

رسالة الروح من الروح



دوره جامع

نحوه راه اندازی کسب و کارهای تعاونی زودبازده

جلسات اول و دوم

دکتر سیامک باران دوست

مهر ۱۴۰۲

- ✓ دکترای تخصصی کارآفرینی (Ph.D)
- ✓ مدرس دانشگاه آزاد تهران جنوب
- ✓ مدرس اتاق‌های بازرگانی و تعاون ایران
- ✓ مدرس روزنامه دنیای اقتصاد
- ✓ مدیرعامل شرکت مشاوران فرصت گستر فردا
- ✓ مشاور برندهای آراین موتورز، پخش رازی، هومکت و رجاء
- ✓ بیزنس پلنر بیش از ۲۰۰ طرح کسب‌وکار در صنایع مختلف
- ✓ مدرس بیش از ۱۲۰ سمینار در سراسر کشور



دکتر سیامک باران دوست



۰۹۱۲۶۳۵۵۴۷۳



@dr.barandoost



Siamak.barandoost@gmail.com

بحث اول

چیست؟

کسب و کار

کسب و کار چیست؟

□ در واژه نامه لانگمن، کسب و کار به معنای فعالیت و تجارتی

است که از آن پول حاصل شود.

□ پترسن و پلومن بر این باورند که هر تبادلی که در آن خرید و

فروش صورت گیرد کسب و کار نیست، بلکه کسب و کار، هر

نوع تبادل **تکراری** و **تجدید شونده** ی خرید و فروش است.

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

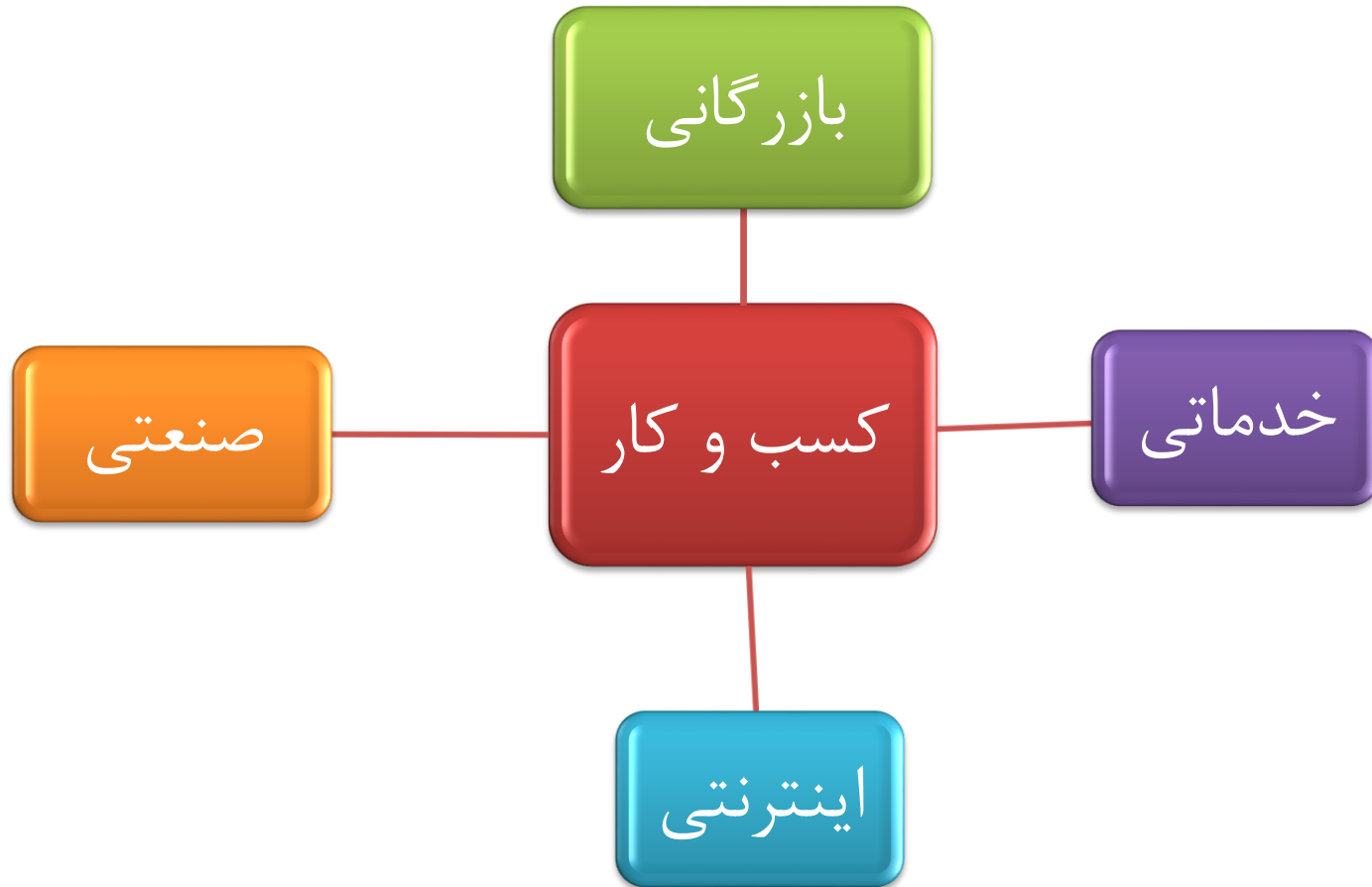
ویژگی های کسب و کار

- فروش یا انتقال کالاها و خدمات برای کسب ارزش
- معامله کالا یا خدمات
- تکرار معاملات
- انگیزه سود (مهمترین و قدرتمندترین محرک اداره ی امور کسب و کار)
- فعالیت توأم با ریسک

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

انواع کسب و کار



دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

انواع کسب و کار

- کسب و کار الکترونیکی (E-Business)
 - کسب و کار خانگی (Home Business)
 - کسب و کار خانوادگی (Family Business)
 - کسب و کار روستایی (Rural Business)
- بر حسب اندازه (size):
- کسب و کار کوچک و متوسط (SME)
 - کسب و کار بزرگ (Large Business)

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

اهداف کسب و کار

اقتصادی

سود رضایت بخش

ایجاد و حفظ مشتریان

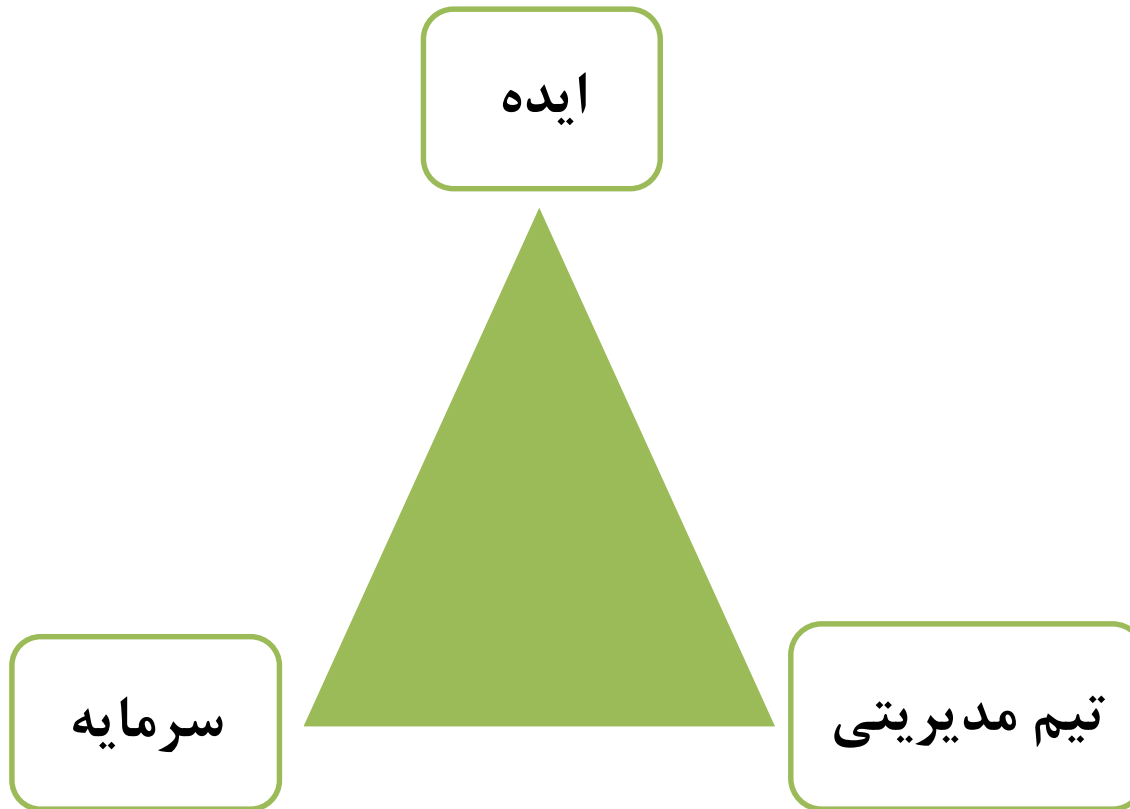
ایجاد نوآوری

توسعه بازارها

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

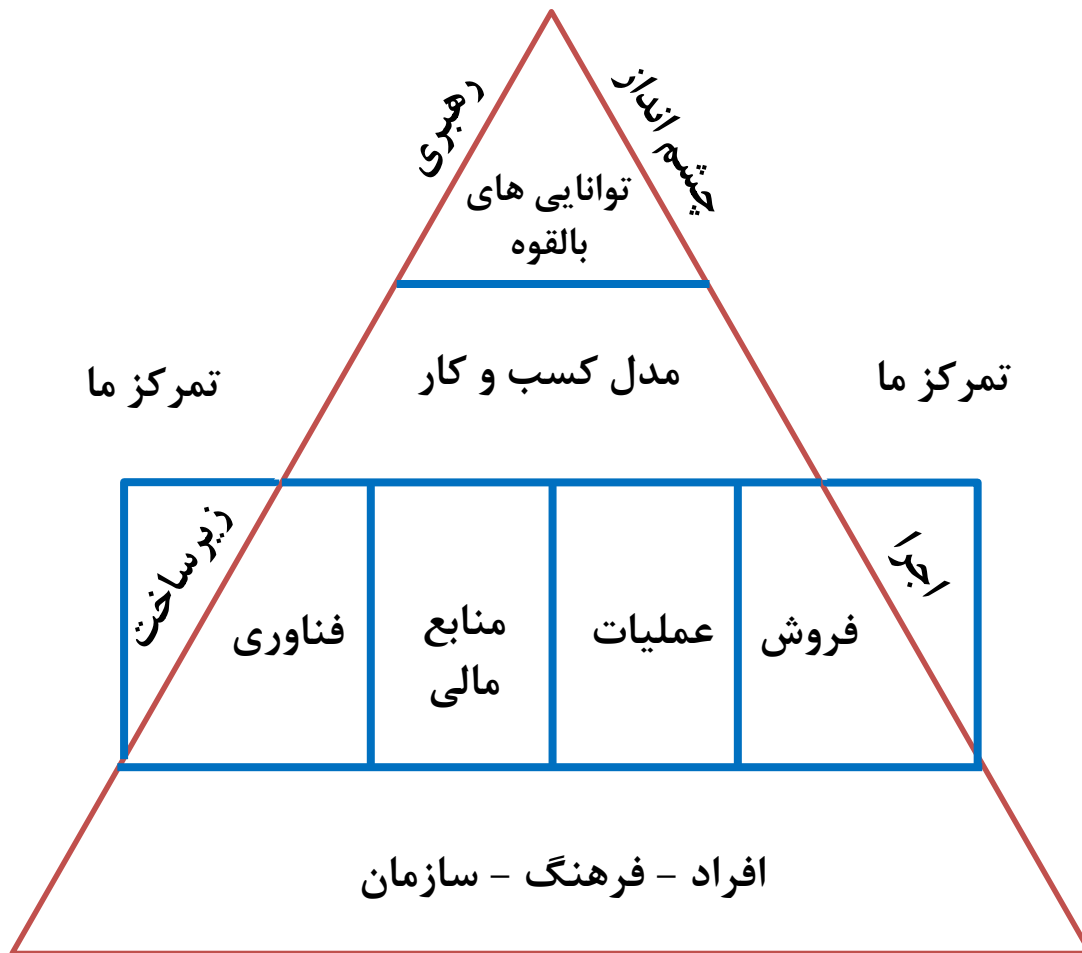
مثلث کسب و کار



دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

لایه های یک کسب و کار



دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

انواع روش های راه اندازی کسب و کار

شروع از صفر

فرانچایز

خرید کسب و کار
موجود

از بین این روش ها، فرانچایز **ریسک کمتری** دارد

و **هزینه** سرمایه گذاری آن نیز **پایین تر** است.

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرصت

فرصت ها مجموعه ای از ایده ها، باورها و اقداماتی برای خلق محصولات و خدمات آینده است که بازارهای فعلی برای آن ها وجود ندارد.

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرصت و ایده

.It is in the environment

It is a problem to be solved.

.It is a need to be fulfilled

.It is a want to be addressed

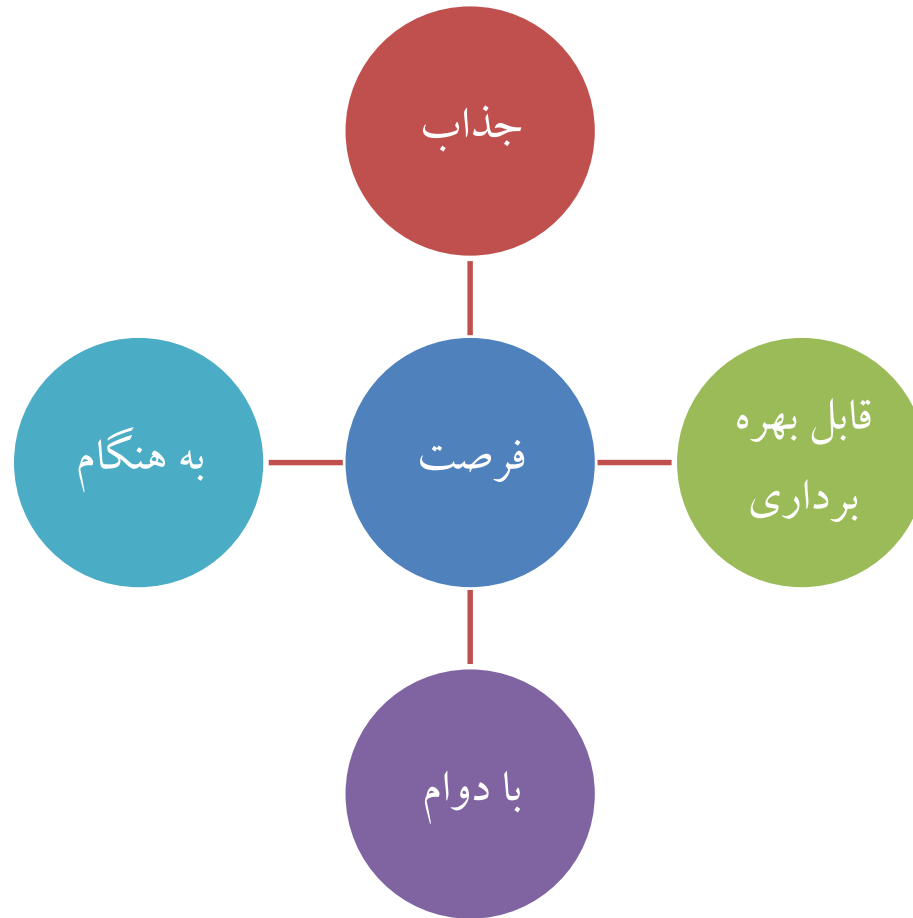
.It is a fear to be relieved

.It is time limited

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرصت و ایده



دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرصت و ایده

پنجره فرصت

برای اینکه یک کارآفرین روی فرصتی سرمایه گذاری کند، پنجره آن فرصت باید باز شده باشد.

امام علی (ع):

فرصت ها همچون ابرها در گذرند

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرصت و ایده

ایده و فرصت

ایده ها ذهنی و فرصت ها عینی هستند.

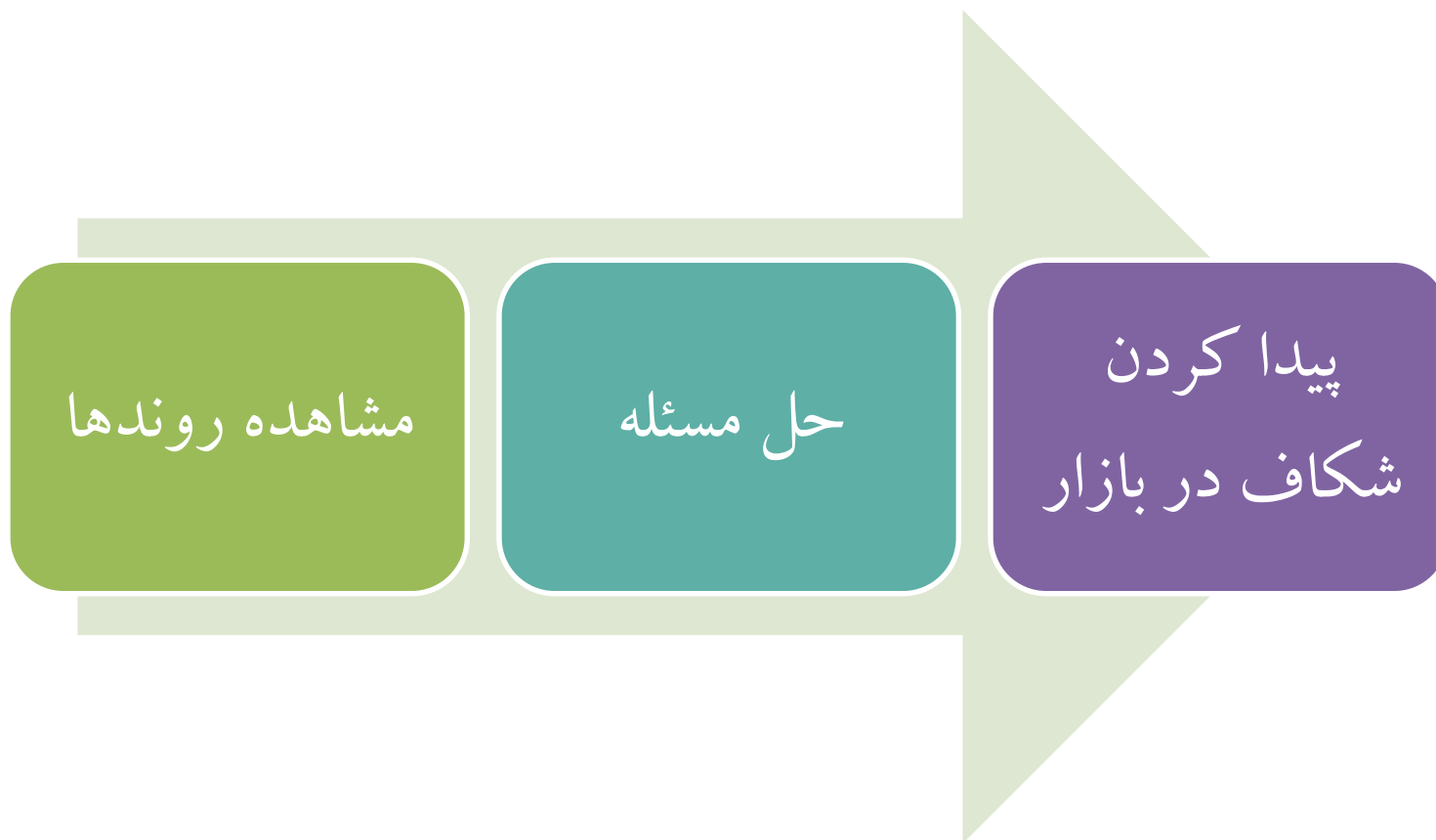
ایده شاید یک فرصت باشد یا نباشد.

فرصت ایده

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرایند تشخیص فرصت



دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرایند تشخیص فرصت

مشاهده روندها

روندهای اقتصادی

روندهای اجتماعی

روندهای تکنولوژیکی

روندهای سیاسی

روندهای زیست محیطی

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرایند تشخیص فرصت

حل مسئله

تامین مالی

کاهش هزینه

تبلیغات

صادرات

طراحی مناسب و...

زیبایی

آموزش فرزندان

راحتی

طول عمر

معروف بودن و...

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرایند تشخیص فرصت

شکاف در بازارها

آموزش عملی

بنگاه ها و کسب و کارها

زیبایی مردم

معروف بودن

نظام آموزشی

بانک ها و موسسات مالی

افزایش جمعیت

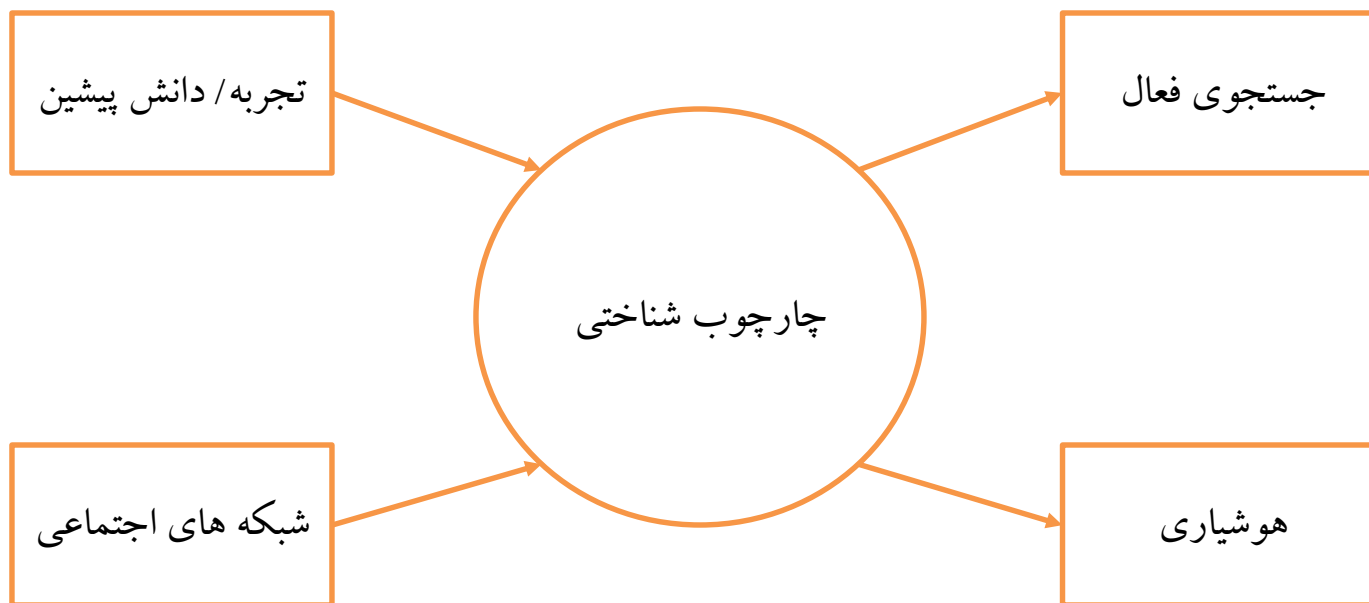
شبکه های اجتماعی

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

فرایند تشخیص فرصت

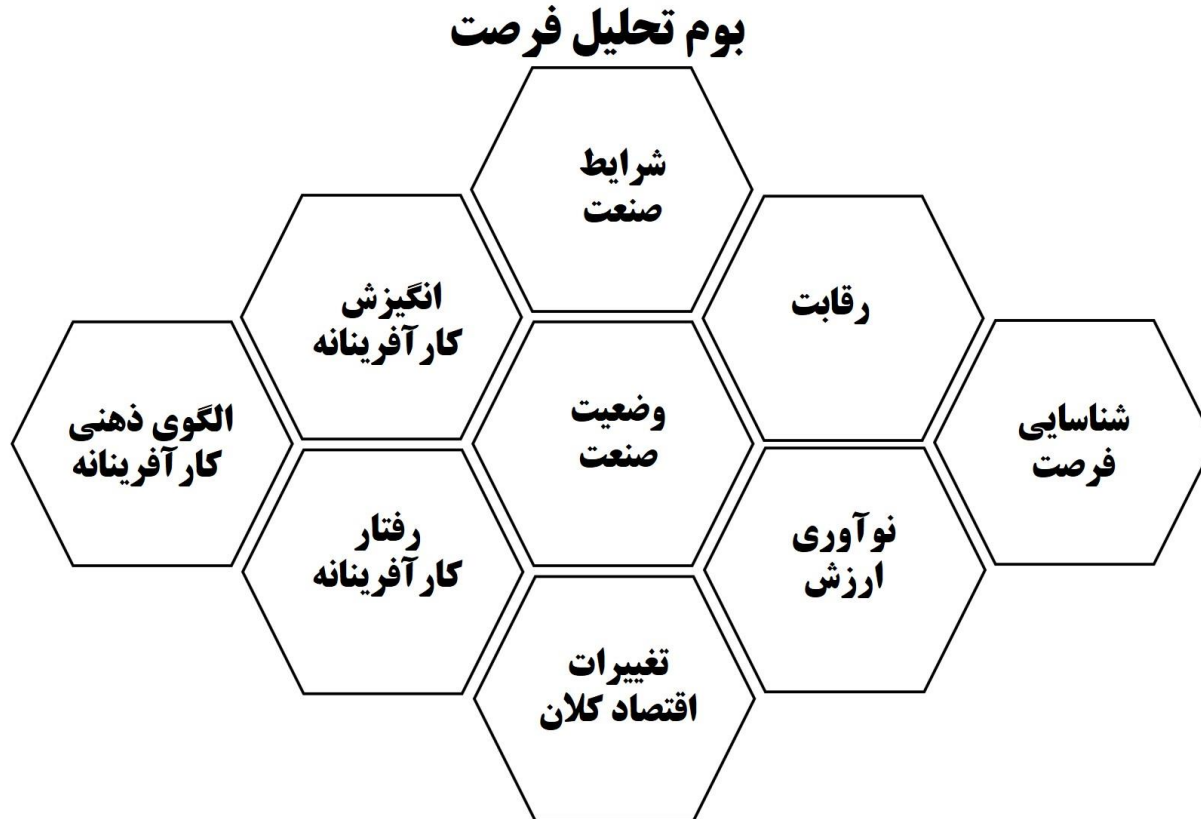
چارچوب شناختی افراد در تشخیص فرصت



دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بوم تحلیل فرصت



فرایند رسمی تشخیص فرصت

۱- پویش محیطی (scanning)

۲- پایش (monitoring)

۳- پیش بینی بازار (forecasting)

۴- ارزیابی فرصت (assesing)

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

کسب و کار مان

چگونه منطق

ظراحی کنیم؟

بازارها
بخش‌های بازار
نیازها و خواسته‌ها

چه کسی؟

منطق کسب
و کار

چه چیزی؟

محصولات
خدمات
راه‌حل‌ها
تجربه‌ها

چگونه؟

خلق ارزش
تحویل ارزش
کسب ارزش

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

منطق کسب و کار



۱- مشتریان شما کیست؟

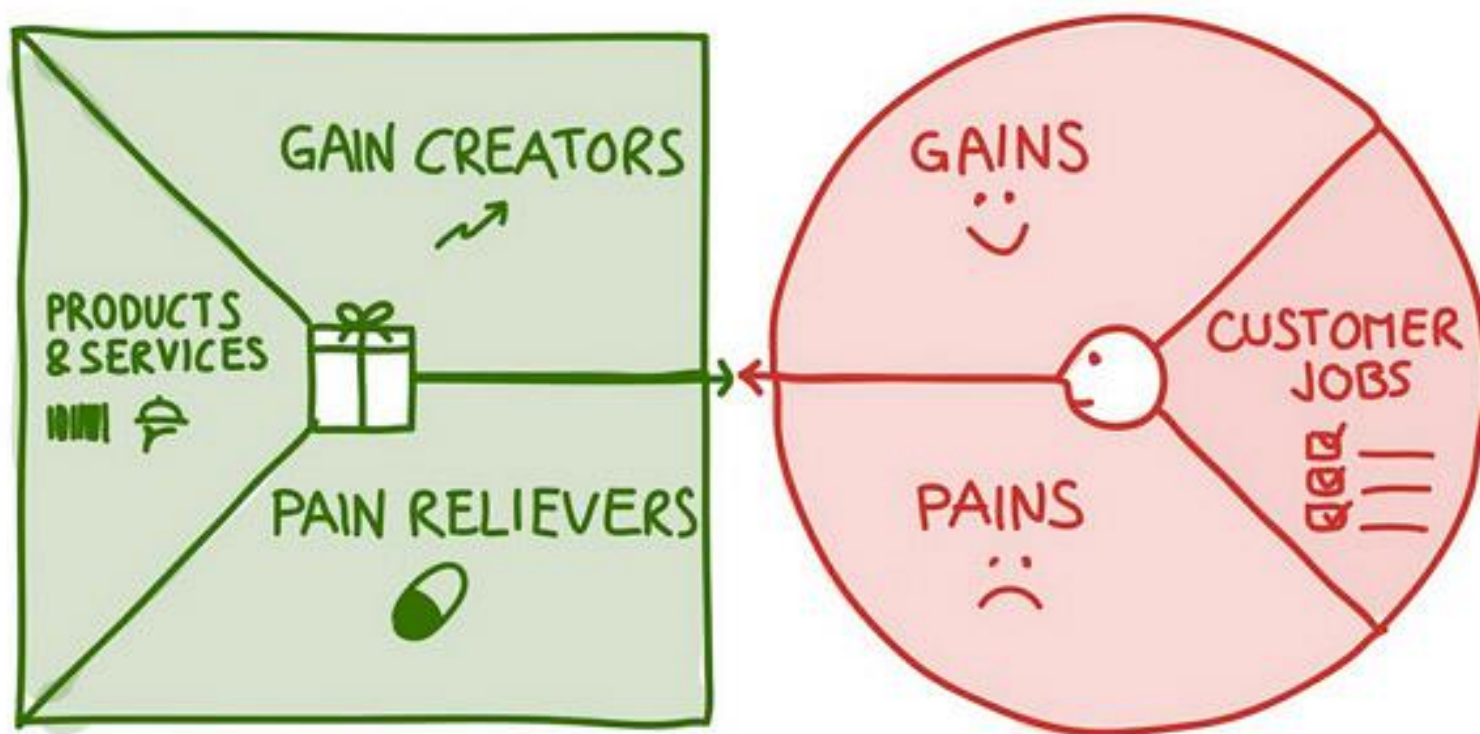
۲- چه چیزی به مشتریان خود پیشنهاد می دهید؟

۳- چگونه ارزش خلق می کنید؟

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بوم ارزش پیشنهادی



دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

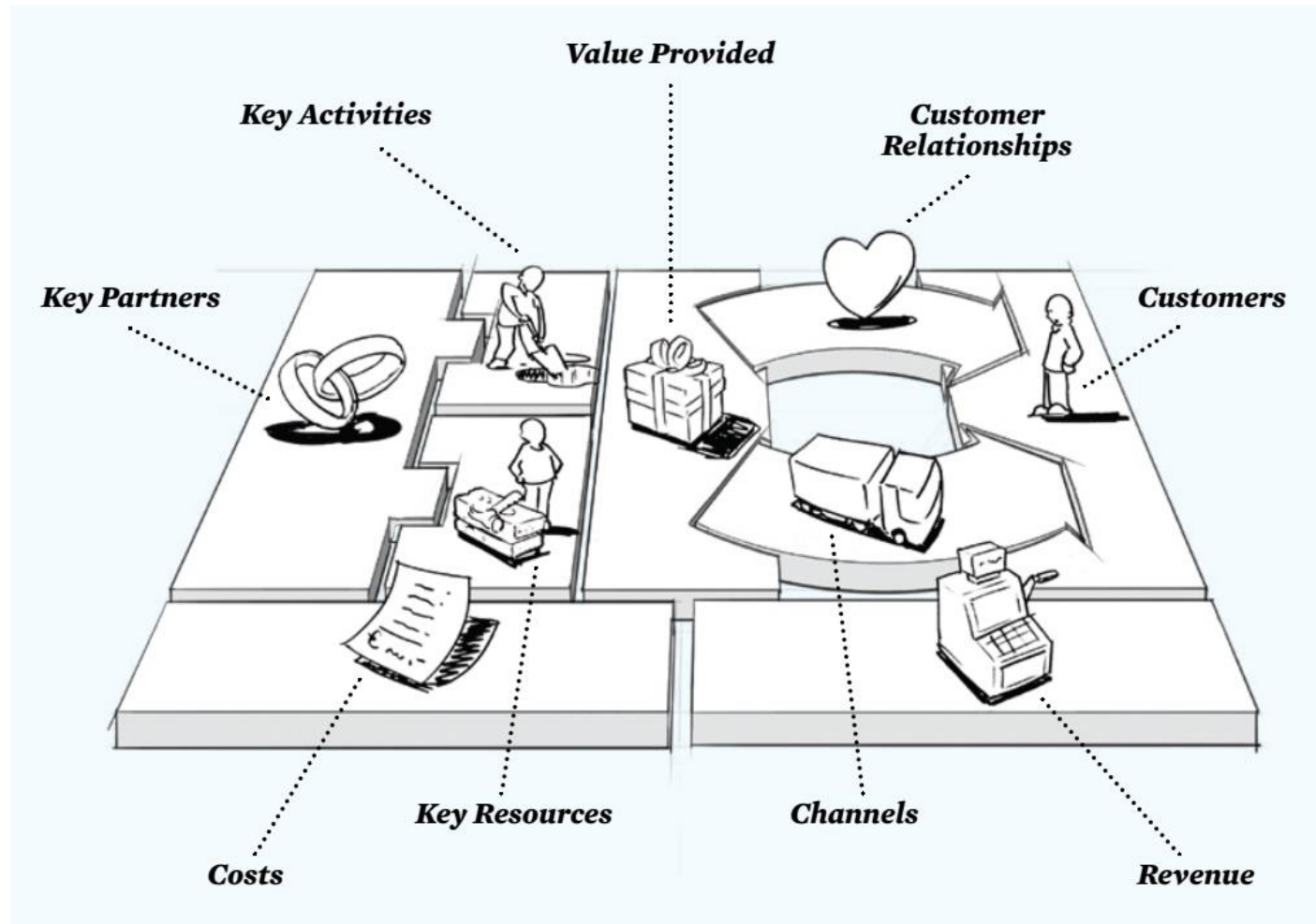
بوم ارزش پیشنهادی

خدمات و محصولات	منفعت سازها	منفعت ها	اقدامات مشتری
	کاهنده دردها	درد سرها <ul style="list-style-type: none"> - محدودیت توان مالی و قدرت پرداخت - شکسته شدن و ترک برداشتن - خراب شدن سریع - محدودیت رنگ بندی - 	وظایف: <ul style="list-style-type: none"> - نگهداری مواد غذایی - برش دادن و خرد کردن مواد غذایی - آشپزی کردن اجتماعی: <ul style="list-style-type: none"> - گارانتی - زیبایی - دوام بالا احساسی: <ul style="list-style-type: none"> - برند بودن - لاکچری بودن - منحصر به فرد بودن - تمایز - زیبایی و شیک بودن نیاز اساسی: <ul style="list-style-type: none"> - حفظ بهداشت و سلامت - استاندارد بودن

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بوم مدل کسب و کار



دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بوم مدل کسب و کار

شرکای کلیدی	فعالیت های کلیدی	ارزش های پیشنهادی	ارتباط با مشتری	بخش مشتریان
<p>۱-۸ تامین کنندگان مواد اولیه ۲-۸ آشپز و کارگران ۳-۸ رانندگان پیک ۴-۸ اینفلوئنسرها و مروجان</p>	<p>۱-۷ تهیه منو ۲-۷ تهیه مواد اولیه ۳-۷ پخت غذا ۴-۷ بسته بندی ۵-۷ ارسال و تحویل ۶-۷ بازاریابی و تبلیغات ۷-۷ حسابداری و مالی ۸-۷ تولید و ارائه محتوا</p>	<p>۱-۲ قیمت مناسب ۲-۲ استفاده از مواد اولیه تازه و مرغوب ۳-۲ سرعت در خدمات دهی ۴-۲ تنوع مناسب غذایی ۵-۲ دسترسی در ایام تعطیل</p>	<p>۱-۳ توزیع کننده غذا (پیک موتوری) ۲-۳ پاسخ دهنده تلفن ۳-۳ بسته بندی جذاب ۴-۳ اینستاگرام ۵-۳ کامنت پلنفرم ها</p>	<p>۱-۱ افراد و خانواده های محلی ۲-۱ کارمندان شرکت ها و کسب و کارهای محلی ۳-۱ عابران و رهگذران محلی</p>
	<p>منابع کلیدی ۱-۶ آشپز باتجربه ۲-۶ رانندگان تحویل غذا ۳-۶ مواد اولیه با کیفیت ۴-۶ وسایل و تجهیزات پخت</p>		<p>کانال های توزیع ۱-۴ حضوری ۲-۴ تلفنی ۳-۴ آنلاین (همکاری با پلنفرم های آنلاین غذا)</p>	
	<p>ساختار هزینه ۱-۹ هزینه های ثابت مغازه ۲-۹ تجهیزات و وسایل ۳-۹ نیروی انسانی ۴-۹ متغیر مواد اولیه</p>			<p>جریان های درآمدی ۱-۵ فروش مستقیم</p>

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بلوک ۳ – کانال های توزیع

انواع کانال های توزیع

کانالهای مستقیم (سازمان به مشتری و مشتری به سازمان)

با واسطه (عمده فروش، خرده فروش، کارگزاران)

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بلوک ۴ - ارتباط با مشتریان

نقاط تماس

هدف در ارتباط با مشتری

بر آورده کردن نیازهای مشتری

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بلوک ۵- جریان های درآمدی

فروش دارایی

حق عضویت

حق استفاده از (همراه اول)

اجاره دادن

حق امتیاز اعطای برند

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بلوک ۶- منابع کلیدی

۱- منابع فیزیکی

۲- منابع فکری (برند، فناوری، دانش، حق اختراع، بانک های اطلاعاتی)

۳- منابع انسانی (مهمترین منبع منبع انسانی با کیفیت است)

۴- منابع مالی و سرمایه ای

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بلوک ۷- فعالیت های کلیدی

تهیه برنامه بازاریابی
تهیه برنامه فروش
برنامه های تحقیق و توسعه بازار
برنامه مدیریت ارتباط با مشتری

فعالیت های تولیدی و خدماتی
فعالیت های مربوط به حل مسئله
فعالیت های مربوط به زیرساخت
برنامه های مربوط به آموزش

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بلوک ۸ - شرکای کلیدی

چرا باید به دنبال شریک باشیم؟

۱- بهینه سازی صرفه ناشی از مقیاس

۲- کاهش ریسک و عدم قطعیت

۳- کشف منابع و فعالیت های خاص

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

بلوک ۹ – ساختار هزینه ها

مهمترین هزینه های اجرای مدل کسب و کار کدامند؟

گران ترین منابع و فعالیت های کلیدی کدامند؟

انواع هزینه ها:

تحقیق و توسعه

بازاریابی و فروش

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

۷ ویژگی

یک شریک ایده آل کاری؛

چک لیستی برای انتخاب بهتر

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

۱- تخصص و مهارت‌های مکمل

شریک باید مهارت‌ها و تخصص‌هایی داشته باشد که شما فاقد آن هستید و بتواند کمبودهای تیم اجرایی را جبران کند.

مثلا اگر شما در زمینه فنی تخصص دارید، شریک تان در حوزه های فروش و مالی مهارت داشته باشد.

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

۲- اهداف مشترک

شریک باید با شما اهداف و انگیزه‌های مشترک داشته باشد و در راستای آن تلاش کند.

انگیزه های فردی و مالی، دیدگاه ها، ارزش ها و بینش های مشترک در ادامه دادن و رشد کسب و کار از اهمیت بسزایی برخوردار است.

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

۳- صداقت و قابل اعتماد بودن

شریک باید درستکار بوده و قابل اعتماد باشد تا رابطه‌ای بلندمدت برقرار شود.

هیچ شراکتی بدون تعهد به صداقت پابرجا نمی ماند و در این زمینه هر دو شریک باید به شدت مراقب رفتارهای خود باشند؛ چرا که بی اعتمادی از مسائل بسیار جزئی و کوچک آغاز شده و موجب بروز اختلافات شدیدی میان شرکا می شود.

۴- سازگاری شخصیتی

شریک باید از لحاظ شخصیتی با شما سازگار باشد تا بتوانید به خوبی همکاری کنید.

شخصیت‌های مکمل یکدیگر را تقویت می‌کنند. شریکی را انتخاب کنید که ضعف‌های شما را پوشش دهد. میزان ریسک‌پذیری، سطح انرژی، سبک‌های ارتباطی و حل تعارضات شما باید همخوانی داشته باشند.

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

۵- تعهد و جدیت

شریک باید به اندازه خودتان متعهد به موفقیت کسب و کار بوده و جدی بگیرد. شریک باید حس مسئولیت پذیری بالا، دارای انضباط و جدیت کافی در انجام وظایف محوله باشند. تعهد شرکا باید طوری باشد که هر کدام حاضر به از خودگذشتگی برای موفقیت کسب و کار باشند.

۶- شبکه ارتباطی قوی

شریک می‌تواند از طریق ارتباطات خود به پیشرفت کسب‌وکار کمک کند. شریک خوب با شبکه ارتباطی گسترده می‌تواند کمک کند تا به منابع، مشتریان و فرصت‌های بیشتری دسترسی پیدا کنید و روند رشد کسب‌وکار را با هزینه کمتر، تسریع کند.

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

۷- سرمایه کافی

شریک باید سرمایه و منابع مالی کافی برای سهم خود را داشته باشد. واقعیت شریک بی پول یا کم پول به دردتان نمی خورد. شریک باید وضعیت مالی پایدار، توانایی فراهم کردن وام و حتی سرمایه گذاری اضافه را داشته باشد.

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir

انتخاب درست شریک کاری

می‌تواند باعث صرفه جویی قابل توجهی در زمان و

پول شود و انتخاب نادرست شریک منجر به هدر رفتن

سرمایه، زمان و فرصت‌ها می‌شود.

دکتر سیامک باران دوست

@dr.barandoost.ir