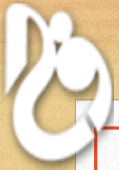


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده فن و حرفه ای دختران شیراز

درس کارآفرینی

رشته تربیت مربی کودک

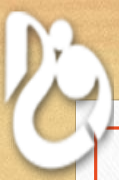
مدرس: دکتر عبد شریفی

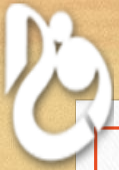


مہانے کار آفرینے

دکتر محمود احمد پور داریانی

دکتر سید محمد مقیمی





ارزیابے دورہ

امتحان میانترم: ۶ نمبرہ (تشریحی)

امتحان پایان ترم: ۱۰ نمبرہ (تشریحی)

ارائہ کلاسے: ۳ نمبرہ

مشارکت موثر: ۱ نمبرہ

کار عملے دورہ: ۲۰ نمبرہ

مباحث مطرح شده در دوره کارآفرین

❖ فصل اول: آشنایی با مفاهیم کسب و کار

❖ فصل دوم: نگرش‌ها به کسب و کار

❖ فصل سوم: کارآفرین چیست؟ و کارآفرین کیست؟

❖ فصل چهارم: چگونه راه‌اندازی و شکل‌گیری کسب و کارهای کارآفرینانه

❖ فصل پنجم: فعالیت‌های مدیریت در کسب و کارهای کارآفرینانه

مباحث مطرح شده در دوره کارآفرینی

❖ فصل ششم: فعالیت های تولیدی و فن در کسب و کارهای کارآفرینانه

❖ فصل هفتم: فعالیت های بازرگانه در کسب و کارهای کارآفرینانه

❖ فصل هشتم: فعالیت های حسابداری در کسب و کارهای کارآفرینانه

❖ فصل نهم: فعالیت های مالی در کسب و کارهای کارآفرینانه

❖ فصل دهم: فعالیت های تامین در کسب و کارهای کارآفرینانه



فصل اول: آشنایی با مفاهیم کسب و کار





طرح کسب و کار

خلاصه جامع

یک صفحه خلاصه از مأموریت، چشم انداز و هدف تان

بازار هدف

محصولات / خدمات شما برای چه کسانی در نظر گرفته شده؟
برای جمع آوری اطلاعات جامعه هدف و بودجه بندی
نظر سنجی کنید.

رقبا

رقبای خود و قدرت ها و ضعف های آنها را شناسایی کنید.
مزیت های رقابتی را پیدا کنید.

نیروی انسانی

آیا برای راه اندازی کسب و کار خود به کارمندان بیشتری نیاز دارید؟
مهارت های مورد نیاز را لیست کنید.

منابع اولیه

آیا نیاز به منابع اولیه خارجی و برون سپاری دارید؟

برنامه ریزی مالی

چه میزان سرمایه برای راه اندازی کسب و کار خود نیاز دارید؟
میزان سودآوری را محاسبه کنید.

عملیات ها

چگونه کسب و کار خود را راه اندازی می کنید؟
مؤثرترین راه انجام کارها را پیش بینی کنید؟

برنامه بازاریابی

چگونه محصولات / خدمات خود را به مشتریان معرفی می کنید؟
از چه طریقی پیام خود را به آنها می رسانید؟

سه مرحله ی تکامل جوامع بشری

۱- جامعه ی سنتی: قدرت یدی و پیروی از هنجارهای
مشخص

۲- جامعه ی صنعتی: قدرت یدی و فکری؛

۳- جامعه ی فرا صنعتی یا اطلاعاتی: دانایی و دانش؛
اصالت به ماده و انرژی داده شد؛ شکل گیری
الگوهای کسب و کار به دلیل سرمایه گذاری های
زیاد و ...

شرایط حاضر: جامعه ی فرا اطلاعاتی:

پیروی انسانی کیفی و خلاقیت و نوآوری عامل
برتری است.

سه مرحله ی تکامل جوامع بشری

سه انقلاب بسیار مهم عصر فرا صنعتی:

- ۱- انقلاب دیجیتالی
- ۲- انقلاب اینترنتی
- ۳- انقلاب کار آفرینی



ویژگی های جوامع بشری با تاکید بر جامعه ی اطلاعاتی

❖ ماهیت قدرت در موج اول: خشونت

❖ قدرت در اختیار زمین داران و فئودال هاست و طبقات پایین تر ناچار به پیروی از ارباب هستند

❖ ماهیت قدرت در موج دوم: ثروت

❖ قدرت در اختیار سرمایه دار است و سایر کارکنان و یا افراد جامعه ناچار به اطاعت از آنها هستند.

❖ ماهیت قدرت در موج سوم: دانایی: بهترین نوع توزیع قدرت

❖ دانایی حرف اول را میزند و قدرت در اختیار هر کسی است که دانش و اطلاعات دارد.

ویژگی های جوامع بشری با تاکید بر جامعه ی اطلاعاتی

- ❖ در این جامعه اطلاعات جز تفکیک ناپذیر جامعه است
- ❖ سفارشی سازی و مشتری سالاری ویژگی بارز این عصر است.
- ❖ فشار رقابتی، تنوع محصولات و تغییر در انتظارات جامعه و افزایش سطح توقع مشتری
- ❖ تاثیر اختراع رایانه و استفاده از حجم انبوهی از اطلاعات اجتناب ناپذیر است.
- ❖ توسعه ی ارتباطات گروهی مبتنی بر رایانه، روباتیک و پایگاه های داده و اینترنت

نقش دانایی در پیشرفت جوامع بشری

- ✓ بیشترین سهم تولید مربوط به افرادی است که دانایی را در اختیار دارند.
- ✓ استفاده از نظام اطلاعاتی و دانایی عامل برتری است.
- ✓ قدرت تحقیق و توسعه عامل تمایز است.
- ✓ استفاده از وسایل ارتباطات جمعی
- ✓ تاثیر استفاده از نیروی خلاق و کارآفرین و البته خلاقیت اجتناب ناپذیر است.
- ✓ توسعه ی خلاقیت نیازمند ایجاد شرایط درونی و بیرونی است.
- ✓ شرایط درونی : نظام های اطلاعاتی و دانش ذخیره شده
- ✓ شرایط بیرونی: نظام اقتصادی، سیاسی و علمی جامعه

کسب و کار چیست؟

معانی اولیه ی کسب و کار

❖ خرید و فروش و تجارت
❖ پول درآوردن و تجارتي که از آن پول حاصل شود.

کسب و کار چیست؟

➤ **حالتی از مشغولیت به صورت عام؛ شامل فعالیت هایی است که تولید و خرید و فروش کالا و خدمات را با هدف فروش آنها به منظور کسب سود در بر می گیرد.**

➤ **کسب و کار یک نوع کاسبی است که در طی آن کالاها و یا خدمات برای فروش در بازار تولید و توزیع می شود.**

کسب و کار چیست؟

ویژگی های کسب و کار

✓ فروش و یا انتقال کالا و خدمات برای کسب ارزش

✓ معامله ی کالا و خدمات

✓ تکرار معاملات

✓ انگیزه ی سود (قدرتمندترین محرک)

✓ فعالیت توام با ریسک

❖ تنها هدف کسب و کار کسب سود نیست.

اهداف کسب و کار چیست؟

۱- اجتماعی:

- ☐ کالا و خدمات کیفی
- ☐ برخورد عادلانه با کارگران
- ☐ رعایت عدالت در برخورد با سرمایه گذاران
- ☐ برخورد منصفانه با عرضه کنندگان

۲- اقتصادی

- ☐ سود رضایت بخش
- ☐ ایجاد و حفظ مشتریان
- ☐ ایجاد نوآوری ها



الگوی کسب و کار



الگوی کسب و کار

ویژگی های ایده

۱- ایده ی خوب باید زمینه ی دستیابی به نیازهای ارضا نشده در بازار را فراهم کند.

۲- ایده ی خوب باید منجر به داد و ستد و معامله شود.



نوع شناسی کسب و کارها

- ۱- کسب و کارهای صنعتی
- ۲- کسب و کارهای خدماتی
- ۳- کسب و کارهای تجاری

نوع شناسی کسب و کارها

۱- کسب و کارهای صنعتی

- صنایع استخراجی
- صنایع ژنتیک
- صنایع تولیدی
- صنایع سازه ای

نوع شناسی کسب و کارها

۲- کسب و کارهای خدماتی

✓ خدمات مستقیم: داخلی؛ هنری، بهداشتی، بیمه ای و ارتباطات

✓ خدمات حمایتی: بانکداری، حمل و نقل، بیمه، انبارداری، بسته بندی و تبلیغات



نوع شناسی کسب و کارها

۳- کسب و کارهای تجاری

✓ براساس میزان پوشش بازار:

- تجارت بین الملل
- تجارت ملی
- تجارت منطقه ای یا محلی

✓ تجارت داخلی (براساس اندازه و ظرفیت): عمده فروشی و خرده فروشی

نوع شناسی کسب و کارها

- ۱- کسب و کار الکترونیک
- ۲- کسب و کارهای خانگی
- ۳- کسب و کارهای خانوادگی
- ۴- کسب و کارهای روستایی
- ۵- کسب و کارهای کوچک و متوسط
- ۶- کسب و کارهای بزرگ



محرک های راه اندازی کسب و کار

عناصر مهم ایجاد کسب و کار از دیدگاه والستاد و کوریلسکی

- دیدگاه جامعه به کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی
- نگرش ها به راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه
- تلقی از مقررات دولتی و مالیات ها

✓ سایر دلایل:

✓ رییس خود بودن

✓ فرصت برای استفاده از مهارت ها و توانایی ها

✓ کاری برای اقوام و فامیل کردن

✓ ایجاد فرصت برای پول جمع کردن

✓ کمک به جامعه

✓ حل چالش



مدل کسب و کار

کارکرد مدل کسب و کار:

- ✓ آمیخته ای از تدابیر محاسباتی و طرح داستان گونه که به کارآفرین این امکان را می دهد که بازاری را کشف کند و نوآوری های خود را در آن پیاده کند.
- ✓ بیانیه ای که در آن یک شرکت مشخص می کند چگونه میخواهد پول درآورد و در طول زمان بتواند سود خود را استمرار ببخشد.
- ✓ در مدل کسب و کار تمرکز بر فرایندهای درونی و طراحی زیرساخت هاست که شرکت را قادر می سازد تا خلق ارزش کند و متغیرهایی مثل تولید و تبادل خدمت، فرایندهای اداری، جریان منابع، مدیریت دانش و جریان تدارکات را مشخص کند.

مدل کسب و کار

- ❖ شرکت چگونه خلق ارزش می کند ؟ (عوامل مرتبط با سفارش)
- ❖ شرکت برای چه کسی خلق ارزش می کند؟ (عوامل مرتبط با بازار)
- ❖ مزیت شرکت از نظر منابع درونی چیست؟ (عوامل مرتبط با ظرفیت درونی)
- ❖ جایگاه شرکت در بازار چگونه خواهد بود ؟ (عوامل مرتبط با استراتژی رقابتی)
- ❖ شرکت چگونه می خواهد پول در آورد؟ (عوامل اقتصادی)
- ❖ زمان، قلمرو و میزان بلندپروازی کارآفرین چگونه است؟ (عوامل مرتبط با کارآفرین)

سوالات کلیدی



مراحل تکامل کسب و کار

- دهه ۶۰: کمیت محصول یا خدمت
- دهه ۷۰: هزینه محصول یا خدمت
- دهه ۸۰: کیفیت محصول یا خدمت
- دهه ۹۰: تقدم زمانی
- قرن ۲۱: خدمت و سفارشات بیشتر



فضای کسب و کار

بیشترین سهم تولید مربوط به افرادی است که دانایی را در اختیار دارند.

استفاده از نظام اطلاعاتی و دانایی عامل برتری است.

قدرت تحقیق و توسعه عامل تمایز است.

استفاده از وسایل ارتباطات جمعی

تاثیر استفاده از نیروی خلاق و کارآفرین و البته خلاقیت اجتناب ناپذیر است.

توسعه ی خلاقیت نیازمند ایجاد شرایط درونی و بیرونی است.

شرایط درونی : نظام های اطلاعاتی و دانش ذخیره شده

شرایط بیرونی: نظام اقتصادی، سیاسی و علمی جامعه



فضای کسب و کار

بیشترین سهم تولید مربوط به افرادی است که دانایی را در اختیار دارند.

استفاده از نظام اطلاعاتی و دانایی عامل برتری است.

قدرت تحقیق و توسعه عامل تمایز است.

استفاده از وسایل ارتباطات جمعی

تاثیر استفاده از نیروی خلاق و کارآفرین و البته خلاقیت اجتناب ناپذیر است.

توسعه ی خلاقیت نیازمند ایجاد شرایط درونی و بیرونی است.

شرایط درونی : نظام های اطلاعاتی و دانش ذخیره شده

شرایط بیرونی: نظام اقتصادی، سیاسی و علمی جامعه



«سپاس از توجه شما»