

# راه اندازی کسب و کار

www.ketab.ir

تالیف:

دکتر یونس وکیل الرعایا

سرشناسنامه : وکیل الرعایا، یونس، ۱۳۴۹  
 عنوان و نام پدیدآور : راهاندازی کسب و کار / نویسنده: دکتر یونس وکیل الرعایا  
 مشخصات نشر : تهران: ترمه، ۱۴۰۰.  
 مشخصات ظاهری : ۲۸۰ص.  
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۸۹۵-۱  
 وضعیت فهرست نویسی : فیپا  
 موضوع : کارآفرینی  
 موضوع : کسب و کار  
 رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۷  
 رده بندی کنگره : HB۶۱۵  
 شماره کتابشناسی ملی : ۷۵۶۳۰۱۹



- ♦ نام کتاب: ..... راهاندازی کسب و کار
- ♦ نویسنده: ..... دکتر یونس وکیل الرعایا
- ♦ صفحه آرای: ..... انتشارات ترمه
- ♦ طراح جلد: ..... انتشارات ترمه
- ♦ نوبت چاپ: ..... اول ۱۴۰۰
- ♦ ناشر: ..... انتشارات ترمه
- ♦ تیراژ: ..... ۵۰۰ نسخه
- ♦ چاپ و صحافی: ..... دلارام
- ♦ قیمت: ..... ۷۵۰,۰۰۰ ریال
- ♦ شابک: ..... ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۸۹۵-۱

دفتر فروش انتشارات ترمه و مرکز فروش شهرستان ها: تهران- خ انقلاب- ۱۲ فروردین- پلاک ۲۸۶، طبقه همکف

تلفن: ۶۶۴۱۷۳۴۶-۶۶۹۶۳۳۰۱

فاکس: ۶۶۴۹۶۶۲۸

برای اطلاع از نحوه خرید اینترنتی انتشارات ترمه به وبسایت ما به آدرس زیر مراجعه فرمایید.

[termeh\\_pub@yahoo.com](mailto:termeh_pub@yahoo.com)

[www.termehbook.com](http://www.termehbook.com)

بیاید به حقوق دیگران احترام بگذاریم

دوست عزیز، این کتاب حاصل دسترنج چندین ساله مؤلف، مترجم و ناشر آن است. تکثیر و فروش آن به هر شکلی بدون اجازه از پدیدآورنده کاری غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرشرعی است. نتیجه این عمل نادرست موجب رواج بی‌اعتمادی در جامعه و بروز بی‌آمدهای ناگوار در زندگی و محیطی ناسالم برای خود و فرزندانمان می‌گردد.

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن کل یا جزء، به هر صورت

[اجاب، کپی، صوت، تصویر و انتشار الکترونیکی] بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع است

## پیشگفتار

شروع کسب و کار یکی از مهیج‌ترین عملکردهایی است که یک فرد می‌تواند داشته باشد. بیش از ده میلیون نفر هر ساله کسب و کاری را آغاز می‌کنند و در نتیجه بیش از سه میلیون کسب و کار کوچک هر ساله ایجاد می‌شود. لذا، مطالعات زیادی در فرآیند کارآفرینی انجام گرفته است که هر کدام بخشی از این فرآیند را تشریح کرده‌اند. ولی در حالت عمومی فرآیند کارآفرینانه شامل تمام کارکردها، فعالیت‌ها و واکنش‌هایی می‌شود که در رابطه با درک فرصت و بوجود آوردن سازمان جهت تعقیب آن است. این فرآیند از زمانی شروع می‌شود که اشخاص بطور جدی راجع به راه‌اندازی کسب و کار، شروع به فکر کردن می‌کنند و وقت و منابعی را برای توسعه آن اختصاص دهند. بعلاوه، فرآیند کارآفرینانه شامل تشخیص و ارزیابی فرصت، تصمیم برای بهره‌برداری یا عدم بهره‌برداری از آن، تلاش برای بدست آوردن منابع، فرآیند سازمان‌دهی منابع به سمت ترکیبات جدید، و توسعه استراتژی برای کسب و کار جدیدی است که تمامی این فعالیت تحت تاثیر عوامل سطوح افراد، صنایع و موسسات قرار گرفته است. منابع یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که در ادبیات کارآفرینی و مدیریت بسیار بحث شده و اساس رشته‌هایی مانند امور مالی، حسابداری، پشتیبانی و تعداد کثرت تولید و بازاریابی و مدیریت منابع انسانی را تشکیل می‌دهد. از دیدگاه فرصت، ۳ موضوع اصلی در زمینه منابع وجود دارد: چگونگی کسب منابع، چگونگی توسعه منابع و چگونگی کمک منابع به شرکت برای استخراج فرصت‌های شناسایی شده که در مبحث کارآفرینی قرار می‌گیرد. علاوه بر فرصت که از توانمندی‌های خارج سازمان تلقی می‌شود، منابع و توسعه شایستگی‌های سازمانی و کشف آن‌ها روی عوامل درونی سازمان، به تمرکز روی عوامل داخلی نیز نیازمندند بدون مهارت‌ها و صلاحیت‌های فردی سازمان دارای توانایی‌های، زیادی نخواهد بود. این صلاحیت‌ها موجب اثربخشی سازمانی گشته و روی استراتژی‌هایی تأکید می‌کند که موجب به وجود آمدن مزیت رقابتی برای شرکت می‌گردند.

از این جهت، کارآفرینی مزایای متعددی دارد و در نتیجه رقابت در این حیطه نیز بسیار است. درک ابعاد این رقابت و طرح کسب و کار دقیق و کارا می‌تواند منجر به شروع یک کسب و کار موفق شود. موفقیت هر کسب و کار رابطه نزدیکی با چگونگی صحیح کنترل کردن آن امور آن دارد: در واقع مدیریت صحیح کسب و کار موجب رشد آن می‌شود. مدیریت کسب و کار را نباید صرفاً یک عمل آکادمیک محسوب کرد. مدیریت واقعی دربرگیرنده هدایت قوی، رفتار مثبت، دانش کسب و کار و مهارت‌های مناسب فردی است. مدیریت در حقیقت هدایت افراد، تاثیرگذاری بر کار و تصمیم‌گیری به موقع و صحیح است و مهارت‌های مدیریتی را به مرور زمان می‌بایست کسب کرد و به بیان دیگر کسب مهارت‌های

مدیریتی در واقع همانند سپرده‌گذاری در بانک می‌باشد. در اینجا می‌خواهیم بدانیم: راه‌اندازی کسب و کار جدید چگونه انجام می‌شود؟ از کجا شروع کنیم و چگونه می‌توان به موفقیت رسید؟ بنابراین، این کتاب که یک رویکرد بین رشته‌ای در کسب‌وکار است و مبتنی بر راه‌اندازی کسب‌وکار بنا نهاده شده است، بخش‌های زیر را دربرمی‌گیرد:

|                                  |                              |                              |
|----------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| گام ۱) خود ارزیابی و کسب آمادگی  | گام ۸) گردآوری و تشکیل منابع | گام ۹) سازماندهی             |
| گام ۲) شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار | گام ۷) مطالعات امکان‌سنجی    | گام ۱۰) مدیریت کسب‌وکار نوپا |
| گام ۳) خلاقیت و نوآوری           | گام ۶) تدوین طرح کسب‌وکار    | گام ۱۱) رشد و توسعه کسب‌وکار |
| گام ۴) تحقیق و توسعه             | گام ۵) تهیه مجوزهای قانونی   | گام ۱۲) خروج از کسب‌وکار     |

مسلماً هیچ اثری کامل و خالی از اشکال نیست. بنابراین، خوشحال خواهیم شد اگر اساتید، کارآفرینان، مدیران، دانشجویان، پژوهشگران، و علاقه‌مندان بعد از مطالعه این اثر، ما را از نظرات خود مطلع سازند. تا در ویرایش‌های بعدی آنها را لحاظ کنیم.

در اینجا بر خود لازم می‌دانیم تا از مدیریت محترم انتشارات ترمه نهایت تقدیر و تشکر را داشته باشیم که زمینه‌ساز انتشار این اثر شدند. همچنین، از کلیه اساتید، صاحب‌نظران، مدیران، استراتژیست‌ها و دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، کسب‌وکارهای جدید و دانشجویان کارشناسی ارشد MBA گرایش فناوری دانشگاه سمنان و دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان که با ارائه نظرات ارزشمند خود در بهبود این اثر مشارکت کرده‌اند تشکر کرده، سپاسگزاری نمایم.

دکتر یونس وکیل‌الرعایا

مرکز تحقیقات کارآفرینی، ایده‌پردازی و تجاری‌سازی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

## فهرست مطالب

### فصل اول. خودارزیابی و کسب آمادگی

|                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| مقدمه                                                                                                   | ۲  |
| ۱-۱ کارآفرین به چه کسی گفته می‌شود؟                                                                     | ۲  |
| ۲-۱ چرا همه دوست دارند کارآفرین و صاحب یک کسبوکار باشند؟                                                | ۴  |
| ۳-۱ چرا با توجه به تمایل انسان، افراد کمی در جامعه نسبت به راهاندازی کسبوکار و کارآفرینی اقدام می‌کنند؟ | ۵  |
| ۴-۱ چرا خیلی از افراد کسبوکار خود را در نیمه راه رها کرده و با شکست مواجه می‌شوند؟                      | ۶  |
| ۵-۱ ویژگی‌های کارآفرینان                                                                                | ۷  |
| ۶-۱ برخی توانمندی‌ها و مهارت‌های لازم برای راهاندازی کسبوکار موفق                                       | ۹  |
| ۷-۱ شاخص تیپ شخصیتی MBTI مایرز-بریگز                                                                    | ۱۲ |
| ۸-۱ تیپ شخصیتی افراد کارآفرین و ایجادکنندگان کسبوکار بر مبنای MBTI چیست؟                                | ۱۲ |
| ۹-۱ یک نوع از دسته‌بندی تیپ‌های شخصیتی و همخوانی آن با مشاغل با عنوان هالند                             | ۱۴ |
| منابع                                                                                                   | ۱۵ |

### فصل دوم. گام دوم. شناسایی فرصت‌ها

|                          |    |
|--------------------------|----|
| مقدمه                    | ۱۸ |
| ۱-۲ مراحل رشد فرصت       | ۲۶ |
| ۲-۲ منابع فرصت           | ۲۹ |
| ۳-۲ شکاف بازار           | ۳۳ |
| ۴-۲ ناسازگاری‌ها         | ۳۳ |
| ۵-۲ تغییرات جمعیت‌شناختی | ۳۵ |
| ۶-۲ تغییرات ادراکی       | ۳۹ |
| ۷-۲ جذب تکنولوژی         | ۴۳ |
| ۸-۲ اختراع               | ۴۸ |
| ۹-۲ توسعه‌ی تدریجی       | ۵۶ |
| ۱۰-۲ تطبیق               | ۶۰ |
| منابع                    | ۶۲ |

### فصل سوم. گام سوم: خلاقیت و نوآوری

|       |    |
|-------|----|
| مقدمه | ۷۲ |
|-------|----|

|    |                                               |
|----|-----------------------------------------------|
| ۷۲ | ۱-۲ خلاقیت                                    |
| ۷۵ | ۲-۳ نوآوری                                    |
| ۷۷ | ۳-۳ نوآوری باز                                |
| ۷۹ | ۱-۳-۳ رویکردهای نوآوری باز                    |
| ۷۹ | ۲-۳-۳ عوامل کلیدی موفقیت نوآوری باز           |
| ۸۰ | ۳-۳-۳ ابعاد انسانی نوآوری باز                 |
| ۸۱ | ۴-۲ تفاوت خلاقیت و نوآوری                     |
| ۸۲ | ۵-۳ رابطه میان کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری     |
| ۸۳ | ۶-۲ توانمندی‌های نوآوری در سازمان             |
| ۸۵ | ۷-۲ ایجاد ساختار نوآورانه و ارگانیک در سازمان |
| ۸۷ | منابع                                         |

## فصل چهارم. تحقیق و توسعه

|     |                                                   |
|-----|---------------------------------------------------|
| ۹۰  | مقدمه                                             |
| ۹۰  | ۱-۴ تعریف تحقیق و توسعه                           |
| ۹۵  | ۲-۴ انواع تحقیق و توسعه                           |
| ۹۶  | ۳-۴ مزایای تحقیق و توسعه                          |
| ۹۷  | ۵-۴ اهمیت تحقیق و توسعه در کسب‌وکار               |
| ۹۸  | ۶-۴ هدف تحقیق و توسعه                             |
| ۹۹  | ۷-۴ جایگاه و ضرورت تحقیق و توسعه در سازمان‌ها     |
| ۱۰۲ | ۸-۴ نوآوری و تحقیق و توسعه؛ تفاوت بین آن‌ها چیست؟ |
| ۱۰۴ | ۹-۴ تحقیق و توسعه حرفه‌ای چقدر طول می‌کشد؟        |
| ۱۰۵ | ۱۰-۴ تحقیق و توسعه برای چه کسب‌وکاری مناسب است؟   |
| ۱۰۶ | ۱۱-۴ توسعه و تحقیق در قرن ۲۱                      |
| ۱۰۷ | ۱۲-۴ تحقیق و توسعه در ایران                       |
| ۱۰۷ | جمع‌بندی                                          |
| ۱۰۸ | منابع                                             |

## فصل پنجم. مجوزهای قانونی

|     |                                 |
|-----|---------------------------------|
| ۱۱۰ | مقدمه                           |
| ۱۱۰ | ۱-۵ مجوزها                      |
| ۱۱۱ | ۲-۵ مجوزهای عام برای کسب‌وکارها |