

به نام خداوند جان و خرد

کارآفرینی با مختصات ساده

«ایده تا عمل»

نویسنده:

آزاده پرویش



سرشناسه: پرویش، آزاده، ۱۳۵۷-.

عنوان و نام پدیدآور: کارآفرینی با مختصات ساده «ایده تا عمل»/نویسنده آزاده پرویش..

مشخصات نشر: تهران: طاهریان، ۱۴۰۱.

مشخصات ظاهری: ۹۲ ص؛ مصور، جدول، نمودار.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۸۴-۲۵۵-۰

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: کارآفرینی

موضوع: Entrepreneurship

رده‌بندی کنگره: HB ۶۱۵

رده‌بندی دیویی: ۳۳۸/۰۴

شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۷۳۵۰۴



«کارآفرینی با مختصات ساده»

● نویسنده: آزاده پرویش

- ناشر: انتشارات طاهریان ● نوبت چاپ: دوم ● سال چاپ: ۱۴۰۲ ● تیراژ: ۱۰۰ جلد
- قیمت: ۷۰/۰۰۰ تومان ● تایپ، صفحه‌بندی و طرح جلد: آرزو خسروپور ● چاپ: شهر
- شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۸۴-۲۵۵-۰ ● شابک الکترونیک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۸۴-۲۵۶-۷

آدرس: میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی، خیابان لبافی نژاد، پلاک ۲۶۶، طبقه چهارم، واحد ۱۱
تلفن: ۶۶۹۷۰۷۶۷-۶۶۴۹۲۷۳۳ تلفکس: ۶۶۹۷۴۱۵۲ www.Taherianpress.com

با تشکر از همراهی هوشمندانه شما خواننده محترم، به اطلاع می‌رساند برای بهره‌گیری از تسهیلات و خدمات نوین حمایتی انتشارات طاهریان و همچنین شرکت در قرعه‌کشی خوانندگان ویژه مجموعه کتاب‌های به سوی موفقیت، لطفاً حتماً عدد ۱ را به شماره ۱۰۰۰۷۰۸۷ ارسال کنید تا یکی از برندگان ما باشید.

فهرست

فصل ۱: کارآفرینی

تعریف کارآفرینی	۱۰
کارآفرینی چیست؟	۱۲
کارآفرین چه کسی است؟	۱۲
فرآیند کارآفرینی	۱۳

فصل ۲: کسب و کار

آشنایی با مراحل راه اندازی کسب و کار	۲۲
کسب و کار چیست؟	۲۲
ویژگی‌های کسب و کار	۲۲
انواع کسب و کار	۲۳
کسب و کار جدید به چه مهارت‌هایی نیاز دارد؟	۲۳
راهنمای گام به گام برای شروع یک کسب و کار	۲۴
مراحل راه اندازی کسب و کار جدید	۲۴
جمعیت‌شناسی و بخش بندی بازار:	۲۹
چرا باید از بخش بندی بازار استفاده کنیم؟	۳۱

فصل ۳: استراتژی

تعیین استراتژی کسب و کار	۴۸
اهمیت استراتژی کسب و کار	۴۹
چرا کسب و کار شما به یک استراتژی نیاز دارد؟	۴۹
مسیر تحول و هدایت استراتژی کسب و کار	۵۲
SWOT	۵۲

مزایای روش تحلیلی SWOT..... ۵۳

فصل ۴: بازاریابی

بازاریابی چیست؟..... ۶۰
بازاریابها موارد زیر را بازاریابی می‌کنند..... ۶۱
بازاریابی B2B و بازاریابی B2C..... ۶۳
بازاریابی آفلاین و بازاریابی آنلاین..... ۶۴
انواع بازاریابی آنلاین:..... ۶۴
انواع بازاریابی آفلاین:..... ۶۶
تدوین استراتژی بازاریابی و اهمیت آن..... ۶۷
مهارت‌های لازم برای بازاریابی:..... ۶۹
چند نمونه از سبک بازاریابی:..... ۷۱
قانون ۸۰-۲۰ را فراموش نکنید..... ۷۴

فصل ۵: ارتباط با مشتری

فروش پایان راه نیست..... ۸۰
ارتباط با مشتری چیست و چه اهمیتی دارد؟..... ۸۰

فصل ۶: سخن آخر

دلایل شکست کسب کارهای نوپا چیست:..... ۸۴
هفت راز موفقیت..... ۸۶
۳۰ ایده کسب و کار کوچک..... ۸۸
تارم..... ۸۹

به نام خالق بی همتا

"موفقیت هدف نهایی نیست، شکست کشنده نیست، این شجاعت برای ادامه کار است که اهمیت دارد."

«وینستون چرچیل»

مقدمه

همه دوست داریم محبوب و قدرتمند و موفق باشیم. بدون تعارف بسیاری از ما عاشق آن هستیم که روزها در شرکت خودمان به دیگران دستور داده و آخر هفته را در بهترین تفریحگاه‌ها سپری کنیم یا اینکه ممکن است به این فکر کنیم که چرا باید ساعت دوازده شب از زور خستگی خوابمان ببرد و صبح خروس خوان بیدار شویم و به اداره و محل کاری که کارمند آن هستیم برویم.

حتی اگر هم چنین نباشد باز هم قابل انکار نیست که داشتن کسب و کار برای بعضی افراد و تیپ‌های شخصیتی خاص بهترین گزینه است. مثلاً بیل گیتس به هیچ وقت نمی‌توانست با کارکردن برای دیگران به این حد از شکوفایی برسد.

امروزه تعداد کارآفرین‌ها و تنوع کارهای ایجاد شده، بیش از هر زمان دیگری در تاریخ مشاغل است.

برایان تریسی (نویسنده کتاب بیست و یک روش عالی برای اینکه کسب و کار موفق خودتان را به راه بیندازید)

در کتاب خود می‌گوید: " راه رسیدن به موفقیت در هر کاری، آن است که بدانیم افراد موفق آن رشته چه کرده‌اند تا موفق شده‌اند: "

اگر احساس میکنی در شغل کارمندی خود در جایگاه مناسبی نیستی! اگر میخواهی شغلی را شروع کنی و کسب و کاری را برای خود راه بیندازی اما نمیدانی نقشه راه چیست! در این کتاب با گوشه ای از دنیای بی کران علم مدیریت کارآفرینی و کسب و کار کوچک آشنا خواهی شد و راه کارها و موانع موجود در راه عنوان خواهد شد. این کتاب تمام آنچه که نیاز داری نیست اما برای شروع نقشه راه خوبی برای تومی تواند باشد و سعی بر آن شده مراحل راه اندازی کسب و کار را مطالعه نمایید و با داشتن چشم انداز از مختصات و نقشه راه آگاه باشید. هر فصل و هر بخش اشاره ای کوچک به مطلب شده و اساتید بسیاری در آن حوزه کتابها و مطالب بسیاری ارائه نموده اند.

با امید به اینکه این کتاب راهنمایی برای شما باشد.

موفق و سربلند باشید

آزاده پرویش



فصل ۱

کارآفرینی



تعریف کارآفرینی

کارآفرینی به انگلیسی Entrepreneurship واژه ای نسبتاً قدیمی است که ریشه فرانسوی دارد. با وجودی که حدود سیصد سال است که برخی افراد کارآفرین نامیده می‌شوند، اما کارآفرینی به شکلی که ما می‌فهمیم و در رشته‌هایی مثل مدیریت کارآفرینی مورد توجه قرار می‌گیرد تنها حدود یک قرن است رواج یافته است. به عبارتی، اینکه کارآفرینی را یک علم بدانیم و اینکه عده ای در دانشگاه‌ها متخصص کارآفرینی باشند و یا اینکه کسانی بخواهند بین کارمندی و کارآفرینی یک راه را انتخاب کنند و این انتخاب، به عنوان یک سوال جدی در مسیر شغلی به رسمیت شناخته بشود، یک اتفاق نسبتاً جدید و متعلق به یک قرن اخیر است.

پتر دراکر، پدر علم مدیریت این تعریف را برای کارآفرینی بیان می‌کند:

" کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند، کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و آن‌ها را دچار تحول می‌نماید و به سمت بهتر شدن هدایت می‌کند."

کارآفرینی به فرایند خلق ارزش جدید (چه مادی و چه معنوی) از طریق یک تلاش متعهدانه با در نظر گرفتن تمام ریسک‌های ناشی از آن گفته می‌شود.

ژوزف شومپیتر (اقتصاد دان) ابعاد کارآفرینی را فراتر از مفهوم فرصت یابی و فرصت پروری می‌داند. او به رابطه بین کارآفرینی و نوآوری توجه ویژه داشت. او پنج شیوه نوآوری را مد نظر داشت:

* معرفی یک کالای جدید

* به کارگیری یک شیوه ی جدید برای تولید یک محصول قدیمی

* ایجاد یک بازار جدید برای یک محصول موجود

* کشف و به کارگیری یک منبع جدید برای تامین مواد اولیه

* ایجاد یک ساختار جدید برای یک صنعت موجود



کارآفرینی چیست؟

کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو، خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید با بسیج منابع، به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می‌ورزد.

انگیزه‌هایی که در کارآفرین شدن موثر می‌باشد از جمله: نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت و احساس مفید بودن و استقلال طلبی رامی‌توان نام برد.

کارآفرین چه کسی است؟

کارآفرین فردی است که از خلاقیت بالا در کنار روحیه ی ریسک پذیری و نوآور برای حل مشکلات برخوردار باشد. انسان‌های کارآفرین ذاتاً موجب ظهور مشاغل جدید می‌شوند و می‌توانند فرصت‌های رشد را سریعاً شناسایی کنند. صفت‌هایی که به کارآفرینان نسبت داده می‌شود عبارت است از: خلاقیت، آینده نگری، پیشرو بودن و ارزش آفرینی.

کارآفرین کنترل درونی دارد. او باید بتواند آنچه را که می‌اندیشد به واقعیت تبدیل کند و ایده خود را عملی سازد. کارآفرین استقلال

دارد. کارآفرین خلاق است و وقتی خلاقیت او از ذهن به عمل منتقل می‌شود نوآوری صورت می‌پذیرد.

کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند.

کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و آن‌ها را دچار تحول می‌نماید و به سمت بهتر شدن هدایت می‌کند.

ژوزف شومپیتر (اقتصاد دان) در نظریه‌های اقتصادی خود کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی می‌داند و می‌گوید: "نقش کارآفرین، نوآوری است."

از دیدگاه وی ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و... از فعالیت‌های کارآفرین است.

فرآیند کارآفرینی

سوالی که اینجا مطرح می‌شود این است که آیا کارآفرینی هم مانند هر فرآیند دیگری مراحل و ترتیبی دارد؟

حدس زدن پاسخ این این پرسش، دشوار نیست. کارآفرینان همگی مراحل یکسانی را طی نمی‌کنند و کارآفرینی مانند هر فعالیت دیگری با خلاقیت ارتباط مستقیمی دارد.

فرآیند کارآفرینی می‌تواند مانند یک چک لیست عمل کند. یعنی کسی که با کارآفرینی به شکل تجربی آشنا شده می‌تواند نواقص خود را بیابد و به صورت تجربه در اختیار دیگران قرار دهد.

به عنوان مثال ممکن است شخصی ابتدا محصول یا خدمات خود را ایجاد کند بعد بازاریابی کند ولی شخص دیگری ابتدا بازار هدف را شناسایی کند و بعد متناسب با آن کالا و خدمات ارائه دهد.

اما به طور کلی ۴ مرحله ای زیر در اکثر موارد صادق است:



۱. انتخاب و تصمیم‌گیری:

یکی از مهم‌ترین مراحل انتخاب و تصمیم‌گیری است. جایی که ما به خودمی‌گوییم: "من می‌خواهم کسب و کار خودم را داشته باشم"

که اغلب این مرحله با یک محرک ایجاد می‌شود مانند: مشکل مالی، برخورد نامناسب کارفرما در کار فعلی، فشار کاری زیاد یا....

گاهی تصمیم‌گیری آسان و در بعضی موارد بسیار سخت و چالش‌برانگیز است. اینکه چه لباسی بپوشیم، چه غذایی بخوریم، چه فیلمی ببینیم، کجا برویم، مواردی هستند که به راحتی می‌توان در موردشان تصمیم بگیریم. اما تصمیم‌گیری همیشه مثل این موارد ساده و راحت نیست. گاهی اوقات نیاز به تفکر و تعقل و تلاش بیشتری دارد.

مثل تصمیم در مورد محل تحصیل، رشته تحصیلی، انتخاب شغل و... زیرا این تصمیم‌ها می‌توانند مسیر زندگی را تغییر دهند و یا ما را دچار چالش‌هایی کنند که باید بتوانیم از پس آن بریباییم و برای خودمان و اطرافیانمان مشکل ایجاد نکند.

تصمیم‌گیری باید در چارچوب و اصولی باشد. متخصصان هفت مرحله را برای انتخاب یک تصمیم عنوان کرده‌اند: