



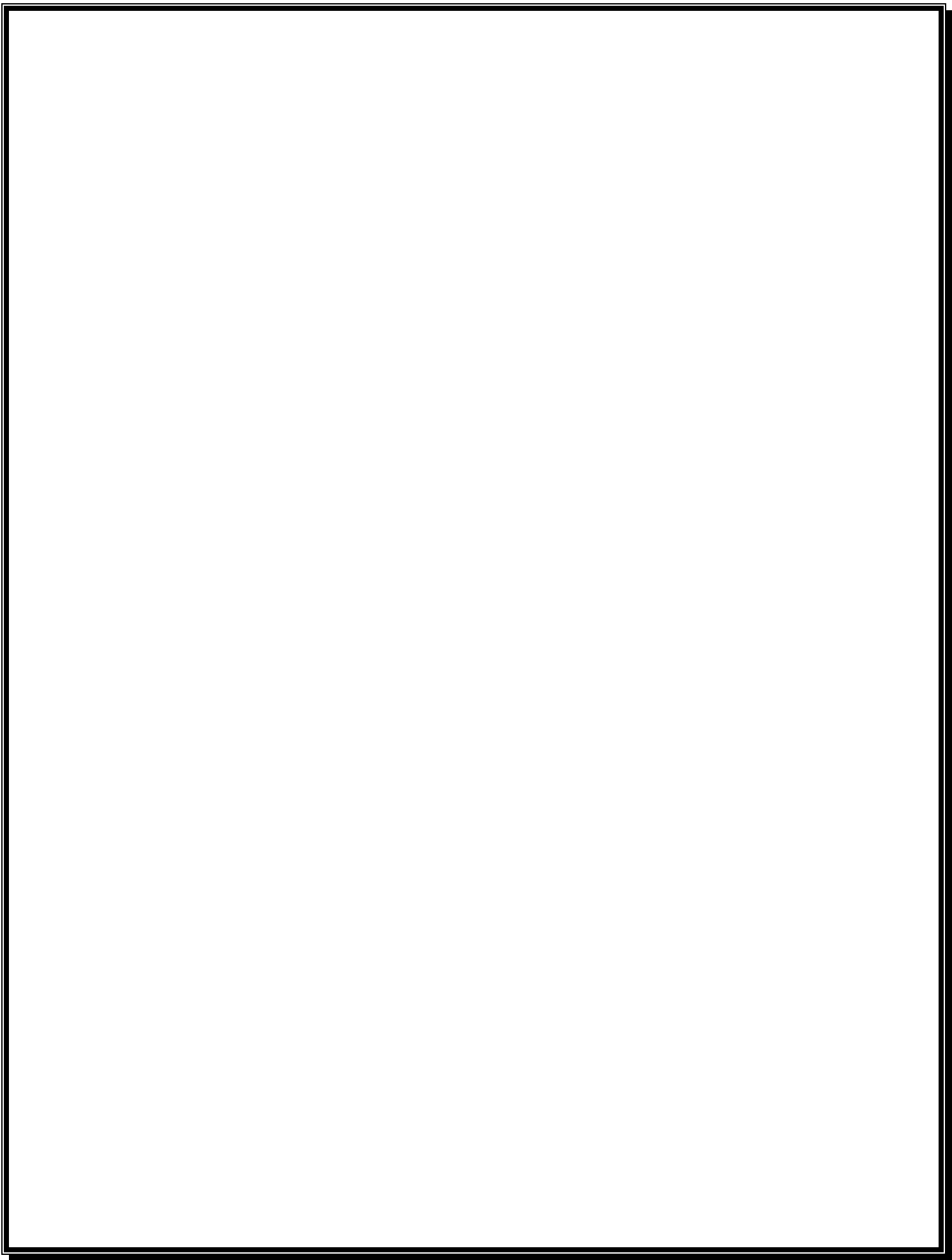
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جزوه کار آفرینی

راهی وجود ندارد،

با راهسازی تو راه به وجود می آید.





مقدمه:

کارآفرینی از آن جمله مفاهیمی است که در صورتی که دولتها نسبت به آن اهتمام ورزند، ره چند صد ساله را در دهه ای خواهند گذراند.

رشد شتابان کارآفرینی در جهان چندی نیست که باعث تحول عظیم در رویدادهای اقتصادی از یک طرف و افزایش شکاف و فاصله میان کشورها شده است و عدم برنامه ریزی اجرایی صحیح در این حوزه این فاصله را بیش از پیش افزایش خواهد داد.

رشته هایی که ظاهراً نقشی در تولید ملی ندارند نادیده انگاشته می شوند و غافل از این که درصد بالایی از ارزش افزوده در همین نوع تولید داخلی قرار دارد.

بیادبیاوریم کشورهایی که یر روی مد، طراحی، معماری، سینما، کتاب و سایر رشته هایی که در وهله اول به نظر می رسد چندان با کارآفرینی میانه ای ندارند سرمایه گذاری نمودند و در نتیجه سهم بسزایی در رفاه اقتصادی یک جامعه بدست آوردند.

امیدواریم با هدایت و نظارت صحیح دانشجویان این گونه رشته ها بخصوص رشته های هنری، زمینه ساز جهش چشمگیر اقتصادی در کشور باشیم.

کارآفرینی: کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها.

کارآفرین: کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد یک کسب و کار با بهره‌گیری و هماهنگی منابع که همراه با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی است محصول یا خدمت جدید به بازار ارائه می‌دهد.

خلاقیت: برای خلاقیت تعاریف بسیاری شده از جمله:

- توانایی خلق کردن
- توانایی ساختن و یا به وجود آوردن چیزی نو اعم از: راه‌حلی نو برای یک مساله، روش یا ابزاری نو و یا یک شیء یا شکل هنرمندانه‌ی نو
- فرایندی ذهنی که موجب جهش‌های بزرگ در دانش، مهارت‌ها، علوم و فناوری شود. مهم‌ترین عنصر در یک فرایند خلاق، ابداع یا بی‌نظیر بودن است.

به معنی خلق ارزش از طریق ایده‌های نو، خدمات نو و یا راه‌های نو انجام کارها innovation: واژه‌ی نوآوری می‌باشد.

تعاریف متعددی از "نوآوری" تبیین شده که برخی از آنها بدین شرح می‌باشند:

- عمل معرفی چیزی تازه
- عمل یا فرایند یا پدید آوردن چیزهای نو به ویژه، روش‌های فنی یا کاربردهای صنعتی تازه.

- **نوآوری** را می‌توان از دو دیدگاه مد نظر قرارداد: نوآوری به عنوان یک ایده یا اختراع بکر و نوآوری‌ای که به مثابه‌ی تغییراتی است که در درون یک فرهنگ اتفاق می‌افتد و از ایده‌هایی که درون خود فرهنگ، خلق می‌گردد و در نهایت توسط آن فرهنگ، پذیرفته می‌شود، نشأت می‌گیرد.

ویژگی‌های کارآفرین:

۱. هدف و پشتکار دارند
۲. داشتن اطلاعات تجاری
۳. آمادگی روبرویی با شکست
۴. به خود متکی بودن
۵. توانایی به حداقل رساندن خطرات
۶. حل مشکلات بطور مداوم
۷. دارا بودن توانایی لازم
۸. تمایل به مشورت با کارشناسان
۹. سلامت جسمی
۱۰. سلامت فکری و روحی
۱۱. شکیبایی در برابر نامایمات
۱۲. توانایی ایجاد ارتباط
۱۳. دسترسی به منابع مالی
۱۴. استفاده از تجارب دیگران
۱۵. مسئولیت پذیری
۱۶. اعتماد به نفس
۱۷. قابلیت تغییر و انعطاف پذیری

۱۸.	تمایل به استقلال
۱۹.	تلاش برای اجرای پروژه
۲۰.	شناخت شخصی
۲۱.	تعهد
۲۲.	ابتکار و خلاقیت
۲۳.	دیدگاه مثبت
۲۴.	اطلاعات فنی و خدماتی
۲۵.	عقل معاش
۲۶.	توانایی ارائه عقاید به دیگران
۲۷.	شجاعت

فرآیند کارآفرینی

نگاه کارآفرینانه:

کارآفرینان، افرادی هستند که فرصت‌ها را درک می‌کنند و خلاءها را می‌بینند. درک فرصت‌ها توسط این افراد، ممکن است از طریق بازارگردی (ارتباط با محیط زندگی، بازار و ...) و یا ارتباط با افراد (در جلسات) یا نگاه به تلویزیون، رسانه‌ها، شبکه اینترنت و ... حاصل شود، که به آن نگاه کارآفرینانه (یا نگاه جستجوگرانه، نگاه فرصت‌گرایانه، در پی شکار فرصت و...) گفته می‌شود.

خلاءهای بازار با نگاه کارآفرینانه، به خوبی دیده می‌شود و انگیزه‌ای برای اقدام به راه‌اندازی کسب و کار می‌باشد؛ به عبارت بهتر، افرادی که تمایل به ایجاد کسب و کار دارند، بایستی این نگاه را در خود تقویت نمایند. با توسعه و ترویج این دیدگاه در درون خانواده‌ها، مدارس و ... به تقویت این نگاه که در کل منجر به نوآوری و ایجاد کسب و کار می‌شود، کمک خواهد شد.

مرحله ۱- تشخیص فرصت

دوره شکل گیری تحت عنوان « قبل از آغاز» مورد تحلیل واقع می‌شود. این مرحله اغلب زمان قابل توجهی نیاز دارد که از یک ماه تا ۱۰ سال متغیر است.

در این مرحله تحقیق و درک ابعاد فرصت و مفهوم آن و تعیین اینکه آیا این فرصت مناسب است یا خیر از اهمیت زیادی برخوردار است. اشخاصی که قصد ایجاد یک کسب و کار را دارند باید از درون به کنکاش خود بپردازند تا بدانند که آیا حقیقتاً آمادگی کارآفرینی را دارند؟ اکثریت غالب مردم از جمله مخترعین معمولاً از این مرحله عقب نشینی نمی‌کنند و امکان کارآفرینی را بررسی می‌کنند.

بنابر این فرصت‌ها عبارتند از:

- مجموعه شرایطی است که نیازی را برای یک محصول یا خدمت جدید بوجود می‌آورد.
- در محیط قرار دارد
- پاسخی است برای یک مسئله
- نیازی است که باید تامین شود
- خواسته ای است که باید برآورده شود
- نگرانی‌ای است که باید برطرف شود
- دارای محدودیت زمانی است

مرحله ۲- تمرکز بر روی فرصت مورد نظر

این مرحله برای کارآفرینان اهمیت زیادی دارد. این مرحله، مرحله شک و تردید است که آنها ایده‌های مختلفی را در ذهن دارند و نمی‌دانند کدامیک را برگزینند.

می‌گوید: «تمرکز بر روی یک فرصت بسیار مهم است. Eugene Kleine یکی از سرمایه‌گذاران خطر پذیر ممکن است بعدها این امکان وجود داشته باشد که شاخه‌های دیگری از کسب و کار را نیز ایجاد نمود اما فاز اول

در یک شرکت باید دقیقاً بر روی یک فعالیت خاص متمرکز شود» بهتر است اهداف کسب و کار خود را دقیقاً تعیین نمائید زیرا ممکن است اشخاص مختلف بر روی یک فرصت واحد سرمایه گذاری کنند ولی به نتایج کاملاً متناقضی برسند.

مرحله ۳- تعهد

اغلب کارآفرینان، تشکیل کسب و کار و ترک شغل روزانه خود را تعهد به کسب و کار جدید می‌دانند. ولی این مرحله، در حقیقت باید با تهیه طرح تجاری آغاز گردد. تفاوت بسیاری میان تشریح یک فرصت و تحقیق و نوشتن یک طرح تجاری (طرح کسب و کار) وجود دارد. نوشتن یک طرح موثر تجاری نیازمند سطح جدیدی از درک و معلومات و همچنین تعهد بسیار می‌باشد. این فرآیند بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ ساعت زمان می‌برد بنا بر این اگر بعد از ظهرها و تعطیلات آخر هفته را نیز کار کنید این مرحله می‌تواند به سه تا ۱۲ ماه تقلیل یابد. اشتباهی که معمولاً کارآفرینان مرتکب می‌شوند آن است که طرح تجاری را نادیده می‌گیرند. و سپس سایر منابع را جمع آوری می‌نمایند، ایده مورد نظر را آغاز می‌کنند و سپس پیگیری نموده و تلاش می‌کنند نقطه تمرکز فعالیت مورد نظر برای تبدیل ایده به یک کسب و کار تجاری را دقیقاً تعیین نمایند.

مرحله ۴- ورود به بازار

سود دهی و موفقیت، تعیین کننده این مرحله هستند: فرض کنید کارآفرین کسب و کار کوچکی را با سازمانی ساده ایجاد نموده است، منابع مورد نیاز خود را با توجه به طرح تجاری‌اش تخصیص داده است و اولین فروش محصولاتش نیز انجام شده است. چیزی که موفقیت کسب و کار را در همان مراحل اولیه تعیین می‌کند این است: اگر مدل کسب و کار سود ده باشد، اهداف معقولی در نظر گرفته شده باشند و کسب و کار در راه کسب سلامت اقتصادی پیش برود، کارآفرین می‌تواند در این مرحله به رشد کسب و کار خود و یا کوچک ماندن این کسب و کار به حدی که با سرمایه شخصی قابل تأمین باشد، فکر کند.

مرحله ۵- راه اندازی کامل و رشد

در این مرحله، کارآفرین باید یک راهکار خاص با بیشترین میزان رشد را انتخاب نماید. معمولاً کارآفرین در این مرحله و بهنگام بررسی راههای ممکن، ترجیح می‌دهد که کسب و کار مورد نظرش کوچک بماند و هیچگاه از این مرحله نمی‌گذرد و یا احتمالاً تنها مالک کسب و کار باقی می‌ماند. و یا ممکن است این ایده جدید در حد یک کسب و کار و فعالیت ساده بماند، که البته تمام ایده‌های جدید نمی‌توانند و یا این ظرفیت را ندارند که تبدیل به شرکتهای بزرگ شوند. دلایل عدم رشد سریع ممکن است این باشد که فضای کافی در بازار برای رشد وجود نداشته باشد و یا محصولات و سیستم های مدیریت مورد نظر مقیاس خاصی نداشته باشند و یا اینکه این رشد سریع برای مدیریت چالش بزرگی ایجاد کند که نتواند از عهده آن برآید.

مرحله ۶ – بلوغ و توسعه

اکنون کسب و کار شما تبدیل به رهبر بازار گردیده است. در این حالت رشد یک کسب و کار، در حقیقت گسترش طبیعی یک ایده خوب از طریق روشهای حرفه‌ای مدیریتی خواهد بود. این گروه حرفه‌ای مدیریتی، استراتژی رشد این ایده را از طریق توسعه در سطح جهانی، اخذ تسهیلات و یا ادغام شدن با سایر شرکتهای پیاده سازی می‌کند که از این طریق نقدینگی افزایش و کمبودها رفع می‌شود.

مرحله ۷ – ارزش

مرحله آخر مرحله بهره برداری از نتیجه کار است. در این مرحله ارزش ایجاد شده در طی مراحل قبلی از طریق ارزیابی خروجی کار مورد بهره برداری قرار می‌گیرد.

متأسفانه اغلب ادبیات کارآفرینی بر مراحل قبلی تأکید دارد و توجه کمی به خروجی کار معطوف شده است. ما از روی تجربه می‌دانیم که خروج موفق از یک کسب و کار عامل مهمی در چرخه عمر کارآفرینی است، چه برای کارآفرین و چه برای فردی که سرمایه گذاری نموده است.

مهمترین چالشی که یک کسب و کار جدید با آن مواجه است این است که کارها در جای خود انجام شوند. دانستن اینکه چه کار باید کرد و در چه مرحله ای، بسیار مهم است. به ویژه اینکه کارآفرین معمولاً زمان و منابع محدودی دارد.

آقای کریگ. دبلیو جانسون، رئیس گروه Venture Law ، در جایی گفته است که ایجاد یک شرکت بیشتر شبیه به موشک هوا کردن است. اگر به هنگام پرتاب موشک شما فقط به اندازه کمتر از یک درجه خطا داشته باشید ممکن است هزاران مایل از مسیر منحرف شوید. درک چرخه عمر کارآفرینی به کارآفرین کمک می کند که در مسیر صحیح پیش برود و موفق شود.

تشخیص فرصت های کارآفرینی

بررسی فرصت های کسب و کار

کارآفرینی، شامل جست و جوی فرصت و سپس جست و جوی منابع مورد نیاز است. فرصت ها پیدا نمی شوند؛ پنجره های فرصت، همیشه باز نیست. بلکه هنگامی که باد، وزیدن می گیرد، باز و سپس بسته می شود! تصور کنید که شما در حال انجام یک بازی هستید که طی آن توپ هایی را از یک پنجره که به صورت تصادفی باز و بسته می شود. پرتاب می کنید. برای هر توپی که از پنجره ی باز رد می کنید، پاداش می گیرید و اگر توپ به پنجره ی بسته اصابت کند، تنبیه می شوید. برای این که پاداش بگیرید، باید منتظر بمانید و زمانی که پنجره شروع به باز شدن می کند، توپ را با هدف گیری مناسب، پرتاب کنید. تعیین این که پنجره ی کارآفرینانه، چه موقعی در حال باز شدن است و چه موقعی در حال بسته شدن، در بسیاری از موارد، کاری مشکل است.

۱- شناسایی یا ایجاد فرصت ،

۲- شکل دهی و تغییر ”فرصت“ به ”ایده“ که در آن جایگاه مخاطبین اصل کسب و کار یعنی ”مشتری“ و کانالهای ارتباطی با آن مشخص و معین می شود ،

۳- بازشناسی و بازنگری درخصوص میزان توان و پتانسیل اقتصادی خود ازجمله قدرت و موقعیت مالی و مهمتر از همه میزان (قابلیت) ریسک پذیری مورد نیاز در این حوزه ،

- ۴- جستجو و کشف منابع مربوط به : سرمایه ، نیروی انسانی ، تکنولوژی ، دانش فنی ، سایر منابع مورد نیاز یک سازمان کارآفرینی و نهایتاً کسب و یا حداقل کنترل بر منابع کمیاب ،
- ۵- برخورداری از قابلیت ، توانمندی و انگیزه لازم برای پروسه کردن منابع و تبدیل آنها به ارزش ،
- ۶- برخورداری از هنر مدیریت قبض و بسط فرصتها ،
- ۷- تقسیم عادلانه سود حاصل از ارزش به حلقه های تولید کننده ارزش ،
- ۸_ عدم خود باختگی در صورت کسب درآمد فوق العاده در مراحل شروع و تقویت روحیه کارآفرینی در خود و همکاران
- ۹- برخورداری از استراتژی پیشرو در کسب موفقیت های بیشتر نوآوری و اقتصادی .

تعریف و معرفی ایده و ایده یابی

تعریف و معرفی ایده:

شرح ایده، شامل معرفی محصول مورد نظراست و اینکه چرا فکر می کنیم که ایده ی خوبی است؟ چه تفاوتی با کسب و کارهای مشابه دارد؟ مشتریان ما چه کسانی هستند؟ ویژگی های محصول چیست؟ کارآفرین باید با واژه های مناسب و حتی با استفاده از شکل و نقشه، معرفی محصول را طوری بیان کند تا هرکسی که متن را می خواند، بداند که او چه می گوید.

ایده یابی:

ایده یابی، عبارت است از پژوهش و تحقیق سیستماتیک برای پیدا کردن ایده های جدید. یک کارآفرین برای دسترسی به تعدادی ایده های مناسب و خوب، باید ایده های بسیاری را جمع کند و در اختیار داشته باشد. جستجو برای ایده ی تولید محصول جدید باید به طور سیستماتیک انجام گیرد.

روش‌های خلق ایده:

منابع اصلی برای به دست آوردن ایده‌های جدید عبارتند از:

۱- **تحقیق و توسعه:** با تحقیق و توسعه درباره‌ی یک محصول، یک نیاز، یک منبع و یک فناوری

می‌توان ایده‌های جدیدی بدست آورد.

۲- **نظرخواهی از افراد مطلع:** برای به دست آوردن ایده‌های جدید می‌توان به افراد با تجربه و فعال در

طراحی، تولید، بازاریابی، فروش و تحقیقات بازار مراجعه نمود.

۳- **مشتریان:** با بررسی خواسته‌های مشتریان می‌توان به نیازها و خواسته‌های آنها پی برد. کارآفرین

می‌تواند با انجام تحقیقات بازار در بازار هدف و یا با تجزیه و تحلیل نظرات مشتریان در خصوص کالاهای

مصرفی به ایده‌های جدید برسد.

۴- **شرکت‌های موفق:** می‌توان از تجزیه و تحلیل رفتار شرکت‌های موفق از جمله تبلیغات آنها،

اولویت‌های تحقیق و توسعه‌ی آنها و سیاست بازاریابی آنان به ایده‌های جدیدی دست یافت.

۵- **کانال‌های توزیع:** فروشندگان و واسطه‌ها به دلیل نزدیکی به بازار اطلاعات ارزشمندی را در اختیار

دارند. استفاده از تجارب افراد فعال در کانال‌های توزیع، کارآفرین را به ایده‌های جدید رهنمون می‌کند.

۶- **منابع مواد اولیه:** دسترسی مناسب و ارزان به منابع مواد اولیه، برای محصولات مصرف کننده‌ی آن

مواد اولیه، مزیت رقابتی ایجاد می‌کند.

۷- **فناوری‌های در دسترس:** فناوری‌ها با تحولات سریعی که دارند، جهت تغییرات در بازار محصولات

را نیز تعیین می‌کنند. تحلیل فناوری‌های موجود و بررسی ترکیبات ممکن آنها، کارآفرین را به ایده‌های جدید

می‌رساند.

۸- **منابع اطلاعات بازار:** مجلات بازرگانی، نمایشگاه‌ها، مؤسسات پژوهشی، آزمایشگاه‌ها، آژانس‌های

تبلیغاتی، اطلاعات زیادی را عرضه می‌کنند. این اطلاعات منابع ایده‌های جدید است.

در مرحله‌ی بعدی برای انتخاب بهترین ایده، ایده‌ها می‌بایست غربال شوند.

غربال کردن ایده‌ها

هدف از غربال کردن ایده‌ها، به حداقل رساندن تعداد ایده‌های جمع‌آوری شده است. در غربال کردن، ایده‌های خوب از ایده‌های ضعیف، جدا می‌شوند. برای غربال کردن ایده‌ها از روش مرحله‌ای استفاده می‌شود. ابتدا شرایط و عوامل اصلی و مهم که فقدان آنها باعث عدم موفقیت ایده می‌شود، کنترل می‌گردد. شرایط و عوامل اصلی محدودکننده‌ی ایده‌ها به ترتیب اهمیت، بررسی می‌شود و با بررسی هر کدام از آنها، تعدادی ایده، حذف می‌شود. یکی از کاربردهای تحلیل SWOT، در غربال کردن ایده‌هاست. در این تحلیل، ایده‌های غیرممکن، حذف می‌شوند. پس از حذف ایده‌هایی که در نگاه اول، نامناسب به نظر می‌رسند، در مورد سایر ایده‌ها تحلیل امکان‌سنجی محدود، انجام می‌شود. در امکان‌سنجی محدود، برخی جنبه‌های کلی مانند وجود مشتری، دسترسی به منابع، دسترسی به فناوری، محدودیت‌های قانونی، نیاز سرمایه‌ای و غیره بررسی می‌شود. در این تحلیل، ایده‌های ضعیف‌تر، حذف می‌شوند و ایده‌های بهتر، اولویت‌بندی می‌شوند. از بهترین ایده‌ها، ایده‌ای است که به نظر کارآفرین، جذاب‌تر است و برای تهیه و تدوین طرح کسب و کار، انتخاب می‌شود.

امکان‌سنجی اولیه و انتخاب ایده

مطالعه‌ی امکان‌سنجی برای روشن کردن این است که آیا یک پروژه یا یک کسب و کار، قابل اجراست یا نه؟ به عبارت دیگر، ایده‌ی مورد بررسی، ارزش صرف زمان، هزینه و سایر منابع را دارد یا باید رها شود؟ مطالعه‌ی امکان‌سنجی، عدم اتلاف منابع و سرمایه‌گذاری‌های بعدی را تضمین می‌کند.

خلاقیت

در دنیای کنونی همچنان که آهنگ تغییر افزایش می‌یابد، پیچیدگی مسائلی که در برابر ماقرار دارند نیز افزایش می‌یابند. هر قدر مسائل پیچیده‌تر باشند حل آنها به زمان بیشتری نیاز دارد. هر چقدر آهنگ تغییر تندتر شود، مسائل ما بیشتر تغییر می‌کند و عمر راه‌حلهایی که ما برای آنها ابداع می‌کنیم، کوتاه‌تر می‌شود، بنابراین زمانی که ما راه‌حلهایی برای بسیاری از مهمترین مسائلمان می‌یابیم، این مسائل آنچنان تغییر کرده‌اند که راه‌حل‌های ما دیگر نه مربوط‌اند و نه مفید. این راه‌حل‌ها مرده به دنیا می‌آیند. در نتیجه از زمان خود عقب و عقب‌تر می‌مانیم. برای هماهنگی با تحولات باید ابتدا فکر و ایمان و اعتقاداتمان را متحول کنیم تا در عمل این تغییرات ظهور کند، خالق انسانها تغییر جوامع بشری را لازمه تغییرات فکری و اعتقادی آنها می‌داند. که می‌توان گفت تغییر فکر یعنی خلاقیت، رشد فکر. خلاقیت انسان را توانمند می‌سازد که خود را با سرعت بیشتری با این تحولات هماهنگ کند. این امر، مستلزم خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌باشد. نقش این سه عامل مهم را بدین ترتیب می‌توان خلاصه کرد:

- خلاقیت، یک توانایی فردی است که می‌تواند به یک اختراع یا ایده‌ای بکر، توسط فرد خلاق منجر شود.
 - نوآوری، فرآیندی است که اختراع یا ایده را به محصول یا خدمتی که قابل عرضه در بازار است، تبدیل می‌کند.
 - کارآفرینی، ویژگی فردی است که با عزمی راسخ و با وجود موانع بسیار در رساندن محصول و یا ارائه‌ی خدمت جدیدی به بازار، فرایند نوآوری را با موفقیت هدایت می‌کند.
- نظر به این که کارآفرینی، مستلزم نوع ویژه‌ای از خلاقیت است و همچنین در تمامی مراحل کارآفرینی، از ایجاد ایده‌ی اولیه تا تامین مالی و فروش، همه مستلزم خلاقیت است، لذا در این قسمت به تشریح خلاقیت پرداخته سپس نوآوری و کارآفرینی در ادامه بررسی می‌شود.

تعریف خلاقیت:

بسیاری چنین می‌پندارند که خلاقیت، یک ویژگی ذاتی و ارثی است که تنها برخی افراد خوشبخت با آن متولد می‌شوند. امروزه ثابت شده است که این توانایی در نوع بشر عمومیت دارد و همه در هنگام تولد، به درجات گوناگون، دارای این استعداد هستند.

به نظر "وایزبرگ" خلاقیت، زمانی شکل می‌گیرد که فرد، راه‌حل تازه‌ای برای مسئله‌ای که با آن روبه‌رو شده به کار ببرد. این تعریف، شامل دو عنصر است. اول، راه حل مسئله و دوم تازه و نو بودن راه‌حل برای حل‌کننده مسئله.

"گیلفورد" در نظریه‌اش، دو عامل تفکر واگرا و تفکر همگرا را از یکدیگر جدا می‌کند و کلیه ابعاد خلاقیت را مشمول تفکر واگرا می‌داند. تفکر واگرا، تفکری است که به جهات مختلف سیر می‌کند و برای حل مسئله به خلق راه‌حل‌های بسیار متنوع، متفاوت و نوین می‌پردازد. برعکس، در تفکر همگرا، فرد می‌کوشد تا با ادغام اطلاعات به روش منطقی، فقط به پاسخ صحیح برسد.

"کیتینگ" مفهوم خلاقیت را توسعه‌ی بیشتری بخشیده و برای ایجاد رفتاری خلاق، چهار دسته از مهارت‌ها را ضروری می‌داند:

۱- توانایی تفکر واگرا در فرد که با خلق راه‌حل‌های بسیار متفاوت، دامنه‌ی وسیعی از ابعاد و زوایای مختلف یک مسئله را در نظر می‌گیرد.

۲- داشتن معلومات وسیع و تجربه‌ی مفید در زمینه‌ی خلاقیت

۳- توانایی برقراری ارتباط با دیگران به منظور تبادل تجربیات و معلومات

۴- توانمندی فرد برای تجزیه و تحلیل انتقادی، زیرا فرد در جریان شکل‌گیری خلاقیت و به دلیل ذهن‌انگیزی به راه‌حل‌های دیگری می‌رسد که در این راه، داشتن قدرت قضاوت و نقادی دقیق، ضروری است.

در اکثر تعاریفی که از خلاقیت شده بر ضعیف بودن نقش وراثتی و ذاتی خلاقیت تاکید شده است و به توانایی‌هایی اشاره می‌شود که قابل پرورش بوده و می‌توان آنها را افزایش داد. بنابراین، خلاقیت، قابل تعمیم به تمام افراد جامعه می‌باشد و همگی از درجاتی از خلاقیت برخوردارند.

امروزه دیگر، بحثی راجع به این که خلاقیت، ذاتی است و یا اکتسابی، وجود ندارد، بلکه دنیای امروز تلاش می‌کند، خلاقیت و مباحث مرتبط با آن را چه در زمینه‌ی روان‌شناسی و علوم تربیتی و چه در زمینه‌های مدیریت کسب و کار به درستی بشناسد و ابعاد مختلف آن را توسعه دهد.

خلاقیت به عوامل متعدد درون‌فردی و میان‌فردی، نیازمند است. محیط مناسب، والدین آگاه، مربیان شایسته، برنامه‌های آموزش، تفاوت‌های فردی و سخت‌کوشی از جمله لوازم خلاقیت هستند.

عناصر خلاقیت:

خلاقیت، متشکل از عناصر و اجزای مختلفی است. "آماپلی" رییس مرکز پژوهش‌های دانشکده‌ی بازرگانی دانشگاه هاروارد، سه عنصر مهارت‌های مربوط به قلمرو یا موضوع، مهارت‌های مربوط به خلاقیت و انگیزه را اجزای اصلی خلاقیت می‌داند.

مهارت‌های مربوط به موضوع:

مهارت‌های مربوط به موضوع، عبارتند از دانش و شناخت ما نسبت به حقایق، اصول و نظریات آن موضوع، که از این طریق، استعداد، تجربه و آموزش در آن حوزه به دست می‌آید. کاملاً واضح است که انسان، قبل از آن که در یک زمینه، خلاق شود، باید دارای مهارت باشد که اکثر ما آن را نادیده می‌گیریم. چه کسی شنیده است که دانشمندی بدون فراگیری شیمی بتواند در این زمینه، کار خلاق انجام دهد؟

اگر چه افرادی که به تازگی وارد یک موضوع می‌شوند و از سختی‌ها و پیچیدگی‌های آن، اطلاع ندارند، بهتر از افراد آگاه می‌توانند ایده بدهند. حتی عده‌ای معتقدند که بیشترین مانع خلاقیت، دانسته‌هایمان است نه ندانسته‌هایمان، پس این جا چالشی مطرح می‌شود و آن این که اگر مهارت‌های مربوط به موضوع افزایش یابد، آیا خلاقیت کاهش می‌یابد یا افزایش؟ زیرا هر چه دانسته‌هایمان بیشتر شود، قید و بندهایمان نسبت به موضوع و ترسمان نسبت به مسایل جدید، بیشتر می‌شود.

"دیوید بوهم"، شرط لازم برای خلاقیت را یادگیری مطالب تازه می‌داند، حتی اگر این یادگیری، متضمن ابطال ایده‌ها و پندارهایی باشد که برای فرد، ارزشمند و بدیهی به نظر می‌رسند. بنابراین برای رفع چالش فوق، باید مهارت‌هایی که به خلاقیت کمک می‌کند تا قید و بندها و قالب‌های ذهنی ناشی از آگاهی‌های موضوعی شکسته شود را با مهارت‌های موضوعی همراه کرد. تنها در سایه‌ی این ترکیب است که دیگر از افزایش دانسته‌های فردی، ترسی به وجود نخواهد آمد، زیرا فرد، قادر خواهد بود با مهارت‌های خلاقیت، قید و بندهای موضوع را رها کند و ایده‌های جدید به وجود آورد.

مهارت‌های مربوط به خلاقیت:

اگر فردی از بالاترین حد مهارت نسبت به موضوع برخوردار باشد، اما از مهارت خلاقیت بی‌بهره باشد، هرگز قادر به انجام کار خلاق نخواهد بود؛ بلکه مهارت‌های موضوعی او بزرگ‌ترین مانع خلاقیت خواهد بود، ولی اگر مهارت‌های خلاقیت را به دست آورد، می‌تواند از مهارت موضوعی در راه جدیدی استفاده نماید و یا آنها را افزایش داده و شیوه‌های بهتری برای به کارگیری آنها اتخاذ کند.

ارزش‌های فکری زیر، مهارت‌های خلاقیت را تقویت می‌کند:

شکستن عادت، کنار گذاشتن شیوه‌های فکری و عملی پیشین و استفاده از روش‌های جدید، به تعویق انداختن قضاوت و ارزیابی ایده‌ها برای جلوگیری از ضایع شدن ایده‌ای که در ابتدا ممکن است جالب و مفید به نظر نیاید. درک مسایل و مشاهده‌ی امور به شیوه‌ی تازه‌ای که قبلاً به آن توجه نشده است، وسعت فکر و برقراری ارتباط میان ایده‌های متفاوت.

تکنیک‌های متعددی در خصوص تقویت مهارت‌های خلاقیت و پیاده‌سازی این ارزش‌های فکری وجود دارد که در ادامه به آنها می‌پردازیم.

انگیزه:

یکی از مهم‌ترین اجزای خلاقیت، انگیزه است که با وجود آن، کار برای افراد جالب و لذت‌بخش خواهد بود. بدیهی است توانایی یادگیری موضوعات جدید در کل، به وضعیت ذهنی انسانی بستگی دارد نه به یک استعداد ذاتی و

خدادادی، و این توانایی یادگیری، هنگامی به اوج می‌رسد که فرد نسبت به آنچه انجام می‌دهد، علاقه‌ای کامل و بی‌قید و شرط داشته باشد؛ درست مانند علاقه‌ای که کودک در حین یادگیری راه رفتن نشان می‌دهد. اگر به دقت نگاه کنیم، می‌بینیم که او تمام وجودش را برای راه رفتن به کار می‌گیرد. فقط در پرتو چنین علاقه‌ای است که انرژی ذهنی لازم برای درک موضوعات نو و متفاوت پدید می‌آید.

این انگیزه در افراد کارآفرین، بسیار است، زیرا آنها علاقه‌ی وافر به کسب و کار خود دارند. به طور مثال، "دیرلاو" در کتاب خود (کسب و کار به شیوه‌ی بیل گیتز) می‌نویسد: «رابطه‌ی عشقی بین بیل گیتز با کامپیوتر، او را در صف مقدم نگه داشته است؛ زیرا بیل گیتز معتقد است که باید از آن چه هر روز انجام می‌دهد لذت ببرد و کار روی مسایل جدید برای او لذت بخش است و او همواره می‌گوید که بهترین شغل را دارد.»

"آمابلی" می‌گوید: «من طی ۱۲ سال و با انجام ۱۲ تحقیق دریافتم که انگیزه‌ی درونی، مهم‌ترین نقش را در خلاقیت ایفا می‌کند. اگر افراد از ابتدا به کار علاقه داشته باشند و بدون فشارهای خارجی و با لذت و رضایت، کار را شروع کنند، می‌توانند خلاقیت بیشتری از خود نشان دهند.»

اگر چه "آمابلی" در نظریات خود بر اصل انگیزه‌ی درونی خلاقیت تاکید دارد، ولی در یک طرح جامع پژوهشی درباره حمایت از خلاقیت کارآفرینان، وی به این نتیجه رسیده است که نوع ویژه‌ای از انگیزه‌ی بیرونی می‌تواند در خدمت انگیزه‌ی درونی قرار گیرد، به این شکل که هر نوع عامل بیرونی که احساس کفایت فرد را حمایت کند، بدون آن که احساس خودمختاری وی را تحلیل برد به انگیزه‌ی درونی خواهد افزود؛ همچنین پاداش‌هایی که کفایت فرد را افزایش دهد و یا فرد را قادر به انجام کارهای جالبی کند، می‌تواند به عنوان انگیزه‌های بیرونی، موثر باشد.

استقلال در فرایند کار نیز به خلاقیت، دامن می‌زند زیرا اعطای آزادی در زمینه‌ی چگونگی برخورد با کار، انگیزه‌ی درونی کارکنان و احساس مالکیت آنها را می‌افزاید.

ویژگی‌های افراد خلاق:

"آمالی" معتقد است که برخی از شخصیت‌ها بیشتر مستعدِ تفکرِ خلاق هستند. بعضی از صفات افراد خلاق عبارت است از: خود نظمی زیاد، پشتکار، مواجهه با مشکلات و شکست، استقلال، تحمل بهام، تحمل شکست، تمایل به پذیرفتن خطر، اعتماد به نفس و... . اگر این ویژگی‌ها به طور طبیعی در افراد وجود نداشته باشد، می‌توان آنها را پرورش داد.

افراد خلاق، بخش عمده‌ای از وقت و انرژی خود را صرف توجه دقیق به اطراف خود می‌کنند. این افراد از کنجکاوی فوق العاده‌ای برخوردارند و همیشه در جستجوی موضوعات پیچیده‌ی جدید، ناشناخته و عجیب می‌باشند. به همین علت در مقایسه با افرادی که از توانایی خلاقیت کمتری برخوردارند، پرسش‌های بیشتر و پیچیده‌تری مطرح می‌کنند. افراد خلاق، انعطاف پذیرند و در عرضه‌ی راه‌حل و اندیشه‌ی بکر و بدیع، آمادگی بسیاری دارند. آنها با استفاده از همین ویژگی، دارای توانایی تعقیب و دستیابی به راه‌حل مشکلات از راه‌های مختلف هستند.

افراد خلاق به استقلال تمایل دارند و از دستورهایی که برخلاف میل آنها و مورد انتقادشان است، سرپیچی می‌کنند؛ به این سبب، اعمال مدیریت سنتی در مورد افراد خلاق در سازمان، بسیار دشوار است. افراد خلاق، مسایل بسیار پیچیده را به مسایل ساده، ترجیح می‌دهند و با علاقه‌ی بسیاری برای یافتن راه‌حل آنها می‌کوشند. وقتی یک تیم از افرادی با زمینه‌های فکری و رویکردهای گوناگون تشکیل شود؛ ایده‌های افراد تحریک می‌شود و به شیوه‌های سودمند، درهم می‌آمیزد. این تیم‌ها از سه ویژگی دیگر نیز علاوه بر تنوع‌گرایی باید برخوردار باشند: نخست: اعضای یک تیم باید در ایجاد هیجان و افزایش انگیزه در رسیدن به هدف مورد نظر، سهیم باشند. دوم: افراد نسبت به کمک به دیگر اعضا، تمایل نشان دهند و روحیه‌ی همکاری و تعاون در بین گروه وجود داشته باشد.

سوم: هر یک از اعضا باید دانش منحصر به فردی را که دیگران به میان می‌آورند دریابد و ارج نهد.

این عوامل، نه تنها انگیزه‌ی درونی را بیشتر می‌کند، بلکه به تخصص و مهارت‌های تفکر خلاق نیز می‌افزاید.

افراد خلاق، چگونه فکر می کنند؟

همواره، نحوه‌ی فکر کردن افراد خلاق، مورد توجه دانشمندان بوده است. "گیلفورد" کلید خلاقیت را در تفکر واگرا می‌داند. عده‌ای معتقدند که کارآفرینان، مهارت خوبی در به کارگیری هر دو تفکر واگرا و همگرا دارند و برای حل مسایل از هر دو، بهره می‌برند. تفکر واگرا برای تجزیه و باز کردن مشکل و دیدن همه‌ی ابعاد موضوع است که با طرح سوال‌هایی مانند «راجع به چیست؟» ابعاد وزوایای مختلف مسئله را آشکار می‌کند و تفکر همگرا که برای رسیدن به راه حل نهایی به کار می‌رود، با طرح سوال‌هایی مانند «چرا» مسئله را به اجزای کوچک‌تر تقسیم می‌نماید.

محیط خلاق:

"ارنست ویل" معتقد است که یکی از روش‌های مهم متبلور کردن خلاقیت، ایجاد فضای محرک مستعد و به طور کلی خلاق است. او براین باور است که به وجود آوردن محیط خلاق و نوآور، مهم‌ترین عامل برای عرضه‌ی اندیشه‌های جدید و بکر است. محیط مناسب برای بروز خلاقیت، انگیزش را در افراد برای ابراز تفکر جدید و خلاق افزایش می‌دهد.

در محیط خلاق، انعطاف‌پذیری محیط به قدری بالاست که شخص احساس می‌کند از استعدادها و ایده‌های خلاق او، استفاده‌ی صحیح می‌شود و توانایی و مهارت‌های خلاق او در ایجاد اندیشه‌های جدید و روش‌های نوین، هدر نمی‌رود و مورد تشویق و ترغیب قرار می‌گیرد.

فرایند خلاقیت:

وقتی ذهن شخص، نسبت به یک مسئله، کاملاً درگیر می‌شود و فرآیند بررسی مسئله را از زوایای مختلف دنبال می‌کند و همیشه به آن فکر می‌کند نسبت به آن مسئله، حساس می‌شود و متوجه حوادثی می‌شود که دیگران نمی‌بینند یا به آن توجهی ندارند. بنابراین درست است که یکی از مراحل خلاقیت، الهام یا همان اتفاق خوشایند

است، ولی می‌توان استعدادها و مهارت‌های متعددی را که در خلاقیت موثرند، پرورش داد تا آن‌قدر ذهن آماده شود که فرد از اتفاقات اطراف خود در ذهنش شروع به ایده‌یابی و ایده‌سازی نماید و ضمیر ناخودآگاه او تحریک شده و جرقه‌ای در ذهن او پدیدار شود.

اما مراحل خلاقیت چیست و چگونه یک ایده در ذهن فرد شکل می‌گیرد؟ برای فرآیند خلاقیت الگوهای مختلفی ارایه شده است که دانستن آنها علاوه بر این که اطلاعاتی در زمینه‌ی نحوه شکل‌گیری یک ایده و یا راه‌حل خلاق به فرد می‌دهد به او کمک می‌کند تا مراحل خلاقیت را در کارهای خود بازسازی نموده و بتواند به ایده‌های خلاق دست یابد.

الگوی آلبرشیت:

"آلبرشیت" معتقد است که خلاقیت، پنج مرحله دارد که این مراحل به ترتیب عبارتند از: جذب اطلاعات، الهام، آزمون، پالایش و عرضه. او می‌گوید: شخص خلاق، اطلاعات فردی خود را جذب می‌کند و برای بررسی مسایل به بررسی و جست و جوی راه‌های مختلف می‌پردازد. در این هنگام، ذهن فرد خلاق با استفاده از اطلاعات خام به طور غیرمحسوس آغاز به کار می‌کند و پس از تجزیه، تحلیل و ترکیب اطلاعات، راه‌حلی برای مسئله عرضه می‌کند.

در مرحله‌ای که الهام نامیده می‌شود، فرد خلاق احساس می‌کند که به راه‌حل قابل اجرایی دست یافته است. پس از پیدا کردن راه‌حل جدید، فرد خلاق آن را به آزمون می‌گذارد تا موفقیت یا عدم موفقیت را مشاهده کند. در این مرحله، ممکن است در کیفیت راه‌حل نیز بهبودی حاصل شود. از این رو باید با نگرش و تفکری انعطاف‌پذیر، امتیازات و کاستی‌های راه‌حل را پذیرفت. زمانی که آزمون انجام گرفت و عملی بودن و قابل اجرا بودن طرح، تایید شد، ممکن است به پالایش نیاز باشد؛ به این معنی که بهینه کردن راه‌حل بررسی شود. آخرین مرحله، عرضه‌ی اندیشه‌ی خلاق است؛ بدین ترتیب که اندیشه‌ی جدید به گونه‌ای عرضه شود که بتوان آن را به سادگی و به طور عملی، ارایه نمود. وقتی مراحل خلاقیت با موفقیت طی می‌شود که پذیرش اندیشه انجام پذیرد.

موانع خلاقیت:

عوامل و دلایل مختلفی از جمله موارد زیر به خلاقیت آسیب می‌رسانند:

۱- آموزش ناهمسو با کارآفرینی و خلاقیت:

بسیاری از افراد به دلیل این که تفکر خلاق، دشوار به نظر می‌آید از داشتن کارها و وظایف خلاقانه، احساس ناخشنودی می‌کنند؛ اما ناراحتی آنها بیشتر از آن جا ناشی می‌شود که تحصیلات و آموزش‌ها همگی به جای آن که تفکر را بهبود بخشند، به بهبود بخشیدن مهارت‌های تفکر تحلیل، توجه دارند. خلاقیت، عموماً برای نظام‌های آموزشی، ناخوشایند است؛ بنابراین مانند دوران تحصیل مایلیم که جواب صحیح را به دست آوریم و به فرآیندی که از طریق آن به جواب صحیح دست می‌یابیم، توجه نمی‌کنیم.

۲- استفاده از الگوهای قالبی:

برای حل یک مسئله ریاضی به داشتن دانش ریاضیات نیاز داریم. این موضوع به طور آشکار در تمامی محدوده‌های دانش، مهارت‌ها و توانایی‌هایی که شاید قابل به‌کارگیری در مسایل و وضعیت‌های معین باشد، صادق است. با تجربیات زیاد در یک زمینه، این تمایل در ما به وجود می‌آید که هنگام رویارویی با مسئله‌ای، آن را از طریق راه‌حل‌های قبلی، حل کنیم.

۳- ستابزدگی در ارزیابی:

با آن که ارزیابی ایده‌ها بخشی از تفکر خلاق است، ولی توصیه‌ی اکید، آن است که تا هنگامی که سلسله‌ای از ایده‌های قدرتمند ایجاد نشده‌اند، باید از ارزیابی ایده‌ها دوری کرد.

۴- تاکید بر مفروضات قبلی:

پیش‌زمینه‌های ما، آموزش و تجارب مفاهیم قاطع و اصولی را در ما ایجاد می‌کنند که آنها را حقیقی می‌انگاریم. اینها به نوبه‌ی خود بر تفکرات و ایده‌های ما اثر می‌گذارند و گاهی مانع عرضه‌ی ایده‌های نو و خلاقانه می‌شوند.

۵- فشارهای اجتماعی:

محدوده‌ای کلی از این فشارها در زمان و شرایط متفاوت بر ما تاثیر می‌گذارند. یکی از آثار بسیار منفی، این است که از نادان جلوه کردن در نظر هم‌تایان خود نگران شویم، بدین ترتیب، هنجارهای رفتاری و عملکرد گروه‌های موجود، ممکن است مانع ابراز ایده‌های خاص یا ایده‌های زیاد در افراد معین شود.

۶- چاره‌جویی‌های کوتاه‌مدت:

اغلب ما به طور معمول در محیط کاری خود برای کارهای روزمره و جاری و نتایج کوتاه‌مدت، تحت فشار هستیم و مسایلی که بیان می‌شوند اغلب نیازمند واکنش فوری هستند. در این زمان، اگر دقت نکنیم، بیشتر اوقات کار خود را صرف کارها و خطاهای کوچک می‌کنیم و هرگز قادر نخواهیم بود، فضای تنفسی لازم را برای تفکر خلاق ایجاد کنیم. حداقل مزیت آگاهی از این موانع، چاره‌جویی و تلاش در برطرف کردن آنهاست.

۷- عدم تمایل به تغییر:

در بعضی از سازمان‌ها تمایلی برای تغییر وجود ندارد. بلکه اصل، بر حفظ وضعیت موجود است. بزرگی می‌گوید: «مادام که احساس کردی احتیاج به پیشرفت نداری، تابوت خود را فراهم کرده‌ای!» این سازمان‌ها محکوم به فنا هستند و بعد از مدتی از بین خواهند رفت.

همچنین از جمله موانع فردی خلاقیت می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱. مشغله‌ی زیاد و درگیری بیش از حد با مسئله

۲. داشتن اهداف متضاد

۳. نداشتن استراحت کافی

۴. ترس از انتقاد

۵. عدم تمرکز ذهنی و وجود استرس

۶. خودپرستی و غرور

۷. عادت‌زدگی

۸. منفی‌نگری و عدم اعتماد به نفس

نقش کارآفرینان

- عامل ایجاد و توزیع ثروت، برانگیزنده‌ی توسعه‌ی اقتصادی جامعه یا به عبارتی موتور رشد و توسعه‌ی اقتصادی
- عامل اشتغال‌زایی
- عامل انتقال تکنولوژی
- عامل ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری
- عامل شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید
- عامل تعادل در اقتصاد پویا
- عامل تحول و تجدید حیات ملی و محلی - عامل کاهش بوروکراسی اداری (کاهش پشت میزنشینی و مشوق عمل‌گرایی و ...)
- عامل نوآوری و روان‌کننده تغییر
- به عنوان یکی از عوامل تولید، مثل زمین، سرمایه، انسان و ...
- عامل تحریک و تشویق حس رقابت
- عامل تحریک، ترکیب و مهیا کردن عوامل تولید
- عامل ساماندهی منابع و استفاده اثربخش از آنها
- عامل یکپارچگی و ارتباط بازارها
- عامل رفع خلل، شکاف‌ها و تنگناهای بازار و اجتماع

یک کار آفرین تسلیم نمی شود:

۱. با خودتان خلوت کنید و تمدد اعصابی داشته باشید.
۲. ساعات کاری را تقلیل دهید و به خود پردازید
۳. هر روز و به شکل مرتب ورزش‌های سبکی انجام دهید
۴. چند نفس عمیق بکشید. نفس‌هایی آرام که در آن‌ها فقط به آرامش فکر می‌کنید و بر دم و بازدم خود تمرکز خواهید کرد.
۵. به چیزهایی که خوشحالتان می‌کنند و از آنها لذت می‌برید، توجه کنید.
۶. به خودتان بگویید که تسلیم نمی‌شوید، میدان را خالی نمی‌کنید
۷. از کتاب‌ها الهام می‌گیرند
۸. بدانید که ابرقدرتمندهای ثروت جهان هم بارها و بارها شکست خورده‌اند اما این ثروت و شهرت کنونی را مدیون همین استقامت و سرسختی خود هستند.
۹. ترک میدان مسابقه آسان‌ترین ولی بدترین راه است

هوش هیجانی، حلقه گم شده کار آفرینی:

مبانی نظری

بار-اون-هوش هیجانی را مجموعه‌ای از توانایی‌های غیر شناختی، توانش‌ها و مهارت‌هایی تعریف کرده است که بر توانایی رویارویی موفقیت‌آمیز با خواسته‌ها، مقتضیات و فشارهای محیطی تاثیر می‌گذارد (به نقل از سیاروچی و همکاران، ترجمه نوری ونصیری، ۱۳۸۳).

وی سینگر- هوش هیجانی را هوش به کارگیری عاطفه و احساس در جهت هدایت رفتار، افکار، ارتباط

موثر با همکاران، سرپرستان، مشتریان و استفاده از زمان در چگونگی انجام دادن کار برای ارتقای نتایج

تعریف می کند

کارآفرینی و ویژگیهای کارآفرین ذکر شده که عبارتند از:

- (۱) کارآفرینی منبع تضاد هیجانی است.
- (۲) کارآفرین نیاز به حمایت دیگران دارد.
- (۳) ریسک پذیری از جمله ضرورت‌های کارآفرینی است.
- (۴) کارآفرین بین حس استقلال طلبی و نیاز به وابستگی تعادل ایجاد می‌کند.
- (۵) انگیزه‌های کارآفرینانه عموماً ماهیت عاطفی دارند.
- (۶) توان تحمل شکست و ناکامی دارد.
- (۷) کارآفرین خلاق است.
- (۸) از قابلی‌تهای رهبری برخوردار است.
- (۹) می‌تواند ابهامات را تحمل کند.
- (۱۰) از درک شهودی برخوردار است .
- (۱۱) امیدوار است.
- (۱۲) خوش‌بین است.
- (۱۳) در کار غرق می‌شود.
- (۱۴) خود انگیز است .
- (۱۵) مایل است وضعیت موجود را تغییر دهد.
- (۱۶) لذت‌ها و کامیابی‌ها را برای بدست آوردن لذت‌ها و کامیابی‌های بالاتر به تعویق می‌اندازد.
- (۱۷) قادر است میان اضداد وحدت ایجاد کند.
- (۱۸) صادق است.

(۱۹) در کار قاطع است.

(۲۰) توانایی تفویض اختیار و مسئولیت را دارد.

(۲۱) انگیزه پیشرفت در او بالاست.

(۲۲) مسئولیت پذیر است.

(۲۳) انعطاف پذیری دارد.

(۲۴) خودآگاه است.

(۲۵) بخود عشق می‌ورزد

مولفه های هوش هیجانی بر اساس دیدگاه بار-اون:

(۱) خود آگاهی هیجانی

(۲) جرات ورزی

(۳) عزت نفس

(۴) خود شکوفایی

(۵) استقلال

(۶) همدلی

(۷) روابط میان فردی

(۸) مسئولیت پذیری اجتماعی

(۹) حل مساله

(۱۰) واقعیت سنجی

(۱۱) انعطاف پذیری

(۱۲) تحمل تنش

(۱۳) کنترل تکانه

(۱۴) خوش بینی

(۱۵) نشاط

هفت قانون برای کار آفرین نوپا :

▪ قانون اول

باید سعی کنید در قبال هر کاری که انجام می‌دهید و هر ساعتی که صرف کاری می‌کنید، پاداش یا

پاداش‌هایی به دست آورید

▪ قانون دوم:

اشتباهات هدیه‌هایی ارزشمندند.

▪ قانون سوم:

برای توقف طرح آماده باشید.

▪ قانون چهارم

با کوچکترین دگرگونی، تغییرات مثبت زیادی به وجود آورد

▪ قانون پنجم

تصمیم بگیرید که چه کارهایی را، چطور و چه وقت باید انجام دهید.

▪ قانون ششم

راه‌حل‌های مفید و با ارزش همیشه دشوارترین و پیچیده‌ترین راه‌ها نیستند

▪ قانون هفتم

آن‌چه که هرگز نمی‌توان انکار کرد، نتایج و حاصل برآمده از یک کار است

هفت عامل قدرت شخصی کار آفرین ها :

۱. قدرت شخصی
۲. اشتیاق
۳. شایستگی
۴. آمادگی همه جانبه
۵. نگاه روشن
۶. ایجاد انگیزه در دیگران
۷. کار گروهی و حفظ آرامش

هفت حوزه ضروری تمرکز کار آفرین ها :

- ۱) تمرکز بر مشتری های سود ده
- ۲) تمرکز بر جریان وجوه نقد
- ۳) تمرکز بر زمان مولد
- ۴) تمرکز بر تقاضای بازار
- ۵) تمرکز بر ارائه خدمات به مشتری
- ۶) تمرکز بر استخدام بهترین نیروی کار
- ۷) تمرکز بر کیفیت نه کمیت

وجوه تمایز کارآفرینان موفق و ناموفق:

- ✚ اجبار یا توان
- ✚ تحقق وظایف یا نیل به هدف
- ✚ کسب اطلاعات یا به کار بستن آنها
- ✚ تفکیک یا تلفیق
- ✚ فقط کار یا کار همراه با تفریح
- ✚ حمایت ساختار یا کل فضای کاری
- ✚ تغییر رفتار یا تحول
- ✚ بدبینی یا خوشبینی
- ✚ ارج نهادن به جایگاه خود یا توجه به کمبودها

مفاهیم و کلیات کارآفرینی:

واژه کارآفرین از کلمه Entrepreneur (به معنای متعهد شدن) مشتق شده که در اصل از زبان فرانسه به دیگر زبان‌ها راه یافته است.

انگلیسی‌ها سه اصطلاح با نام‌های: :ماجراجو، متعهد و کارفرما را در مورد کارآفرین به کار

می‌بردند.

از نظر آنها، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند.

در واقع کارآفرین کسی است که: نوآوری خاص داشته باشد. این نوآوری می‌تواند در ارائه یک محصول جدید، ارائه یک خدمت جدید، در طراحی یک فرآیند نوین و یا نوآوری در رضایت مشتری و... باشد.

از نظر «شومپتر»: کارآفرین نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی است. وی مشخصه کارآفرین را نوآوری می‌داند. همچنین «جفری تیمونز» معتقد است که کارآفرین فردی است که باعث خلق بینشی ارزشمند از هیچ می‌شود.

کارآفرینی:

فرآیندی که بتواند با استفاده از خلاقیت، چیز نویی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری همراهان بوجود آورد کارآفرینی گویند

به عقیده «ارتور کول» کارآفرینی عبارت است از :

فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. «روبرت نشتات» کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصت‌ها، ارضای نیازها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب و کار می‌داند.

از نظر پیترو دراکر: کارآفرینی یک رفتار می‌باشد و در واقع بکاربردن مفاهیم و تکنیک‌های مدیریتی، استانداردسازی محصول، بنا نهادن کار بر پایه آموزش می‌باشد.

عوامل کلیدی کارآفرینی

شش عامل کلیدی در مورد کارآفرینی وجود دارد که عبارتند از:

۱. شناخت هدف

۲. داشتن افق

۳. بکارگیری خلاقیت‌های ذهنی

۴. جامعه‌گرا و جامعه‌پذیر بودن

۵. شهامت، ابتکار، امیدوار و ریسک‌پذیر بودن

۶. واقع‌بینانه برخورد کردن با تفاوت بین خلاقیت‌ها و فرصت‌ها

ویژگی‌های کارآفرینان

همه کارآفرینان در صفات فردی یکسان نیستند اما ویژگی‌های عمومی در آنها وجود دارد که عبارتند از:

- سخت‌کوشی

- کنجکاوی و اشتیاق به آموختن

- برقراری ارتباط اجتماعی

- رشد شخصیت

- خلاقیت

- مسوولیت‌پذیری و اتکا به خود

- آرامش

- زندگی در زمان حال

- بصیرت

- اقدام فوری

- رویکرد مثبت

- استقامت

- خلاقیت و نوآوری

- هدف‌گرایی

- ریسک‌پذیری

- فرصت‌گرایی و فرصت‌شناسی

- آینده‌نگری و دوراندیشی

- انعطاف‌پذیری

- اهل کار و عمل

- اعتماد به نفس و خودباوری

- واقع‌بینی

مزایا و منافع کار آفرینی

- کارآفرینی عامل ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری است.

- کارآفرینی عامل تحریک و تشویق حس رقابت است.

- کارآفرینی عامل تغییر و نوآوری است.

- کارآفرینی باعث ایجاد اشتغال می‌شود.

- کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد.

- کارآفرینی موجب توزیع مناسب درآمد می‌شود

ده نکته اساسی راجع به کارآفرینی از نظر تامپسون :

- ۱) کارآفرینان افرادی هستند که خود را از دیگران متمایز می‌سازند.
- ۲) کارآفرینی موضع یابی و بهره برداری از فرصت‌هاست.
- ۳) کارآفرینان منابع مورد نیاز برای بهره برداری از فرصت‌ها را می‌یابند.
- ۴) کارآفرینان ارزش افزوده ایجاد می‌کنند.
- ۵) کارآفرینان شبکه سازان اجتماعی و مالی خوبی هستند.
- ۶) کارآفرینان دانش عملی هستند.
- ۷) کارآفرینان سرمایه مالی، اجتماعی و هنری خلق می‌کنند.
- ۸) کارآفرینان مدیریت ریسک دارند.
- ۹) کارآفرینان در مواجهه با ناملایمات دارای قاطعیت و اراده هستند.
- ۱۰) کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری را شامل می‌شود.

ده قدم تا اعتماد به نفس:

- ۱) سرشار از عشق به خود و عشق به دیگران باشید.
- ۲) هنگام مواجه شدن با یک تصمیم مشکل یا قرار گرفتن بر سر دوراهی، آن را سخت جلوه ندهید و با افرادی که در آن زمینه تجربه دارند مشورت کنید و بی‌گدار به آب نزنید.
- ۳) به نقاط ضعف خود آگاه باشید و همیشه از موضع قدرت استفاده کنید نه ضعف. زندگی هدفمند داشته باشید و تلاش کنید به هدف‌تان برسید.
- ۴) هر روز با شوق از خواب بیدار شوید و هنگام تصمیم‌گیری شک و دو دلی نداشته باشید.

- (۵) همیشه نیمه پر لیوان را ببینید یعنی مثبت فکر کنید و در اطراف خودتان هم آدم‌های مثبت‌اندیش را برای دوستی انتخاب کنید.
- (۶) مهارت‌های ارتباطی را یاد بگیرید و قبل از هر گونه اظهارنظر به دقت و با حوصله به حرف‌های دیگران گوش کنید. مشکل خود را با لحنی شیوا و موثر بیان کنید.
- (۷) سعی کنید خود را در اجتماع و محیطی که در آن زندگی می‌کنید، خوب معرفی کنید، لباس‌های مرتب و تمیز بپوشید و از خرید لباس‌هایی که به شما نمی‌آید حتی اگر مد روز باشد خودداری کنید.
- (۸) در صورت لزوم با قاطعیت رفتار کنید. با بیانی آرام و منطقی حق خود را بگیرید. بیشتر اهل سازش و مصالحه باشید نه مخالفت.
- (۹) احساسات خود را کاملاً کنترل کنید حتی در ناامیدی. قبل از هر حادثه هیجان‌انگیزی آرامش را تمرین کنید.
- (۱۰) خوب غذا بخورید و سعی کنید از خوردن غذاهای چاق کننده و مواد ناسالم پرهیز کنید و محیط اطراف خود را همیشه تمیز و پاکیزه نگه دارید

ده نکته لازم برای کسب و کارهای کوچک و جدید در کارآفرینی

- (۱) قبل از شروع تا آنجا که ممکن است پول پس انداز کنید
- (۲) از بند کفش آغاز کنید
- (۳) از دارایی‌های شخصی خود محافظت کنید
- (۴) ببینید که چگونه می‌خواهید پول در بیاورید
- (۵) یک طرح کسب و کار تهیه کنید، هرچند که کوچک باشد

۶) یک حاشیه رقابتی پیدا کنید و آنرا ادامه دهید

۷) کلیه توافقنامه ها را مستند و مکتوب سازید

۸) اشخاص شایسته را استخدام کرده و بدرستی از آنها نگهداری کنید

۹) به وضعیت حقوقی کارکنانتان توجه کنید

۱۰) صورت حساب ها و مالیات های خود را سر موعد بپردازید

پنج کلید برای ورود به حوزه کارآفرینی

۱) خسته شدن از کار روزانه دلیل خوبی برای ایجاد یک شغل نیست.

۲) از همان ابتدا، کار فعلی تان را ترک نکنید

▪ اگر یک برنامه‌ی شغلی امکان‌پذیری در ذهن دارید، تصمیم به شروع آن بگیرید.

▪ جای مناسب و هدف خود را در بازار بیابید.

▪ راه‌های ممکن برای جذب پشتوانه‌های دولتی را برای شغل خود پیدا کنید.

▪ یک برنامه‌ی بازاریابی مناسب و قدرتمند ایجاد کنید.

▪ با کارآفرینان دیگر در ارتباط باشید.

▪ در کلاس‌های کارآفرینی شرکت کنید و با مربی‌های حرفه‌ای کار خود را آغاز کنید.

۳) کارآفرین باشید!!!

۴) برای انتقال خود به شغل جدید برنامه‌ریزی داشته باشید.

۵) آمریکایی‌ها در تربیت و پیشرفت جوانان در تکمیل اهدافشان به نتایج زیر دست یافته‌اند :

▪ از بین افرادی که به طور قاطع تصمیم می‌گیرند که به هدفی برسند ۲۵٪ موفق می‌شوند.

▪ از بین افرادی که مشخص می‌کنند که در چه زمانی برنامه‌ی خود را پیاده کنند. ۴۰٪ موفق می‌شوند.

- از بین افرادی که برای نحوه انجام کارشان برنامه‌ریزی می‌کنند، ۵۰٪ موفق می‌شوند.
- با تصمیم‌گیری برای وارد شدن به حوزه‌ی کارآفرینی، شما می‌توانید روح کارآفرین خود را به سرمایه تبدیل کنید و در نتیجه به رضایتمندی شخصی، و حتی به پاداش‌های مالی برسید.

"نیازی نیست که بزرگ باشید تا بتوانید شروع کنید، باید شروع کنید تا بزرگ شوید"

نه نکته مفید برای کارآفرینی :

۱. به کار مورد علاقه تان
۲. طرح تجاری خود را بنویسید
۳. زمان و سرمایه ای که برای شروع کار در نظر دارید در دو یا سه ضرب کنید
۴. بازار ویژه هدف را تا ممکن است محدود کنید
۵. از ایده های موثر و کارآمدی استفاده کنید که منحصر به فرد باشند
۶. همه کارها را خودتان انجام ندهید
۷. به خاطر داشته باشید «شما» مهم ترین عنصر کسب و کارتان هستید خود را بشناسید و فکر کنید چه کسی هستید و در چه حوزه هایی .
۸. روابطی قوی ایجاد کنید .
۹. گروهی برای همکاری تشکیل .

کارآفرینی شومپتر دارای سه ویژگی است :

0) کارآفرینی قابل درک است، اما نمی‌توان با به کار بردن قوانین معمولی و استنباط از حقایق

موجود به طور عملی آن را پیش‌بینی کرد.

۲) کارآفرینی رویدادها و نتایج بلند مدت را شکل می‌دهد تا موقعیت‌های مطلوب و موقعیت‌های

اقتصادی و اجتماعی را تغییر دهد.

۳) کثرت و تکرار رویدادهای کارآفرینانه به کیفیت نسبی نیروها، تصمیمات فرد، اقدامات و

الگوهای رفتاری بستگی دارد.

ده نکته اساسی را درباره کارآفرینان و کارآفرینی از نظر تامپسون :

۱) کارآفرینان افرادی هستند که خود را از دیگران متمایز می‌سازند.

۲) کارآفرینی موضوعیابی و بهره‌برداری از فرصت‌هاست.

۳) کارآفرینان منابع مورد نیاز را برای بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌یابند.

۴) کارآفرینان ارزش افزوده ایجاد می‌کنند.

۵) کارآفرینان شبکه‌سازان (اجتماعی و مالی) خوبی هستند.

۶) کارآفرینان دارای دانش کاربردی هستند.

۷) کارآفرینان سرمایه (مالی، اجتماعی و هنری) خلق می‌کنند.

۸) کارآفرینان مدیریت ریسک‌پذیر دارند.

۹) کارآفرینان در مواجهه با ناملازمات دارای قاطعیت و اراده هستند.

۱۰) کارآفرینی شامل خلاقیت و نوآوری می‌شود.

آنچه یک کارآفرین پس از موفقیت نباید انجام دهد :

(۱) از قدرت اقتصادی خود علیه رقابت آزاد استفاده نکنید

(۲) به دنبال استفاده از یارانه و کمک های دولتی نباشید

(۳) به دشمنان بازار آزاد که دشمن شما نیز هستند، پشیزی کمک نکنید

(۴) فروتنی را از یاد نبرید

و مراقب علایمی باشید، از جمله :

- خیلی زود عصبانی می شوید.
- با کارمندان خود تندی و پرخاش می کنید.
- با افراد خدماتی با عصبانیت برخورد می کنید.
- به زیردستان بی اعتنایی می کنید.
- ولخرجی می کنید.
- برای هیچ کس وقت ندارید.
- بر مبنای تحت تاثیر قرار دادن مردم، تصمیم می گیرید.
- با صدای بلند حرف می زنید تا دیگران سخنان شما را بشنوند و این گونه خودنمایی می کنید.
- لاف می زنید.
- اتفاق خوب را به حساب خود می نویسید.
- از اعتبار دیگران ناراحت می شوید.
- از قدرت خود به روش زورمندانه استفاده می کنید.
- از مردم انتظار احترام دارید و به چاپلوسان پاداش می دهید.
- از تعریف و تمجید بیش از حد خوششتان می آید.
- افراد خوبی را که با شما مخالف اند، از خود می رانید.
- (۵) از واکنش های تند نسبت به انتقادها بپرهیزید

۶) از اظهارنظر درباره آنچه نمی دانید، بپرهیزید

کارآفرین چه ویژگیهایی دارد:

- خود انگیزشی
- نیاز به انجام دادن و بدست آوردن
- استفاده از نهایت بهره وری
- تحمل ریسک
- آنها شکارچی فرصت ها هستند.
- نیاز به پیشرفت
- کارآفرین توانایی بالایی در کنترل خود دارد.
- آنها همواره تمرکز بر هدف دارند
- کارآفرین توانایی تشخیصی اولویت ها را دارد.
- خوش بینی از ویژگیهای مهم و بارز یک کارآفرین است.
- شجاعت از دیگر ویژگی های یک کارآفرین می باشد.
- کارآفرین معمولاً "قدرت تحمل بالایی دارد.
- کارآفرین انگیزه داخلی بالایی برای انجام کار دارد

صفات و خصوصیات یک کارآفرین موفق:

0 - انگیزه قوی از نظر فلسفی و اعتقادی برای شروع یک فعالیت اقتصادی داشته باشد.

۲- اعتماد به نفس داشته و خودباور باشد.

- ۳- اعتقاد به اینکه خوش شانس و بدشانسی خرافه است.
- ۴- اعتقاد به اینکه پیروزی و شکست علت دارد و عمده آن به خود انسان وابسته است.
- ۵- دارای استقلال رأی باشد.
- ۶- اعتقاد به مشورت با صاحب نظران و متخصصان و عمل به آن داشته باشد.
- ۷- توان تصمیم‌گیری با توجه به شرایط مکانی و زمانی را دارا باشد.
- ۸- خوش‌بین و امیدوار باشد.
- ۹- صبر و استقامت لازم برای مقاومت در برابر مشکلات را دارا باشد.
- ۱۰- روحیه سخت‌کوشی و تلاش مداوم برای تحقق اهداف داشته باشد.
- ۱۱- در اثر شکست ناامید نشود.
- ۱۲- از هر شکست برای اصلاح امور و دیدگاه‌های خود درس بگیرد.
- ۱۳- دارای تفکر و توان برنامه ریزی باشد.
- ۱۴- اطلاعات عمومی لازم برای انجام فعالیت‌های اقتصادی مانند خرید و فروش، تولید، بازار، امور مالی و حسابداری را دارا باشد.
- ۱۵- خطرپذیری توأم با استدلال و محاسبات علمی و ریسک‌پذیری را پذیرا باشد.
- ۱۶- شوق به کار و تلاش داشته باشد.
- ۱۷- دارای طبع بلند و اشتیاق به انجام کارهای بزرگ بر اساس عقل و منطق باشد.
- ۱۸- داشتن اراده و آمادگی لازم برای ایثار و فداکاری تا رسیدن به هدف.
- ۱۹- قدرت پیش‌بینی وضع اقتصاد و بازار را دارا باشد.
- ۲۰- قدرت ظرفیت، نوآوری و ایجاد روش‌های نوین را داشته باشد.
- ۲۱- توان مشکل‌یابی و تشخیص تنگناها و قدرت حل مسئله را داشته باشد.
- ۲۲- حسن تدبیر و مدیریت خلاق داشته باشد.

- ۲۳- روحیه انتقاد پذیری داشته باشد.
- ۲۴- توجه به سلامت جسمی، فکری، روحی و بهداشت روانی در محیط کار را مدنظر قرار دهد.
- ۲۵- انعطاف پذیر باشد.
- ۲۶- توان و قدرت لازم ارزشیابی کارها را داشته باشد.
- ۲۷- اعتقاد و علاقه به مطالعه و تحقیق لازم قبل از شروع هر کار جدید را داشته باشد.
- ۲۸- روحیه پیروی از استانداردها در او وجود داشته باشد.
- ۲۹- مسئولیت پذیر باشد.
- ۳۰- داشتن روحیه تقسیم کار و تفویض اختیار.
- ۳۱- داشتن توان ایجاد انگیزه در افراد برای انجام کار و پذیرش مسئولیت.
- ۳۲- توان قضاوت با رعایت بی طرفی و عدالت را دارا باشد.
- ۳۳- نگرش سیستمی داشته باشد.
- ۳۴- وفای به عهد تلاش در انجام تعهدات داشته باشد.
- ۳۵- روحیه احترام به رسوم و عقاید دیگران در او وجود داشته باشد.
- ۳۶- روحیه انجام کار گروهی داشته باشد.
- ۳۷- توان برقراری سیستم اطلاعاتی برای دستیابی به اطلاعات منابع مالی و دانش فنی قابل استفاده را داشته باشد.
- ۳۸- تفکر بهره‌ور داشته باشد.
- ۳۹- با روش های تبلیغاتی و بازاریابی آشنا باشد.
- ۴۰- داشتن روحیه شجاعت و تهور لازم برای شروع کارها و مواجهه با مشکلات.
- ۴۱- داشتن توان استفاده از تجارب و توانایی های خود و دیگران.
- ۴۲- روحیه توجه به رفاه کارکنان داشته باشد.

- ۴۳- داشتن روحیه احترام به قانون و مقررات.
- ۴۴- داشتن توان مدیریت زمان و وقت‌شناسی.
- ۴۵- داشتن روحیه رعایت نظم و انضباط.
- ۴۶- با افراد، متناسب با شخصیت و شأن علمی و اجتماعی آنان رفتار متناسب داشته باشد.
- ۴۷- داشتن برنامه مشخص برای فردا.
- ۴۸- داشتن برنامه برای بالابردن توان افراد از طریق آموزش و سپردن مسئولیت بر اساس استعداد آنها.
- ۴۹- اعمال شیوه صحیح تشویق و تنبیه در سیستم مدیریت.
- ۵۰- خداترس و باوجدان باشد.
- ۵۱- دقت در زیباسازی محیط کار و زیبای‌ی محصولات.
- ۵۲- توان ایجاد روحیه و حس همکاری و فداکاری در افراد را دارا باشد.
- ۵۳- توان اداره جلسات و نتیجه‌گیری داشته باشد.
- ۵۴- نوگرا با رعایت اصول بهره‌وری اعم از اطلاعات، تجهیزات و روشها باشد.
- ۵۵- منافع جمعی را بر منابع شخصی ترجیح دهد.
- ۵۶- داشتن روحیه و توان دفاع از کارکنان زیردست.
- ۵۷- سیستم عادلانه پرداخت و ارتقای حقوق و دستمزد براساس شایستگی را برقرار نماید.
- ۵۸- قدرت تجسم دوراندیشی و آینده نگری.
- ۵۹- افراد را در تصمیم‌گیری مشارکت دهد.
- ۶۰- با دیگران بتواند روابط انسانی برقرار کند

کارآفرین وظایفی که کارآفرینان بر عهده می گیرند:

۱- از موقعیت های محیطی آگاه می شود.

۲- برای استفاده از این موقعیت ها پذیرای ریسک می شود.

۳- سرمایه گذاری می کند.

۴- نوآوری می کند.

۵- کار و تولید را نظم می بخشد.

۶- تصمیم می گیرد.

۷- برای آینده برنامه ریزی می کند.

۸- سود خود را با سود می فروشد

مسیرهای کارآفرینانه :

(۱) توسعه کسب و کارهای خانگی

(۲) حرکت در جهت ارائه خدمات اطلاعاتی

(۳) افزایش برون سپاری

(۴) ایجاد اتحادهای استراتژیک جدید

(۵) حرکت به سوی جهانی شدن

(۶) عدم استخدام های جدید در راستای توسعه کار آفرینی

(۷) بازسازی کسب و کارهای آغاز شده

(۸) افزایش کسب و کارهای با مالکیت زنان و اقلیت ها

(۹) توسعه کسب و کار های با اهداف غیر انتفاعی و توسع کار آفرینی اجتماعی

انواع نوآوری :

- جدید بودن محصول یا خدمت در دنیا
- جدید بودن محصول یا خدمت در بازار کشور
- جدید بودن محصول یا خدمت موسسه در صورتی که حد اقل یک رقیب داشته باشد
- اضافه کردن به خط تولید محصول یا خدمت موسسه
- بهبود تولید و خدمت اصلاح شامل کار برد ویژگیهای جدید انتخاب یا تغییرات جدید
- کاربرد جدید از خدمت یا محصولات موجود شامل یه که گیری برایبخش جدیدی از بازار
- استقرار دوباره خدمت یا محصول موجود
- بهبود فرایندها که منجر به ایجاد ارزش برای مشتری شود افزایش بهره وری و کاهش هزینه شود
- اجرای سیستم یا رویه جدید
- ساختار یا شکل سازمانی جدید
- روش تولید جدید
- رویکرد فروش یا بازاریابی جدید
- برنامه حمایت از مشتری جدید
- کانال و روش توزیع جدید
- رویکرد استراتژیک جدید
- روش جدید تامین منابع مالی
- رویکرد جدید قیمت گذاری
- تکنیک جدید خرید

مراحل فرایند کار آفرینی

- مرحله اول : توسعه یک ایده جدید یا گسترش ایده ای قدیمی

- مرحله دوم : مطالعه و بررسی ایده ها
- مرحله سوم : آماده کردن یک طرح شغلی طرح بازاریابی و امکان سنجی
- مرحله چهار : جست و جوی منابع مالی
- مرحله پنج : اجرای طرحها

پاسخ دادن به سوالات زیر حیاتیست :

- (۱) آیا روندی که در حال حاضر طی می‌کنم می‌تواند درآمد را ۵۰ درصد افزایش دهد؟
- (۲) احساسم راجع به این اهداف چگونه است؟ مضطرب و نگرانم یا این که از وجود منابع کافی برای نیل به اهدافم مطمئن هستم؟
- (۳) آیا هرچه در دست دارم و همگی منابعم را برای طی کردن این مسیر به کار گرفته‌ام ؟
- (۴) چه کسی در این خصوص بیش از من تجربه دارد ؟ آیا می‌توانم از او کمک بگیرم ؟
- (۵) آیا همه نکات و جوانب را در نظر گرفته‌ام ؟ چه نکاتی هستند که به آن‌ها توجه نکرده‌ام و ممکن است در آینده روی دهند ؟ در همین برنامه کنونی هم ظرایفی را در نظر گرفته‌ام ولی ممکن است نکات ریزتری هم باشند ؟
- (۶) من چقدر به اهداف هر هفته توجه کرده‌ام ؟
- (۷) وضع نظام و سیستم فروش چگونه است ؟ آیا می‌توانند برای افزایش پنجاه درصدی درآمد. به قدر کافی مفید و موثر باشند ؟
- (۸) آیا برای رسیدن به تک تک اهداف برنامه‌ریزی جداگانه‌ای تنظیم کرده‌ام ؟
- (۹) چه الگوها و استراتژیهای فکری هستند که نمی‌توانند در این برنامه پاسخگو باشند و هنوز حذفشان نکرده‌ام ؟

۱۰) آیا این برنامه در جهت تحقق اهدافم پیش خواهد رفت و آیا با این رویه می‌توانم تعادل بین کار و زندگی خانوادهم را حفظ کنم؟

۱۱) چه الگوها و محرک‌هایی در برنامه به ثبات قدم و پشتکار من در این راه کمک خواهند کرد؟

۱۲) چه چیزی را بیشتر مورد توجه قرار داده‌ام؟ هدف نهایی یا موانع احتمالی پیش رو؟

تفاوت کارآفرین و اشتغالزا:

۱) کارآفرین، یک شغل را ایجاد می‌کند، در حالی که اشتغالزا برای شغل ایجاد شده، جذب نیرو و تکمیل ظرفیت می‌کند.

۲) کارآفرینی بیشتر مربوط به بخش خصوصی است، اما اشتغالزایی در بخش دولتی هم می‌تواند صورت پذیرد. چرا که شاخصه اصلی کارآفرین پذیرش ریسک و تامین سرمایه به امید منفعت زیاد است. در حالی که در مشاغل دولتی سرمایه‌گذاری و ریسک مشاغل لزوماً درآمد و منافع سرشاری برای مدیر نخواهد داشت. دولت بیشتر می‌تواند مشوق و زمینه‌ساز کارآفرینی باشد.

۳) کارآفرینی، عرضه کالا یا خدمتی نوین از لحاظ زمانی و مکانی است. در حالی که اشتغالزایی لزوماً با نوآوری همراه نیست.

۴) کارآفرینی درک و بهره‌گیری از فرصت‌های حال یا آینده بازار به نفع خود و جامعه است، در حالی که منافع اشتغالزایی ممکن است فقط متوجه جامعه باشد.

۵) اشتغالزایی به توزیع ثروت‌های موجود کمک می‌کند اما کارآفرینی یک منبع ثروت جدید (ایجاد خلق ارزش) می‌کند.

۶) هنر کارآفرین گردآوری و در کنار هم قرار دادن مجموعه‌ای از منابع انسانی و فیزیکی است که

ارزش مجموعه جدید نسبت به گذشته افزون شود. در حالی که اشتغالزایی همیشه با بهره‌وری همراه

نیست.

سه موج در پیشبرنده کارآفرینی :

تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع، کارآفرینی را به جلو هدایت کرده است.

"موج اول"

انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتابهای زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکتهای آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه های سریع خلق ثروت که از اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع شد.

"موج دوم"

این موج شامل ارائه رشته های آموزش کارآفرینی در حوزه های مهندسی و بازرگانی است که از دهه ۱۹۶۰ به پا شد.

"موج سوم"

این موج شامل افزایش علاقه مندی دولتها به تحقیقات وسیعتر در زمینه کارآفرینی و بنگاههای کوچک، نشر آموزشها به شاخه های دیگر علوم اقتصادی، روانشناسی و مدیریتی، تشویق رشد شرکتهای کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوریهای صنعتی است که از اوایل دهه ۱۹۸۰ آغاز شد.

گرایشهایی را که افراد کارآفرین از خود بروز می دهند :

(۱) همیشه به دنبال استقلال است.

(۲) به دنبال ثروت می روند.

(۳) همیشه به دنبال فرصت است و حتی الامکان خود فرصت ها را ایجاد می کند و هیچ گاه منتظر

پیدایش فرصت نمی ماند.

۴) از نیروی ابتکار مدد جسته و از این نیرو در زمینه های گوناگون استفاده می کند.

۵) همیشه به دنبال پیدایش بازار معامله است.

۶) خطرات ناشی از ابتکار و خلاقیت و تخریب خلاق و ریسک را می پذیرد، یعنی به دنبال قبول

مخاطرات و تحمل ابهام است و در فعالیت های مخاطره آمیز سرمایه گذاری می کند.

۷) دارای درک مستقیم یا درک آنی است.

افراد غیر کارآفرین چگونه رفتاری از خود بروز می دهند:

۱) افراد غیر کارآفرین به دنبال وابستگی هستند، همیشه به دیگران تکیه می کنند.

۲) به جای این که به دنبال ثروت باشند، به دنبال امرار معاش هستند.

۳) به جای این که فرصت را در یابند به دنبال شانس می روند و معتقد به شانس و بخت هستند.

۴) افراد غیر مبتکر و کاهل می باشند.

۵) مخالف معامله کردن هستند و هیچ گاه نمی خواهند در عوض چیزی که به دست می آورند، بهای

آن راپردازند.

۶) از ریسک کردن پرهیز می کنند و مخالف مخاطره هستند و همیشه می خواهند در کنج سلامت

بخزند.

۷) همیشه به دنبال تحلیل هستند

زندگی کارآفرینانه:

- حداقل برخی از کارها را بهتر از دیگران انجام دهند،
- خود را با موقعیت های تازه و افراد جدید انطباق دهند،
- در کارهایی که ابتدا دشوار به نظر می رسد ، مهارت پیدا کنند ،

- در شرایطی که اطلاعات کافی وجود ندارد تصمیم گیری کنند،
- به دیگران کمک کنند و از آنها حمایت نمایند،
- اگر فعالیت های گذشته شان مطابق انتظارشان نباشد آنها به طور موثری اصلاح کنند.

سیر توسعه نظریه های کارآفرینی:

قرن هجدهم:

در دهه (Richard Canutillon) ریچارد کانتیلون های اول 1700 میلادی کارآفرین

را به معنای متعهدشدن بکار برد.

دهه های آخر 1700 میلادی :

کارآفرین خطرپذیری را تحمل می کند، برنامه ریزی می کند، سازماندهی می کند، نظارت می کند و صاحب عوامل تولید است.

قرن نوزدهم:

در دهه های اول 1800 میلادی بیان کرد (Jean Babtiste Say) ژان باتیست سی که سود کارآفرینی جدای از سود صاحبان سهام است. کارآفرینی مختص قردی است که منابع اقتصادی را از یک حوزه دارای بهره وری و سود پایین به یک حوزه دارای بهره وری و سود بالاتر منتقل می کند.

دهه های آخر 1800 میلادی:

تمایزی بین آن افرادی که وجوه مالی عرضه می کنند و سود کسب می کنند و آن افرادی که سود را از طریق توانایی های مدیریتی کسب می کنند ایجاد شد.

قرن بیستم:

در سال 1934 جوزف شومپیتر (Schumpeter) کارآفرین را به عنوان کسی که نوآور است و کسی که تخریب خلاق را انجام می دهد، توضیح داد.

پیتر دراگر (Peter Drucker) در سال 1964 بیان کرد: که کارآفرین کسی است که فرصتها را به حداکثر می رساند.

حوزه های چندگانه کارآفرینی(علم میان رشته ای):

۱. مدیریت
۲. جامعه شناسی
۳. روانشناسی
۴. اقتصاد
۵. هنر

امروزه واژه **کارآفرینی** مفاهیم زیر را به ذهن متبادر میسازد:

نوآوری , مخاطره پذیری ,ایجادیاتجدید ساختار یک واحد اقتصادی, اجتماعی رضایت شخصی و استقلال طلبی کارآفرین ایده ای را یافته و آن را تبدیل به فرصتی اقتصادی می کند.

در فضای کسب و کار, فرصت, فکر نویی است که قابلیت تجاری شدن دارد.

کارآفرینی عبارت است از فرآیند نوآوری و بهره گیری از فرصت ها، باتلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک های مالی، روانی و اجتماعی که باانگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت پذیرد (هیسریچ، ۱۹۸۵)

**مردان شجاع فرصت می آفرینند، ترسوها و ضعفا منتظر فرصت می نشینند.
گوته**

تعاریف دیگر کارآفرینی Entrepreneurship:

پیتردراکر:

کارآفرینی موقعیت یابی و بهره برداری از فرصتهاست. کارآفرینی فرآیند خلق ارزش، همراه با منابعی منحصر به فرد جهت بهره برداری از یک فرصت است.

شومپتر:

کارآفرینی رفتاری مدیریتی است که بطور دائم از فرصتها برای دستیابی به نتایج مافوق ظرفیتهای افراد بهره برداریم میکند..

کارآفرینی شامل:

- ✚ ارائه کالایی جدید
- ✚ ارائه روشی جدید در فرایند تولید
- ✚ گشایش بازاری تازه
- ✚ یافتن منابع جدید
- ✚ ایجاد هرگونه تشکیلات در صنعت
- ✚ کارآفرینی فرایند پویای ایجاد ثروت بیشتر است

تعریف جامع عمومیت یافته:

کار آفرین کسی است که با شناخت فرصت‌های محیطی و با بهره‌گیری مناسب از منابع بتواند در شرایط پر ابهام و خطرآمیز به ابتکارات و نوآوریها و ایجاد کسب و کارهای جدید دست بزند.

تعاریف آکادمیک کارآفرینی:

۱. **شومپتر:** کارآفرین فردی است که ترکیبات جدیدی را در تولید ایجاد می کند .
بنابراین کارآفرینی یک نیروی ناپایدار است که فرآیند تخریب خلاقانه که لازمه توسعه اقتصادی است را آغاز می کند.
۲. **وسپر:** کارآفرینان افرادی هستند که رقابت را افزایش می دهند، به دنبال فرصت‌های مناسبی هستند تا در محیط بازار نیازهای برآورده نشده را برآورده کنند، عقاید جدیدی را خلق و اجراء نمایند.

نکات کلیدی تعاریف کارآفرینی:

۱. بهره برداری از فرصتهای کشف نشده
۲. توانایی خلق و ایجاد چیزی ارزشمند از هیچ
۳. پی گیری فرصت ها بدون در نظر گرفتن محدودیت ها
۴. ایجاد ترکیبات جدید تولیدی
۵. استفاده از حداکثر ظرفیت های افراد

فعالیت کارآفرینانه = کارآفرین + نوآوری + خلاقیت

نکات برجسته فعالیت کارآفرینانه:

- منابع مورد نیاز برای بهره برداری از فرصت ها را می یابند،
- ارزش افزوده ایجاد می کند،
- دارای دانش عملی هستند
- شبکه سازان اجتماعی و مالی خوبی هستند
- سرمایه مالی، اجتماعی و هنری خلق می کنند
- ایجاد اشتغال می کنند
- باعث رشد و توسعه اقتصادی می شوند
- باعث ایجاد رفاه عمومی در جامعه می گردند

- نیازهای ارضاء نشده را برآورده می سازند.

ویژگی های دیگری از کار آفرین:

- ✚ داشتن کنترل درونی (قبول کردن شکست یا پیروزی)
- ✚ فرصت شناسی (در چه زمانی چه عملی انجام شود)
- ✚ مسولیت پذیری (بعضی انسانها ذاتاً مسولیت پذیر و بعضی تبئیل و مسولیت گریزند)
- ✚ نو جویی (به دنبال کارهای نو، محیط جدید، مطالب نو و جدید)
- ✚ نوع دوستی (داشتن احساس کمک به نوع بشر)
- ✚ خلاقیت (به دنبال پردازش ایده)
- ✚ ریسک پذیری (ریسک کردن متعادل، بیش از اندازه خطر نکردن، احتمال شکست را دادن)
- ✚ اعتماد به نفس (فرد خودش را بپذیرد، به علم خودش اعتماد داشته باشد)
- ✚ میل به کسب ثروت
- ✚ تحمل ابهام (بر سر دو راهی قرار گرفتن و صبر و تحمل داشتن و فهمیدن بهترین راه)
- ✚ استقلال طلبی
- ✚ پشت کار بالا (کار را به اتمام رساندن)
- ✚ نیاز به موفقیت
- ✚ هدف گرا بودن

خلاقیت:

تعاریف خلاقیت:

- **ورت هایمر** : توانائی نگاه جدید و متفاوت به یک موضوع

- **واین من**: توانائی خارج شدن از جهان مرسوم و رد شدن از تله تکرار و دوباره مرتب

کردن طبقه ها

فرآیند خلاقیت؛ الکوی البرشیت

۱- جذب اطلاعات

۲- الهام

۳- آزمون

۴- پالایش

۵- عرضه

موانع خلاقیت:

۱- آموزش در جهت خلاف خلاقیت

۲- استفاده از الگوهای غالبی

۳- شتابزدگی در ارزیابی

۴- فشارهای اجتماعی

۵- تاکید بر مفروضات قبلی

۶- چاره جوئی کوتاه مدت

عوامل پرورش خلاقیت:

۱- اجتناب از قضاوت فوری

۲- درک اصل مطلب

۳- شک و تردید

۴- تجسم قوی

۵- تخیل قوی

۶- نگرش جدید

۷- تمرین تکنیک های خلاقیت

خصایص افراد خلاق

۱- روانی فکر

۲- انعطاف پذیری قوای فکری

۳- اصالت اندیشه و تصمیم گیری

این افراد در فکر و عمل با دیگران تفاوت دارند و از عرف و عادت پیروی نمی کنند.

فرایند فکری خلاقیت

۱- فرایند اولیه: ناخودآگاه، تصادفی و بدون ارتباط با واقعیت

۲- فرایند ثانویه: منطقی، هدفمند، در ارتباط با واقعیت

خلاقیت: کم و بیش همگان دارند .

نبوغ: خلاقیتی که باعث کارهای بزرگ می شود که در همگان نیست.

رابطه تحصیلات و خلاقیت

➤ ۵۰ درصد کارآفرینان تحصیلات دانشگاهی نداشته‌اند.

➤ تحصیلات ریسک پذیری را کاهش می‌دهد

➤ هر چه افراد تحصیلات بالاتری داشته باشند کمتر کارآفرینی کرده‌اند.

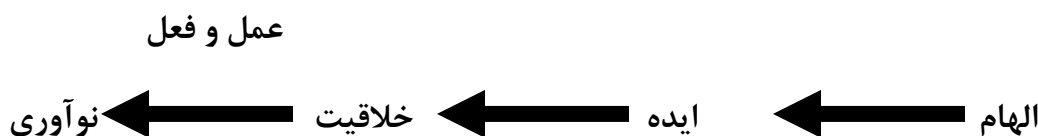
➤ کار آزاد مانند کار در آزمایشگاه نیست که همه چیز قابل کنترل باشد.

➤ تحصیلات باعث افزایش قدرت تجزیه و تحلیل شده و افراد را تحلیل‌گرا بار

می‌آورد، لذا فرصت‌ها را از دست می‌دهند.

➤ تحصیلات نه شرط لازم است برای کارآفرینی و نه به تنهایی کافی است

نوآوری:



ضرورت نوآوری

۱ - رقابت فشرده و بی‌رحم

۲ - کاهش منابع طبیعی

۳ - تنوع طلبی و کاهش زمان مطلوبیت نهایی کالا

۴ - اقتصاد جهان

۵ - اقتصاد تنوع

۶ - تکامل انسان و مقام خلیفه الهی

تعریف طرح کسب و کار:

برنامه عملی است که در آن نقشه و مسیر حرکت را بسوی غایت نهایی طرح مورد نظر جهت کسب موفقیت نشان داده و به صاحبان ایده امکان مهندسی نمودن (مجدد) ساختار نقشه و مسیر را جهت بهبود مکرر حتی در میانه راه را نیز فراهم می نماید.

انواع طرح کسب و کار:

الف- طرح کسب و کار خلاصه

ب- طرح کسب و کار کامل

ج- طرح کسب و کار عملیاتی

د- طرح کسب و کار وام

ه- طرح کسب و کار توصیفی

و- طرح کسب و کار مالی

ی- طرح کسب و کار فروش

گام های بنیادین در تهیه طرح کسب و کار

الف - جمع آوری داده های صحیح

ب - تشریح دقیق و جز به جز طرح

ج - تعیین نوع طرح

د - تخصیص دادن مسئولیت ها

یک طرح کسب و کار دارای مراحل زیر است:

خلاصه مدیریتی

توصیف کسب و کار و استراتژی

تیم مدیریت و سازماندهی

تحلیل بازار و رقبا

محصول یا خدمات

بازاریابی و فروش

اطلاعات مالی

ضمائم

خصوصیات یک برنامه کسب و کار

🍊 چشم انداز دار ولی منطقی

- ❶ به لحاظ مالی مطمئن ولی انعطاف پذیر
- ❷ برای امروز نوشته می شود ولی سه تا پنج سال آینده را نیز در برداشته باشد
- ❸ یک برنامه رسمی ولی به سادگی قابل خواندن
- ❹ خلاقانه ولی از اصول پیروی می کند

نکاتی که یک طرح کسب و کار باید داشته باشد :

۱. خلاصه، مستقیم و دارای جزئیات
۲. سریعاً سر اصل موضوع برود
۳. سریعاً به نتیجه اشاره نماید
۴. فوراً بیان نماید که کسب و کار ارائه شده چه خواهد بود
۵. فوراً بیان نماید که از چه مدل کسب و کاری درآمدزایی می شود
۶. بر روی مشتریان متمرکز شود
۷. ویژگی ممتاز کسب و کار را بیان نماید
۸. الزامات را به روشنی بیان نماید
۹. واقع بینانه باشد
۱۰. فراموش نشود که با این برنامه کسب و کار بر روی آینده سرمایه گذاری می شود
۱۱. اهداف بلندمدت را برای ۳ تا ۵ سال بیان نماید
۱۲. سه تا چهار استراتژی اصلی را بیان نماید

۱۳. بر روی مدل فروش و کانال‌های توزیع متمرکز شود
۱۴. تا حد امکان استراتژی کسب و کار الکترونیکی را بیان نماید
۱۵. برنامه واقع‌بینانه ولی هیجان‌انگیز و آینده‌نگر تهیه شود
۱۶. میزان نیاز به منابع مالی به درستی بیان شود
۱۷. روش مصرف منابع مالی در پروژه به خوبی بیان شود
۱۸. به روشنی استراتژی خروج شرکت بیان شود
۱۹. فرمت‌های برنامه کسب و کار استاندارد و پذیرفته شده رعایت شود
۲۰. سعی در انحراف خواننده نشود
۲۱. فقط در مورد گذشته نوشته نشود بلکه بر روی آینده نیز متمرکز شود
۲۲. فقط بر روی خودتان و فن‌آوری خودتان متمرکز نشوید
۲۳. از اصطلاحات خیلی فنی استفاده ننمایید
۲۴. تحقیق عینی در مورد مشتریان را فراموش ننمایید
۲۵. درآمدهایی که می‌دانید محقق نخواهد شد در برنامه نیاورید
۲۶. بودجه‌های خیلی جزئی در برنامه نیاورید
۲۷. ادعاهای غیر قابل‌باور در برنامه نیاورید

برخی تعاریف:

قیمت:

ارزشی خاص که بنا به برآورد شما مشتری / مصرف‌کننده برای تملک محصول شما حاضر به پرداخت آن می‌باشد.

قیمت گذاری:

روند شکل گیری ارزش گذاری بر روی یک محصول که گاه می تواند از هیچ یک از منطقهای و چارچوبهای مشخص و متداول حسابداری و مالی پیروی نکند.

جواز یا پروانه کسب:

سندی که به موجب آن یک مرجع قانونی به فعالیتی جهت حضور قانونی در بازار قانونی مجوز می دهد.

سخنرانی و ارائه:

۱. تسلط به موضوع و حواشی آن
۲. مخاطبین را شناسایی کنید.
۳. علائق جامعه مخاطبین را بشناسید.
۴. زمان مخاطبین را درک کنید.
۵. هدف مخاطبین را درک کنید.
۶. یک پیام و یا جمله طلایی مشخص داشته باشید.
۷. برای هر تصویر متنی داشته باشید (جهت سخنرانی های مالتی مدیا/چند رسانه ای)
۸. مفاهیم و مطالب خاص را برجسته نمایید.
۹. تمرین، تمرین و تمرین البته قبل از جلسه
۱۰. ساختار محتوایی ارائه هدفمند و اثر بخش باشد.
۱۱. محکم و با وقار شروع و ادامه دهید.
۱۲. همه تیز هوش نیستند.
۱۳. از نمودارها و چارتهای استفاده کنید.

۱۴. آغاز و پایانی شکوهمند داشته باشید.

۱۵. خیره نشوید و اجازه بدهید چشمانتان همه را ببیند.

۱۶. همه چیز و همه جا را از قبل چک کنید (محل و تجهیزات)

۱۷. احیاناً شما مرکز توجه هستید.

۱۸. بهتر است همه وارد بحث شوند.

۱۹. از شوخی کردن پرهیزید.

۲۰. لوس هم نشوید.

۲۱. زیر آواز نزنید.

۲۲. خدا را شکر کنید.

برندینگ و فرایند آن:

نام تجاری:

بخش یا تمام یک علامت تجاری و یا نوعی وابستگی مفهومی به علامت تجاری یک ارائه کننده می باشد که هدف آن هویت بخشیدن به یک ویژگی برتر یک محصول می یا ارائه کننده آن می باشد.

(لازم به ذکر می باشد که در دنیای امروزی نیازی نیست تا ارائه کننده یا تولید کننده یک شخصیت واحد باشند)

علامت تجاری:

علامت تجاری عبارتست از: اسم، اصطلاح، علامت، نشان، طرح یا ترکیبی از همه اینها با هدف ارائه ویژگیهای منحصر به فرد یک محصول (کالا/ خدمات) نسبت به محصولات دیگر.

برخی از مزایای دارا بودن نام و علامت تجاری:

۱- هویت بخشی به محصول یا ارائه کننده و ارائه تصویر جذاب به مشتری به

منظور تصویر سازی مشتریان

۲- حمایت معنوی، مادی و توسعه ای از محصول یا ارائه کننده

۳- حفاظت و پشتیبانی حقوق از مزایا و دستاوردهای حال و آتی محصول یا ارائه کننده.

۴- کمک به خریداران یا مصرف کنندگان جهت انتخاب و مصرف

۵- احساس علاقه و بستر احساسی به مصرف کنندگان یا خریداران که منجر به وفاداری احتمالی مشتریان گردد.

۶- ایجاد امکان پیگیری روند توسعه محصول از طرف مشتریان

۷- ایجاد امکان پیگیری و سنجش میزان رضایت مشتریان

۸- ایجاد سهولت در یافتن و ارائه سفارش از سوی مشتریان یا خرده فروشان

۹- سهولت زمینه سازی برای تقسیم بندی بازار و طراحی استراتژی های مختلف هر سهم و منطقه از بازار

۱۰- برقراری ارتباط بیشتر با مشتریان از طریق ارائه اطلاعات تکمیلی به مشتریان

(صاحب نظران بیش از ۴۰۰ مزیت برتر و اصلی برای نام و علائم تجاری مطرح نموده اند)

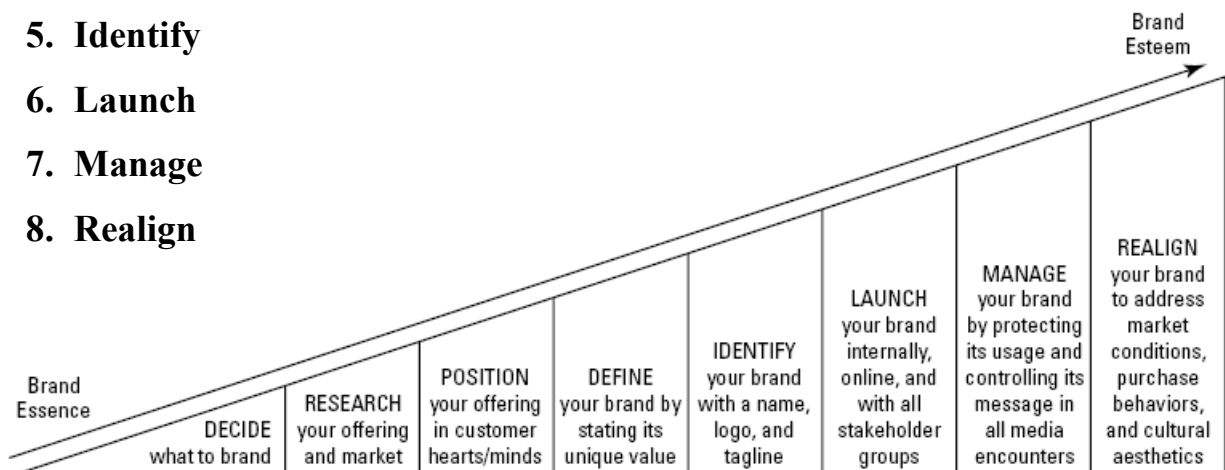
ویژگی های مناسب یک نام تجاری:

- عدم دارا بودن ظاهر و مفهوم منفی
- مشخصه آرمان یا ویژگی برتر ذاتی یا حاصل از مصرف محصول باشد.
- منحصر به فرد باشد.
- ساده و کوتاه باشد.
- حتی المقدور در تمامی زبانها دارای بار معنایی منفی نباشد.
- قابل ثبت وقانونی شدن باشد.

فرایند برندینگ(مهم):

1. Decide
2. Research
3. Position
4. Define
5. Identify
6. Launch
7. Manage
8. Realign

Figure 2-1:
The
branding
process at-
a-glance.



برخی جملات شاید انگیزاننده:

✚ اشتباه مانع یادگیری شناخت علمی نیست بلکه پایداری شناخت کهنه مانع آن

است.

✚ شجاعت یعنی ظرفیت دوباره آغاز کردن در آن زمان که همه چیز برخلاف میل

به جریان می افتد.

✚ پیشرفت و ترقی: اندیشیدن منطقی در جهت عملکرد خلاق بررای دستیابی به

هدف

✚ توکل نگاه توست به رزاق و توقع نگاه توست به رزق

✚ برای خلاق بودن باید ترس از خطا را دور ریخت

✚ بیداری چیزی نیست جز برعهده گرفتن کامل مسئولیت زندگی

برخی تعاریف ساده از کارآفرینی:

1. The entrepreneur is the person who assumes the risk associated with uncertainty.
2. The entrepreneur is a supplier of financial capital.
3. The entrepreneur is an innovator.
4. The entrepreneur is a decision maker.
5. The entrepreneur is an industrial leader.
6. The entrepreneur is a manager or superintendent.
7. The entrepreneur is an organizer or coordinator of economic resources.
8. The entrepreneur is a proprietor of an enterprise.
9. The entrepreneur is an employer of factors of production.
10. The entrepreneur is a contractor.
11. The entrepreneur is an arbitrageur.
12. The entrepreneur is the person who allocates resources to alternative uses.



