



راهنمای کار آفرینی

مؤلف: ام البنین آزادیان

انتشارات آرون

سرشناسه	: آزادیان، ام‌البین - ۱۳۵۷
عنوان و نام پدیدآور	: راهنمای کارآفرینی - ام‌البین آزادیان، ویرایش فروزنده عظیمی
مشخصات نشر	: تهران، آرون ۱۳۸۹
مشخصات ظاهری	: ۱۹۴ ص
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۱-۰۹۴-۴
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: نوآوری
شناسه افزوده	: عظیمی، فروزنده، ویراستار
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۸۹ ۲ ر ۱۴ / ۶۱۵ HB
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۰۸۹۷۵۵

راهنمای کارآفرینی

تألیف: ام‌البین آزادیان
ناشر: انتشارات آرون
حروفچینی: هاجر اشتری‌ماهینی
ویراستار: مهناز اشتری‌ماهینی
فاطمه عباسی سورکی
طراح جلد: روشن وثوقی
چاپ اول: ۱۳۸۹
چاپخانه حیدری: ۱۱۰۰ نسخه
قیمت: ۳۶۰۰ تومان
حق چاپ برای مؤلف محفوظ است

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۹	پیشگفتار.....
۱۱	فصل اول: اصول و مبانی کارآفرینی
۱۲	تعریف کارآفرینی
۱۴	ویژگی های کارآفرینان.....
۱۶	مرکز کنترل درونی
۱۶	استقلال طلبی
۱۷	تحمل ابهام
۱۸	رابطه بین کارآفرینی و اشتغال.....
۱۹	فرآیند کارآفرینی
۲۰	شناسایی و ارزیابی فرصت.....
۲۱	تدوین طرح تجاری
۲۲	تعیین منابع مورد نیاز.....
۲۲	اداره بنگاه.....
۲۲	رویکردهای رفتاری کارآفرینان
۲۴	پی نوشت ها.....
۲۵	فصل دوم: مفاهیم خلاقیت و ارائه کاربردی ترین تکنیک های خلاقیت.....
۲۶	مقدمه
۲۶	خلاقیت
۲۷	اجزا و عناصر خلاقیت

۲۸	مهارت‌های مربوط به موضوع
۲۸	مهارت‌های مربوط به خلاقیت
۲۹	مهارت‌های مربوط به انگیزه
۲۹	افراد خلاق چگونه فکر می‌کنند؟
۳۰	ویژگی افراد خلاق
۳۲	محیط خلاق الگوی "آلبرشیت"
۳۲	فرایند خلاقیت
۳۳	پرورش خلاقیت
۳۵	تکنیک‌های خلاقیت
۳۵	طوفان ذهنی
۳۷	تکنیک خلاقیت شش کلاه تفکر
۳۹	تکنیک اسکمپر SCAMPER
۴۲	تکنیک ارتباط اجباری
۴۳	موانع خلاقیت
۴۳	موانع فردی خلاقیت
۴۴	موانع بیرونی خلاقیت
۴۵	مسائل و معماهایی برای پرورش خلاقیت
۴۶	توصیه‌هایی برای پرورش خلاقیت
۴۸	پی‌نوشت‌ها

۴۹	فصل سوم: فرآیند کارآفرینی (راه‌اندازی کسب و کار)
۵۰	راه‌اندازی کسب و کار
۵۰	۱- کشف فرصت‌های کسب و کار
۵۱	۲- ارزیابی طرح کسب و کار
۵۱	الف - خود ارزیابی
۵۱	ب - ارزیابی بازار
۵۵	الف - روش تعمیم روند گذشته با آینده
۵۵	ب - روش ضرایب فنی
۵۶	ج - روش مقایسه‌های بین‌المللی
۵۷	د - روش جانشینی واردات
۵۷	ه - روش نظرخواهی یا دلفی
۵۸	و - تحقیقات بازاریابی

مرحله اول: تعریف مسأله	۵۹
مرحله دوم: تعیین و تنظیم فرضیه‌ها	۵۹
مرحله سوم: آماده شدن برای جمع‌آوری تحقیقات	۶۰
مرحله چهارم: جمع‌آوری داده‌ها	۶۹
مرحله پنجم: تجزیه و تحلیل، تعبیر، تفسیر و عرضه یافته‌ها	۷۶
ج- ارزیابی فنی طرح	۷۷
د- ارزیابی مالی طرح	۸۲
ح- ارزیابی حقوقی	۸۷
شرکت با مسئولیت محدود	۸۸
شرکت سهامی خاص	۸۸
شرکت سهامی عام	۸۹
تفاوت شرکت سهامی عام و خاص	۹۰
مؤسسات غیرتجاری	۹۰
شرکت‌های تعاونی	۹۱
شرکت تضامنی	۹۲
ثبت اختراعات	۹۳
تعریف اختراع	۹۳
اختراعات قابل ثبت	۹۴
روش‌های ثبت اختراع	۹۴
علائم تجاری	۹۶
مزایای علامت تجاری شده	۹۶
اسرار تجاری	۹۶
موافقتنامه عدم افشای اسرار تجاری	۹۷
بیمه	۹۸
قراردادها	۹۹
شروط قرارداد	۹۹
نتایج نقض قرارداد	۹۹
ج) ارزیابی مدیریتی	۱۰۰
وظایف و فعالیت‌های مدیریت	۱۰۱
نظریه‌پردازی در مورد انگیزش	۱۰۸
نظریه سلسله مراتب نیازها	۱۰۹
نظریه عوامل بهداشت روانی و انگیزاننده‌ها	۱۱۴

۱۱۴	مقایسه نظریه مزلو و هرزبرگ
۱۱۶	نظریه X و نظریه Y
۱۱۷	ارتباطات
۱۲۱	نظارت یا کنترل
۱۲۵	پی‌نوشت‌ها
۱۲۷	فصل چهارم: مهارت‌های جانبی لازم در کارآفرینی
۱۲۸	مقدمه
۱۲۸	آشنایی با مفاهیم بازاریابی
۱۳۱	کنترل بازاریابی
۱۳۲	نمودار فرایند کنترل
۱۳۲	تقسیم‌بندی بازار (بخش کردن بازار)
۱۳۳	تعیین بازار مورد هدف
۱۳۳	وظیفه کلی مدیر بازاریابی
۱۳۴	فلسفه‌های مدیریت بازاریابی
۱۳۶	مقایسه دو دیدگاه فلسفه فروش و فلسفه بازاریابی
۱۳۷	تعیین آمیزه بازاریابی
۱۳۸	آمیخته بازاریابی جدید
۱۴۰	اجزای تشکیل دهنده بازار
۱۴۱	آمیخته‌های بازاریابی
۱۴۱	تبلیغ
۱۴۱	ارکان تبلیغ
۱۴۲	مزایا و آثار تبلیغات
۱۴۳	اهداف کلی در تبلیغات با توجه به عوامل روانشناسی
۱۴۳	اثرات اقتصادی تبلیغات
۱۴۴	ابزار تبلیغ
۱۵۲	توزیع
۱۵۳	محصول
۱۵۴	مراحل تعیین جایگاه محصولات در ذهن مصرف کننده
۱۵۵	نامگذاری و مارک محصول
۱۵۵	بسته‌بندی، ضمانتنامه و خدمات پس از فروش محصول
۱۵۵	قیمت

فرایند قیمت گذاری	۱۵۶
قیمت گذاری بر مبنای ارزش و هزینه	۱۵۹
۲- آشنایی با مفاهیم رنگ ها	۱۶۰
طبقه بندی رنگ ها	۱۶۴
۳- راه های جذب و متقاعد کردن مشتری	۱۶۵
گام های موثر در برقراری ارتباط با مشتری	۱۶۹
۴- پنج اصل برای دستیابی به کیفیت عالی در محیط کار (5S)	۱۷۲
مفهوم 5S و اهداف آن	۱۷۴
پی نوشت ها	۱۷۸
 فصل ۵: تدوین طرح تجاری	۱۷۹
تدوین طرح تجاری (business plan)	۱۸۰
طرح تجاری یک صفحه ای	۱۸۱
چگونه یک طرح تجاری بنویسیم؟	۱۸۴
منابع فارسی	۱۹۲
منابع انگلیسی	۱۹۴

پیشگفتار

"کسی که بدون آگاهی به عملی می‌پردازد، همچون کسی است که به بیراهه می‌رود. از سر منزل مقصود خویش بیشتر فاصله می‌گیرد و کسی که از روی آگاهی و برنامه حرکت کند، مانند رونده در راه آشکار است." ((خطبه ۱۵۴ نهج البلاغه))

امام علی: "بزرگترین غصه‌ها از دست دادن فرصت‌ها است."

در حال حاضر کشور عزیز ما بیش از هر زمان دیگر به افرادی نیاز دارد که با تلاش فراوان، ارائه ایده‌های نو، توان ریسک‌پذیری بالا و به کمک عوامل دیگر از جمله نیروی انسانی، تجهیزات، مواد اولیه و سرمایه، محصولات و خدمات جدیدی را ارائه نمایند که علاوه بر تولید محصول جدید منجر به ایجاد ارزش افزوده نسبت به قبل شده و همچنین متناسب با نیازهای روز بازار بوده و پاسخگوی تقاضای موجود مصرف‌کنندگان باشد. به چنین افرادی کارآفرین و به فعالیت‌های آنان فعالیت کارآفرینانه می‌گویند.

متأسفانه باید متذکر شد که در کشور ما کارآفرینی رونق چندانی ندارد، بسیاری از صاحبان سرمایه به جای سرمایه‌گذاری در جهت تولید محصولات جدید و ارائه خدمات مورد نیاز که به اشتغال‌زایی و افزایش رفاه مردم می‌انجامد به فعالیت‌هایی روی می‌آورند که سودهای کلان و تضمین شده‌ای برای آنان به ارمغان آورد از جمله: معامله زمین و مسکن و واسطه‌گری و ...

برای آنکه زمینه برای گرایش به کارآفرینی مهیا شود باید یک‌سری فعالیت‌های بنیادی در جامعه انجام شود که به عنوان مثال می‌توان به مواردی چون ایجاد نظام آموزشی خلاق، ایجاد فرهنگ کارآفرینی در جامعه، آموزش فرایند کارآفرینی، حمایت دولت از کارآفرینان و ... اشاره کرد. در کتاب حاضر مؤلف با هدف کلی آموزش ساده و روان فرایند کارآفرینی براساس سرفصل‌های طراحی شده در دانشگاه علمی - کاربردی سعی نموده در توسعه فرهنگ کارآفرینی که پیامدهای مثبت بسیاری مانند اشتغال‌زایی، اقتصاد پویا، ایجاد رقابت سازنده، تولید ثروت و ارزش، ایجاد رفاه و ... را به همراه دارد، گامی هرچند کوچک برای آبادانی کشور بردارد. لذا در این کتاب چندین هدف دنبال می‌شود که به اختصار به توضیح هریک می‌پردازیم:

اولین و مهمترین هدف، راهنمایی افراد برای شروع یک کسب و کار یا کارآفرینی می‌باشد. افراد زیادی به کارآفرینی علاقه دارند اما نمی‌دانند از کجا باید شروع کنند و چه مراحل را قبل از شروع کار باید طی نمایند. در این کتاب سعی شده تمام مراحل کارآفرینی از مرحله شروع ایده تا پایان آن، به صورت گام‌به‌گام و با بیانی ساده توضیح داده شود.

هدف دوم، آموزش افراد برای تفکر خلاقانه می‌باشد که در فصل دوم سعی شده با طرح معماهایی نحوه تفکر خلاق به‌طور عملی آموزش داده شود.

سومین هدف، آموزش شیوه تحقیق بوده، در این قسمت سعی شده به بیانی ساده آن مقدار از مطالب که در تحقیق فرایند کارآفرینی مورد نیاز است به تفصیل بیان گردد، زیرا یکی از مهارت‌های بسیار مهم در آموزش کارآفرینی انجام تحقیقات بازاریابی می‌باشد. کارآفرین بعد از آنکه ایده نو به ذهنش رسید بایستی فکر و محصول خود را به بازار عرضه نماید بنابراین آگاهی از نحوه تحقیق در بازار ضروری به نظر می‌رسد. چهارمین هدف، آموزش نحوه نگارش طرح تجاری است یک طرح تجاری شامل تمام جزئیات یک کسب و کار می‌باشد، که این جزئیات شامل نام طرح، نحوه بازاریابی، شیوه تأمین مالی، عملیات راهبردی و غیره را شامل می‌شود. به عبارتی یک طرح تجاری به‌عنوان شرح تفصیلی از اجرای کسب‌وکار مورد نظر می‌باشد. آخرین هدف، آموزش مهارت‌هایی است که به یک کارآفرین تازه کار کمک می‌کند تا طرح کسب و کار خود را حرفه‌ای‌تر اجرا نماید از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به شناخت بازار، مدیریت کسب و کار، آشنایی با روانشناسی رنگ‌ها، روش‌های جذب و متقاعد کردن مشتری، مدیریت محیط کار و... اشاره کرد.

در اینجا لازم است از همکار محترم سرکار خانم فروزنده عظیمی که در تألیف بخش بازاریابی قبول زحمت نموده‌اند تشکر نمایم.

همچنین از همکاران محترم سرکار خانم الهام‌السادات حسینی که در بخش طرح تجاری همکاری نموده‌اند و از مدیریت محترم دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد ۲۰ تهران به‌خصوص آقای حافظ نوری شیرازی که در چاپ این اثر نهایت همکاری را داشتند، تشکر نمایم.

در پایان از همسرم آقای مهندس عباسعلی صفری که در مشاوره این کتاب اینجانب را یاری نمودند کمال تشکر را دارم.

اگرچه در این کتاب سعی شده است که نظرات استادان و اندیشمندان که در طول سالیان دراز در زمینه کارآفرینی در کشورمان فعالیت می‌نمایند در یک چیدمان متفاوت آورده شود متنها به‌طور قطع، این کتاب دارای نقایص فراوانی است که امید است بتوان با جمع‌آوری نظرات و انتقادات استادان، دانشجویان و کارآفرینان محترم این نقایص را به حداقل رساند.

ام‌البنین آزادیان

پاییز ۸۹