

# توسعه‌ی کسب و کارهای خرد در کشور

حسین فرج نژاد




بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# توسعه‌ی کسب و کارهای

## خرد در کشور

تالیف:

حسین فرج نژاد

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی



انتشارات موجک



سرشناسه: فرج نژاد، حسین، ۱۳۵۰-

عنوان و نام پدیدآور: توسعه‌ی کسب و کارهای خرد در کشور/ تالیف حسین فرج نژاد.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: ۱۷۳ ص.

شابک: ۲-۲۵۷-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸-۵۵۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیفا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: کسب و کار خرد

Small business: موضوع

موضوع: کسب و کار خرد -- ایران

Small business -- Iran: موضوع

موضوع: موفقیت در کسب و کار

Success in business: موضوع

رده بندی کنگره: HD۲۳۴۱

رده بندی دیویی: ۳۳۸/۶۴۲

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۲۱۰۳۶

انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ | کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: توسعه‌ی کسب و کارهای خرد در کشور

تالیف: حسین فرج نژاد

مشخصات ظاهری: ۱۷۳ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۹، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۵۵۰۰۰۰ ریال، شابک: ۲-۲۵۷-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ

و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده

قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

# فهرست مطالب

صفحه

عنوان

---

۱	پیش‌گفتار.....
۳	<b>فصل اول: کلیات</b> .....
۳	۱-۱ مقدمه .....
۵	۲-۱ دلایل مطرح شدن توسعه کسب و کارهای خرد .....
۷	۳-۱ اهمیت و ضرورت توسعه کسب و کارها .....
۹	۴-۱ سابقه توسعه کسب و کارها در دنیا .....
۱۰	۵-۱ نقش توسعه کسب و کارها در توسعه اقتصادی جوامع .....
۱۴	۶-۱ شرایط محیطی کشورها برای تاسیس کسب و کارها .....
۱۶	۷-۱ توسعه کسب و کارها و رشد اقتصادی جوامع .....
۱۷	۸-۱ توسعه کسب و کارها و اشتغال .....
۱۷	۹-۱ توسعه کسب و کارها و رشد فن‌آوری .....
۱۸	۱۰-۱ عوامل تسهیل‌کننده در توسعه کسب و کارها .....
۱۸	۱۱-۱ موانع بهبود فضای کسب و کار .....
۱۹	۱۲-۱ تعریف کارآفرینی .....
۲۰	۱۳-۱ کارآفرینی سازمانی .....
۲۲	۱۴-۱ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین .....
۲۲	۱-۱۴-۱ نیاز به توفیق طلبی .....

۲۳.....	۲-۱۴-۱ مرکز کنترل .....
۲۳.....	۳-۱۴-۱ ریسک پذیری .....
۲۳.....	۴-۱۴-۱ خلاقیت و نوآوری .....
۲۴.....	۵-۱۴-۱ تحمل ابهام .....

## فصل دوم: بهبود و توسعه کسب و کارهای خرد ..... ۲۵

۲۵.....	۱-۲ مقدمه .....
۲۵.....	۲-۲ کسب و کار .....
۲۶.....	۳-۲ تعریف کسب و کارهای خرد .....
۲۸.....	۴-۲ تعریف کسب و کارهای خرد خانگی .....
۳۰.....	۵-۲ اهمیت کسب و کارهای خرد خانگی .....
۳۲.....	۶-۲ مزایای کسب و کارهای خرد خانگی .....
۳۴.....	۷-۲ معایب کسب و کارهای خرد خانگی .....
۳۴.....	۸-۲ بهبود فضای کسب و کار خرد .....
۳۶.....	۹-۲ دانش و مهارت‌های لازم برای ایجاد کسب و کار .....
۳۷.....	۱۰-۲ توسعه کسب و کارهای خرد کوچک .....
۴۰.....	۱۱-۲ اهمیت وجود خلاقیت در کسب و کار خرد .....
۴۱.....	۱۲-۲ تغییرات بنیادی در کسب و کار کنونی و لزوم آماده بودن برای تغییرات .....
۴۲.....	۱۳-۲ کسب و کار محوری .....
۴۵.....	۱۴-۲ شرایط راه‌اندازی کسب و کار خرد خانگی از لحاظ قانونی .....
۴۵.....	۱۵-۲ مدیریت کسب و کارهای خرد خانگی .....
۴۶.....	۱۶-۲ نحوه راه‌اندازی یک کسب و کار خرد .....
۴۶.....	۱۷-۲ فاکتورهای تاثیرگذار جهت شروع یک کسب و کار خرد خانگی .....

## فصل سوم: بازاریابی و فروش در کسب و کارهای خرد ..... ۵۷



۵۷.....	۱-۳ مقدمه .....
۵۸.....	۲-۳ بازاریابی .....
۶۶.....	۳-۳ تاریخچه بازاریابی .....
۶۷.....	۴-۳ تاریخچه بازاریابی نوین .....
۶۹.....	۵-۳ عناصر بازارگرایی داخلی .....
۷۰.....	۶-۳ بازاریابی گرای و بازارگرایی .....
۷۱.....	۷-۳ بازارگرایی .....
۷۱.....	۸-۳ رفتارهای بازارگرایی .....
۷۲.....	۱-۸-۳ رفتارهای سنتی بازارگرایی نسل اول بازارگرایی .....
۷۲.....	۲-۸-۳ رفتارهای مدرن بازارگرایی نسل دوم بازارگرایی .....
۷۳.....	۹-۳ پیش زمینه‌های بازارگرایی .....
۷۴.....	۱۰-۳ ساخت مفهوم بازارگرا .....
۷۵.....	۱۱-۳ عوامل مورد توجه بازارگرایی .....
۷۵.....	۱-۱۱-۳ خلق و تبادل اطلاعات .....
۷۶.....	۲-۱۱-۳ مشتری مداری .....
۷۷.....	۳-۱۱-۳ رقیب گرایی .....
۷۷.....	۱۲-۳ رویکردهای بازارگرایی .....
۷۷.....	۱۳-۳ دیدگاه‌های بازارگرایی معاصر .....
۷۸.....	۱۴-۳ دیدگاه تصمیم‌گیری شاپیرو و گلازر .....
۷۹.....	۱۵-۳ دیدگاه هوشمندی بازار کوهلی و جاورسکی .....
۸۰.....	۱۶-۳ دیدگاه رفتاری مبتنی بر فرهنگ نور و سلاتر .....
۸۱.....	۱۷-۳ دیدگاه بازاریابی استراتژیک روکرت .....
۸۱.....	۱۸-۳ دیدگاه مشتری گرایی دیشپند .....
۸۲.....	۱۹-۳ مدیریت بازاریابی .....
۸۵.....	۲۰-۳ محیط‌های بازاریابی .....

۸۶.....	۲۱-۳ انواع محیط بازاریابی
۸۷.....	۲۲-۳ عوامل بازاریابی
۸۹.....	۲۳-۳ انواع بازاریابی
۹۰.....	۲۴-۳ بازاریابی مصرفی
۹۱.....	۲۵-۳ بازاریابی چندسطحی
۹۱.....	۲۶-۳ قابلیت‌های بازاریابی
۹۵.....	۲۷-۳ عملکرد فروش
۹۵.....	۱-۲۷-۳ مفهوم عملکرد فروش
۹۷.....	۲-۲۷-۳ عوامل موثر بر عملکرد فروش
۹۸.....	۳-۲۷-۳ اندازه‌گیری عملکرد فروش
۹۹.....	۲۸-۳ استراتژی بازار - محصول
۱۰۱.....	۲۹-۳ توزیع
۱۰۲.....	۳۰-۳ اجرای استراتژی
۱۰۳.....	۳۱-۳ ویژگی‌های سازمانی
۱۰۴.....	۳۲-۳ تعهدات فروش
۱۰۵.....	۳۳-۳ ویژگی‌های محیطی
۱۰۶.....	۳۴-۳ موانع فروش

## ۱۱۱..... فصل چهارم: عملکرد صادراتی در کسب و کارهای خرد

۱۱۱.....	۱-۴ مقدمه
۱۱۲.....	۲-۴ مفهوم عملکرد صادراتی
۱۱۴.....	۳-۴ عوامل موثر بر عملکرد صادراتی
۱۱۶.....	۴-۴ اندازه‌گیری عملکرد صادراتی
۱۱۷.....	۵-۴ استراتژی بازار - محصول
۱۲۰.....	۶-۴ اجرای استراتژی

۱۲۱	.....	۷-۴ ویژگی‌های سازمانی
۱۲۲	.....	۸-۴ تعهدات صادرات
۱۲۳	.....	۹-۴ ویژگی‌های محیطی
۱۲۴	.....	۱۰-۴ موانع صادرات

### **فصل پنجم: هوشمندی در کسب و کارهای خرد** ..... ۱۲۹

۱۲۹	.....	۱-۵ مقدمه
۱۳۱	.....	۲-۵ مفهوم هوش
۱۳۳	.....	۳-۵ مفهوم هوش کسب و کار
۱۳۵	.....	۴-۵ هوشیاری کسب و کار
۱۴۱	.....	۵-۵ شایستگی‌های کارآفرینانه

### **فصل ششم: جمع بندی** ..... ۱۴۷

۱۶۱	.....	<b>منابع</b>
۱۶۱	.....	منابع فارسی
۱۶۹	.....	منابع انگلیسی



## پیش‌گفتار

جهان امروز بی‌تردید از ویژگی خاصی برخوردار است. یکی از ویژگی‌های عصر حاضر، تغییر و تحولات شگرفی است که در طرز فکر، ایدئولوژی، ارزش‌های اجتماعی و روش‌های انجام کار به چشم می‌خورد. از جمله پدیده‌هایی که به شدت تحت تأثیر این تغییرات قرار گرفته و می‌گیرند، کارآفرینی می‌باشند. امروزه کارآفرینی نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی و از مشخصه‌های یک اقتصاد سالم است (فروهر، ۱۳۹۰).

سازمان‌ها برای این که بتوانند به طور موثری تقاضای در حال تغییر محیط امروزی را برآورده سازند، نیازمند انعطاف‌پذیری، انطباق‌پذیری، کارآفرینی و نوآوری بیشتری هستند. به همین اندازه نیز سبک رهبری مناسب برای تاثیرگذاری بر یک چنین تغییری مورد نیاز می‌باشد. از عوامل تاثیرگذار بر خلاقیت و نوآوری، رهبری است. رهبران تحول‌آفرین در پی راه‌های جدید انجام دادن کار، فرصت‌های تازه و توانمندسازی کارکنان جهت رسیدن به هدف‌های سازمان هستند. وجود رهبران تحول‌آفرین با ویژگی‌هایی از جمله: حمایت و ترغیب به قبول مسئولیت برای یادگیری و دادن آزادی برای کسب تجربه و قبول خطر، اختصاص زمان کافی برای کار کردن و سازگاری با تغییرات، ایجاد فرصت‌هایی برای یادگیری مشاغل جدید و خلاقیت، کمک به کارکنان جهت بسط و گسترش توانایی‌های آنان، نشان دادن راه‌های جدید نگرش به چگونگی انجام کار به کارکنان و ... موجب افزایش خلاقیت و نوآوری سازمانی می‌شوند. در نهایت رهبری تحول‌آفرین می‌تواند که کارکنان سازمان را در انجام تغییرات و ایجاد یک ساختار که تاکید اصلی آن بر نوآوری و خلاقیت به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان موفقیت در دنیای رقابتی امروز می‌باشد، درگیر کند (عزیزی و صیدی، ۱۳۹۵).

لازمه تغییر و تحولات مستمر سازمانی در محیط‌های پویا و در حال تغییر امروز، وجود رهبرانی بصیر، راهبردی یا به عبارت روشن‌تر، رهبران تحول‌آفرین است (حکیمی، ۱۳۹۸).

انتخاب یا شکل‌گیری سبک رهبری در یک سازمان بستگی به بلوغ سازمانی و ماهیت کسب و کار سازمان دارد. مدیران به عنوان عنصر مهمی از عوامل زمینه‌ای در محیط کار، بر خلاقیت تأثیر می‌گذارند. از طرفی رفتار مدیران سازمان که باید نقش رهبری را بر عهده گیرند، بر افکار، احساسات و آرزوهای کارکنان تحت نظارت خود که موجب انگیزش و هدایت رفتار می‌شود، اثر می‌گذارد. بنابراین سبک رهبری به عنوان عامل تسهیل‌کننده و برانگیزنده به طور مستقیم و غیرمستقیم بر بازده کاری سازمان تأثیر گذاشته و از این حیث از اهمیت بالایی برخوردار است (ربیعی مندجین و همکاران، ۱۳۹۵).

انتخاب سبک رهبری در موفقیت و رسیدن به جایگاه مناسب در اقتصاد پر چالش امروزی سهم بسزایی دارد. گزینش رهبری بانفوذ، الهام‌بخش، خلاق با چشم اندازهای نوین رهبری به عنوان سرپرست، بهره‌وری و بقا را برای کسب و کارها به ارمغان می‌آورد (مهدیخانی و یزدانی، ۱۳۹۶). کتاب حاضر با هدف آشنایی خوانندگان با مباحث مرتبط با توسعه‌ی کسب و کارهای خرد در کشور، طی شش فصل به شرح زیر تدوین و تنظیم شده است:

فصل اول به کلیات اختصاص دارد. فصل دوم پیرامون بهبود و توسعه کسب و کارهای خرد نگاشته شده است. فصل سوم، بازاریابی و فروش در کسب و کارهای خرد را به بحث گذارده است. فصل چهارم به عملکرد صادراتی در کسب و کارهای خرد اختصاص دارد. فصل پنجم پیرامون هوشمندسازی در کسب و کارهای خرد نگاشته شده است. فصل ششم نیز به جمع‌بندی اختصاص دارد.

# Development of Small Businesses in the Country

Hossein Farajnejad

سازمان‌ها برای این که بتوانند به طور موثری تقاضای در حال تغییر محیط امروزی را برآورده سازند، نیازمند انعطاف پذیری، انطباق پذیری، کارآفرینی و نوآوری بیشتری هستند. به همین اندازه نیز سبک رهبری مناسب برای تاثیرگذاری بر یک چنین تغییری مورد نیاز می‌باشد. از عوامل تاثیرگذار بر خلاقیت و نوآوری، رهبری است. رهبران تحول آفرین در پی راه‌های جدید انجام دادن کار، فرصت‌های تازه و توانمندسازی کارکنان جهت رسیدن به هدف‌های سازمان هستند. وجود رهبران تحول آفرین با ویژگی‌هایی از جمله: حمایت و ترغیب به قبول مسئولیت برای یادگیری و دادن آزادی برای کسب تجربه و قبول خطر، اختصاص زمان کافی برای کار کردن و سازگاری با تغییرات، ایجاد فرصت‌هایی برای یادگیری مشاغل جدید و خلاقیت، کمک به کارکنان جهت بسط و گسترش توانایی‌های آنان، نشان دادن راه‌های جدید نگرش به چگونگی انجام کار به کارکنان و ... موجب افزایش خلاقیت و نوآوری سازمانی می‌شوند. در نهایت رهبری تحول آفرین می‌تواند که کارکنان سازمان را در انجام تغییرات و ایجاد یک ساختار که تاکید اصلی آن بر نوآوری و خلاقیت به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان موفقیت در دنیای رقابتی امروز می‌باشد، درگیر کند.

لازمه تغییر و تحولات مستمر سازمانی در محیط‌های پویا و در حال تغییر امروز، وجود رهبرانی بصیر، راهبردی یا به عبارت روشن‌تر، رهبران تحول آفرین است.



انتشارات موجک

ISBN: 978-600-994-257-2

