

راهنمای کار آفرین

(اصول و شیوه های عمل)

www.ketab.ir

تألیف:

طاهره بسطامی

سرشناسه	: بسطامی، طاهره، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: راهنمای کارآفرین (اصول و شیوه‌های عمل) // تألیف طاهره بسطامی.
مشخصات نشر	: گرگان: انتشارات نوروزی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۰ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۰۰۲-۰۷۳۳-۷-۳۵۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه:ص. ۱۲۷.
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
رده بندی کنگره	: HB۶۱۵
رده بندی دیویی	: ۰۴/۳۳۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۹۱۳۱۲۸

راهنمای کارآفرین (اصول و شیوه‌های عمل)

تألیف: طاهره بسطامی

صفحه آرا و طراح جلد: بهرام عزت تبار

نوبت چاپ: اول- ۱۳۹۸

مشخصات ظاهری: ۱۸۰ ص

قطع: وزیری

شمارگان: ۳۰۰

شماره شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۰۲-۰۷۳۳-۷-۳۵۰۰۰

چاپ و نشر: نوروزی-۰۱۷۳۲۲۴۲۲۵۸

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

حق چاپ برای نویسنده محفوظ می‌باشد.



نشانی: گلستان، گرگان، خیابان شهید بهشتی، بازار رضا(ع). ۰۱۷-۳۲۲۴۲۲۵۸

دورنگار: ۰۱۷-۳۲۲۴۲۰۰۴۷ آدرس الکترونیکی: Entesharate.noruzi@gmail

سایت انتشارات: www.Entesharate-noruzi.com

۹	پیشگفتار
۱۱	بخش اول: اصول برنامه ریزی استراتژیک
۱۳	۱- استراتژی های شناخت محیط رقابتی
۱۳	۱-۱- الگوی ۵ نیروی رقابتی پورتر
۱۶	۱-۲- شناسایی محیط کسب و کار با تحلیل PESTEL
۲۲	۱-۳- روش تحلیل پروفایل رقابتی (CPM)
۲۵	۲- استراتژی های معمول در عمل
۲۵	۲-۱- استراتژی های معمول پورتر
۲۹	۲-۲- استراتژی های نوعی
۳۵	۳- چارچوب های تدوین استراتژی
۳۵	۳-۱- ماتریس گروه مشاوره بوسن (ECC)
۳۷	۳-۲- ماتریس (محصول - بازار)
۴۰	۳-۳- ماتریس SWOT
۴۷	۳-۴- ماتریس داخلی - خارجی (IEM)
۴۹	بخش دوم: اصول راه اندازی کسب و کار
۵۱	۱- خلاقیت و ایده پردازی
۵۱	۱-۱- تحلیل جذابیت صنعت
۵۳	۱-۲- تکنیک های خلاقیت و ایده پردازی
۵۳	۱-۲-۱- تکنیک DO IT
۵۴	۱-۲-۲- تکنیک طوفان فکری
۵۶	۱-۲-۳- تکنیک دلفی
۵۷	۱-۳- ارزیابی ایده ها
۵۹	۲- طراحی مدل کسب و کار

۷۲	۳- تحقیقات بازار
۷۴	۳-۱- مراحل انجام تحقیقات بازار اثربخش
۷۸	۴- شناخت و تخمین اندازه بازار
۸۲	۵- پیاده‌سازی اصول بازاریابی
۸۳	۵-۱- چهار عنصر کلیدی در استراتژی بازاریابی
۸۳	۵-۱-۱- تجزیه و تحلیل وضعیت فعلی کسب و کار
۸۵	۵-۱-۲- تجزیه و تحلیل مشتریان
۸۷	۵-۱-۳- تجزیه و تحلیل رقبا
۸۸	۵-۱-۳-۱- پیشنهاد فروش منحصر به فرد کسب و کار
۹۰	۵-۱-۳-۲- شناسایی گوری کسب و کار
۹۳	۵-۱-۴- استراتژی‌های وب
۹۶	۵-۲- مدل بازاریابی (STP)
۹۹	۶- استراتژی‌های اصلی قیمت‌گذاری
۱۰۱	۷- نگارش طرح کسب و کار
۱۱۱	۸- ارزیابی طرح کسب و کار
۱۱۱	۸-۱- ارزیابی فنی
۱۱۳	۸-۲- ارزیابی اقتصادی و بازار
۱۱۴	۸-۳- ارزیابی مالی
۱۱۵	۸-۳-۱- بررسی نقطه سربه سر
۱۱۸	۸-۳-۲- دوره بازگشت سرمایه
۱۱۹	۸-۳-۳- معکوس دوره بازگشت سرمایه
۱۱۹	۸-۳-۴- نرخ بازده حسابداری (ARR)
۱۱۹	۸-۳-۵- خالص ارزش فعلی (NPV)
۱۲۲	۸-۳-۶- نرخ بازده داخلی (IRR)
۱۲۴	۸-۳-۷- شاخص سودآوری

۸-۳-۸- نسبت منافع به مخارج (B/C) ۱۲۵

پیوست ها ۱۳۱

پیوست ۱- چک لیست برنامه مالی ۱۳۲

پیوست ۲- چک لیست برنامه بازاریابی ۱۳۸

پیوست ۳- تست سنجش آمادگی لازم برای شروع کسب و کار ۱۵۰

پیوست ۴- تست روانشناسی کارآفرینی ۱۶۳

پیوست ۵- تست سنجش میزان DNA کارآفرینی ۱۶۷

پیوست ۶- تست اندازه گیری ویژگی های شخصیتی کارآفرینی (نیمرخ کارآفرینی) ... ۱۷۱

منابع و ساختار: ... ۱۷۹

پیشگفتار:

تدوین استراتژی نیاز حیاتی هر کسب و کاری محسوب می شود. هر شرکتی برای آغاز یک مسیر جدید و حرکت به سمت ناشناخته‌ها نیازمند نقشه راهی است که آن را استراتژی یا راهبرد می نامند. استراتژی کسب و کار^۱ مشخص می کند، هدف از ایجاد یک کسب و کار چیست، این هدف چگونه محقق خواهد شد و از چه طریقی به درآمدزایی می رسد. البته در برنامه بازاریابی استراتژیک یک شرکت موارد دیگری هم ذکر خواهد شد، اما این عوامل ذکر شده اساس هر کسب و کاری را تشکیل می دهند و هیچ کسب و کاری بدون مشخص کردن آنها نمی تواند مدت زیادی در بازار دوام بیاورد.

احتمالاً اکثر شما که در مسیر و کار کوچکی فعالیت دارید و یا کارآفرین هستید با طرح کسب و کار آشنایی دارید شاید در دغدغه نوشتن آنرا برای کسب و کارتان داشته اید و نهایتاً برای نوشتن آن از مشاوران متخصص در این امر کمک گرفته اید. طرح کسب و کار به منزله زیرساخت های یک کسب و کار است، وجودش سبب ثبات و دوام کسب و کار می شود و عدم وجودش هم منجر به آن می شود که منابع بهرانی کسب و کارها مسیر خود را گم کنند و حتی با شکست مواجه شوند.

استراتژی کسب و کار جزئی از طرح کسب و کار است که با توجه به تمام مستندات مندرج در طرح کسب و کار مشخص می کند بهترین راهبرد یا استراتژی و برنامه بازاریابی برای یک کسب و کار در مدت زمان مشخص چیست. به این صورت کسب و کار برنامه های اجرایی خود را بر اساس استراتژی های بازاریابی، بودجه در دسترس و هر آن چیز دیگری که ممکن است تأثیرگذار باشند، مشخص می کنند.

تدوین یک استراتژی در تمامی موارد، از جمله اولویت بندی جدید برای کسب و کار، تدوین برنامه هایی برای رشد، تعیین نقشه راه یک محصول و یا برنامه ریزی برای تصمیمات سرمایه گذاری ضروری است. اگر کمی واقع بین باشید، کسب و کار شما به یک استراتژی مشخص نیازمند است. در حقیقت تدوین یک استراتژی عملی، هوشمندانه و البته ضروری است.

^۱ Business Strategy

در یک نگاه کلی، در کتاب حاضر سعی شده است طیفی از محتواهای آموزشی در زمینه کارآفرینی و مدیریت کسب و کار برای دانشجویان در دو بخش به شرح ذیل فراهم شود:

بخش اول: اصول برنامه ریزی استراتژیک

بخش دوم: اصول راه اندازی کسب و کار

ضمن آنکه متن کتاب به گونه ای تدوین شده که قابل استفاده برای سایر افرادی می باشد که:

- در شرف راه اندازی یک کسب و کار هستند.
- می خواهند به موفقیت های بیشتری در کسب و کار خود برسند.
- می خواهند از برای مرجع انجام دهند.
- می خواهند از رقبات کسب و کار خود پیشرو باشند.
- می خواهند برای کسب و ساز خرد سرمایه گذار جذب کنند.

بی شک مجموعه حاضر عاری از استاه خط نبود و اعلام انتقادات و راهنمایی های شما مخاطبان عزیز کمک مؤثری بر رفع معایب آن خواهد داشت. لذا خواهشمند است با نظرات، پیشنهادها و انتقادهای سازنده خود در جهت اصلاح کتاب و ارائه مجموعه بهتری برای چاپ های بعدی یاری نمایید.

با آرزوی توفیق

طاہرہ بسطامی

پاییز ۱۳۹۸

Bastami_t@yahoo.com