

کار آفرینی

مفاهیم بنیادین و کاربرد آن در کسب و کارهای جدید

تألیف و گردآوری

محمد رضا پری نوش

انتشارات آمه

۱۳۹۱

سرشناسه	: پری‌نوش، محمدرضا، ۱۳۵۲-
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرینی: مفاهیم بنیادین و کاربرد آن در کسب و کارهای جدید / تألیف و گردآوری محمدرضا پری‌نوش.
مشخصات نشر	: تهران: آمه، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	: ۳۲۰ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۶۲۴۲-۳۰-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه
موضوع	: کارآفرینی
رده‌بندی کنکره	: ۱۳۹۱ ک ۴۵ پ / HB۶۱۵
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴
شماره‌ی کتابشناسی ملی	: ۲۹۸۳۴۱۷

مرکز آموزش علمی- کاربردی
سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران

انتشارات آمه

کارآفرینی: مفاهیم بنیادین و کاربرد آن در کسب و کارهای جدید

• مؤلف: محمدرضا پری‌نوش

• ناشر: آمه

• خدمات نشر: واحد فنی سبزان

۸۸۳۴۸۹۹۱-۸۸۳۱۹۵۵۷

• نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۱

• شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

• قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

• چاپ و صحافی: معراج

میدان فردوسی - خیابان فرصت - ساختمان ۵۴ تلفن: ۸۸۳۱۹۵۵۸-۸۸۸۴۷۰۴۴

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۶۲۴۲-۳۰-۹ ISBN:978-600-6242-30-9

فروش اینترنتی و online از طریق سایت آی‌آی‌کتاب www.liketab.com

فهرست

عنوان	صفحه
پیشگفتار.....	۱۳
مقدمه.....	۱۵

فصل اول: موفقیت، هدف‌گذاری و برنامه توسعه فردی

مقدمه.....	۱۹
۱-۱- موفقیت.....	۱۹
۱-۱-۱- تعریف موفقیت.....	۱۹
۲-۱-۱- ابعاد موفقیت.....	۲۰
۲-۱- رویا، آرزو و چشم‌انداز.....	۲۱
۳-۱- برنامه توسعه فردی.....	۲۲
۱-۳-۱- نحوه تدوین برنامه توسعه فردی.....	۲۴
پرسش و تمرین.....	۲۶

فصل دوم: مبانی و اصول کسب و کار

۱-۲- تعریف کسب و کار، بنگاه اقتصادی و ویژگی‌های آن.....	۲۹
۲-۲- اهداف کسب و کار.....	۳۰
۳-۲- انواع کسب و کار.....	۳۰
۱-۳-۲- مزایای کسب و کار کوچک.....	۳۲
۴-۲- نیازمندی‌های بنگاه‌های تجاری و کسب و کار در دنیای معاصر.....	۳۳
۱-۴-۲- مزیت رقابتی و اهمیت آن.....	۳۳
۵-۲- چالش‌های کسب و کار در عصر حاضر.....	۳۶
۶-۲- فناوری‌های جدید.....	۳۷
۱-۶-۲- تعریف فناوری اطلاعات و کاربردهای آن.....	۳۷
۲-۶-۲- کسب و کارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات.....	۳۸
۷-۲- انواع کسب و کار بر اساس ماهیت.....	۳۸
۱-۷-۲- کسب و کار مجازی.....	۳۸
۱-۱-۷-۲- کسب و کار الکترونیکی.....	۳۸
۱-۱-۷-۲- کسب و کار اینترنتی.....	۳۹

۴۰	 تولید بدون کارخانه ۲-۱-۷-۲
۴۱	 کسب و کارهای خانگی ۲-۷-۲
۴۲	 کسب و کارهای خانوادگی ۳-۷-۲
۴۲	 کسب و کارهای روستایی ۴-۷-۲
۴۳	 مهارت‌های عمومی کسب و کار (۵ مهارت اصلی) ۸-۲
۴۳	 ماتریس کسب و کار ۹-۲
۴۴	 نگاه کسب و کارانه ۱۰-۲
۴۴	 مراحل راه‌اندازی کسب و کار ۱۱-۲
۴۵	 انتخاب شکل سازمانی (ساختار فعالیت) کسب و کار ۱۱-۲
۴۵	 روش خرید کسب و کار ۱-۱۱-۲
۴۶	 روش پذیرش نمایندگی ۲-۱۱-۲
۴۷	 شروع کسب و کار از صفر ۳-۱۱-۲
۴۸	 انتخاب نام کسب و کار ۲-۱۱-۲
۴۸	 انواع شرکت‌ها ۳-۱۱-۲
۵۰	 ضرورت و تشریفات ثبت شرکت ۴-۱۱-۲
۵۳	 برخی از مهم‌ترین نکات مربوط به شرکت‌های سهامی ۱-۴-۱۱-۲
۵۵	 برخی از مهم‌ترین نکات مربوط به شرکت‌های با مسئولیت محدود ۲-۴-۱۱-۲
۵۶	 برخی از مهم‌ترین نکات مربوط به شرکت‌های تضامنی ۳-۴-۱۱-۲
۵۶	 اخذ مجوزهای قانونی توسط صاحبان بنگاه‌های اقتصادی ۵-۱۱-۲
۵۷	 تأمین مالی و گردآوری امکانات ۶-۱۱-۲
۶۴	 سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در مراحل مختلف فعالیت اقتصادی ۱-۶-۱۱-۲
۶۵	 مدیریت کسب و کار ۷-۱۱-۲
۶۵	 فعالیت‌های مدیریتی ۱-۷-۱۱-۲
۶۸	 فعالیت‌های تولیدی و فنی ۲-۷-۱۱-۲
۷۰	 فعالیت‌های بازرگانی ۳-۷-۱۱-۲
۷۰	 رشد کسب و کار ۴-۷-۱۱-۲
۷۱	 مدیریت ریسک ۵-۷-۱۱-۲
۷۲	 بیمه ۱۲-۲
۷۳	 بیمه‌های اجتماعی ۱-۱۲-۲
۷۴	 بیمه‌های بازرگانی ۲-۱۲-۲

۷۵	۳-۱۲-۲- اهمیت نقش بیمه برای صاحبان کسب و کار و افراد
۷۷	پرسش و تمرین

فصل سوم: تحلیل محیط کسب و کار

۸۱	مقدمه
۸۱	۱-۳- تعریف محیط از دیدگاه‌های مختلف
۸۲	۱-۱-۳- محیط کسب و کار از دیدگاه صاحب‌نظران علوم سازمانی
۸۴	۲-۱-۳- محیط کسب و کار در مدیریت استراتژیک
۸۸	۲-۳- نظام‌های اقتصادی
۹۱	۳-۳- رشد اقتصادی
۹۱	۴-۳- توسعه اقتصادی
۹۲	۱-۴-۳- سیاست‌های پولی و مالی
۹۳	۲-۴-۳- تورم و اثرات آن بر کسب و کار
۹۴	۵-۳- بهره‌وری
۹۶	۶-۳- فرهنگ و محیط کسب و کار
۹۶	۱-۶-۳- معنا و مفهوم فرهنگ
۹۶	۲-۶-۳- کارکردهای فرهنگ و تأثیر آن بر کسب و کارها
۱۰۰	۳-۶-۳- لایه‌های فرهنگ ایرانی
۱۰۰	۷-۳- تحلیل محیط کسب و کار در ایران
۱۰۲	پرسش و تمرین

فصل چهارم: کارآفرینی

۱۰۵	مقدمه
۱۰۵	۱-۴- واژه شناسی
۱۰۶	۲-۴- سابقه تاریخی مفهوم کارآفرینی
۱۰۷	۳-۴- تعاریف کارآفرینی و کارآفرین
۱۱۱	۴-۴- تمایز بین کارآفرین با مخترع، خلاق، نوآور، سرمایه‌گذار و مدیر
۱۱۲	۵-۴- انواع کارآفرینی
۱۱۲	۱-۵-۴- کارآفرینی فردی (مستقل)
۱۱۳	۲-۵-۴- کارآفرینی شرکتی

- ۱۱۳..... ۴-۵-۲-۱- کارآفرینی سازمانی
- ۱۱۵..... ۴-۵-۲-۲- سازمان کارآفرینانه
- ۱۱۶..... ۴-۵-۳- کارآفرینی اجتماعی
- ۱۱۶..... ۴-۵-۳-۱- کارآفرینی ارزشی
- ۱۱۶..... ۴-۵-۳-۲- اکو کارآفرین
- ۱۱۷..... ۴-۵-۴- کارآفرینی الکترونیکی
- ۱۱۷..... ۴-۶- کارآفرینی از دید اقتصاد دانان
- ۱۱۸..... ۴-۷- کارآفرینی از دید محققین روان شناسی
- ۱۱۸..... ۴-۷-۱- ویژگی های شخصیتی کارآفرینان
- ۱۲۰..... ۴-۷-۲- ویژگی های روان شناختی کارآفرینان
- ۱۲۲..... ۴-۸- کارآفرینی از دید محققین جامعه شناسی
- ۱۲۲..... ۴-۸-۱- ویژگی های جمعیت شناختی کارآفرینان
- ۱۲۴..... ۴-۹- اهمیت، ضرورت و نقش های کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی
- ۱۲۷..... ۴-۱۰- گرایش به کارآفرینی (جهت گیری کارآفرینانه)
- ۱۲۸..... ۴-۱۱- نگرش کارآفرینانه
- ۱۲۹..... ۴-۱۲- نگاه کارآفرینانه
- ۱۲۹..... ۴-۱۳- فرهنگ کارآفرینی
- ۱۳۱..... ۴-۱۴- فرآیند کارآفرینی
- ۱۳۳..... ۴-۱۵- فرصت های کارآفرینی
- ۱۳۳..... ۴-۱۵-۱- تعریف فرصت
- ۱۳۵..... ۴-۱۵-۲- فرآیند رسمی تشخیص فرصت
- ۱۳۶..... ۴-۱۵-۳- روندهای مهم بازار
- ۱۳۷..... ۴-۱۶- توسعه کارآفرینی
- ۱۳۷..... ۴-۱۶-۱- توسعه کارآفرینی در سازمان
- ۱۳۸..... ۴-۱۶-۲- توسعه کارآفرینی در سطح کلان
- ۱۳۸..... ۴-۱۶-۲-۱- الزامات توسعه کارآفرینی
- ۱۳۹..... ۴-۱۶-۲-۲- سیاست های حمایتی دولت ها
- ۱۴۵..... ۴-۱۷- ایده، ایده یابی، ایده سازی، غربالگری و امکان سنجی ایده اولیه
- ۱۴۵..... ۴-۱۷-۱- تعریف ایده
- ۱۴۵..... ۴-۱۷-۲- تعریف ایده یابی

۱۴۵	۳-۱۷-۴- روش‌های خلق ایده یا یافتن ایده کسب و کار
۱۴۶	۴-۱۷-۴- غربال کردن، ارزیابی و اولویت‌بندی ایده‌ها
۱۴۸	۵-۱۷-۴- امکان‌سنجی اولیه ایده انتخاب شده
۱۴۹	۱۸-۴- انتخاب مکان کسب و کار
۱۵۰	۱۹-۴- خلاقیت
۱۵۰	۱-۱۹-۴- تعریف خلاقیت
۱۵۱	۲-۱۹-۴- افراد خلاق، چگونه فکر می‌کنند؟
۱۵۶	۳-۱۹-۴- مؤلفه خلاقیت
۱۵۷	۴-۱۹-۴- تکنیک‌های خلاقیت
۱۵۹	۱-۴-۱۹-۴- تکنیک «طوفان ذهنی»
۱۶۳	۲-۴-۱۹-۴- تکنیک «جرا»
۱۶۴	۳-۴-۱۹-۴- تکنیک «TRIZ»
۱۶۵	۴-۴-۱۹-۴- تکنیک «بازگشت به مشتری»
۱۶۵	۵-۴-۱۹-۴- تکنیک «چه می‌شود اگر...؟»
۱۶۶	۲۰-۴- نوآوری
۱۶۷	۲۱-۴- منحنی حیات کسب و کارهای کارآفرینانه
۱۶۹	پرسش و تمرین

فصل پنجم: بازاریابی در بنگاه‌های کارآفرین

۱۷۳	مقدمه
۱۷۳	۱-۵- تعریف بازاریابی
۱۷۴	۱-۱-۵- نیاز
۱۷۵	۲-۱-۵- خواسته
۱۷۶	۳-۱-۵- تقاضا
۱۷۶	۴-۱-۵- محصول
۱۷۸	۵-۱-۵- مبادله
۱۷۸	۶-۱-۵- معامله
۱۷۹	۷-۱-۵- بازار
۱۸۰	۲-۵- مدیریت بازاریابی
۱۸۱	۳-۵- ابعاد گوناگون بازاریابی

پیش‌گفتار

نسبت آدمی یا کتاب مثل نسبت جسم است به جان، مثل نسبت گیاه است به نور، مثل نسبت مغز است به اکسیژن و بسیاری نسبت‌های دیگر. چه بسا کارکرد یا حتی وجود این یکی به آن دیگری وابسته است.

تاریخ به ما می‌گوید که کتاب مجموعه مکتوب مواریث و معارف بشری است که برای انتقال به نسل‌های آینده تدوین شده است. امروزه با توسعه فناوری و گسترش مرزهای علوم، امکان دسترسی علاقه‌مندان به کتاب با استفاده از ابزارهایی مانند اینترنت، لوح فشرده و انواع رسانه‌های شنیداری، تسهیل شده و رشد قابل‌توجهی یافته است. در این میان کتاب‌های دانشگاهی و آثاری که به‌طور مستقیم مبنای تدریس استادان و پژوهشگران قرار می‌گیرند، نوع خاصی از توجه و حمایت را طلب می‌کنند، تا بتوانند بخشی از نیازهای آموزشی مراکز آموزش عالی کشور را برطرف سازند.

مرکز آموزش علمی‌کاربردی سازمان فرهنگی‌هنری شهرداری تهران نیز هم‌پای دیگر مؤسسات آموزشی، برای تأمین منابع مورد نیاز رشته‌های مختلف خود و همچنین ایجاد انگیزه در استادان و دانشجویان، برای خلق آثار جدید و گسترش فعالیت‌های پژوهشی، زمینه چاپ و انتشار کتاب‌ها و مقاله‌های آنها را در دو حوزه تألیف و ترجمه فراهم کرده و در برنامه کاری خود قرار داده است. امید می‌رود این اقدام بتواند راه‌گشای مسیری باشد که به خوداتکالی، تولید دانش و معرفت بومی و نیز تأمین منابع درسی دانشگاهی منتهی شود.

کیهان محمدخانی

سرپرست مرکز آموزش علمی‌کاربردی

سازمان فرهنگی‌هنری شهرداری تهران

مقدمه

ما که در عصر کارآفرینی زندگی می‌کنیم نقش کارآفرینان را در رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی، حیاتی و غیرقابل‌انکار می‌بینیم. با توجه به اینکه توسعه هر نوع کسب و کاری توأم با مخاطره می‌باشد، به‌منظور به حداقل رسانیدن این مخاطرات و افزایش احتمال موفقیت دانشجویان گرامی دانشگاه جامع علمی کاربردی در کسب و کار آینده یا فعلی خود و با عنایت به اهمیت برنامه‌های درسی و آموزشی شغل محور برای دستگاه‌های اجرایی و به‌خصوص مراکز مجری دوره‌های علمی کاربردی و نیز به‌منظور تدوین یک برنامه درسی جامع‌نگر که بتواند ابعاد و زوایای آموزشی حوزه کارآفرینی را مورد توجه قرار دهد، بر آن شدم تا این کتاب را به رشته تحریر درآورم.

این کتاب در شش فصل تدوین شده است.

در فصل اول، مفاهیم موفقیت و نحوه تدوین برنامه توسعه فردی تبیین شده است.

در فصل دوم، مبانی و اصول کسب و کار از جمله: انواع کسب و کارها، مراحل راه‌اندازی کسب و کار، بیمه و ... مطرح گردیده است.

در فصل سوم، مبحث تحلیل محیط کسب و کار شامل: تحلیل محیط از دیدگاه‌های مختلف، انواع نظام‌های اقتصادی، رشد و توسعه اقتصادی، فرهنگ و محیط کسب و کار مطرح شده است.

در فصل چهارم، مفاهیم کارآفرینی، خلاقیت، تکنیک‌های خلاقیت، نوآوری، فرصت‌های کارآفرینانه، نحوه ایده‌یابی و امکان‌سنجی آن و ... به تفصیل مطرح گردیده است.

با توجه به اینکه بدون در نظر گرفتن نقش بازاریابی، کسب و کار رو به ورشکستگی خواهد نهاد، به‌منظور جمع‌آوری و حفظ مشتریانی راضی و خشنود، مباحث مربوط به بازاریابی نظیر دیدگاه‌های مدیریت بازاریابی، فرآیند بازاریابی کارآفرینانه، تحقیقات بازار، تحقیقات بازاریابی، برندینگ، آمیخته بازاریابی و ... در فصل پنجم، مورد بحث قرار گرفته است.

در فصل ششم، نحوه تهیه و تدوین طرح کسب و کار با ذکر یک مثال جهت درک بهتر دانشجویان

گرامی به رشته تحریر درآمده است.

امیدوارم کتاب حاضر به عنوان کتابی کاربردی بتواند ضمن آموزش مفاهیم بنیادین کارآفرینی، با اصلاح دیدگاه‌ها و روش‌های سنتی کسب و کار و ایجاد گرایش به کارآفرینی (جهت‌گیری کارآفرینانه) در مخاطبان، نهایتاً با به‌کارگیری منابع محدود مالی (اعم از بخش دولتی و خصوصی) و نیل به توسعه اقتصادی نقش مؤثر ایفا نماید. با امید آنکه در مرحله اجرا نیز این امر محقق گردد.

لازم می‌دانم از اساتید گرامی جناب آقای دکتر ناصر عبادتی، جناب آقای دکتر محمد حسن مبارکی، جناب آقای دکتر مهران رضوانی، جناب آقای داریوش فاتح برخواری و همینطور جناب آقای مهندس مرتضی بابایی، سرکار خانم آتوسا فاتح برخواری، جناب آقای بهروز عبدالمالکی، سرکار خانم سجادی، خانواده، دوستان و همه عزیزانی که با بذل زمان و توجه خود، بنده را در نگارش این اثر همراهی نموده‌اند، تقدیر نمایم.

«ما موجودات فانی علی‌رغم عمر کوتاه خودمان، ارزش‌هایی می‌آفرینیم که می‌توانند عمر جاوید داشته باشند.»

محمد رضا پری‌نوش