

کار آفرین خود باش

مؤلفان:

مهنا نجفیان

علیرضا سمعی خوانساری



انتشارات راز نهان

۱۳۹۸

سرشناسه	: نجفیان، مونا، ۱۳۶۵-
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرین خودت باش / تألیف مونا نجفیان، علی سهیلی خوانساری.
مشخصات نشر	: تهران: راز نهان، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۰ ص. (۲۴×۱۷)، وزیری
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۴۸-۸۱۲-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
موضوع	: کسب و کار
موضوع	: Business
شناسه افزوده	: سهیلی خوانساری، علی، ۱۳۵۵-
رده بندی کنگره	: HB۶۱۵
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۰۲۶۱۰۶

آدرس: میدان انقلاب، او، جمال زاده جنوبی، کوچه دانشور، پلاک ۱۲، واحد ۲ شماره موبایل: ۰۲۱۶۶۹۰۱۸۴۱ - ۰۹۱۲۲۳۳۰۳۶۹ آدرس الکترونیکی: raznahanbook@gmail.com آدرس اینترنتی: www.raznahanbook.com	
---	---

عنوان کتاب	کارآفرین خودباش
مؤلفان	خانم مونا نجفیان / آقای علی سهیلی خوانساری
ویراستار	مریم بهره مند
مدیر فنی مطالب	موسسه مشاوره ابتکار کسب و کار
صفحه آرا	رضا کاوه
طراح جلد	رضا کاوه
ناشر	راز نهان
شمارگان	۱۰۰۰ نسخه
نوبت چاپ	اول دی ماه ۱۳۹۸
قیمت	۳۵۰۰۰ تومان
ISBN: 978-600-448-812-9	

فهرست مطالب

۹	 مقدمه
۱۱	 فصل اول: کارآفرینی
۱۱	 اصول کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینان
۱۲	 مفهوم کارآفرینی
۱۲	 کارآفرین کیست؟
۱۳	 کارآفرینی
۱۳	 انواع کارآفرینی
۱۴	 اهمیت و نقش کارآفرینی
۱۵	 فرآیند کارآفرینی
۱۷	 خطرها و اشتباهات کارآفرینان نوپا
۲۳	 تأثیرات فرهنگی اخلاق کارآفرینی
۲۵	 تأثیرات اقتصادی اجتماعی کارآفرینی
۲۶	 نقش کارآفرینی در اشتغال
۲۶	 انگیزه‌های کارآفرینی
۲۷	 صفات و ویژگی‌های کارآفرینان
۳۰	 رویکردهای رفتاری کارآفرینی
۳۴	 راهبردهای مؤثر در کارآفرینی
۳۸	 زمینه‌های تحقیقاتی مناسب
۳۸	 اهم موضوعات قابل تحقیق در کارآفرینی
۳۹	 فصل دوم: کسب و کار
۳۹	 مقدمه

تعریف کسب و کار	۳۹
روش‌های راه اندازی کسب و کار	۴۰
انواع کسب و کار	۴۰
اندیشه کسب و کار	۴۱
دلایل شکست یک کسب و کار چیست؟	۴۲
دلایل دستیابی به موفقیت در کسب و کار چیست؟	۴۳
شروع کسب و کار	۴۴
مدیریت کسب و کار	۴۴
چگونه می‌توان مدیر موفق و مؤثری بود؟	۴۵
بهرت‌های مدیریتی	۴۵
اشتباهات متداول در تصمیم‌گیری	۴۸
وظایف مدیر	۴۹
راهنمای شروع یک کسب و کار	۵۶
طرح کسب و کار	۵۸
طرح کسب و کار نشان‌دهنده چیست؟	۵۹
هدف تدوین طرح کسب و کار	۶۰
اهمیت طرح کسب و کار	۶۱
فصل سوم: کارآفرین خود باش	۶۳
بخش اول: هر کسی می‌تواند کارآفرین شو	۶۳
بخش دوم: مدیریت مالی	۷۷
بخش سوم: بازار و بازاریابی	۸۸
بخش چهارم: فروش	۱۰۵
بخش پنجم: تبلیغات	۱۱۲
فصل چهارم: تأمین منابع مالی	۱۱۷
روش‌های تأمین منابع مالی	۱۱۷
فصل پنجم: فرانچایز و نمایندگی	۱۲۵
بخش اول: فرانچایز	۱۲۵
مفهوم فرانچایز	۱۲۵

تعریف فرانچایز	۱۲۷
مفهوم عملی فرانچایز	۱۲۸
تعریف مدل فرانچایز	۱۲۹
انواع فرانچایز از حیث ماهیت یا موضوع	۱۲۹
بخش دوم: نمایندگی	۱۳۳
نمایندگی چیست و نماینده به چه کسی اطلاق می‌شود؟	۱۳۳
نمایندگی انحصاری به چه معناست؟	۱۳۳
فرق عاملیت فروش با نمایندگی فروش در چیست؟	۱۳۳
قرارداد انحصاری نمایندگی فروش چیست؟	۱۳۴
منظور از انحصار یک جانبه یا دو جانبه در نمایندگی چیست؟	۱۳۴
اعطای نمایندگی انحصاری فروش در تجارت بین الملل چگونه است؟	۱۳۵
منابع و مآخذ	۱۳۹

مقدمه

کسب و کارهای نوپا نقش اساسی در توسعه استعدادها، اشتغال و افزایش توان رقابتی کشور دارند، اما چیزی که شاهد آن هستیم متأسفانه نخبه‌های شکست در این کسب و کارهاست. کسب و کارهای نوپا با ایده‌ای که تصور می‌کنند، مشتریان آن را می‌خواهند کار خود را آغاز می‌کنند و ماه‌ها یا حتی سال‌ها وقت صرف می‌کنند تا محصولشان را تکمیل کنند بدون اینکه حتی یک بار نظر مشتریان را پرسیده باشند و زمانی که در بهایت مشتریان توجهی به محصولشان نمی‌کنند متوجه می‌شوند که شکست خود را دارند. این کسب و کارها معمولاً دارای محصول، فناوری، چشم انداز، تیم قوی، سرمایه گذار و ارزش خوبی هستند، اما تا زمانی که مشتریانی نداشته باشند که بخواهند برای ارزش ارائه شده از سوی آن هزینه‌ای پرداخت کنند دوامی نخواهند داشت.

این شکست‌ها متأسفانه هزینه‌های اقتصادی، اجتماعی و روانی زیادی به کارآفرین و به تبع آن به جامعه تحمیل می‌کنند. بنابراین یکی از مسائل کلیدی در کارآفرینی، نحوه شناسایی دقیق مسائل، نیازها و دغدغه‌ها، رفتارها و سبک زندگی مشتریان است. به بیان

دیگر، مشاهده جهان از دید مشتریان و بعد از آن آزمون مرحله به مرحله محصول در بازار و در میان گروه مشتریان هدف که در نهایت به ارائه موفق محصول به بازار منجر می‌شود.

فناوری‌ها در دنیای امروز به سرعت در حال تغییر هستند. هر ساله تعداد بسیاری زیادی اختراع و ایده جدید ظهور می‌یابند. شرکت‌های زیادی در رقابت تنگاتنگ با یکدیگر بر روی فناوری‌ها و ایده‌های نو و تجاری سازی آن‌ها سرمایه گذاری می‌کنند و تعداد زیادی محصول و خدمت جدید به بازار ارائه می‌دهند. حاصل بسیاری از این اقدام‌ها تنها اتلاف وقت و انرژی و ضررهای سنگین مالی است، زیرا این شرکت‌ها در ارائه ارزش مناسب به مشتریان شکست می‌خورند و تنها تعداد محدودی از آن‌ها موفق می‌شوند مشتریان را به سمت خود جذب کنند و ارزشی را ارائه دهند که آن‌ها تمایل به خرید آن‌ها دارند.

اینجانب علی سهیلی خوانساری، مهم‌ترین عامل موفقیت هر فردی را در پرتو مهارت، دانش، همت، پشتکار، نظم و راسخ از شکست می‌دانم. به شما عزیزان توصیه می‌کنم به دنبال ایجاد و یا خرید کسب و کار کنید. فرصت‌ها را مغتنم بشمارید که همچو ابرها در گذرند.

علی سهیلی خوانساری

آذر ماه ۱۳۹۸

برین خود باش