

جزوه درس

مدیریت کسب و کار

استاد آزادی

کسب و کار :

کسب و کار به هر نوع فعالیتی گفته می شود که از طریق آن، خدمات یا کالاهایی که دیگر افراد جامعه به آن نیازمندند و مایل به خرید آنها هستند و توان پرداخت بهای آن را دارند تولید، توزیع و عرضه می شود. به زبان ساده تر، کسب و کار به هر نوع فعالیت از قبیل تولید و خرید کالاها و همچنین ارائه خدمات با هدف کسب سود گفته می شود.

ویژگی های اصلی یک کسب و کار عبارتند از:

- ۱- فروش یا انتقال کالاها برای کسب ارزش
- ۲- معامله کالا و خدمات
- ۳- تکرار معاملات
- ۴- انگیزه سود (مهمترین و قدرتمندترین محرک امور کسب و کار)
- ۵- ریسک (آینده و عدم اطمینان)

تقسیم بندی کسب و کارها می تواند از جنبه های گوناگون صورت گیرد. بعنوان مثال:

خدماتی (بنا) ، الکترونیکی (اینترنت) ، خانگی (پرورش قارچ) ، روستایی (زمین کشاورزی) ، تولیدی

از نظر تعداد افراد شاغل می توان انواع کسب و کارها را به صورت زیر تقسیم بندی کرد:

۱- کسب و کارهای کوچک

۲- کسب و کارهای متوسط

۳- کسب و کارهای بزرگ

کسب و کارهای کوچک :

به کسب و کارهایی گفته می شود که تعداد افراد شاغل در آن کمتر از ۵۰ نفر است . مانند : تولیدی کوچک - کارگاه ها - فروشگاه های زنجیره ای.

کسب و کارهای متوسط : کسب و کارهایی که تعداد افراد شاغل در آن ها بین ۵۰ تا ۵۰۰ نفر است . مثل شرکتهای تولیدی .

کسب و کارهای بزرگ : کسب و کارهایی که تعداد افراد شاغل در آن ها بیش از ۵۰۰ نفر است . مثل شرکت ایران خودرو

دلیل شکست کسب و کارهای کوچک :

۱ - عدم وجود تجربه

۲ - نداشتن سرمایه کافی

۳ - نداشتن جایگاهی مناسب

۴ - عدم وجود کنترل قوی (نیاز به مدیریت یا سیستم کنترل قبل خروج کالا)

۵ - سرمایه گذاری بیش از اندازه در دارایی های ثابت .

مثال : خرید زمین که در آن کار تا چند وقت به درد نخورد یا خرید ماشین

۶ - استفاده شخصی از سرمایه های تجاری

۷ - رشد بدون انتظار (پذیرفتن کار بدون فکر و ورشکستگی در آن کار)

یک دلیل مهم در کسب و کار نداشتن تجربه است .

اهداف کسب و کار :

به دو دسته مهم اهداف اجتماعی و اهداف اقتصادی تقسیم می شوند .

۱ - اهداف اجتماعی شامل سرمایه های اجتماعی از قبیل :

الف : کالاها و خدمات کیفی

ب : برخورد عادلانه با کارگران

ج : رعایت عدالت در برخورد با سرمایه گذاران را شامل می شود

۲ - اهداف اقتصادی که سرمایه های اقتصادی را در بر می گیرند مانند:

الف : سود رضایت بخش

ب : ایجاد و حفظ مشتریان

ج : ایجاد نوآوری ها

انواع کسب و کارهای کوچک بر اساس ماهیت آنها:

۱ - کسب و کار خدماتی

۲ - کسب و کارهای الکترونیکی

۳ - کسب و کارهای خانگی

۴ - کسب و کارهای روستایی

۵ - کسب و کار تولیدی

خدماتی : دفتر وکالت - دفتر خانه - پست بانک - بنایی - مشاوره .

ریسک در آن کمتر است و ورشکستگی در آن پایین است.

تقسیم بندی بنگاه های کوچک و متوسط:

۱ - بنگاههای خرد (۱ تا ۹ نفر)

۲ - بنگاههای کوچک (۱۰ تا ۴۹ نفر)

۳ - بنگاههای متوسط (۵۰ تا ۲۴۹ نفر)

ویژگی های خاص کسب و کار کوچک از جمله :

هزینه های بسیار پایین راه اندازی و راهوری آنها چه از لحاظ مادی نظیر سرمایه اولیه ، هزینه نیروی انسانی و ... و

چه از بعد غیر مادی نظیر هزینه های مدیریتی باعث توجه ویژه ای به توسعه آنها در مقابل بنگاه های بزرگ شده

است . در ایران ۹۴/۷٪ صنایع تولیدی اختصاص به صنایع کوچک است .

الکترونیکی : کسب و کارهایی که از اینترنت در فضای مجازی کالاهای خود را بفروش میرسانند میزان کسب و کار در آن بیشتر است و هزینه بها پایین است . دانش و فناوری روز دایر است . مثال : سایت آمازون - دیجی کالا - ایستگاه - فروشگاه های اینترنتی

خانگی : با کمک اعضای خانواده است و ریسک در آن کمتر است سرمایه گذاری کم است . کسب و کار الکترونیکی هم شامل کسب و کار خانگی هم میشود

روستایی : کسب و کاری که در محدوده جغرافیایی یک روستا بوجود آمده و اهالی همان روستا نقش دارند . مثال : دامداری - کشاورزی - تولیدات لبنی - صنایع دستی

تولیدی : اعضای که همه با هم در فروش و عرضه ی آن مشارکت دارند و هدف اصلی آن تولید است .

کسب و کارهای کوچک : مادی و غیر مادی

شرکت های کوچک از چه جنبه هایی دارای مزیت هستند :

۱ - استقلال (خود رئیس است)

۲ - فرصت های مالی (سرمایه گذاری در کسب و کارهای کوچک - شرایط در کسب و کار که ممکن است سود کنید)

۳ - خدمات اجتماعی (کسب و کارهای بزرگ به این راحتی امکان ندارد براساس نیازهای اجتماعی بلافاصله آن ها را بر طرف میکند .

۴ - امنیت شغلی (اخراج ندارد چون شغل از طرف خود اوست و نگرانی ندارد و برای خود امنیت شغلی ایجاد میکند.

۵ - اشتغال خانوادگی : (اعضای خانواده با کمک هم میتوانند درآمد کسب کنند)

مدیریت : عبارت است از فرایند:

۲ - سازماندهی

۱ - برنامه ریزی

۴ - هدایت (رهبری)

۳ - کنترل

با استفاده از کلیه منابع انسانی، مالی، مادی و اطلاعاتی به منظور تحقق اثر بخش و کارآمد هدف های سازمانی یا

شرکت

تحقق اثر بخش و کارآمد به منظور تحقق بهره وری است

سطوح مدیریت: ۱- مدیر ارشد، ۲- مدیر میانی، ۳- مدیر عملیاتی

سطوح مدیریت:

۱- مدیران ارشد: این افراد در بالاترین نقطه سازمان و یا نزدیک به آن قرار دارند و مسئول تصمیم گیری در مورد

اهداف و جهت گیری های سازمان و نیز اجرای سیاست هایی هستند که بر همه اعضای سازمان تاثیر میگذارند.

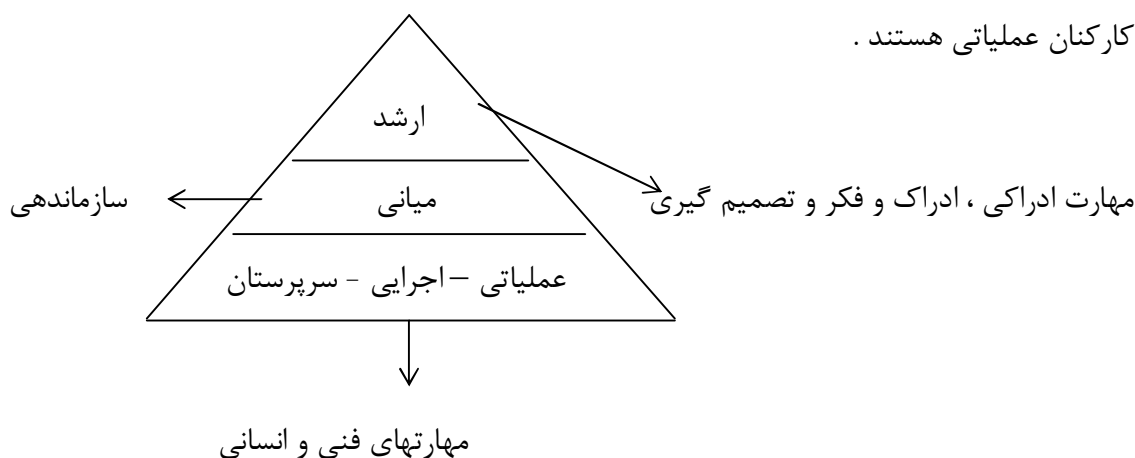
مثل: صاحب یا مدیر آن کارخانه یا سازمان - رئیس - مدیرعامل - رئیس هتل مدیره

۲- مدیران میانی: این افراد بین مدیر عملیاتی و مدیر ارشد قرار دارند و بر سایر مدیران مدیریت میکنند و

مسئولیت تعیین شده مدیر ارشد به جزئیات را دارند که مدیران رده پایین تر فاقد آن هستند

۳- مدیران عملیاتی: این مدیران را معمولا سرپرست می گویند آن ها مسئول هدایت فعالیت های روزانه ی

کارکنان عملیاتی هستند.



مهارت های مهم سطوح مدیریت:

۱- مهارت فنی

۲- مهارت انسانی

۳- مهارت ادراکی

مهارت فنی : عبارت است از دانش و فن موجود در فعالیت ها در ارتباط با روش ها ، فرایندها رویه ها . مثل نحوه ی کار کردن با ابزارها و تکنیک ها در سطح مدیران عملیاتی کاربرد دارد .

مهارت انسانی : عبارت است از توانایی کار کردن با مردم کاربرد مدیران میانی .

مهارت ادراکی : عبارت است از دیدن تصویر کلی ، یعنی شناخت عناصر مهم در وضعیت و فهم روابط بین عناصر . کاربرد در مدیران ارشد .

وظایف مدیریت :

۱ - برنامه ریزی

۲ - سازمان دهی

۳ - هدایت (رهبری)

۴ - کنترل

۱ - برنامه ریزی : یکی از وظایف مهم مدیریت برنامه ریزی می باشد که انجام آن باید با در نظر گرفتن بقیه وظایف مدیریت انجام پذیرد برنامه ریزی عبارت است از پیش بینی ، تدوین برنامه ها و اقدامات لازم می باشد :

۲ - سازمان دهی : سازمان باید بعد از تعیین اهداف توانایی انجام اهداف تعیین شده و دستیابی به آن ها را داشته باشد بنابراین این سازماندهی میل به هدف را موثر میسازد و عبارت است از شناسایی و گروه بندی فعالیت ها ، تعیین اختیار و مسئولیت های شاغلی ، تعیین مراتب سطوح و ایجاد هماهنگی بین وظایف و فعالیت هاست .

هدایت : هدایت سازمان از وظایف مهم مدیریت است که به عقیده برخی صاحب نظران شامل سه بحث است :

رهبری - انگیزش و ارتباطات

کنترل : سنجش عمل کرد ها براساس برنامه ها از جمله وظایف مهم همه مدیران در هر رده و سطح سازمانی است مدیران با انجام این وظیفه توان جلوگیری از انحرافات برنامه ها را پیدا کرده و قادر به انجام اقدامات اصلاحی در راستای برنامه ها را خواهند داشت .

سنجش عملکردها بااستانداردهاست .

مراحل راه اندازی و رشد یک کسب و کار :

۱ - کشف فرصت های کسب و کار

۲ - ترسیم مدل طرح برای کسب و کار

۳ - تامین سرمایه

۴ - تشکیل تیم کاری

۵ - رشد کسب و کار

از کسب و کار های تجاری شش مورد را نام ببرید :

۱ - شرکت سهامی

۲ - شرکت با مسئولیت محدود

۳ - شرکت تضامنی

۴ - شرکت غیر سهامی

۵ - شرکت مختلط سهامی

۶ - شرکت نسبی

۷ - شرکت تعاونی تولید و مصرف

کسب و کارهای غیر تجاری :

شرکت هایی هستند که جهت انجام اموری که جنبه غیر تجاری دارند از قبیل کارهای علمی - ادبی - امور خیریه

- خدمات آموزشی و غیره تشکیل میشود این دسته از شرکت ها را کسب و کارهای غیر تجاری مینامند .

مالکیت فکری چیست :

هر شرکت اگر بطور جدی با دارایی های خود بنگرد مبالغی را خواهد یافت که دارای حق امتیاز مالکیت فکری بر

روی آن ها خواهد بود مواردی مثل :

۱ - نام تجاری محصولات

۲- نام تجاری شرکت

۳- ایده های به وجود آمده در شرکت

۴- محصولات و غیره . حقوق مالکیت فکری میتواند ارزش شرکت های نوپا یا تازه تاسیس شده را در نظر سرمایه گذاران و موسسات مالی افزایش دهند .

علائم تجاری (شکل - نام - نما)

علائم تجاری شامل چه مواردی است توضیح دهید :

۱- علامت : علامت یعنی هر نشانه قابل رویت که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را متمایز سازد.

۲- علامت جمعی : علامت جمعی یعنی هر نشانه قابل رویتی که با عنوان علامت جمعی در اظهار نامه ثبت معرفی شود و بتواند مبدا و یا هر گونه خصوصیات دیگر مانند کیفیت کالا یا خدمات اشخاص حقیقی و حقوقی را که از این نشان تحت نظارت مالک آن علامت ثبت شده جمعی استفاده کنند متمایز سازد .

۳- نام تجاری : یعنی اسم یا عنوانی که معرف یا مشخص کننده ی شخصی حقیقی و حقوقی باشد .

شرکت سهامی : شرکتی است که سرمایه ی آن به سهام تقسیم شده و مسئولیت صاحبان سهام محدود به مبلغ اسمی سهام آن هاست .

شرکت با مسئولیت محدود :

شرکتی است که بین دو یا چند نفر برای انجام امور تجاری تشکیل شده است و هر یک از شرکا بدون اینکه سرمایه به سهام یا قطعات سهام تقسیم شده باشد فقط تا میزان سرمایه خود در شرکت مسئول قروض تعهدات شرکت هستند .

شرکت تضامنی : شرکتی است که تحت اسم مخصوص برای امور تجاری بین دو یا چند نفر با مسئولیت تضامنی تشکیل میشود اگر دارایی شرکت برای تامین تمام قروض کافی نباشد هر یک از شرکا مسئول پرداخت تمام قروض شرکت است .

شرکت مختلط غیر سهامی :

شرکتی است که برای امور تجاری تحت اسم تجاری مخصوصی بین یک یا چند نفر شریک خاصی تشکیل میشود .
شرکت نسبی : شرکتی است که برای امور تجاری تحت اسم مخصوص بین دو یا چند نفر تشکیل و مسئولیت هر یک از شرکا نسبت به سرمایه ای است که در شرکت گذاشته است .

ارکان اصلی مدیریت منابع انسانی :

۱- استخدام - حفظ و خروج کارمندان

۲- انگیزش و جبران خدمات

۳- ارزیابی عملکرد کارکنان

۴- آموزش و توسعه نیروها

مدیریت بازاریابی : تجزیه و تحلیل ، برنامه ریزی ، اجرا و کنترل برنامه هایی که جهت ایجاد ارئه و حفظ فرایند داد و ستد های سود آور و خرید از آن مورد نظر به منظور دست یابی به اهداف سازمان .

بازاریابی : بازاریابی عبارت است از تعیین رضایت مشتری به شیوه ی سود آور . بازاریابی عبارت است از تجزیه و تحلیل ، سازمان دهی ، برنامه ریزی و کنترل عوامل موثر در مشتری و خط مشی آن ها و عملیات شرکت به منظور ارضای نیازها و خواسته ها ی گروه برگزیده ای از مشتریان در اعضای سود بردن .

ترکیب یا آمیخته ی بازاریابی را تعریف کنید و عناصر آن را نام ببرید :

آمیخته ی بازاریابی مجموعه از ابزارهای قابل کنترل بازاریابی است که شرکت آن ها را در هم میامیزد تا پاسخ گوی بازار مورد هدف باشد که عناصر آن شامل : محصولات ، قیمت ، توزیع ، ترویج و گسترش میباشد .

تحقیقات بازاریابی : به گردآوری رسمی تجزیه و تحلیل و گزارش دهی های بیرونی بر میگردد که یک شرکت آن را مرتبط با کسب و کارش می یابد که در قالب ۶ نوع اصل تحقیقات رسمی بازار به قرار زیرند :

۱- مشاهده ی مستقیم

۲- آزمایش کردن

۳- گرد آوری و تجزیه و تحلیل داده های