

به نام خدا

مبانی کارآفرینی و طرح کسب و کار

ابراهیم یزدی، محسن خلیلی، علی اکبر آقاییاری



سرشناسه	یزدی سودرجانی، ابراهیم، ۱۳۳۴-
عنوان و نام پدیدآور	مبانی کارآفرینی و طرح کسب و کار / ابراهیم یزدی، محسن خلیلی، علی‌اکبر آقاییاری.
مشخصات نشر	اصفهان: نشر نهفت، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	۱۲۸ ص: جلوه.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۵۹۴۴-۲۸-۰
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	موفقیت در کسب و کار
موضوع	خلاقیت در کسب و کار-مدیریت
موضوع	کارآفرینی
موضوع	بازاریابی مدیریت
شناسه افزوده	خلیلی، محسن، ۱۳۴۸-
شناسه افزوده	آقاییاری، علی‌اکبر، ۱۳۵۲-
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۱ ک۲/۵۲۸۶ HF
رده‌بندی دیویی	۶۵۰/۱
شماره کتابشناسی ملی	۲۸۴۱۱۲۴

مبانی کارآفرینی

و طرح

کسب و کار

ابراهیم یزدی، محسن خلیلی، علی‌اکبر آقاییاری

مدیر تولید: مهرانگیز بیدمشکی

پردازش متن: مریم جلوان

صفحه‌آرا و طراح جلد: مهرداد بیدمشکی

نویت چاپ: اول / پاییز ۱۳۹۱

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۷۳۰۰ تومان

لیتوگرافی: زمان

چاپ: حافظ

صحافی: سپاهان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۹۴۴-۲۸-۰

«کلیه حقوق محفوظ است»

Copyright 2012 © Nahoft Publication



نشر نهفت

www.nahoft.ir

E-mail: info@nahoft.ir

E-mail: nahoft_publication@yahoo.com

اصفهان: چهارراه آبادانا، مقابل بانک سپه،

ساختمان شماره ۳، طبقه ۲، واحد ۳

تلفن: ۰۳۱۱ - ۶۴۱۳۷۵۰

فصل اول / آشنایی با کارآفرین ۹

۱۰	فرهنگ کار در اسلام
۱۲	آداب کسب و کار در اسلام
۱۳	دوره‌های اساسی تحول مفهوم کارآفرینی
۱۴	مفهوم کارآفرینی
۱۶	کارآفرین کیست؟
۱۸	ویژگی‌های کارآفرینان
۲۲	انواع کارآفرینی
۲۲	نقش کارآفرینان در جامعه
۲۳	عوامل ظهور کارآفرینی از نظر ویاکی
۲۳	وجه اشتراک تمام تعریف‌های ارائه شده از سوی دراکر
۲۴	تحلیلی بر تعاریف ارائه شده در خصوص کارآفرینی
۲۴	اهداف کارآفرینی
۲۴	ضرورت آموزش کارآفرینی
۲۴	چرخه عمر کارآفرینی (استراتژی آغاز یک کسب و کار)
۲۵	مراحل چرخه عمر کارآفرینی
۲۷	کارآفرینی و توسعه
۲۹	مهارت‌های مورد نیاز در کارآفرینی
۳۱	ویژگی‌های مهم رفتاری کارآفرینان
۳۱	نیازهای کارآفرینان
۳۲	احساسات کارآفرینان
۳۲	آزمون علایق ذاتی کارآفرینان (کنترل کنونی فرد یا کنترل خارجی)
۳۳	عوامل مؤثر در ظهور کارآفرینی
۳۳	مراحل فرایند کارآفرینانه نوپا
۳۳	راهبردهای کارآفرینی
۳۵	شکل‌گیری کارآفرینی
۳۶	

فصل دوم / خلاقیت و نوآوری ۳۷

۳۸	مفهوم خلاقیت و نوآوری
۳۹	تعریف خلاقیت
۴۰	خلاقیت از دیدگاه دانشمندان
۴۱	تعریف خلاقیت از دیدگاه سازمانی

۴۱	نوآوری
۴۲	اخلاقیت و نوآوری چگونه با هم مرتبط شده‌اند؟
۴۲	اهمیت اخلاقیت و نوآوری
۴۳	تفاوت اخلاقیت و نوآوری
۴۴	ویژگی‌های افراد اخلاق
۴۵	فرصت‌های اخلاقیت
۴۵	روش‌های پرورش اندیشه نوآور
۴۶	عوامل بازدارنده اندیشه اخلاق و نوآور
۴۶	تکنیک‌های اخلاقیت و نوآوری
۴۷	تکنیک طوفان ذهنی
۴۹	تکنیک چرخه
۴۹	تکنیک توهم اسلاقی
۵۰	تکنیک پی‌ام‌ای (P.M.I.)
۵۰	تکنیک DOIT
۵۰	تکنیک شکوفه نیلوفر آبی
۵۱	تکنیک چه می‌شود اگر...
۵۱	تکنیک اسکمپر
۵۲	تکنیک در هم شکستن مفروضات
۵۲	تکنیک تجزیه و تحلیل مورونولوژیک
۵۳	تکنیک دلفی
۵۳	تکنیک استخوان ماهی (علت و معلول)
۵۴	تکنیک بازگشت به مشتری
۵۴	تکنیک گروه اسمی
۵۴	تکنیک سینکتیکس
۵۵	تیریز (TRIZ) تئوری حل مسأله

فصلی سوم / مدیریت کسب و کار

۶۲	مدیریت
۶۳	وظایف مدیران
۶۳	برنامه‌ریزی
۶۴	انواع برنامه‌ریزی
۶۴	برنامه‌ریزی جامع یا استراتژیک
۶۵	برنامه‌ریزی اجرایی یا عملیاتی
۶۵	برنامه‌ریزی تخصصی
۶۶	برنامه‌ریزی مؤثر
۶۶	مراحل برنامه‌ریزی
۶۸	فنون برنامه‌ریزی

۶۹	مبانی سازماندهی
۷۰	تعریف سازمان
۷۰	تعریف سازماندهی
۷۱	طبقه‌بندی یا سازماندهی
۷۱	سازماندهی براساس وظیفه (هدف)
۷۱	سازماندهی براساس محصول
۷۲	سازماندهی براساس مشتری
۷۲	سازماندهی منطقه‌ای و جغرافیایی
۷۳	سازماندهی براساس بازار
۷۳	سازماندهی براساس زمان
۷۴	سازماندهی براساس الگوهای جدید
۷۴	سازماندهی براساس پروژه
۷۵	سازماندهی ماتریسی و خزانه‌داری
۷۵	نظارت و کنترل
۷۶	وظایف مدیریت منابع انسانی
۷۶	مفهوم مدیریت منابع انسانی
۷۷	اهداف مدیریت منابع انسانی
۷۸	وظایف و مسئولیت‌های مدیریت منابع انسانی
۷۹	مدیریت بازار
۸۰	مدیریت مالی
۸۱	وظایف مدیران مالی
۸۲	فعالیت‌های مدیران برای کسب سود
۸۳	مدیریت پشتیبانی
۸۴	مدیریت قوانین و مقررات و استفاده از منابع حقوقی
۸۵	انواع کسب و کار
۸۶	راه‌های یافتن کسب و کار
۸۶	مراحل تعیین محل کسب و کار
۸۶	عوامل کلی مؤثر در تعیین محل اجرای طرح
۸۷	عوامل مؤثر در منطقه‌ی عملیاتی طرح
۸۷	عوامل مؤثر در انتخاب محدوده‌ی طرح
۸۷	عوامل مؤثر در انتخاب محل اجرای کسب و کار
۸۷	اشتباهات رایج در راه‌اندازی کسب و کار

فصلی چهارم / شرکت‌های تجاری ۹۳

۹۴	انواع شرکت‌های تجاری
۹۶	انواع شرکت‌های سهامی
۹۷	چگونگی تأسیس و بنیاد شرکت

۹۸	انتخاب تجهیزات و ابزار کار
۹۸	شناسایی منابع مالی کسب و کار
۹۹	مزایا و معایب مالکیت مشارکتی
۹۹	مزایا و معایب مالکیت تعاونی
۱۰۰	نکات مورد توجه در تأمین نیازهای مالی
۱۰۰	نحوه انتخاب دستگاه‌ها و ماشین‌آلات
۱۰۱	بازاریابی کالا و خدمات
۱۰۲	روش‌های عمده قیمت‌گذاری محصول
۱۰۳	منحنی طول عمر محصول
۱۰۵	طول عمر محصول
۱۰۶	معرفی، تبلیغات و توسعه فروش محصول
۱۰۶	شرایط و روش‌های تبلیغات
۱۰۶	مکان و روش توزیع محصول
۱۰۷	مشتری‌مداری
۱۰۷	اصول مشتری‌مداری
۱۰۹	بازاریابی
۱۱۱	فرآیند خرید محصول
۱۱۲	بازرگانی چیست؟

فصل ۵ / طرح کسب و کار ۱۱۳

۱۱۴	فلسفه پیدایی طرح کسب و کار
۱۱۵	تعریف طرح کسب و کار
۱۱۶	خصوصیات یک برنامه کسب و کار
۱۱۶	عوامل مهم برای یک کسب و کار جدید
۱۱۷	انواع طرح کسب و کار
۱۱۷	گام‌های بنیادین در تهیه طرح کسب و کار
۱۱۷	مراحل طرح کسب و کار
۱۱۸	خلاصه مدیریتی
۱۱۸	توصیف کسب و کار و استراتژی
۱۲۰	تیم مدیریت و سازماندهی
۱۲۰	تحلیل بازار و رقبا
۱۲۱	محصول یا خدمت
۱۲۳	بازاریابی و فروش
۱۲۳	اطلاعات مالی
۱۲۵	ضمائم
۱۲۵	نکات کلیدی و قابل توجه در تدوین طرح کسب و کار
۱۲۷	منابع

مقدمه

اکنون که کارآفرینی از مهمترین عوامل رشد و پیشرفت جوامع شده است، بسیاری از کشورها با دگرگونی برنامه‌های آموزشی و مهارتی و نیز با ارتقای سطح توانمندی علمی و مهارتی، توسعه فرهنگ کارآفرینی را دنبال می‌کنند.

در این بین مسئولیت مراکز آموزشی جهت رشد و ترقی جامعه بیش از پیش آشکار می‌شود و این‌گونه مراکز از طریق ارائه آموزش‌های اساسی منطبق با نیازهای شغلی، سطح مهارت‌های تخصصی و معلومات دانشجویان را بالا برده و زمینه ترقی و تعالی کشور را فراهم می‌نمایند.

کارآفرینی ابزاری ارزشمند در توسعه اقتصادی است و بدون توجه کافی به مقوله «توسعه فرهنگ کارآفرینی» نمی‌توانیم به شاخص‌های رشد و توسعه، که با تغییر در روند تولید، بهره‌وری و توان‌افزایی فنی و صنعتی در عرصه اقتصاد حاصل می‌شود، دست یابیم. در گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید به توانمندی‌ها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع طبیعی و به کارگیری تکنولوژی مدرن توجه ویژه‌ای داشته باشیم. زیرا آنها با به کارگیری روش‌های جدید در بازار، خود را برای استفاده بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می‌سازند. کارآفرینی، فرآیندی اکتسابی است و مفهوم و ایده کارآفرینی، مفهومی جدید و متعلق به عصر حاضر نیست. این مفهوم پیش از قرون وسطی مطرح بوده و در گذر زمان دچار تحولاتی شده است. کارآفرینی، ابزاری مهم در توسعه اقتصادی است که عمده‌ترین تأثیر خود را با ایجاد شغل نشان می‌دهد.

در اکثر کشورهای توسعه یافته، مفهوم کارآفرینی در سطوح اقتصادی جا افتاده است، اما در کشور ما اغلب به اشتباه اصطلاح «کارآفرینی اقتصادی» به عنوان ایجاد شغل به کار می‌رود. به اعتقاد کارشناسان و متخصصان بهترین روش ایجاد اشتغال و حل مسأله بیکاری، توسعه و گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه است، زیرا از علل اصلی رشد نرخ بیکاری در کشور ما، توسعه نیافتگی فرهنگ کار و کارآفرینی در جامعه است و اینکه اغلب مردم و از جمله تحصیل کرده‌ها و نیز فرزندان خانواده‌های متمول نیز به دنبال این هستند که از طریق بخش دولتی کسب و کاری برای خود ایجاد کنند، امروزه نقش کارآفرین به عنوان موتور توسعه اقتصادی، محور توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، عامل کلیدی انتقال فناوری، بستر رفع تنگنایهای بازار و گزینه اصلی در ایجاد اشتغال مولد است. کارآفرین عاملی بسیار مهم و سرنوشت‌ساز در تولید ثروت، توسعه فناوری و خلق کسب و کارهای جدید است. او همیشه در جستجوی تغییر است و به آن حساسیت نشان می‌دهد و در یک فرصت استثنایی از آن استفاده می‌کند. کارآفرینان برخی کارها را برای نخستین بار انجام می‌دهند و از این‌رو همیشه ریسک پذیرند. نیازی نیست کارآفرینان، مخترع باشند بلکه آنها به سادگی نیاز دیگران را برای ابداع از طریق آفرینش ایده‌های نو برطرف می‌کنند. برای پیشرفت و توسعه کشور مؤسسات آموزشی باید کارآفرین تربیت کنند تا بتوان با روش‌های جدید به توسعه و پیشرفت دست یافت.

بسیاری از کشورها با توسعه برنامه‌های آموزشی، اشتغال و کاهش نرخ بیکاری دانش‌آموختگان و جوانان را از طریق ارتقای سطح توانمندی‌های کارآفرینان و توسعه فرهنگ کارآفرینی، دنبال می‌کنند.

بنابراین، کارآفرینی از مهمترین عوامل رشد و پیشرفت اقتصادی کشورها است و توسعه و ترویج آن در دانشگاه‌ها، از آنجا که، پرورش و آماده ساختن افرادی است که مایل‌اند روی پای خود بایستند و با دانش و مهارت خود، کسب و کاری راه‌اندازی کنند، ضروری است.