

کار آفرینی

هیندگان:

ناهید نصیرزاده هندی، آزاده نادری

علی احمدی ونیری

تابستان ۱۳۹۷

سرشناسه

عنوان و نام پدیدآور

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری

شابک

وضعیت فهرست نویسی

یادداشت

موضوع

موضوع

شناسه افزوده

شناسه افزوده

رده بندی کتبی

رده بندی - یوبی

شماره کتابشناسی

نصیرزاده ونهری، ناهید، ۱۳۶۴-

کارآفرینی / نویسندگان ناهید نصیرزاده ونهری، آزاده نادری، علی احمدی ونهری.

تهران، ناهید نصیرزاده ونهری، ۱۳۹۷.

۲۵۰ ص.

۹۷۸-۶۲۲-۰۰-۱۵۱۷-۸

فیفا

کتابنامه.

کارآفرینی

Entrepreneurship

نادری، آزاده، ۱۳۵۹-

احمدی ونهری، علی، ۱۳۶۴-

۱۳۹۷۲ک۵۶۲ن/ HB۶۱۵

۳۳۸/۰۴

۵۴۰۶۸۷

کارآفرینی

مؤلفین: ناهید نصیرزاده ونهری، آزاده نادری

علی احمدی ونهری

ناشر: مؤل

چاپ اول: ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

طراحی جلد و صفحه آرایي:

واحد فنی و رایانه انتشارات فرهنگ رسا

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

ISBN: ۹۷۸-۶۲۲-۰۰-۱۵۱۷-۸

تمامی حقوق مادی اعم از حق انحصاری نشر و پخش و عرضه این اثر برای مؤلفین محفوظ است.

فهرست مطالب

۱۲	پیش‌فتار.....
۱۴	فصل اول - کلیات کارآفرینی.....
۱۵	کسب و کار چیست.....
۱۶	عناصر کسب و کار.....
۱۷	۱. کسب و کار صنعتی.....
۱۸	۲. کسب و کار خدماتی.....
۱۸	۳. کسب و کار تجاری.....
۱۸	۱. کسب و کار الکترونیکی.....
۱۸	۲. کسب و کار خانگی.....
۱۹	۳. کسب و کارهای خانوادگی.....
۱۹	۴. کسب و کارهای روستایی.....
۱۹	۵. کسب و کارهای کوچک و متوسط.....
۱۹	۶. کسب و کارهای بزرگ.....
۲۱	نگرش‌ها به کسب و کار.....
۲۱	۱. نگرش منفی نسبت به کسب و کار.....
۲۱	۲. نگرش خنثی نسبت به کسب و کار.....
۲۲	۳. نگرش مثبت نسبت به کسب و کار.....
۲۳	۱. علاقه به ثروت‌های بادآورده در برخی افراد.....
۲۳	۲. استقبال اکثریت نیروی کار از تعطیلات.....
۲۳	۳. بهره‌وری پایین نیروی کار.....
۲۴	۳. تمایل به مشاغل واسطه‌گری، دلالتی و خدماتی.....
۲۶	نگرش اسلام به کسب و کار.....

۲۹	فصل دوم - کارآفرینی چیست؟ کارآفرین کیست؟
۳۰	مفهوم کارآفرینی
۳۰	دلایل کارآفرینی در کسب و کار
۳۱	شما خریدار کدام یک خواهید بود؟
۳۲	پاداش ها و تلاش های کارآفرینانه
۳۲	تلاش های حاصل از کارآفرین بودن:
۳۲	خودشکوفایی یا کامیابی فردی
۳۲	احساس آزادی و استقلال
۳۲	تلاش های فردی لازم برای کارآفرین شدن:
۳۲	فرآیند کارآفرینی
۳۳	ویژگی های کارآفرینانه
۳۴	۱- رویکرد ویژگی
۳۴	۱-۱- حالت های ذهنی مثبت
۳۵	۱-۲- نیاز به موفقیت
۳۷	۱-۳- تمایل به ریسک و مساطره
۳۸	۱-۴- گرایش به خلاقیت و نوآوری
۳۸	۱-۵- روحیه ی شکست ناپذیری
۴۰	۱-۶- مرکز کنترل درونی
۴۰	۱-۷- نیاز به استقلال
۴۰	۲- رویکرد رفتاری
۴۱	۱-۲- ویژگی های مرتبط با سابقه و پیشینه
۴۱	۱-۱-۲- شرایط کودکی
۴۲	۲-۱-۲- تحصیلات
۴۳	۳-۱-۲- پایگاه اجتماعی پایین
۴۳	۲-۲- ویژگی های تجربی
۴۴	۱-۲-۲- الگوی نقش
۴۵	تجربه کاری و نارضایتی از شغل قبلی
۴۵	قابلیت های کارآفرینانه
۴۷	۱- قابلیت های فردی کارآفرینانه
۴۸	۲- قابلیت کارآفرینانه سازمانی
۴۹	۳- قابلیت کارآفرینانه اجتماعی
۵۱	انگیزه ی کارآفرینانه

۵۱	ارزیابی فردی
۵۱	انگیزه و نگرش ها
۵۲	عادت های کارآفرینانه
۵۳	انگیزه های ذهنی
۵۳	کارآفرینان باید بسیار با انگیزه باشند
۵۵	هدف گذاری کارآفرینانه
۵۵	دستورالعمل هایی برای هدف گذاری
۵۵	تعیین اهداف کارآفرینانه

۵۹	فصل سوم - بنگاه کسب و کار چیست؟
۶۰	بنگاه های کسب و کار در جامعه
۶۰	انواع نوآون بنگاه ها
۶۲	معنا و مفهوم خط پذیری
۶۳	انرژی
۶۳	نیاز به موفقیت
۶۳	وظیفه گرایی
۶۴	همدلی
۶۴	کاردانی و درایت
۶۴	برنامه ریزی
۶۴	خطرپذیری
۶۴	نوآوری
۶۵	مهارت ها
۶۵	استقلال
۶۵	شبکه سازی
۶۵	هدف گرایی
۶۶	فرایند تصمیم گیری کارآفرین

۶۸	فصل چهارم - شکل های قانونی مالکیت کسب و کار
۶۹	انواع شرکت های تجاری
۷۰	اقسام مختلف شرکت ها و قواعد مربوط به آنها
۷۰	شرکت های سهامی
۷۱	شرکت با مسئولیت محدود

۷۱	شرکت تضامنی
۷۲	شرکت مختلط غیر سهامی
۷۳	شرکت مختلط سهامی
۷۳	شرکت نسبی
۷۳	شرکت ها تعاونی تولید به مصرف

فصل پنجم - فعالیت های بازرگانی بنگاه کسب و کار ۷۵

۷۶	بازاریابی در بنگاه های کوچک و متوسط
۷۸	تفکر استراتژیک در حوزه بازاریابی
۷۸	آشنایی با مفهوم فرصت در حوزه کسب و کار
۷۹	آشنایی با مفهوم تمایز
۷۹	آشنایی با رویکرد نگر استراتژیک
۸۰	استراتژی بازاریابی و نقش استراتژیک در حوزه بازاریابی
۸۱	جایگاه یابی، هدف گذاری و تقسیم بندی بازار
۸۱	می خواهیم چه چیزی را به مشتریان بفروشیم؟
۸۱	چگونه این کار را انجام خواهیم داد؟
۸۱	تقسیم بندی و هدف گیری در بازار
۸۲	جایگاه یابی در بازار
۸۴	انتخاب و ارزیابی محصولات و خدمات جدید
۸۴	ارزیابی ایده های کارآفرینانه
۸۵	آزمون ایده های اولیه
۸۷	تصمیم گیری در حوزه قیمت گذاری در کسب کارهای کارآفرین
۸۷	انتخاب قیمت مطلوب از شروع فعالیت
۸۸	روش های تعیین درآمد در سطوح مختلف قیمت
۸۸	آزمون در حین عرضه محصول به بازار
۸۹	آزمون قبل از عرضه محصول به بازار
۸۹	رابطه قیمت و ارزش ادراکی
۸۹	قیمت گذاری مالکیت فکری و حقوق معنوی
۹۰	تنظیمات مرتبط با کانال توزیع و فروش در بنگاه های کوچک و متوسط
۹۰	کارکردها و مزایای کانال توزیع و سیستم فروش
۹۱	طراحی و انتخاب کانال توزیع و فروش کالا و خدمات
۹۲	فناوری و تاثیر آن بر سیستم های توزیع و فروش

۹۲	مدیریت پویای کانال توزیع و سیستم فروش
۹۳	ترویج و تبلیغات کارآفرینانه
۹۴	رویکرد های ترویجی در بازاریابی کارآفرینی
۹۵	بازاریابی و پیروسی در بستر شبکه های اجتماعی
۹۵	فعالیت های ترویجی در حین رویداد ها
۹۵	رویکرد های تبلیغی در بازاریابی کارآفرینی
۹۶	کارآفرینان چگونه می توانند بهره وری تبلیغات خود را افزایش دهند؟
۹۶	بودجه بندی تبلیغات
۹۷	ترسیم فعالیت های آتی بنگاه در حوزه بازاریابی
۹۸	آمیزش بازاریابی
۹۹	انواع مخاطب
۹۹	وضعیت تقاضا

۱۰۲	فصل ششم - کسب و کار های الکترونیک
۱۰۳	اصطلاحات و مفاهیم کسب و کار الکترونیک
۱۰۳	کسب و کار الکترونیکی
۱۰۳	تجارت الکترونیکی
۱۰۴	تجارت الکترونیکی سیار
۱۰۴	مفهوم استراتژی
۱۰۷	استراتژی در سطح سازمان
۱۰۸	استراتژی واحد کسب و کار
۱۰۸	استراتژی عملیاتی
۱۰۹	مفهوم ارزش آفرینی
۱۰۹	تکامل کسب و کار الکترونیکی
۱۱۲	انواع الگوهای کسب و کار الکترونیکی
۱۱۲	واسطه ها
۱۱۳	۲- فروشگاه های الکترونیکی
۱۱۳	۳- مراکز خرید الکترونیکی
۱۱۴	۴- حراجی های الکترونیکی
۱۱۶	۵- انجمن های کسب و کار
۱۱۶	۶- انجمن های مجازی
۱۱۷	۷- الگوی گرد آورنده خریدار

- ۱۱۷-۸- طبقه بندی شده ها.....
- ۱۱۷-۹- واسطه های اطلاعاتی.....
- ۱۱۸-۱۰- تدارکات الکترونیکی.....
- ۱۱۹-۱۱- الگوی توزیع.....
- ۱۲۰- بازارهای کسب و کارهای الکترونیکی.....
- ۱۲۰-۱- سازمان با سازمان (B2B).....
- ۱۲۱-۲- سازمان با مشتری (B2C).....
- ۱۲۴-۳- مشتری به مشتری (C2C).....

فصل هشتم - طرح کسب و کار..... ۱۲۶

- ۱۲۷-۱- خلاصه ای برای.....
- ۱۲۷-۲- شرح کسب و کار.....
- ۱۲۷-۳- بخش بازاریابی.....
- ۱۲۸-۴- بخش طراحی، تقنین و توسعه.....
- ۱۲۸-۵- بخش مکان یابی.....
- ۱۲۸-۶- بخش مدیریت.....
- ۱۲۸-۷- بخش مالی.....
- ۱۳۱- مراحل محاسبه سرمایه گذاری کل طرح.....
- ۱۳۳- هزینه استهلاک.....
- ۱۳۴- هزینه های ثابت.....
- ۱۳۴- هزینه های متغیر.....
- ۱۳۸- نحوه محاسبه سرمایه گذاری طرح.....
- ۱۳۹-۸- بخش ریسک های بسیار مهم.....
- ۱۴۰-۹- بخش برنامه زمانبندی.....

فصل هشتم - بوم کسب و کار..... ۱۴۷

- ۸۴۱- مقدمه.....
- ۱۵۰- مشتری کیست؟.....
- ۱۵۲- مشتریان.....
- ۱۵۴- کاهش هزینه ها.....
- ۱۷۰- منابع.....

پیشگفتار

امروز کارآفرینی به عنوان نقطه ثقل برنامه های پیشرفت و توسعه جوامع خودنمایی می کند و هر چه زمان به جلو تر می رود، ابعاد جدیدی از جایگاه و منزلت این مفهوم بر همگان روشن تر می شود و دنیای کسب و کار موفقیت روبه تزاید خود را به آن گره می زند.

به علت اهمیت میان رشته ای کارآفرینی و ورود صاحب نظران علوم اقتصادی، مدیریتی، روانشناسی، جامعه شناسی و سایر رشته های مرتبط، علم کارآفرینی ابژه ای از نژادیه ها و اطلاعات مفیدی را در خود جای داده است که باعث افزایش نام علمی و اقبال عمومی به این رشته علمی شده است. ولی این تنوع برای اساتید و دانشجویان و فراگیران این علم و رشته چالشی جدی ایجاد کرده است به گونه ای که یادگیری و درک مناسب این حجم عظیم اطلاعات بدون در نظر گرفتن چارپوب تعریف شده و دسته بندی مرتبط درک مفایم کارآفرینی را برای فراگیران درس کارآفرینی میسر نمی سازد.

مؤلفین این مجموعه با عنایت به ضرورت یادگیری اثربخش و انتقال مناسب دانش کارآفرینی به دانشجویان و فراگیران علم کارآفرینی این کتاب را در هشت فصل تهیه و تدوین نموده اند. فصل اول مربوط به کلیات کارآفرینی می باشد. در فصل دوم، مفهوم کارآفرینی و ویژگی های فرد کارآفرین تشریح شده است. فصل سوم کتاب مربوط به بنگاه های کسب و کار است. اما در فصل چهارم این کتاب شکل های قانونی مالکیت کسب و کار بیان شده است که این شکل ها عبارتند از شرکت های سهامی، شرکت با مسئولیت محدود، شرکت مختلط غیر سهامی، شرکت مختلط سهامی، شرکت نسبی و شرکت های تعاونی می باشند. در فصل پنجم به بررسی فعالیت های بازرگانی بنگاه های کسب و کار پرداخته شده است. فصل ششم کسب و کار الکترونیک که یکی از مهم ترین کسب و کارهای امروزی می باشد مورد بحث و بررسی قرار گرفته

است. و سرانجام به ترتیب در فصل های هفتم و هشتم طرح کسب و کار و بوم مدل کسب و کار به عنوان طرح های عملیاتی کارآفرینی پرداخته شده است.

اگرچه تلاش شده است در تدوین این اثر از منابع مختلف و متعدد بهره گرفته شود، با وجود وسواس های فراوان کاستی هایی هم وجود دارد، که امید است استادان، محققان، کارشناسان و همه همراهانی که دستی در کارآفرینی دارند نارسایی های موجود در کتاب را گوشزد کنند تا در چاپ های بعدی رفع شود. در پایان سپاس ویژه و بیکران خود را به درگاه خداوند متعال ابراز می داریم که کامیابی این کار را بر حقیران منت نهاد امیدواریم این اثر ناچیز ذره ای بر غنای ادبیات کارآفرینی بیفزاید و مورد قرائت واقع شود.

خدایا چنان کن سرانجام کار
که تو نشنود باشی و مارستگار

ناهید نصیرزاده و بهری n.nasirzadeh@ut.ac.ir

آزاده نادری mbagradu2012@gmail.com

علی احمدی ونهری aave.2002@gmail.com