

جلسه اول : معرفی کلی و روش تدریس

جلسه دوم، تعاریف مهم در حوزه کسب و کار

کارآفرینی به عنوان سمبول و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفریننا پیشگامان موفقیت های تجاری در جامعه هستند. در حقیقت کارآفرینی محور توسعه است چه توسعه اقتصادی چه اجتماعی در حقیقت بنیان توسعه است. منشا اثر تو حوزه های مختلف.

نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی:

- (1) (پول هایی که در آمدزا نیستند = پول های سرگردان، هم باعث ایجاد تورم میشن، خرید و فروش های سرماییه ای دلار و سکه و..) یک فرصت برای کارآفرینان کارآفرینی باعث جمع شدن پول های سرگردان میشه، دونتیجه داره: باعث میشه اون پول های سرگردان رو هدفمند کنیم، و هم باعث جلوگیری از گرونی بشه.
- (2) منجر به اشتغال تو مقیاس بزرگ میشه. (تو تمام زمینه ها چه اقتصادی چه رویحی چه روانی چه اجتماعی) (کارآفرینی جمیعی هست تا انفرادی)
- (3) باعث اجرای عدالت و توازن میشه. (کارآفرینی ناخود آگاه توسعه منطقه ای ایجاد میکنه، عسلویه، باعث رونق کار و توسعه منطقه ای شده بدلیل کارآفرینی ها)
- (4) جاهایی که کارآفرینی بالایی داره تمرکز اقتصادی بیشتری داره، یعنی همین تو یه جا اقتصاد وجود داره) باعث پخش شدن سرمایه (از طریق پول های سرگردان در مناطق مختلف میشه)
- (5) توزیع ثروت بین افراد جامعه، شهرها و روستاها و بین تمام ارکان جامعه. قدرت سیاسی هم متعادل میشه، مثلا تهران قدرت بیشتری داره چون همه چیز تو تهرانه، پس وقتی بشه قطعاً قدرت بین شهرها تقسیم میشه)
- (6) مهاجرت سرمایه: سرمایه های سرگردان و مهاجر مثلا سرمایه هایی که در کشور ترکیه میشه، (پس جلوگیری میشه)

- (7) گسترش تجارت خارجی، صادرات هم گسترش پیدا می کنه. مثال فریلنسر ها
- (8) سود اجتماعی، احداث جاده ها و پل ها بخاطر دریافت مالیت چون مالیات گرفته میشه دیگه) (کاهش امنیتی و تخلف ها)
- (9) هر منبعی تموم میشه ولی کارآفرینی تمامی نداره.

سیر تاریخی تحول کارآفرینی

دوره اول:

تعاریفی از کارآفرینی بوجود آمد و معمولاً به کسی گفته میشد که پروژه ای بزرگ دستش
مثلاً کارخونه ای داره یا چیزی

دوره دوم:

با شروع انقلاب صنعتی اصلی و مفهوم ریسک اضافه شد به حوزه کارآفرینی.

دوره سوم:

قبل از جنگ جهانی اول، شکل سنتی عوض شد و رفت به تامین سرمایه و فناوری های
جدید مثل فناوری های نظامی صنعتی تکنولوژی مثل ادیسون که فناوری جدید ایجاد کردند.

دوره چهارم:

دوره ای که مفاهیم نوآوری و خلاقیت اضافه شد (ایده ای نو)، مثل کفش ملی که صنایع
جدیدی رو اضافه کردن.

دوره پنجم:

کارآفرینی شناخته شد، درس دانشگاهیش اضافه شد منابع پیشرفت کرد مثل بیل گیتس،
ایلان ماسک.

کارآفرینی:

از دیدگاه علوم رفتاری: مدیریت عمومی سازمندی، نوآوری و خلاقیت.

از نظر علوم مدیریتی: مدیریت کسب و کار، بستر خلاقیت. ایده ها، افزایش ارزش ها.

تعریف کلی: به معنای تعهد است که از قرن 16 مطرح شده و تو همه حوزه ها تاثیر دارد.

ژووف شومپیتر:

از نظر ایشون کارآفرینی یعنی تخریب خلاق . نگاه به ایده

ارائه پروداکتی جدید،

روش جدید تو فرایند تولیدی مثلا دیجیکالا یه روش جدید رو شروع کرد.

گشایش بازارهای جدید یه خدمت قدیمی در یک صنف جدید وارد بشه مثلا آن تو حسابداری

شناخته شده بوده ولی تو صنعت مثلا چوب جدیده.

یافتن منابع جدید (مشتریان جدید)

کرزنر:

نگاه به فرصت

بدست اوردن سود.

بازار ها رو همسان بکنیم، یعنی ایجاد واسطه کنیم. (تحریم)

مالکیت روی کارآفرینی از تعریف کارآفرینی جداست مثل خرید کارآفرینی چون کاری نکرده.

تعريف واحد کارآفرینی

کارآفرین کسی است که یک کسب و کار را راه می‌اندازد.

- (1) رو سرمایه ریسک میکنه (دانش، مادی وغیره)
- (2) کارهای مربوط به خودشو خودش انجام میده، نیرویی نداره و شخصا کار میکن)
- (3) تصمیم‌گیرنده نداره خودش مدیر خودشه.
- (4) مجبوره برای ادامه فعالیتش، مشتریاشو خودش انتخاب بکنه.
- (5) مجبوره تو یه زمان چندین کار بکنه، مدیریت کنه، امور بانکی و غیره رو خودش انجام بده

مهمنترین ویژگی های افراد کارآفرین:

- (1) استقلال طلبی میل به مستقل بودن، standalone.
- (2) مسئولیت پذیری، چون خودش باعث و بانی کسب و کار خودش بوده پس مسئولیت پذیره.
- (3) کارآفرینی ریسک پذیره چون یه کار جدیده
- (4) اعتماد به نفس برای هر کاری لازمه. نگرش مثبت، به زندگی، کار، سرزمینش، افرادش
- (5) تلاش و پشتکار،
- (6) آینده نگری، باید آینده رو ببینه و بر اساس برنامه ریزی آینده رو بسازه، در غیر این صورت تایه جایی پیش میره و بعد از اون قطع میشه.
- (7) مهارت در سازماندهی.
- (8) ارزش هایی که بیش از پول در کارآفرینی وجود داره. بیشتر به آینده و پیشرفت جامعش یا کمک به اجتماع و اقتصاد یا شهرش.
- (9) انگیزه درونی بالا. خودش احساس رضایت بکنه یا بر عکسش.
- (10) تعهد بالا به کسب و کار، مشتریاش و غیره.

- (11) صبور بودن ملاک و کلید اصلی کارآفرینی است. همه چیز زمان بره از معروف شدن و جا افتادن تا آخرش.
- (12) انعطاف پذیری تو حوزه های مختلف،
- (13) تحمل ابهام، (محیط، خدمت مشتری و غیره) نباید ناراحت بشیم از اینکه مثلا پیشیبینی ما غلط در بیاد، یا اینکه کرونا بیاد ناراحت بشیم و دست از کار بکشیم بر عکس باید کسب و کار خودمون رو حفظ و پیشرفت بدیم.

جلسه سوم، کارآفرینی و کارآفرین

تعاریف

- (1) **شغل** (مجموعه ای از وظایف و فعالیت است که برای انجام آن باید یه سری توانایی ها مهارت ها داشته باشے مانند نگرش بینش آگاهی مهارت. شغل عنوانه موجب پول نمیشه، مثل استاد دانشگاه)
- (2) **کار** (کار ایجاد کردن حسن است، نه ایجاد کردن شغل، فعالیت دائمی و پیوسته است که منجر به نتیجه میشود یا تولیده یا خدمته یا بازرگانی است که موجب پول در آوردن است، کار پول ایجاد میکنه نه شغل (کاری که برای شغل انجام میشود*)
- (3) **حرفه** (یکسری کار هایی که باید یک فرد در یک مدت طولانی (کل عمر) آنرا انجام دهد، و در اون متخصص میشود)
- (4) **استخدام** (نوعی از زندگی شغلی است که براساس یک توافق یا قرارداد یا بر اساس توانایی ها و حرفة، وقتی را با یک عدد مشخص در اختیار یک جا قرار میگیریم)
- (5) **تجارت** (هر گونه مراوده و مبادله اقتصادی، کالا، خدمات و غیره که حاصلش درآمده)
- (6) **کسب و کار** (خدمات و کالا ها هستند که افراد جامعه به آن نیاز دارند، سازمان یا بنگاه یا هر چیزی رو ایجاد میکنه تا نیاز های مردم رو برآورده کند)
- (7) **خلاقیت** (بکار گیری کامل توانایی ذهنی است که یک راه حل یا مفهومی نو را ایجاد میکند)
- (8) **خلاق** (به کسی گفته میشود که توانایی مدل خلاقیت را دارد را خلاق گویند)
- (9) **مخترع** (آفریدن چیز جدید برای حل یک مشکل)
- (10) **نوآور** (ترکیبی است که میتواند مخترع باشد تاجر باشد مدیر باشد، چیزی که اختراع شده و خلاقیتش رو بکار میگیره و تجاری سازی آن را انجام می دهد. کسی که شبیه همه نیست متفاوته)
- (11) **مدیر** (مدیر باید ناظر باشے یک گردش رو نگاه کنه و بتونه اونو گسترشش بده)

- (12) فرشتگان کسب و کار (کسایی که قبل از آفرینی کردند و با اون پول میان تو اون استارتاپ ها سرمایه گذاری میکنند بطوری که ریسک های بالاتری میکنند چون یک بار این کار رو کردن و دوست دارن به افرادی مثل خودشون کمک کنند)
- (13) سرمایه گذار (کسایی که ریسک پذیری کمتری نسبت به فرشتگان کسب و کار دارند و فقط و فقط به سود سرمایه گذاری که قرار است در آن استارت اپ کنند فکر میکنند)

افسانه های کارآفرینی

کلی داستن و قهرمان های کارآفرینی هستند شجاع هستند، زحمت کشیدن و بعدا به سود رسیدن

- (1) کارآفرینان عمل کننده هستند نه متفکر (فکر نمیکنن خیلی خوب کار میکنن)
درست است که عملگرا هستند اما متفکر هم هستند مگه میشه یک کارآفرین بدون فکر کاری کنه پس کارآفرین نمیشه در عین حال متفکر دائم هستند)
- (2) کارآفرینان کارآفرین زاده هستند (غلط است که الزمای وجود ندارد حتی کسایی که تا حالا کارآفرین نبوده میتونه کارآفرین بشه)
- (3) کارآفرین ها همواره مخترع هستند (کاملا غلطه، هیچ الزامی نداره ، (ترکیب) از ابزار ها استفاده بهینه میکنه که شده کارآفرین)
- (4) کارآفرینان با تحصیلات آکادمیک جور نیستند (خیلی از کارآفرینان هستند که تحصیلات خیلی بالایی دارند، استثنای هم در نظر داشته باشیم)
- (5) کارآفرینان باید ویژگی های شخصی خاص داشته باشند (ما نمیتونیم بگیم که یک کارآفرین یک ویژگی خاصی داره، یا مثلا سلول های مغزش بزرگ تره ! یا مثلا هیچ وقت خسته نمیشن، بلکه یکسری توانایی های دوطرفه دارد، مثلا صبوره، تحملش رو میره بالا)
- (6) همه نیاز کارآفرینان پول است، (فقط به پول فکر نمیکن به جامعشون اصلا فکر میکن که یه کسب و کاری رو ایجاد کنن یا یک مشکلی رو رفع کنن)

(7) همه نیاز کارآفرینان شانسه، (اگه شانس نداشته باشه نمیتونه کارآفرین باشه ولی در کل غلطه، مثلا دیجیکالا یک شانس و فرصت بود که به رشدش کمک کرد ولی الزما نیاز تمام کارآفرینان شانس نیست! یکی از ابزار هاشه، که بهش کمک میکنه)

(8) کارآفرینی یعنی بی نظمی (کارآفرینی که ساختار بی نظم داشته باشه نمیتونه کارآفرین بشه،)

(9) بیشتر ابتکارات کارآفرینی با شکست مواجه میشود (مثلا میگن که اگه 10 ایده داشته باشید 1 دونه میگیره، این عدد خیلی بالاتره مثلا اگه 10 کسب و کار ایجاد شود 5 تا موفق میشه یا شایدم بیشتر یا موفق یا همه باهم شکست میخورن)

(10) کارآفرینان ریسک های خیلی بزرگی میکنن (در اصل اینطور نیست اتفاقا کارآفرینان باید در ابتدای کارشون بسیار مهتمات و مراقب باشند نباید اصلا بی مهابا عمل کنه)

تعريف انگیزه:

انگیزه یک هدفی که آدم رو تحریک و هیجانی میکنه که یک کاری رو انجام بده (طیف وسیعی از جنبه های زیستی هیجانی اجتماعی و شناختی را شامل میشه که رفتار ما رو شکل میده)

سه جز اصلی انگیزه

- اقدام کردن
- پشتکار
- توان

نظریه های انگیزه:

نظریه غریزه، یکسری رفتار ها و هدف های ما غریزه ای انجام میشه مثل غذا خوردن یا ازدواج کردن.

نظریه محرك ها و نیاز ها، یه وقتی نیاز موجب انگیزه میشه، وقتی نیاز داری به پول برای خرید یک کاری خیلی انگیزه میده تا اینکه دوست داشته باشیم تا یه کاری رو انجام بدیم.

نظریه برانگیختگی: لجب بازی با یکی میشه انگیزه.

هوش اجتماعی:

تبحر در ایجاد ارتباط.

هوش اجتماعی، یک اصطلاح بزرگ هست مثل مهارت خلاقیت، هوش اجتماعی کاملاً اکتسابیه، و محیط روی آن تاثیر گذاره هر چیزی که زیرساخت فکر انسان رو ساخته، مهارت ها تجربه ها کارها باعث بالا رفتن هوش اجتماعی میشود

پنج حوزه اساسی هوش اجتماعی

- شناخت هیجانات و احساسات : خودآگاهی
- مدیریت هیجان ها و احساسات خود، خودمدیریتی.
- خود انگیزشی
- تشخیص و درک هیجان ها و احساسات دیگران: دیگر آگاهی
- مدیریت رابطه به دیگران: دیگر مدیریتی

یکی از ضعف های هوش اجتماعی خجالتی بودن.

مدل کسب و کار،

چطوری در آمدن درامد و سودش صحبت میکنه، منطق یک شرکت از چیزایی که (ارزش هایی که ایجاد میکنه) است، کلیات کار را مشخص میکند، خیلی از کسب و کار ها ممکنه بعد از سال ها اصلا ندونه که مدل کسب و کاریش چیه، که بیشتر از روی حدسیات است که ممکن است از مدیران مختلف انتقال داده شده باشه. مدل کسب و کار با طرح کسب و کار متفاوت است. (تفاوت با طرح پایین تر گفتم) تغییر مدل کسب و کار سخت تر است

جلسه چهارم، انواع کارآفرینی

عناصر یک مدل کسب و کار بر اساس مدل الکساندر استرووالدر

(1) **شرکای کلیدی** (کار تیمی تو ایران نیست و باعث ضرر میشه، بخش ها، رقبا (بجای رقابت بدنبال تخریب هستیم بجای این، باید صحبت میکردیم تا به نتیجه برسیم، سرمایه گذاری (تو کسب و کار میتوانیم مشتریانمون (مشتریان بزرگ را به عنوان سرمایه گذار مشخص کنیم) کسی که این راه ها رو رفته به عنوان شریک کلیدی به بخشون اضافه کنیم که بتونیم به بازار اون شریکت کلیدی وارد بشیم)

(2) **مشتریان** (اصلی ترین موارد است که به قصد مشتری ما مشکلات مشتری را باخاطر کسب و کاری که راه انداختیم سازمان ها، دولت ها را میتوانیم به مشتریان اضافه کنیم، جامعه پزشکان، دانشجویان، وزرات اموزش و پرورش، وزارت بازرگانی، بخش های مختلف، بازار های انبوه، مدل های جمعیتی، بازنیستگان (انبوه است) بازار های گوشه ای بازار های خاص، (سفرارشی فقط برای سازمان و افرادی خاص کار میکند، مثلا فقط برای سازمان امور دام کشور کاری ایجاد کردم میخوام مدل ایجاد کنم) بازار های چند وجهی، کارت اعتباری نموشه که میتوانه افراد مختلفی ارائه گردد)

(3) **ارزش پیشنهادی** (کسب و کار هایی که به مشکل میخورند بیشتر ارزش پیشنهادی مناسبی نداشتند، یک پیکیجی از محصولات و خدمات که برای مشتری ارزش ایجاد میکنه، بطوری که مشتری حس کنه که این اپلیکیشن برای او اهمیت

و ارزش ایجاد کرده است) سه بخش کلی، چه ارزشی، چه مشکلی را حل میکند، چه نیاز هایی مشتری من دارد که میتوانیم در این قسمت مورد بررسی قرار بدهیم) مانند نرم افزار آپ، انواع ارزش ها، جدید بودن و تازگی، عملکرد، سفارشی سازی، برندهاینگ، قیمت (بلیط هوایی مختلف با برندهای مختلف که حس خوبی داری) کاهش ریسک، راحتی، کاهش هزینه)

(4) **فعالیت های اصلی** (مهمترین کارهایی که باید انجام بدم، روی کدام باید چقدر وقت بگذاریم، ماتریس ایزن هاور، چه کارهایی مهم (مهم و خیلی مهم، فوری) و چه کاری مهم نیستند، کارهایی را بنویسیم که برای ما اصله، که اگه بهشون ارزش ندیم ممکنه کسب و کارمون رو از بین ببره، مثلا در نرم افزار، اپمون مهمه ولی سرویس پرسنل نه مهم نیست (سرویس ناها و اینا) ولی اصل خدمات اوت سورس نیست، برای اینکه ارزش پیشه‌هادی ایجاد کنیم به چه فعالیت هایی نیاز داریم، برای ارتباط با مشتری باید چی؟ برای جریان های درآمدیمون به چه فعالیت هایی نیاز داریم، مدل های مختلفی داره،

(5) **منابع اصلی** (مهمترین دارایی ها حتی ارتباطات حتی افراد، مثلا در نرم افزارها، سورس کد یا اون کسی که سفارش داده منابع اصلی ما هست، چند سوال، اصلا برای ارزش هایی که ایجاد میکنیم به چه منابعی نیاز داریم، مثلا نیاز داریم یکسری زیر ساخت ها را ایجاد بکینم، مثلا ببینیم که چه منابعی نیاز داریم برای استفاده، برای ارتباط با مشتری به چه منابعی نیاز داریم، (تلوزیون) برای جریان های درآمدیمون به چه منابعی نیاز داریم مثل منابع پولی و بانکی)

(6) **ارتباط با مشتریان** (جذب فروش، و روابط عمومی، بازاریابی، حفظ مشتری، که میتواند به خدمات پس از فروش هم مربوط باشه، خدماتی، خدمات تعمیرات، انواع ارتباط، شخصی، کمک ها را توزیع کنیم، یکی آتماتیک هستش،)

(7) **کanal توزیع** (یک کسب و کار ارزش پیشه‌هادیش رو چطوری میتونه به مشتری برساند، آگاهی بیشتر دادن به مشتری در مورد محصولاتی که ارائه میده، سوال ها: چه کانال هایی برای دسترسی به مشتری تعریف شده، چطوری دسترسی باید داشته باشیم، کدام به صرفه تره که اونو انتخاب کنیم!!!،)

(8) جریان درآمدی (مهم ترین آیتم مدل کسب و کاره که نتیجه کار در این قسمت دیده میشے، انواع و مدل های مختلفی وجود دارد، سوال ها، کدوم یکی از ارزش های پیشنهادی که بیان کردیم میتوانیم با بت آنها پول بگیریم؟ همین الان در حال حاضر برای مدل مشابهش مشتریان چرا پول میدن اصلا به چی پول میدن؟ میتونیم ببینیم که جذابیت محصول چقدر، و قیمت پایین تر با کیفیت بالاتر ارائه بدیم، چطوری مشتری راحت تر که پول پرداخت کنه اونلاین حضوری؟ اگر چند تا جریان درآمدی داریم بدونیم هر کدوم چند درصد که بتوانیم مشخص کنیم تمرکزمون رو کدوم بزاریم، مثلا یکی 60 درصد سودی میده از یه طرف 10 درصدیه پس باید تمرکزمون رو اون 60 درصدیه باشه، مدل حق استفاده ای، مدل حق عضویت (باشگاه ها مثل)، مدل های حق امتیازی مثل کی اف سی و غیره، مدل اجاره دادن، مدل تبلیغات، بحث قیمت گذاری)

(9) ساختار هزینه ها (مثل جریان های درآمدی خیلی مهم است، مثلا بدونیم کجا هزینه بیشتر صرف کنیم کجا کمتر مدیریت هزینه کنیم، ارزون یا گرون بودن فعالیت های کسب و کارمون که ممکنه برآمدون خیلی کم ارزش ایجاد بکنه، من رو اونایی هزینه میکنم که برآم ارزش زیادی داشته باشه)

طرح کسب و کار:

چیزی فرا تر از مدل کسب و کار است، سندی است که مشخص میکند چگونه پول در بیاریم کلا جزئیات کسب و کار را مشخص میکند، حتی سابقه و تاریخچه کسب و کار و حوزه های اون و حتی پیشینی میکنه که چه اتفاقی میوقته، فرق دیگه، طرح کسب و کار میتوانه جزئیاتش همش تغییر بکنه در حالی که مدل کسب و کار میتوانه تقریبا کامل ثابت بماند،

خیلیا کارشون طرح کسب و کار نوشتن که میدن به کسب و کار که برن وام بگیرن

- (1) چکیده برنامه اجرایی (شرحی از کسب و کار به صورت خلاصه که سرمایه‌گذار بتونه خیلی مشخص و کوتاه و خلاصه متوجه بشه (خلاصه‌ای که کامل باشد، از نمودارها و مورد ها استفاده کنیم))
- (2) شرح شرکت (شرکت داره چیکار میکنه، آینده چیه وغیره)
- (3) محصولات و خدمات (اصلا قرار است که چه محصولاتی ارائه بدیم، چه مشابهی در اون منطقه وجود دارد، همکارن کیان، شکست و پیروزی ها چی بودن)
- (4) برنامه بازاریابی (برای فروش بیشتر به چه چیزی حساب باز کردیم، رو برندمون، رو محصولات و خدماتی که ارائه میکنیم؟) طرح بازاریابی یک صفحه‌ای
- (5) برنامه عملیاتی (برای اجرامون باید چیکار کنیم، قطعات چی بخریم، خط تولید نیاز داریم، هر جی که در برنامه اجرایی مشخص شده*)
- (6) مدیریت و سازمان (چه اسکیل و مهارت‌هایی سازمان باید داشته باشه، هرچی که نیاز هست و نیست را باید مشخص کنیم)
- (7) برنامه مالی (برای کسبو کار مون چقدر باید هزنه کنیم درآمد هامون چطوری میشه، اصلا برنامه آینده مالیمون چطوریه، در یک تا 5 سال آینده باید در این برنامه در نظر داشته باشیم)
- (8) پیوست‌ها (پیوست‌های پرونده‌ای یا قبوض وغیره، کمدمی از مستنداتی است که ما مشخص کردیم، مثلا وام‌هایی که کارمندانمون دادیم وغیره)

تعريف‌ها:

Small Medium Enterprise

SME‌ها زیاد قدیمی نیستن 15 تا 20 سال، که قدیم میگفتند که سازمان‌های بزرگ خوبه، بعد از قرن 21 و سال‌های اخیر میگن که کسب و کار‌های کوچک هستند اما درآمد بالایی دارند، برای داشتن درآمد بالا اصلا نیازی به داشتن کسب و کار بزرگی نیست. مزايا، ارزش افزوده‌ها، انعطاف پذیری‌هایی که دارند، یک سازمان کوچک برای تغییرات بسیار پویا تر است. خیلی به سمت بزرگی نمیرن، یک نگاه دیگه‌ای هستن واحد‌های کوچک،

SBU پیشنهادی برای کسب و کارهای خیلی بزرگ، تو که خیلی انعطاف پذیری نیستی نوآوری نداری، بیا از SBU استفاده کن که واحد هاتو مستقل کن و در آمد هزینه هاشونو جدا ببین، مثلاً واحد ای تی، جداست که با ازای خدماتی که ارائه میده فقط در آن بخش پول میگیره

IDE‌ها

Innovation Driven Enterpreneurship

بر پایه نوآوری و خلاقیت هستن، که این کسب و کارها معمولاً ریسکشون بالاست چون توشون نوآوری و اینا وجود دارد، به نسبت SME‌ها و کسب و کارهای دیگه، که برپایه نوآوری هم کار میکنن، تو این مدل‌ها تقاؤت‌ها، شغل‌هاش فرق میکنه، SME‌ها شغل تو محلی خودشون هستنند ولی ای دی ای ها میتونن جهانی باشن، مالیکیت هاشون میتونه متفاوت باشه، اس ام ای خانوode ای هستند ولی ایدی‌ها سهام دارن مختلفی دارند، ای دی ای ها در ابتدای کار خیلی هزینه دارند اما در آینده در آمد بالایی دارند در حالی که اس ام ای ها میتونن از روز اول کارشون با درآمد شروع شود، یک تقاؤت، نگاه دولت هاست که به هر کدام یه نظری و نگاهی دارند، مثلاً تو ایران دانش بنيان‌ها را ای دی ای میبینن، که ای دی ای و اس ام

SBU

SBU‌ها یه مدل کوچک شده کارآفرینی سازمانی است. یکی یه کسب و کاری رو پیشنهاد میکنه و کم کم به بخش‌های مختلفی توش تقسیم میشن. ایجاد یک کسب و کار جدید درون یک کسب و کار مادر بطوری که ریسک بسیار کمتری نسبت به کارآفرینی فردی دارد چرا که خود فرد منابعی رو فراهم نمی‌کند بلکه از منابع خود کسب و کار مادر استفاده میکند.

جلسه پنجم، کارآفرینی زنان:

کشاورزی دام پروری و صنایع دستی،

در 5 شیش سال اخیر با توجه به استات تاپ ها و آنکسب و کارهای زیادی توسط خانم ها اینجاد شده، در دنیا هم از سال 80 خیلی رشد پیدا کرد که زنان در عرصه کارآفرینی حضور یافتند. الان چیزی حدود سی تا چهل درصد کسب و کارها توسط خانم ها ایجاد شده مخصوصاً در ای تی.

خانواده و کارآفرینی:

بیس اصلی کسب و کار در جامعه است، انتقال ایده های کسب و کار همیشه از طرف مردان بوده، خانم ها جلوه های جدیدی از کسب و کار و خلاقیت و نوآوری ایجاد کرده بطوری که تغییر نگرش بوده. که در شکل گیری ویژگی های کارآفرینی، میتواند نقش مهم و حیاتی ایفا کند. تغییری که در نقش خانم ها در جامعه ایجاد شده که فرقی دختر و پسر با هم نداشته باشند.

اهمیت کارآفرینی از نظر ایجاد اشتغال برای زنان:

موفقیت زنان کارآفرین تو جامعه تنها اقتصادی نیست بلکه فرهنگی و اجتماعی است بطوری که حضورشون رو به صورت گسترده تر نشان میدهد، اخبار و مجلات از زنان کارآفرینی در همه جا میاد. تولید ثروت توسعه تکنولوژی از دلایل آن است. از سال 80 به بعد با توجه به بحران بیکاری تو ایران و افزایش تحریم ها و افزایش قیمت های فیاتی، باعث شد که نسبت به کارآفرینی توجه زیادی بشه بطوری که صندوق کارآفرینی در ایران بوجود آمد و رشد کسب و کار و کارآفرینی دیده میشد. بحث کارآفرینی زنان، کسب و کارهای خانگی بیشتر بود، غذا های خانگی، شیرینی، غلاب بافی و گلیم بافی، اما بعد از سال 1380 نوع این کارها تغییر کرد به لطف تکنولوژی. بطوری که کسب کارهای خودشان را بر پایه فناوری ایجاد کردند.

ویژگی های که بانوی کارآفرین باید داشته باشد.

- (1) داشتن چشم انداز، تفاوتی نباید نسبت به خودش و مردان بدونه
- (2) مصمم بودن (از پیشنهاد های شغلی که بهش میشه چشم پوشی کنه که از کسب و کار و کارآفرینی که راه انداخته دور نشه)
- (3) تمرکز (در تمام لحظات باید تمرکز داشته باشد، نقش مادر بودن همسر بودن خانوده و غیره، باید تمرکزش رو روی کسب و کار و کارآفرینیش باشه، آقیون راحت ترن چون بیشتر نقش نان اوری رو دارند، چون موفق اند چون تمرکز بیشتری میتونن رو کسب و کارشون بزارن)
- (4) انگیز (نیاز به خودشکوفایی رو زنان بسیار زیاد دارند چون بهشون تا به قبل دیده نشده بودن)
- (5) وقف و از خودگذشتی (یک کارآفرین باید ایثار داشته باشد، با توجه به تمام نقش هاش باید مشکلات و موانع رو شناسایی کنه و از خود باید ایثار و خودگذشتگی بیشتری انجام بدنند).

راه اندازی کسب و کار توسط خانم، زنان تو توسعه نقش مستقیمی دارند، امروزه با توجه به کارآفرینی میتونن استقلال بیشتری داشته باشند و بحث کمک به خانواده هم داشته باشند، که از نظر اقتصادی هم از نظر فرهنگی اجتماعی تاثیر داره.

نقش زنان در توسعه:

- (1) توجه به جامعه هدف، هم نقش های خودشو داره هم حوزه در آمدی و کسب و کار رو داره جلو میبره.
- (2) فرصت ها و ایده های خاصی هم به ذهنش میرسه، چون با توجه به نقش هاشون نگاه هاشون منعطفه، روی فرصت ها و ایده ها به شکلی دیگری نسبت به مردان نگاه میکنن
- (3) آموزشی که بتونیم برای خانم ها ایجاد کنیم که بتون در اون نقش ایفا کنن
- (4) کانون هایی که به تقویت و ارائه خدمات مالی به خانم ها کمک میکند،
- (5) آموزشی افراد در موسسه های دولتی بانک که بتونن رشد بیشتری داشته باشند.
(چرا که خانم ها خیلی نیاز به کمک های اقتصادی دارند.)

عوامل موفقیت زنان در کارآفرینی:

- (1) مهارت های ارتباطی (احساسات خودشون رو خیلی بهتر از مردان میتونن ارائه بدن)
- (2) مهارت های مردمی (فکر و تقاضا های افراد را میتونن بهتر از چهره افراد کشف بکنن که بهتر بتونن فرصت ها و ایده هایی که تو جامعه است رو بهتر ببینن)
- (3) مهارت های به کارگیری تفکر شبکه (خود محوری نیستند)
- (4) مهارت برقراری توافق (چون بهتر میتونن به توافق برسند، توافق هم یکی از راه های توسعه کسب و کاره)
- (5) توانایی در ایجاد و گسترش روابطی دوستانه (عدم پاسخ تند به مشتری و حفظ ارتباط بهتر با مشتری در زنان بهتر است)

ویژگی رهبران زن موفق:

- (1) **زیرکی** (چون زنان به محض اینکه متوجه یک مشکل میشن تمام مسائل رو شروع به بررسی میکنند تا به راه حل مناسب برسند و ایده ها و خلاقیت خود را در این زمینه به کار میگیرند، ایده سریع تری را پیدا میکنند و سریع میتوانند تجارتیش کنند، اما کن انجام چند کار به صورت هم زمان، نسب به مردان قوی ترند، که ب رهبری در کسب و کار خیلی کمک میکنند)
- (2) **شهود و ادراک** (یک ویژگی خیلی خوب که نیازه تو توسعه کسب و کار، ویژگی اصلی خانم ها، جایگاه بالاتری در رهبری داشته باشند، بهتر ببینند بهتر درک کنند، مردان تمرکز کمتری نسبت زنان دارند، استثنای هم دارند ولی زنان در این زمینه بهترند)
- (3) **شور و اشتیاق** (قلب یک کسب و کار در رهبر کسب و کار است، ممکن است که تیم این شور رو ایجاد بکنند اما رهبر داشته باشند خیلی بهترند، که گروه رو بیشتر به حرکت در بیارند، در زنان بیشتر از نظر احساسی ولی مردان بیشتر از نظر مالی انگیزه ایجاد میکنند).
- (4) **انعطاف پذیری** (رشد کسب و کار تو این زمینه بیشترند، انعطاف پذیری بیشتری نسبت به مردان در توافقات و مذاکرات دارند، رفتارشون صلح طلبانست که به رشد کسب و کار کمک بسیار زیاد میکنند)
- (5) **ذهنیت** (ته کسب و کار دنبال پول هستند همه، اما تاثیر فعالیت هاشون رو بیشتر از این میبینند که بتونند زنان خودشون رو ثابت بکنند، به همین دلیل باعث میشند تو حوزه کارآفرینی موفقیت بیشتری داشته باشند)

نرخ کارآفرینی زنان:

موسسه جم، کارآفرینی و کسب و کار ها در دنیا را دنبال و بررسی میکنه، بررسی های کارآفرینی، پیشرفت و پسروفت تمام اتفاقاتی که برای کسب و کار ها و کارآفرینان ایران میوفته تو جم ثبت میشه، نرخ پایین بودن کارآفرینی زن در جم ثبت شده ولی امروزه با توجه به پیشرفت فناوری این نرخ داره افزایش پیدا میکنه. شناسایی چالش ها و مشکلاتی که تو هر جامعه متفاوت برای زنان است هم مورد بررسی قرار میگیرد.

حوزه های کارآفرینی خانم ها:

با توجه به بیست سال اخیر که دانش و تحصیلات خانم ها افزایش پیدا کرده نسبت به مردان، خودش رشد کارآفرینی رو تو خانم ها افزایش داده. هر چه تحصیلات وجود داشته باشه بیشتر کمک میکنه کارآفرینان. قبل از کسب و کار های خانگی برای زنان بوده، با توجه به توسعه و رشد و پیشرفت فناوری حضور خانم ها فناوری محور بیشتر شده.

موانع اشتغال و کارآفرینی زنان در ایران:

- (1) فردی (انگیزه و توانایی های شخصی بر میگردد، اعتماد به نفس پایین تر، که آقایون مقصراً هستند)
- (2) اجتماعی (دیدگاه ها و هنجار هایی که تو کشور وجود داره که مانع کسب و کار خانم ها میشه)
- (3) فرهنگی (فرهنگ تو هر جامعه تاثیر داره، مردسالاری و اختراعی تو ایران وجود داشته از قدیم که باعث شده که زنان نتوانن کسب و کار و کارآفرینی کنن، از همان بچگی گفتن که گریه کنی دختری، پس از همون اول هم دارن مرد سالاری رو پرورش میدن)

- (4) اقتصادی (خانم ها در آسیا متوسط 12-13 ساعت در هفته بیشتر از مردان کار میکنند در حالی که درآمد پایین تری دارند، به همین خاطر میگن که اصلا نمیصرفه که با این درآمد پایین پا به این کسب و کار بزارم)
- (5) وضعیت حقوقی و قوانین (قوانين وضعیتی که مانع میشه، مثل مواعنی که بالاتر گفتیم،)

زنان کارآفرین:

- (1) نازنین دانشور
- (2) تبسم لطیفی
- (3) ثنا خالصی
- (4) انوشه انصاری
- (5) شهرزاد رفعتی

دولت ها و کارآفرین ها

- (1) دولت ما از هفت هشت سال پیش با صندوق کارآفرینی امید یه جایگاه ویژه ای رو برای کارآفرینی زنان دیده ولی ژاپن:
- (2) چاپ انواع راهنمای و دستور عمل برای زنان کارآفرین
- (3) برگزاری انواع همایش ها برای زنانی که خواهان خود اشتغالی هستند
- (4) ارائه انواع مشاوره
- (5) تشکیل مراکز و انجمن هایی که برای گرددهمایی کارآفرینان زن

تمرين: يكى از کارآفریني هايى که زنان ايجاد كردنده، کارايى که كردنده، هدفشون، و غيره خلاصه

جلسه ششم، کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی

تو سازمان‌ها معمولاً یه بحثی که وجود داره، نارضایتی‌هایی برashون به وجود به آید، یکی از اونا: همیشه فکر میکنیم که این چه کاریه برای فلانی میکنیم، همه کارا رو ما میکنیم و ریسم اخر سر پولو میبره، در نهایت به من یه حقوق ناچیزی میده. چیز طبیعی است معمولاً تو سازمان‌های فناوری محور. کسب و کار مراحل متعددی داره و هر کسی که وظیفه‌ای داره و کارشو انجام میده، بخشی از کل کسب و کاره، وكل کسب و کار اگر در کنار هم نباشند ممکنه کار پیش نره. یکی از راه کارهایی که پیشنهاد میشە، کارآفرینی سازمانی است. یک طرح فی ما بینیه، باعث میشە اون نیرو از کار خارج نشه و اون حس من میتوانم با خسارت پایین تر وجود داشته باشه، تا اون کسب و کار رو به پیشرفت پیشنهاد بده. به جای ساختن یک کسب و کار از صفر، از خود کسب و کاری که الان وجود داره یه کسب و کار و سمت ایجاد کنیم، مثلاً ممکنه هر محصول نرم افزاری یک مدیر محصول هم داشته باشه، نکته دیگه‌ای که داره، تو سازمان ایجاد انرژی و انگیزه میکنه که باعث میشە افراد سازمان احساس مالک بودن رو اون کسب و کار کنن که خیلی ارزش بیشتری داره نسبت به این که احساس کارمندی کنه.

اولین سازمانی که ثبت شده تو بحث کارآفرینی سازمانی در 1850 امریکن اکسپرس، بعده به صورت یک عملیات کارآفرینی سازمانی، شروع کارت‌های اعتباری (امریکن اکسپرس کارت) بوجود آمد. در سال 1940 حدوداً. که اون کسب و کار اصلی به دلیل آن تغییر کرد. (به روش جدیدی که خودشون ایجاد کردن) انقدر اون کسب و کار ثانویه خوب باشه که کسب و کار اصلی رو بزنه کنار چون سود و عملکرد بهتری نسبت به کسب و کار اصلیه داره.

کارآفرینی سازمانی به کارآفرینی درون سازمان‌ها گفته میشە، که به کارآفرینی سازمانی معروف است. یا همون تعریف SBU‌ها که بالاتر گفتم.

دلایل نیاز به کارآفرینی درون سازمانی:

- (1) رشد سریع (هر کسب و کاری که ایجاد میکنیم رقبای جدیدی براش ایجاد میشه، هرچه ما سریع تر وارد بشیم ما اولین میشیم، زمان لانچ موقعی که بخوایم از صفر شروع کنیم خیلی طول میکشه، ولی سازمانی که زیر ساخت های آماده داشته باشه خیلی جلوتره)
- (2) حس بی اعتمادی به روش های سنتی در مدیریت سازمان ها (بعضی از سازمان ها که همه چی به مدیر اصلی بر میگرده، این سازمان ها مطلبین که رو بیارن به کارآفرینی سازمانی)
- (3) خروج برخی از پرسنل از سازمان (پرسنل خوب معمولاً خارج میشن که حس میکن که حقشون داره خورده میشه، پس سازمان باید یه کاری بکنه که نیروی انسانیشو فقط با قرارداد نگه نداره، بلکه یک بحث کارآفرینی و انگیزه باید ببره جلو)
- (4) کوچک سازی شرکت های بزرگ (هرچقدر سازمان کوچکتر باشه درآمد های بیشتری خواهد داشت چرا که از هر نظر انعطاف پذیری بیشتری خواهد داشت) بجائی نابودی سازمان ها **SBU** کنیم.
- (5) رقابت جهانی

فرهنگ کارآفرینی سازمانی، (درآمد رو به عملکرد متصل کنیم، هرچه عملکرد بالاتر باشه درآمد هم بالاتر خواهد بود)

ابعاد ساختاری کارآفرینی سازمانی

(1) پیچیدگی

(2) رسمیت (ارتباطات رسمی، ارتباطات مکاتباتی منظوره، تو استارتاپ ها رسمیت خیلی پایینه انقدر رئیس رو میبینیم و میتوینیم باهاش ارتباط برقرار کنیم، ولی تو کسب و کار های بزرگ اصلا نمیتوونیم با رئیس ارتباط داشته باشیم، پس اصلا بستری برای کارآفرینی سازمانی وجود نداره چون تا رئیس رو پیدا کنیم ممکنه چند وقتی بگذره و ایده ما قبل از خود ما پیاده شده باشه، پس رسمیت هر چی بالاتر باشه کارآفرینی سازمانی کمتر میشه چون ارتباط به HEAD خیلی سخته و دیر اتفاق میوفته)

(3) تمرکز (مهم ترین ایتم تو سازمان ها تمرکز است که باعث میشه بتونن تصمیمات خودشان را بگیرند. هر چه خلاقیت بیشتر بشه و کارآفرینی سازمانی هم بیشتر بشه، تمرکز این افراد کمتر میشه چراکه فکرشون خیلی مشغول به این موضوعات، افرادی بیان تو اون تیم عضو شن و پیگیری هایی انجام بدن، بطوری که تمرکز افراد تقسیم بشه، هر چه سازمان بزرگ تر باشه تمرکز ما هم بیشتره چون افراد بیشتری وجود دارند که باعث میشه کار ها بیشتر تقسیم بشه، ولی تو کسب و کار کوچک تر ممکنه یه فرد 8 تا کار و باهم انجام بده.)

(4) فرهنگ سازمانی

تفاوت کارآفرینی سازمانی با فردی

تفاوت کارآفرینی فردی و سازمانی، تو کارآفرینی فردی، فرد برای خودش ایجاد میکنه، ولی سازمانی منافع رو شیر میکنه و درون یک کسب و کار دیگر کسب و کار دیگری ایجاد میکنن، تو کارآفرینی فردی ریسک بالاتره چراکه طرف همه چی رو خودش باید هندل کنه، ولی تو کارآفرینی سازمانی با توجه به کسب و کار اصلی تمام منابع از کسب و کار اصلی گرفته میشه.

چیز های مهم در کارآفرینی سازمانی

(1) حمایت مدیریت

- a. تشویق فعالیت ها
- b. قدرت تصمیم گیری
- c. تشویق اجازه انحراف از قواعد
- d. تجربه نوآوری مدیریت ارشد
- e. تقبل مسئولیت فعالیت های کارآفرینانه
- f. قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر
- g. تشویق ریسک های حساب شده
- h. تلقی ریسک پذیری به عنوان خصیصه ای مثبت
- i. حمایت از طراح های آزمایشی کوچک

(2) ساختار سازمانی

- a. تحمل اشتباها را داشته باشد
- b. یادگیری از اشتباها را داشته باشد
- c. رواج کارگروهی
- d. اهمیت ندادن به تظاهر به کار افراد (افرادی که تظاهر می کنند رو با افراد کارآفرین اشتباہ نگیریم)
- e. نگران نبودن نسبت به شرح شغل
- f. نبود قلمروهای حکومتی بین افراد

(3) پاداش و دسترسی به منابع

- a. منابع رو در اختیارش بزاریم (پیش نیازه)
- b. منابعی برای کارآفرینی سازمانی وجود داشته باشد
- c. پاداش و تشویقی برای افراد در نظر بگیریم.

تفاوت سازمان های کارآفرین با سازمان های سنتی

The screenshot shows a comparison table between 'سازمان های کارآفرین' (Entrepreneurial Organizations) and 'سازمان های سنتی' (Traditional Organizations). The table highlights differences in structure, management style, and communication.

سازمان های کارآفرین	سازمان های سنتی
کمالمندگر، سلسله مرائب رسمی	نمکن کم، توانند سازی
رسانی زاد، صادرگشته به وسیله قوین رسمی	کوچک بودن، رسمیت کم
وجود واحد یادی وظیفه ای	واحدها و گروه های خود مبادرتی
وجود روابط خصمانه بین واحدها	وجود همکاری بین واحدها
پیچیدگی کم، شرح شغل جزئی، شخصی گزایی در تلاab گروه ها	پیچیدگی زاد و شخصی گزایی کارها

The right side of the image shows a Microsoft Word document titled 'karaf...' containing a list of points comparing traditional and entrepreneurial organizations:

- ۳ پادان و دسترسی به منابع
- a. منابع رو در اختیار بزرگ (بین نیازه)
- b. ملابی برای کارآفرین سازمانی وجود داشته باشد
- c. پادان و شواغر برای افراد در نظر نگیریم.

Below this is another section titled 'تفاوت سازمان های کارآفرین با سازمان های سنتی' with a list of terms:

- ostad shoma aian goftin ke sabt ide
- mishke hata id ghabian bode bashe
- pas che fayde i dare sabt ide
- ostad sedeton ger mikone
- و د گشونا چویه اون ملیت سیو استاد سهیل حمیتم مغوره هر عالی
- [زاید]
- داویدهش سهیل حمیتم مغوره هر عالی
- مدون سهیل حمیتم مغوره هر عالی
- ویپو com??
- ostad bbskhid ntmon zalf bod
- endikit biron
- ostad riskesh kantare goftid?
- WPO
- wipe طیف سیم زاده
- طیف سیم زاده
- بیرونی فروزی لاتینیه
- ostad
- ostad

أنواع کارآفرینی سازمانی

(1) کارآفرینی اداری (مثلا واحد D&R)

(2) کارآفرینی اکتسابی (مدیر، فرصت هایی که بیرون سازمانه رو کسب می کنند،

فرایند های مشترک تعریف میکن)

(3) کارآفرینی تقليدي (ایده یا مفهوم اصلی از یک سازمان تقليد میشه)

(4) کارآفرینی انکوباتور (بستری برای رشد خود و مشتقات خود هستند)

(5) کارآفرینی فرصت گرا (یک فرصت اتفاق میوفته، مثل تحریم، که باعث ایجاد و

استفاده از فرصت میشه، مثل تولید ماسک)

انواع کارآفرینان سازمانی

- (1) کارآفرینی سازمانی خلاق و نوآور که از خلاقیت و ایده نشات میگیره ممکنه افراد خیلی منظم نباشن ولی خلاقن
- (2) کارآفرینان عملگرا، طوری که ایده های عملی میدن
- (3) کارآفرینان سازمانی اجرا کننده (بهتر از دو مورد بالا، که خودش هم ایده رو بیان میکنه هم ایده های عملی رو بیان میکنه و اجرا میکنه عمل)

اثربخشی کارآفرینی سازمانی

- (1) منافع مستقیم کارآفرینی سازمان،
 - a. نتایج مالی مستقیم، (تو رشد فروش سازمان به طور مستقیم دیده میشه)
 - b. یکسری نتایج غیر مالی مستقیم
- (2) منافع غیر مستقیم
 - a. جوانه های بعدی (رشدی در آینده و ریشه های رشد آیند همیشه)
 - b. توسعه منابع انسانی

کسب مهارت هایی کارآفرینی سازمانی

- (1) مهارت های فردی توسعه بدیم (تحصیلات دانشگاهی کتاب بخونیم)
- (2) ایده هامونو پرورش بدیم،
- (3) ایده مون رو مطرح کنیم نتریسم از مطرح کردن ایده خودمون
- (4) به ایده خودمون اگه میدونیم درسته اصرار داشته باشیم
- (5) یک نمونه اولیه (پروتوتایپ) برای ایده خودمون ایجاد کنیم
- (6) در ابعاد گسترده تر تو سازمانمون پیاده سازی کنیم

تمرین در مورد کارآفرینی سازمانی

جلسه هفتم: کارآفرینی، کسب و کار جدید:

کارآفرینی دولتی

مقدمه:

کارآفرینی سازمانی فقط به سازمان های خصوصی نیست. دولت ها نقش بسیار بزرگی تو کارآفرینی میتوانند داشته باشند، دولت ها اصراف کاری های زیادی دارند، و خروجی هم به همون میزان مصرف ندارند.

باقطه به گستردگی فناوری اطلاعات که بوجود اومده دولت ها ملزم هستند که خدمات و محصولاتی را به دولت الکترونیک ارائه کنند، مجبور هستند تا هزینه های خودشان را کاهش بدهند بلکه درآمد هم ایجاد بکنند، یکی از بزرگترین حامیان کسب و کار در جامعه دولت ها میتوانند باشند، حالا از هر طریق مختلفی.

در اقتصاد نئوکلاسیک (یکی از شاخه های اقتصاده، روش های اقتصادی، عرضه تقاضا و غیره اشاره میکند و به دنبال سود در اقتصاد میگردد و میگه که الا باید به سود ختم بشه)، دولت را موسسه عرضه کننده مهم در ارائه خدمات و کالاهای عمومی و قوانین می دانستند و همچنین معتقد بودند که موسسات دولتی حق دارند که اقتصاد را تعديل و در راستای افزودن بودجه هایشان تلاشش کنند.

دولت ها یک ماهیت اصلی به نام قانون گذاری دارند، دولت ها میتوان با خصوصی سازی و برون سپاری کارهاشون، و کارآفرینی درون دولت میتوان کارآفرینی خودشون رو بکنند و این ارزش افزوده ها در اینجا شکل میگیره.

کارآفرینی دولتی یه فرایند سازمانیه که توسعه و بهبود سازمان ها رو میسر میکنه باعث ارتقای سطح جامعه از هر نظر میشه و شیوه های جدید در ساختار دهی سازمان ها انجام بشه.

دولت ها میتوان تو بحث کارآفرینی و اقتصاد و درآمدزایی وارد شودند هم خودشون میتوانند واردشون هم میتوانند با حمایتاشون کمک کنند.

نگاه شهروندان به دولت، معایب کار آفرینی دولتی که بیشتر در مورد معایب ممکنه سوال بیاد:

فرایند تصمیم‌گیری در دولت پیچیدست به خاطر ابعاد گسترده دولت این پیچیدگی بوجود می‌آید. و سرعتش هم تو هر کاری پایین می‌آید، برخی از نهادها هستند که به نظر می‌باد شبيه به هم کار ميکنن، چون ابعاد انقدر گستردست تا بتونه همه چيز رو تا حدودی به صورت يكپارچگی داشته باشه، اما وقتی شهروندان ميان سازمان هاي دولتی و بازرگاني مقايسه ميکنن انتظار دارن که عملکرد سازمان هاي دولت نسبت به سازمان هاي خصوصي بهتر باشه.

(صندوق کار آفرینی اميد)

دولت ها ميتوونن تو بحث کار آفرینی و اقتصاد و درآمدزايی وارد شودند هم خودشون ميتوونن واردشون هم ميتوونن با حمایتاشون کمک کنن.

تفاوت عمدہ دولت و خصوصی

- کار آفرینی دولتی درش سیاست و کار آفرینی سیاسی هم وجود دارد (با سیاست هاشون کار آفرینی می‌کنن، سرمایه‌گذاری خارجی جذب کند، مثلاً سنگاپور بزرگترین سرمایه‌گذاری درش داره انجام میشه)
- قانون گذاري آن است که خصوصی تهش تو کسب و کار خودش قانون میزاره در حالی که دولت ميتوونه قانون گذاري برای هر کسب و کاری کنه.

دولت ها ميتوونن از يه طرف ديگه به کسب و کارها کمک کنند، آموزش هستش. مثل بحث فني و حرفه اي و غيره

موانع و چالش ها در دولت کارآفرین:

دیدگاه کورنوال و پرلمن

- (1) باعث کثرت و ابهام هدف میشه که باعث فلجه شدن مدیریت میشه. (یه دولتی که اهداف زیادی داره خودش باعث میشه که باز آفرینی دولت دچار مشکل بشه)
- (2) استقلال مدیریتی و تصمیم‌گیری محدود شده (دولت خیلی نمیتونه تو بخش های مختلفش تصمیم قاطعانه بگیره (بخاطر بزرگی و وسعتش))
- (3) از آنجا که اقتدامات مدیریتی دولت در معرض دید مردم قرار دارد نتیجه آن افزایش رفتار مدیریت محافظه کارانه میشود.)
- (4) سیستم پاداش نامناسب (معمولًا تو دولت ها سیستم پاداش مناسبی نداره برای تشویق، اگه پاداش بدن هر حرفی ازش در میارن، هر سیستم پاداش میتونه یه سمتی باشه، ولی هنوز سیستم پاداش مناسب در نظر گرفته نشده)
- (5) کوتاه نگری (وقتی ما فقط کوتاه مدت نگاه میکنیم، خیلی از کشور های چشم اندازه های 50 ساله دارند، ولی کوتاه مدت نگری مشکلاتش)
- (6) قید و بند های مربوط به خط مشی ها و سیاست های پرسنلی که منجر به کاهش توانایی مدیران برای برانگیختن زیر دستان میشه چون یسری محدودیت دارند

دیدگاه بورینس

- (1) ماهیت ذاتی سازمان های بزرگ (دولت ها)
- (2) گرایش منافع کوتاه مدت
- (3) عدم وجود استعداد کارآفرینانه (استعداد های کارآفرینی اصلاً دیده نمیشن و زیاد تاثیر خاصی ندارن)
- (4) شیوه های نامناسب پاداش

برنامه راهبردی برای مقابله با موانع کارآفرینی دولتی

- 1) تعهد سازمان به مفهوم کارآفرینی یعنی نهاد های دولتی وزارت خانه های دولتی یک تعهدی ایجاد کند که سازمان ها هر کدو مشون کارآفرین باشند
- 2) تعیین مدل کارآفرینی سازمانی که تو دولت هم اشتراک دارد، اگه هر کدام به هم توجه کنند میتوانند کارآفرینی سازمانی رو داشته باشند
- 3) ایجاد فرهنگ کارآفرینی
- 4) شناسایی کارآفرینی سازمانی، افراد خلاق تو درون سازمان ها کم هست و یا دیده نمیشنند باید شناسایی کنند و از این استفاده کنند تو این بحث
- 5) ایجاد جدول جبران خدمات کارآفرینی سازمانی، حداقل یک ساختاری در نظر بگیریم که از کاری که افراد میکنند قدر دانی کنند.

وظایف دولت کارآفرین

- نقش قانون گذاری در جامعه
- نقش تامین کننده مالی، وام ها با بهره پایین، ایجاد صندوق ها
- تامین کننده کالا ها و خدمات برای شهروندان رو حمایت کنند چون دارند به شهروندان و افراد جامعه خدمت میدنند رو حمایت کنند و مردم رو تشویق کنند که از آنها خرید کنند.

مدل بازآفرینی دولت: (کتاب جداست)

- 1) دولت تسهیل گر (ایجاد رقابت بجای انحصار)
- 2) دولت متعلق به جامعه
- 3) دولت رقابت (تزریق رقابت در ارائه خدمات)
- 4) دولت رسالت مدار

- (5) دولت نتیجه محور
- (6) دولت مشتری مدار
- (7) دولت درآمدزا
- (8) دولت پیشگیر (پیشگیری بجای درمان)
- (9) دولت نامتمرکز (از نظام سلسله مراتبی تا مشارکت و کارگروهی)
- (10) دولت بازارگرا

انتقادات وارد بر اصول دولت کارآفرین

- (1) رقابت
- (2) خصوصی سازی (ممکن خیلی وقتاً مدل خصوصی سازیمون غلط باشه، ولی تو فرانسه برزیل و فنلاند، میتونن الگوهای خوبی باشن،)
- (3) عدم تمرکز (نامتمرکزی نباید در استراتژی ها و برنامه های بلند مدت خللی ایجاد کند)
- (4) خلاقیت (عملکرد و خلاقیت ممکنه نداشته باشند ولی مدرک فوق لیسانس و دکتری دارن، کسی که خلاقیت داره ممکنه یک کار و بهترین نحو انجام بدنه تا رفع وظیفه)
- (5) توانمندی (حتماً باید دولت ها نیرو هاشونو توانمند کنن، که کمک به افراد میکند که از محافظه کاری دست بکشن و تصیم درست بگیرند).

دولت های کارآفرین موفق

- دولت مالزی، از طریق حمایت از کسب و کار ها)
- دولت ژاپن نمونه بارز

تمرین حوزه کارآفرینی دولتی یک مثال داخل و خارج

جلسه هشتم:

کارآفرینی اجتماعی

به سال های دهه شصت و هفتاد میلادی بر میگردد، بعده گسترش پیدا کرد در حوزه های مختلف که توجه بهش میشه، سازمان های غیر انطفاعی ایجاد میکنیم که معمولاً خصوصی، کارآفرین اجتماعی و اقتصادی، اصل هدف، اقتصاد و درآمد (اولویت شه) ولی تو اجتماعی درآمد ممکنه یکی از راه کارها باشه، همه موضوعش اقتصاد و پول نیست، عوامل زیادی داره که بحث پول هم تو ش هست.

کارآفرینی اجتماعی چیست؟

یک کسب و کار کوچک است که یک ایده خلاقانه دارد که این فرصت (ضعفی که در جامعه وجود داره) و ایده اقتصادی نیست و هدف اصلیش اهداف اجتماعیه (یک هدف خاص و قشر مشخصی در نظر دارد)، درآمد زایی تقریباً صفره، هدف از این نوع از کارآفرینی ها تبدیل جهان به مکانی بهتر است که بتواند معضلات اجتماعی را بهتر کند. تغییر وضعیت ظالمانه (یه ارزشی رو پیشنهاد میکنیم که وضعیت بد را از بینش ببریم) وضعیت پایداره که بتوانیم استعداد ها و چیز هایی که دیده نشده رو ازشون استفاده کنیم. یه نقش عامل تغییر داره تو حوزه اجتماعی و سعی میکنه از طریق روش های مختلف مانند بالا (ظالمانه و پایدار) تقریباً برطرف کنه. مثلاً نرم افزار شاد یکی از حوزه های کارآفرینی اجتماعیه. یا فروش آیفون های قرمز توسط اپل که پول هر کدوم از آنها به افرادی که مبتلا به بیماری HIV هستند داده میشود.

کارآفرین اجتماعی کیست؟

یک فردی هست که مشکل (اجتماعی) رو دیده و فرصت ولی اینجا مشکله، (یه دردی رو کشیده، یه بی عدالتی رو دیده) و او مده روش فکر کرده، و میخواد اون معضلات رو حل کنه. و یه کسب و کاری رو ایجاد میکنه. یک تفاوت، کارآفرین اجتماعی با خدمت اجتماعی اینه که کارآفرینی اجتماعی دائمی هست ولی خدمت اجتماعی موقت و گاهی انجام میشه.

سه نوع اقدام اجتماعی مخاطره آمیز:

- تدارک خدمات اجتماعی یا ارائه خدمات اجتماعی
- کنش‌گری اجتماعی یا فلسفه اجتماعی (مانند کارهایی که سلبیتی ها انجام میدن)
- کارآفرینی اجتماعی

مدل ایده آل تعهدات اجتماعی

مستقیم

1. کارآفرینی اجتماعی
2. تدارک خدمات اجتماعی

ماهیت اقدام

غیر مستقیم

1. فلسفه اجتماعی

بیل درایتون، پدر کارآفرین اجتماعی، موسس سازمان اشوکا و پدر کارآفرینی اجتماعی.

ahoka.org

نمونه های کارآفرینی اجتماعی

مدرسه با غچه بان

بنیان گذار نخستین کودکستان و نخستین مدرسه ناشنوایان ایران در تبریز است.

بانگ گرامین

بانکدار، اقتصاددان و رهبر جامعه مدنی بنگلادشی است، که به دلیل تاسیس گرامین بانک و پیشگام سازی مفهیم اعتبار دهی خرد و سرمایه گذاری خرد، جایزه صلح نوبل را دریافت کرد، این وام ها به کارآفرینان بیش از حد ضعیف برای واجد شرایط بود وام های بانکی سنتی داده میشد.

موسسه خیره محک

سعیده قدس، کارآفرین و نیکوکار ایرانی که موسسه خیره محک را تاسیس کرده.

اسکات هریسون

بخاطر کمبود آب ایجاد کرد اون وبسایت رو، charity water

کفش تامز

بلیک مایکوسکی، یکی از کسب و کار های متعددی است که با فروش و وامگذاری سهام خود، به سراغ یک کسب و کار تازه رفت، و یک سرویس خشکشویی برای دانشجویان بوده، بخاطر اینکه کودکان زیادی کفش برای پوشیدن نداشتن اومد یه کسب و کاری رو زد که اگه ما ازش کفش بخیر یه کفش به افراد نیازمند اهدا میکند.

ایده های کارآفرینی اجتماعی (چجوری کارآفرینی اجتماعی انجام بدھیم؟)

- اون چیزی که بهش اشتیاق داریم رو تعریف کنیم. (مثلاً یکی به حوزه ورزش علاقه داره و غیره)
- فاصله ها را تعیین کنیم (مثلاً بحث اقتصادی یکسری فاصله هایی هستند، فاصله های اقتصادی و طبقاتی، فاصله فرهنگی)
- نقاط قوت و مهارت های خود را شناسایی کنیم. (اگه مهارت تولید دارم تو اون حوزه فعالیت کنم، اگه تدریس و غیره)
- در مورد مدل کسب و کار خود تصمیم گیری کنیم.

ویژگی هایی که کارآفرینی اجتماعی دارد،

2. نوآوری (استفاده از فرصت ها که ناشی از ظلم و بی عدالتیه)
3. ریسک پذیری (چون ممکنه درآمد خاصی برآش حاصل نشه حتی از جبیش هم میزاره)
4. خودهدایتی و انگیزه شخص
5. هوشیاری اجتماعی یعنی اینکه حواسمون به جامعه باشه که مشکلات رو بتونیم شناسایی کنیم و در برابر اون معضل راهکاری نشان بدھیم.
6. راهبرد (یک لنداسکیپ داشته باشیم (نه معنای هدف 2 یا 5 ساله)، مثلاً محک کودکان سرطانی رو مد نظر قرار داده، یا اقای باغچه بان هدفش روی کودکان ناشنوا بوده، این هدف های کوچک باعث ایجاد یک هدف مشترک بزرگ (هدف مشترک یعنی کمک به مردم و همنوعان خود) در جامعه بشه که این جامعه رو به جای بهتری تبدیل کنه)

جلسه نهم:

کارآفرینی در فناوری اطلاعات

نگاهی به گذشته و بعد تعریف کارآفرینی فناوری اطلاعات:

قبل از این که پیشرفت فناوری به سرعت امروزه باشد، هر کسب و کار که میخواست با کارآفرینی خود پیش برود، خیلی کم وجود داشت که بعد از مدتی بازم هم به فعالیت خودشون ادامه بدن، و همچنین همان کسب و کارهایی که کارشان تقریباً گرفته بود بعد از مدتی به دلیل هزینه‌های اولیه (از بستر تا نهایت) زیادی که متحمل میشدند، دیگر به آن کسب و کار ادامه نمیداند. اما امروزه با پیشرفت سریع تکنولوژی بسیاری کسب و کارها با استارت آپ شدن و کارآفرینی کردن خودشان میتوانند با پایداری بیشتری در جامعه حضور داشته باشند. چرا که آنها نیاز و مشکلات مردم را شناسایی کرده‌اند و حالت سنتی آن را مورد بررسی قرار داده‌اند که بتوانند یک حالت راحت و آسوده را برای مردم ایجاد کنند و از کسب و کارهای سنتی به کسب و کارهای دیجیتالی (اینترنت، فریم‌ورک‌های جدید، تکنولوژی‌های برنامه‌های جدید، دستگاه‌های هوشمندتر) جامعه را متحول کنند. حال تعریف اصلی میتواند به این نتیجه برسد کسی که کسب و کاری را در بستر آی‌تی، یعنی در بستری به نام اینترنت که از اعضای شخص ثالث آن، مانند شبکه‌های اجتماعی، سایت‌ها، فروشگاه‌ها، اپلیکیشن‌های موبایل و امبدد، وغیره که هزینه بسیار پایینی نسبت به حالت سنتی و اولیه دارد.

هزینه‌های بالایی باید پرداخت می‌شد تا بتوان یک کسب و کار نوپایی ایجاد کنن، ای‌تی اوmd، هزینه‌های راهنمایی از بستر تا اخر را ارزان‌تر و راحت‌تر کرده است، بطوری که تو ایران ماهانه به طور کل بیشتر از 2000 کسب و کار ایجاد میشه که همه به لطف آی‌تی می‌باشد. و امروزه به لطف آی‌تی این امکان فراهم شده چرا که اگر در سال‌های گذشته کارآفرینی میخواست صورت بگیره به دلیل هزینه‌های زیاد از همان 2000 نفر ممکن بود که 2 نفر موفق به ایجاد آن شوند. حتی بحث کارآفرینی اجتماعی، صندوق صدقه کمیته، همه همه بستر آنها آی‌تی شده است، بیشتر پول‌های الکترونیکی شده بطوری که کسی

ممکن است پولی در صندوق صدقات اندازه بلکه با اپلیکیشن ها میتواند پول را به خیره ها یا جایی که مورد نظرشون هست پرداخت کنند.

کارآفرینی با فناوری اطلاعات

از سال 2020 به دلیل کرونا رشد تمام کسب کار ها براساس آی تی بسیار بالا شده بطوری که رشدش از 40 تا 50 درصد شد.

اطلاعات و ارتباطات، دو ابزار اساسی مورد نیاز هر نوع فعالیت های کارآفرینی هستند. کارآفرینی در انزوا و بدون حمایت نهادها سازمان ها و انسان ها امکان پذیر نیست، کارآفرینی مستلزم کشف یک نیاز اجتماعی است، کشف نیاز های اجتماعی به شناخت اجتماع، نیاز های آن و بافت های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی آن وابسته است، در شناسایی نیاز هر فعالیت کارآفرینانه ایده پرداز یا تئوریسین باید در مورد محیط خود بینش و بصیرت داشته باشد و بداند در نقاط دیگری از جهان چه راه حل هایی برای رفع نیاز ارائه شده است،

ویژگی های موثر فناوری اطلاعات در کارآفرینی

- (1) افزایش سرعت
- (2) افزایش دقیقت (شغل ها و کسب و کار هایی که بر اساس انسان هست، به هر دلیل مانند خستگی و تکراری بودن کار، ممکن است مشکل و خطاهایی داشته باشد، اما آی تی دقیقت را بسیار افزایش داده که به مراتب بیشتر از فعالیت های انسانیه)
- (3) کاهش اندازه فیزیکی مخازن اطلاعات (اندازه هارد ها در گذشته بسیار بزرگ و با حجم بسیار کمی بود، اما امروزه اندازه آنها ناچیز شده و میتوانند در حجم بسیار زیادی ذخیره کنند)
- (4) رفع برخی از فساد های اداری (قبل اگه خریدی از یه مغازه میکردیم، اگه پولی بیشتر یا کلاهی میزاشت سر مشتری چیزی نمیگفتیم، اما امروزه با فروشگاه های

انلاین، امکان تخلف و کلاه برداری خیلی سخت تر شده. مانند رمز های دو مرحله ای
یا رمز های پویایی کارت ها)

(5) ایجاد امکان کار تمام وقت (با فناوری اطلاعات باعث 7/24 شدن فروشگاه ها
شده که یکی از موهبت های فناوری و اطلاعات است)

(6) ایجاد امکان همکاری از راه ریموت (ایمیل ها، میتینگ های گوگلی، تماس های
تلفنی مانند واتس اپ و غیره که با استفاده از پیام رسان ها میتوانیم به لطف اینترنت
کارها و حتی تجارت بین المللی انجام بدھیم)

(7) کاهش هزینه های سیستم یا سازمان (قبل از کرونا این درصد خیلی کم تر بود،
حتی قبل از آن محل های اداری به دلیل هزینه های زیاد ملکی، مکان خودشون رو
جمع کردن یا خیلی کوچک کردن، یا رفتن به صورت غیر حضوری و استفاده از آی
تی کسب و کار خودشون رو ایجاد کردند.)

کسب و کار الکترونیک

اقتصاد دیجیتالی:

که از دهه 90 به صورت خیلی کند و ضعیف این فعالیت ها شروع شد، که بعد گوگل او مد
و بعد اینترنت بهتر شد و بعد تلفن های هوشمند.

سه دوره دیجیتالی

دوره اول، دوره ای که پایه این زیر ساخت ها شکل گرفت + کسب و کار های کوچکی که
شروع کرند به کار.

دوره دوم، مبتنی بر رقابت بود که رقابت بین دیجیتالی و سنتی بود.

دوره سوم، اقتصاد دیجیتالی، میتوان گفت دیگه کسب و کار های سنتی حتی از فناوری و
اطلاعات در کسب و کار خود استفاده میکند.

چرایی استفاده از کسب و کار دیجیتالی

هزینه های شخصی سازی در حوزه های دیجیتالی خیلی پایین تر، به دلیل سیستم های توصیه گرا و غیره هر کسی داشبردش با دیگری متفاوته. (با استفاده از دیتا یکی که از کاربران بدست آورده است، مانند تعداد رزرو ها، تردد ها، تراکنش ها و غیره)

- ایجاد اجتماعات آنلاین
- فروشگاه های آنلاین
- تبلیغات اینترنتی دیوار
- ارائه خدمات و تولید محتوا الکترونیکی که داخل همون تبلیغ هم میکنن
- تدریس مجازی و برگزاری وبینار
- تولید اپلیکیشن های موبایل
- شبکه های واسطه گری فناوری
- سرمایه گذاری ها و تامین سرمایه گذاری که تو استارت آپ ها وجود داره
- خدمات ابری

مدل های کسب و کار الکترونیکی

- کارمزد های میزبانی (هوستینگ سایت ها)
- فروش فضای میزبانی وب
- کارمزد های مراجعه (کلیک بیس)
- حق اشتراک (فیلیمو)
- کارمزد های حق امتیاز
- کارمزد به ازادی هر دسترسی (لیست کسب و کار هایی که میخوایم مثلًا حوزه موارد غذایی رو میخوایم بهمون بده اون یه قیمتی داره)
- کارمزد های عملیاتی
- کارمزد های پرداخت خرد
- تبلیغات

- ثبت دامنه اینترنتی
- کارمزهای تراکنشی
- تامین سرمایه جمعی (انتخابات، مثلاً به کادنینک انتخاباتی 10 میلیارد دلار کمک نمی‌کنه، هر کسی یه هزینه خرد رو میپردازه که معمولاً هم یه صدقی برآش تعریف شده)
- مدل رانسام (بخشی از اطلاعات به صورت رایگانه و بعدش دیگه باید به ازای هر خواسته ما پولی پرداخته بشه)
- فروش کالاهای اینترنتی (دیجیکالا و آمازون)
- فروش داده‌های مشتریان (جمع آوری و فروش دیتابست)
- پاسخ آفلاین به مشتری
- سرویس‌های ارزش افزوده
- اجاره فضای مجازی (گوگل درایو یا آی کلاد اپل، که معمولاً مثلاً 5 گیگ رایگان میدن و برای بیشترش پول باید پرداخت کنیم)
- راه اندازی سایت اینترنتی
- راه اندازی اپلیکیشن‌های فین‌تک
- خدمات ابری

تجارت الکترونیک

فرآیند خرید، فروش یا تبادل محصولات، خدمات و اطلاعات بر بستر اینترنت را تجارت الکترونیک میگویند.

تفاوت کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیکی

تجارت الکترونیکی بخشی از کسب و کار الکترونیکی است، که به خرید فروش کالاها میپردازد.

تفاوت بازاریابی الک و تجارت الک

بازاریابی الک درون تجارت الکترونیکی است، کالایی که جدیده و هیچ توضیح و تعریفی ازش وجود نداره،

تراکنش های تجارت الکترونیکی

تو تصویر کامل گفته شده و قبل از هم می دونستم.

تراکنش های تجارت الکترونیک

	Business	Consumer	Government
Business	B2B conisint.com fax.ir	B2C dell.com digikala.com	B2G lockheedmartin.com mapnagroup.com
Consumer	C2B priceline.com ponisha.ir	C2C ebay.com esam.ir	C2G egov.com setadiran.ir
Government	G2B export.gov tak.gov.ir	G2C medicare.gov tamin.ir	G2G disasterhelp.gov tehran.ir

جلسه دهم

محیط کسب و کار

به مجموعه از افراد اشخاص، عوامل، کلیه چیز هایی که درونی یا خارجی هستند که به سازمان تاثیر می زاره محیط میگن.

ویژگی ها:

- داینامیک بودن، محیطی که تجارت تو ش فعالیت میکنه پس همیشه در حال تغییر میباشد.
- مجتمع بودن، کلیه عوامل و نیروهایی که تو یه کسب و کار وجود دارند، همگی مجتمع هستند همراه با درک متقابل کسب و کار
- عدم قطعیت، ویژگی ذاتی کسب و کاره، به دلایل مختلف، نرخ ارز و تورم و غیره. هیچ کسب و کاری نمیتونه پیشبینی کنه، اما دونستن وجود عدم قطعیت به نوع فکرمنون کمک میکنه که بدوننیم تو کسب و کار عدم قطعیت وجود داره.
- چند وجهی بودن، به دلیل عوامل، محیط های مختلف نشات میگیره
- تاثیرات دوره، بقا، سود آوری، دور از کسب و کاره که فکر میکنم به کسب و کار ما ربطی نداره، اما تاثیرش رو میزاره و جزی از محیط کسب و کار هستند.
- نسبی بودن، محیط تجارت نسبی، که از یک منطقه یا کشور به کشور دیگه میتوانه تغییر کنه.

بخش بندی محیط کسب و کاری سازمان:

محیط داخلی:

شامل، کارکنان، دارایی‌ها و تکنولوژی‌ها عواملی وجود دارد که پتانسیل تغییر عوامل بیرونی را دارد.

محیط عملیاتی

خارج از شرکت، ولی نزدیک به شرکت هم هست، ورودی‌های جدید، مشتریان، رقبا، تامین کنندگان، جایگذین‌ها، که درواقع نیروهای رقابتی (مشتریان و رقبا حضور دارند) پورتر هستند.

محیط عمومی:

شامل مسائل سیاسی، قانونی، اقتصادی، اجتماعی، تکنولوژی و زیست محیطی، تحت عنوان عوامل خارجی ما هستند.

نکته:

- ما به عنوان یک کارآفرین باید محیط را به عنوان یک المان اصلی بشناسیم. که باعث میشه تو تمامی المان‌های کسب و کارمون تاثیر بزاره، از قیمت گرفته تا مسائل دیگر. مثلا، قیمت کالا در منطقه‌ها و شهرهای مختلف، متفاوته. تامین‌کنندگان ما که زیرساخت‌های مارا تولید میکنند، نقششون تو محیط کسب و کار هست.
- وقتی ما به محیط سیاسی و اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی توجه نکنیم، ممکنه یک کسب و کاری رو ایجاد کنیم، که اصلا هیچ تقاضا و طرفداری نداره.
- قانون‌گذاری تاثیر مستقیم تو کسب و کار داره. مسائل بیمه و غیره.

PESTEL تحلیل

که از مخفف، Political Economic Social Technological Environmental Legal

یک آنالیز ساده و کاربردی برای شناخت محیط عمومی کسب و کار است. کمک میکنه که تغییراتی که در محیط خارجی در حال رخ دادن هست رو بشناسیم و براساس آن عمل کنیم. عوامل پستل، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، تکنولوژی، قانونی، زیست محیطی، همه و همه تاثیر دارند.

- مثلاً اگه تحریم کنن از موارد سیاسیه که تاثیر داره،
- اقتصادی: نرخ بهره بانکی، رشد جمعیت، بیکاری
- اجتماعی: سن جامعه، نسبت زن و مرد، اخلاق کاری، تعهد، فقر، سطح تحصیلات
- تکنولوژی: ان اف سی، فریمورک های جدید و غیره
- محیط زیست، قانون هایی که میزان، الودگی هوا، شرایط اب و هوایی،

تشخیص انواع محیط کسب و کار

محیط کسب و کار، بیشترش خارج از محدوده خود کسب و کاره، از نظر کلی، تقسیم یک محیط کسب و کار به دو جهت است:

پیچیدگی: هر چه عوامل (اقتصاد، سیاست، اجتماع، پیشرفت آی تی، قانون گذاری ها)، اطلاعات محیطی بیشتر باشه پیچیدگی بیشتر خواهد بود، به نیرو هایی اشاره میکنه که تاثیر میزاره تو کسب و کار،

غیرقابل پیش بینی بودن: یکی از مواردی که تو کسب و کار وجود داره، عدم قطعیت هست، مثلا انتظار اینو داریم که خوب فروش کنه ولی نمیکنه، یا بر عکس، که قابل پیش بینی و شناسایی ما نیستند.

انواع محیط کسب و کار از نظر پیچیدگی:

1. هر چه پیچیدگی بالاتر باشد و غیر قابل پیش بینی باشه میگیم آشفتگی
2. اگه پیچیدگی بالا باشه و قابل پیش بینی باشه میشه متغیر.
3. اگه پیچیدگی پایین و پیش بینی پایین باشه میشه آرام.
4. اگه پیچیدگی پایین باشه و پیش بینی بالا باشه میشه متلاطم.

مثال:

حوزه که میخوایم راه اندازی کنیم شناسایی کنیم که تو کدوم از اینا قرار میگیره، اولا باید ببینیم پیچیدگیش چقدر، معمولا بالاست و غیر قابل پیش بینی هم هست، پس آشفته هست، پس باید طبق یک محیط آشفته برنامه ریزی کنیم.

بعضی از کسب و کار ها پیچیدگی پایینه، و عوامل کمی تو ش فعالیت میکنن، مثلا شستشوی فرش، که کلا آرامه.

اما حمل و نقل، پیچیدگی زیادی داره، دولت، قانون، رانندگان، شرکت های حمل و نقل، فناوری اطلاعات، همه دخیل هستند، پیچیدگی بالاست ولی قابل پیش بینیه میشه متغیر.

انواع تاثیرات خارجی (محیطی) تو کسب و کار

محیط اقتصادی

1. مهم ترین مalfه کسب و کار است. تاثیر فوی و مستقیم رو کسب و کار ما دارد.
2. بخش خصوصی و دولتی
3. نرخ رشد تولید ناخالص داخلی، تولید ناخالص ملی و سرانهی درآمد.
4. نرخ پس انداز و سرمایه گذاری
5. تراز تجاری
6. تراز پرداخت ها
7. سیستم حمل و نقل و ارتباطات
8. منبع پولی در اقتصادی
9. قرض های اقتصادی

محیط اجتماعی:

1. کیفیت زندگی
2. اهمیت یا جایگاه زنان در نیروی کار
3. نرخ تولید و مرگ
4. گرایش مشتریان به ابداعات و سبک زندگی و غیره
5. نرخ تحصیلات و سواد
6. عادات مصرف
7. جمعیت
8. سنت و رسوم و عادات مردم

محیط سیاسی:

1. سیستم سیاسی کنونی
2. قانون اساسی کشور
3. پروفایل رهبران سیاسی
4. مداخله دولت در کسب و کار (مثلا کشور ما از سال های گذشته 10 سال گذشته خیلی دخالت در کسب و کار و اقتصاد داشته، (اگه دولت کمتر دخالت کنه خیلی بهتره))
5. سیاست خارجی دولت
6. ارزش ها و ایدئولوژی احزاب سیاسی

محیط قانونی:

1. قوانین و مواد قانونی
2. سیاست های قانونی مرتبط با جواز تاسیس
3. سیاست های قانونی مرتبط با دادوستد خارجی
4. هشدار های قانونی ضروری برای چاپ بروی برچسب ها.
5. حق و حقوق قرارداد ها.

محیط فناوری

1. ابداعات و اختراعات مختلف
2. بهبود های علمی (بهبود فریم ورک ها یا معرفی تکنولوژی های جدید در حوزه برنامه نویسی)
3. توسعه در بخش آی تی
4. صادرات و واردات فناوری

5. پیشرفت های فناوری در رایانه ها. (معرفی چیپ ام و ان اپل که پیشرفت قابل توجهی است)

نکته: بایستی سه ماه یک بار یک شیش ماه یکبار عوامل محیطی رو بررسی و بروزرسانی کنیم.

تمرین، یک کسب و کاری رو، از نظر پنج عامل بالا بررسی کنیم که تو ماتریس پیچیدگی کجا قرار میگیره.

جلسه یازدهم، مدل کسب و کاری

پایه و اساس و بنیان یک کسب و کار مدل کسب و کاریش که مشخص کننده ارزش ها، اقتصادی اجتماعی و فرهنگیه،

انواع مدل های کسب و کاری

- (1) **مدل تبلیغات** (تولید محتوا، تبلیغ و استیکر و غیره، در این مدل باید دو نفر راضی باشند: بازدید کنندهگان و سفارش دهندهگان تبلیغ را باید راضی کنیم)
- (2) **مدل وابسته** (شبیه تبلیغاتی، عموما در فضای وبه، بجای تبلیغات بصری و مستقیم، تبلیغات محتوایی و حاشیه ای مانند لینک هایی که درون متن هستن، یا بررسی کالا هایی که درون ویدو هستند انجام میشه)
- (3) **مدل واسطه گری** (دلایی، ایران درش وجود داره، و بدلیل مسیر ابریشم همیشه عادت داشتیم که از چین کاغذ بیاریم یا از دمشق پارچه بخریم، خریداران را به فروشندهگان وصل میکنه به انواع مختلف)
- (4) **سفارشی سازی** (بعضی از محصولات هستن که امکان سفارشی سازی رو میدن به مشتریان، اما در فناوری اطلاعات هزینه سفارشی سازی بسیار پایین است، چرا که همه چیز به صورت نرم افزاری هستند، و هر کاربری باتوجه به سیستم نوشته شده و دیتا های شما، هر کاربری اطلاعات مخصوص به خودش را در داشبرد مورد نظر خواهد داشت)
- (5) **مدل منبع یابی جمعی** (بستری رو اماده میکنیم، مثل شبکه اجتماعی، سایت و غیره، چون دیتا و محتوای خوبی در اون داریم، و افراد را در آنجا جمع میکنیم، و می تونیم افراد را برای خودمون مشغوا کنیم).
- (6) **مدل واسطه زدایی** (مانند خرید و فروش میوه های از سر مزرعه، ولی مبلغی که خریدار میخره خیلی پایین تر از فروش آیندشه، مدل عرضه و تقاضای مستقیمه، مثلا شرکت دل واسطه ها رو حذف کرد و سایتی زد که مستقیم فروش کنه*
- (7) **تقسیم بندی** (به جای فروش کل یک محصول، باید امکان این رو بزاری که به صورت بخش بندی شده فروش یابد)
- (8) **مدل اعطای امتیاز** (مدل های فرانچایزی هستند،)

(9) **مدل فریمیوم** (بخشی از محصول رایگان میدیم، و برای خدمات بیشتر پول بایستی پرداخت شود)

(10) **مدل لیزینگ** (شبیه تقسیم بندیه، چیزی که داریم میفرشیم رو قصدی داریم پولش رو دریافت میکنیم)

(11) **مدل دسترسی اندک** (با ارائه خدمات کم، مشتری های خودشون رو درگیر میکنند، مانند ایک آ، حتی مشتری خدمات اضافه هم به مشتریانش میده)

(12) **مدل بازار فروش کالا** (بازار های مجازی، که مردم بتوانن کالا هاشونو بفرشون توشن)

(13) **مدل پرداخت به اندازه مصرف** (مثل اینترنت، هر چقدر مصرف کنی پول میدید) software as service

(14) **مدل تیغ ریش تراش** (دسته تیغ رو رایگان داد، ولی چیزی که استفاده میشه رو فروشی کرد، توسط ژیلت معرفی شد)

(15) **مدل تیغ ریش تراش برعکس**، (دقیقا برعکس ریش تراش، محصول کلی رو میخری، اما برای هر قسمت کوچیکش پول میدی، مثل ای تونز)

(16) **مزایده معکوس**، (مشتریان، قیمت پایین تر ارائه میدن، مثل طرب)

(17) **مدل ثبت نام** (یکسری از امکانات بایستی شما در آن ثبت نام داشته باشید که بتوانید از اون خدمات استفاده کنید)

تامین مالی:

یکی از مهم ترین موارد در کسب و کار هستش، به فرآیند تامین سرمایه برای توسعه و تجهیز یک کسب و کار گفته می شود، تامین مالی هستش که باعث حرکت کسب و کار ما می شود. مثلا باید دقت کنیم با توجه به ارزش کنونی پول کشور اینکه چه زمانی به پول نیاز داریم که کمتری میزان ضرر رو در ارزش پول کشور داشته باشیم.

حالت ها، تامین مالی شرکت و استارت‌آپی

تامین مالی شرکتی

- (1) سرمایه‌گذاری خودگردان (پس انداز خودت رو استفاده میکنیم)
- (2) دوستان و خانواده
- (3) سرمایه‌گذاری دولتی (از دولت میتوانیم کمک بگیرم، توافق نامه‌ها، صندوق کارآفرینی امید، وام‌ها)
- (4) سرمایه‌گذاران فرشته‌ای (سرمایه‌گذارانی هستن، که ریسکشون زیاده و علاقه مند هستن که سرمایه‌گذاری کنن)
- (5) شتاب دهنده (مدلی از کسب و کار خطر پذیر)
- (6) پر ریسک (معمولًا در شروع کار کسب و کار‌ها هستش)
- (7) موسسات مالی و بانکی
- (8) تامین منابع مالی از طریق مراکز رشد و انکوباتور‌ها
- (9) مشتری عمده متعهد شیم (انقدر شیفته میشه، کهذا اوتا میتونم استفاده کنیم)
- (10) تامین مالی جمیعی

تامین مالی جمیعی به چه صورت است؟

پول‌های خرد خرد از مردم جمع میکنند، معولاً از سایت‌ها و فروم‌ها و شبکه‌ها اجتماعی صورت میگیره، و یک صدقی دارد، چند تا مدل دارد، مانند:

- **مدل پاداش**، که دوست داره به یه درصدی سود بسره، مثلاً به 100 میلیون برسه. که برای رسیدن به 100 میلیون باید مثلاً 500 میلیون پول بزاره.
- **قرض الحسنہ** فرد به فرد، که افراد به هم وام میدن از طریق بستر بانک،
- **عامل المنفعه**، که تامین مالی جمیعی صورت میگیره. (مانند صدوقد های دولتی)
- **مدل مشارکت در سهام**، که خرد خرد سهام میخریم، به میزانی که سهامش رو خریدیم و سود رو هم به همان مدل تقسیم میکنند.