVITY)	۱۱
تعریف نوآوری: Innovation	۱۲
تعریف کسب و کارهای کوچک: Small Businessess	۱۲
اهمیت و جایگاه کسب و کارهای کوچک	۱۲
فصل دوم: طرح کسب و کار	۱۴
مقدمه	۱۴
تعریف طرح کسب و کار Business Plan	۱۴
دلایل لزوم نوشتن طرح کسب و کار	۱۵
مراحل اجرای طرح کسب و کار	۱۵
هدف طرح کسب و کار	۱۵
اهمیت طرح کسب و کار در کارآفرینی	۱۶
چگونه یک طرح تجاری تنظیم کنیم؟	۱۶
چهارچوب کلی طرح کسب و کار	۱۸
بخش معرفی	۲۰
خلاصه مدیریتی	۲۰
تحلیل محیطی و تحلیل صنعت	۲۱
ارزیابی ریسک	۲۲
طرح‌های مالی	۲۲
منابع مورد استفاده در تهیه طرح کسب و کار	۲۲
مخاطبان طرح کسب و کار	۲۳
فصل سوم: مراحل ثبت و راه‌اندازی کسب و کار	۲۴
مقدمه:	۲۴
شرکت سهامی خاص	۲۴
مدارک موردنیاز برای ثبت شرکت سهامی خاص	۲۵
روش و مراحل ثبت شرکت‌های خاص	۲۵

۲۹	شرکت با مسئولیت محدود
۲۹	شرکت تضامنی
۳۰	چگونگی ثبت شرکت تضامنی
۳۰	شرکت تعاونی
۳۱	مجوز تأسیس یا پروانه کسب و کار
۳۲	نحوه صدور جواز تأسیس یک واحد صنعتی
۳۳	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
۳۳	تسهیلات و فرایند دریافت وام به کارآفرین توسط بخش تعاون
۳۳	شرایط و فرایند اخذ وام از بخش تعاون
۳۳	فرایند اخذ وام
۳۳	فرایند اخذ وام خوداشتغالی و اشتغال خانگی
۳۴	تسهیلات بانک‌های مختلف کشور به کارآفرینان
۳۵	فصل چهارم: بررسی نمونه طرح‌های موفق و بهره‌برداری شده در کشور
۳۵	مقدمه
۳۵	نان فانتزی
۳۵	هدف کلی
۳۶	هدف جزئی
۳۶	مشخصات طرح و تاریخچه آن
۳۸	مشخصات فنی ماشین‌آلات
۳۹	طرح گلبخانه تولید خیار
۳۹	محوطه‌سازی طرح
۴۲	مؤسسه حسابداری
۴۵	بازاریابی (استراتژی بازار)
۴۵	روش‌های تبلیغ
۴۶	راه‌های جلب مشتری
۴۶	صورتحساب‌های مالی
۴۸	فصل پنجم: مصاحبه با کارآفرینان برتر کشور
۴۸	مقدمه:
۴۹	گفتگو با مدیرعامل شرکت سپهر البرز (روتنگر آب)
۵۱	گفتگو با مدیر مؤسسه موسیقی شیدا

۵۴	گفتگو با بنیانگذار و مدیرعامل شرکت بهروز
۵۸	ضمیمه: طرح کامل کسب و کار (Business Plan)
۵۸	۱- بخش معرفی
۵۹	۲- خلاصه مدیریتی/اجرایی
۶۰	۳- تجزیه و تحلیل صنعت
۶۰	الف- تجزیه و تحلیل محیطی
۶۰	محیط کسب و کار
۶۱	اعتقادات مذهبی، فرهنگ مصرف، آداب و رسوم
۶۱	اقتصاد
۶۱	تغییرات جمعیتی
۶۲	ب- تجزیه و تحلیل بازار
۶۲	اندازه بازار و نرخ
۶۲	بررسی روندهای بازار
۶۲	ساختار بازار
۶۲	بررسی رقبا
۶۳	تجزیه و تحلیل عرضه و تقاضا
۶۳	بررسی فرصت صادرات و واردات محصول
۶۴	بررسی قیمت
۶۴	ج- تجزیه و تحلیل فنی
۶۴	رویه‌های تولید (وضع موجود)
۶۴	تکنولوژی تولید
۶۴	۴- دورنمای شرکت/شرح کسب و کار
۶۴	معرفی شرکت
۶۴	سرمایه‌گذاران و سهامداران اصلی
۶۵	دیدگاه/چشم‌انداز
۶۵	مأموریت
۶۵	اهداف اصلی
۶۵	راهبردها (تولید/فروش/خدمات)
۶۵	برنامه‌ها
۶۶	۵- معرفی محصولات (کالا/خدمات)
۶۶	معرفی محصول

۶۶	مزیت‌های رقابتی محصولات
۶۶	معرفی آمیخته بازاریابی محصولات
۶۶	۶- برنامه عملیاتی و تولید
۶۶	فناوری و روش تولید مناسب
۶۶	مراحل و فرآیند تولید
۶۸	روش و محل تأمین منابع تولید
۶۸	مواد اولیه و بسته‌بندی
۶۸	برنامه کنترل کیفیت
۶۸	۷- برنامه بازاریابی
۶۸	الف- تحقیق و تحلیل بازار
۶۸	مشتریان
۶۹	اندازه بازار
۶۹	تخمین سهم بازار و فروش
۶۹	ارزیابی آینده بازار
۶۹	رقابت، حساسیت و تهدیدات
۶۹	ب- راهبردهای بازاریابی
۶۹	قیمت‌گذاری
۷۰	تبلیغات
۷۰	شیوه فروش
۷۰	توزیع
۷۰	خدمات پس از فروش و گارانتی
۷۰	۸- ساختار سازمانی
۷۰	تیم مدیریت و منابع انسانی
۷۱	برآورد نیروی انسانی مورد نیاز
۷۲	۹- برنامه زمان‌بندی و عملیات
۷۳	۱۰- ارزیابی و مدیریت خطرپذیری
۷۳	برآورد فضای موردنیاز طرح
۷۳	برآورد امکانات و تأسیسات موردنیاز طرح
۷۳	زمین
۷۴	تسطیح و محوطه‌سازی

۷۴	 ساختمان‌ها
۷۵	 تأسیسات
۷۶	 ماشین‌آلات و تجهیزات
۷۶	 وسایط نقلیه
۷۷	 ابزارآلات و وسایل فنی و آزمایشگاهی
۷۷	 اداری و کارگاهی
۷۸	 برآورد هزینه‌های قبل از بهره‌برداری:
۷۸	 برآورد سرمایه ثابت (سرمایه‌گذاری اولیه)
۷۹	 (برآورد سرمایه در گردش)
۷۹	 نحوه سرمایه‌گذاری
۸۰	 هزینه‌های تولید سالانه
۸۰	 مواد اولیه و بسته‌بندی
۸۱	 حقوق و دستمزد مستقیم و غیرمستقیم
۸۲	 آب و برق و سوخت
۸۲	 تعمیرات و نگهداری
۸۳	 برآورد هزینه استهلاک
۸۳	 هزینه تولید سالانه
۸۳	 برآورد قیمت تمام شده محصول
۸۴	 قیمت فروش محصول
۸۴	 فروش کل
۸۴	 تعیین نقطه سربه‌سر:
۸۵	 سود و زیان ویژه
۸۵	 دوره برگشت سرمایه:
۸۵	 ۱۲- برنامه طرح و توسعه
۸۵	 ۱۳- پیشنهادها
۸۷	 منابع
۸۷	 منابع فارسی:
۸۸	 منابع لاتین: