جلسه اول : معرفي کلي و روش تدريس

**جلسه دوم، تعاريف مهم در حوزه کسب و کار**

کارآفريني به عنوان سمبل و نماد تلاش و موفقيت در امور تجاري بوده و کارآفرينا پيشگامان موفقيت هاي تجاري در جامعه هستند. در حقيقت کار آفريني محور توسعه است چه توسعه اقتصادي چه اجتماعي در حقيقت بنيان توسعه است. منشا اثر تو حوزه هاي مختلف.

**نقش کارآفريني در توسعه اقتصادي و اجتماعي:**

1. (پول هايي که در آمدزا نيستند = پول هاي سرگردان، هم باعث ايجاد تورم ميشن، (خريد و فروش هاي سرماييه اي دلار و سکه و..) يک فرصت براي کارآفرينان) **کارآفريني باعث جمع شدن پول هاي سرگردان ميشه،** دونتيجه داره: **باعث ميشه اون پول هاي سرگردان رو هدفمند کنيم،** **و هم باعث جلوگيري از گروني بشه.**
2. منجر به اشتغال تو مقياس بزرگ ميشه. (تو تمام زمينه ها چه اقصادي چه رويحي چه رواني چه اجتماعي) (کارآفريني جمعي هست تا انفرادي)
3. باعث اجراي عدالت و توازن ميشه. (کار افريني نا خود آگاه توسعه منطقه اي ايجاد مي­کنه، عسلويه، باعث رونق کار و توسعه منطقه اي شده بدليل کاآفريني ها)
4. جاهايي که کارآفريني بالايي داره تمرکز اقتصادي بيشتري داره، يعني همش تو يه جا اقتصاد وجود داره) باعث پخش شدن سرمايه (از طريق پول هاي سرگردان) در مناطق مختلف ميشه)
5. توزيع ثروت بين افراد جامعه، شهر ها و روستا ها و بين تمام ارکان جامعه. قدرت سياسي هم متعادل ميشه، مثلا تهران قدرت بيشتري داره چون همه چيز تو تهرانه، پس وقتي بشه قطعا قدرت بين شهر ها تقسيم ميشه)
6. مهاجرت سرمايه: سرمايه هاي سرگردان و مهاجر مثلا سرمايه هايي که در کشور ترکيه ميشه، (پس جلوگيري ميشه)
7. گسترش تجارت خارجی، صادرات هم گسترش پیدا می­کنه. مثال فريلنسر ها
8. سود اجتماعي، (احداث جاده ها و پل ها بخاطر دريافت ماليت چون ماليات گرفته ميشه ديگه) (کاهش امنيتي و تخلف ها)
9. هر منبعي تموم ميشه ولي کارآفريني تمامي نداره.

**سيرتاريخي تحول کارآفريني**

دوره اول:

تعاريفي از کارآفريني بوجود آمد و معمولا به کسي گفته ميشد که پروژه اي بزرگ دستشه مثلا کارخونه اي داره يا چيزي

دوره دوم:

با شروع انقلاب صنعتي اصلي و مفهوم ريسک اضافه شد به حوزه کاآفريني.

دوره سوم:

قبل از جنگ جعاني اول، شکل سنتي عوض شد و رفت به تامين سرمايه و فناوري هاي جديد مثل فناوري هاي نظامي صنعتي تکنولوژي مثل اديسون که فناوري جديد ايجاد کردن.

دوره چهارم:

دوره اي که مفاهيم نوآوري و خلاقيت اضافه شد (ايده اي نو)، مثل کفش ملي که صنايع جديدي رو اضافه کردن.

دوره پنجم:

کارآفريني شناخته شد، درس دانشگاهيش اضافه شد منابع پيشرفت کرد مثل بيل گيتس، ايلان ماسک.

**کارآفريني:**

از ديدگاه علوم رفتاري: مديريت عمومي سازمندهي، نوآوري و خلاقيت.

از نظر علوم مديريتي: مديريت کسب و کار، بستر خلاقيت. ايده ها، افزايش ارزش ها.

تعريف کلي: به معناي تعهد است که از قرن 16 مطرح شده و تو همه حوزه ها تاثير داره.

ژوزف شومپيتر:

از نظر ايشون کارآفريني يعني تخريب خلاق . نگاه به ايده

ارائه پروداکتي جديد،

روش جديد تو فرايند توليدي مثلا ديجيکالا يه روش جديد رو شروع کرد.

گشايش بازارهاي جديد يه خدمت قديمي در يک صنف جديد وارد بشه مثلا it تو حسابداري شناخته شده بوده ولي تو صنعت مثلا چوب جديده.

يافتن منابع جديد (مشتريان جديد)

کرزنر:

نگاه به فرصت

بدست اوردن سود.

بازار ها رو همسان بکنيم، يعني ايجاد واسطه کنيم. (تحريم)

مالکيت روي کارآفريني از تعريف کارآفريني جداست مثل خريد کارآفريني چون کاري نکرده.

**تعريف واحد کارآفريني**

کارآفرين کسي است که يک کسب و کار را راه مي­اندازد.

1. رو سرمايه ريسک ميکنه (دانش، مادي وغيره)
2. کار هاي مربوط به خودشو خودش انجام ميده، نيرويي نداره و شخصا کار ميکن)
3. تصميم گيرنده نداره خودش مدير خودشه.
4. مجبوره براي ادامه فعاليتش، مشترياشو خودش انتخاب بکنه.
5. مجبوره تو يه زمان چندين کار بکنه، مديريت کنه ، امور بانکي و غيره رو خودش انجام بده

**مهمترين ويژگي هاي افراد کارآفرين:**

1. استقلال طلبي ميل به مستقل بودن، standalone.
2. مسئوليت پذيري، چون خودش باعث و باني کسب وکار خودش بوده پس مسئوليت پذيره.
3. کارآفريني ريسک پذيره چون يه کار جديده
4. اعتماد به نفس براي هر کاري لازمه. نگرش مثبت، به زندگي، کار، سرزمينش، افرادش
5. تلاش و پشتکار،
6. آينده نگري، بايد آينده رو ببينه و بر اساس برنامه ريزي آينده رو بسازه، در غير اين صورت تايه جايي پيش ميره و بعد از اون قطع ميشه.
7. مهارت در سازماندهي.
8. **ارزش هايي که بيش از پول در کارآفريني وجود داره.** بيشتر به آينده و پيشرفت جامعش يا کمک به اجتماع و اقتصاد يا شهرش.
9. انگيزه دروني بالا. خودش احساس رضايت بکنه يا برعکسش.
10. تعهد بالا به کسب و کار، مشترياش و غيره.
11. **صبور بودن ملاک و کليد اصلي کارآفريني است.** همه چيز زمان بره از معروف شدن و جا افتادن تا آخرش.
12. انعطاف پذيري تو حوزه هاي مختلف،
13. **تحمل ابهام**، (محيط، خدمت مشتري و غيره) نبايد ناراحت بشيم از اينکه مثلا پيشبيني ما غلط در بياد، يا اينکه کرونا بياد ناراحت بشيم و دست از کار بکشيم برعکس بايد کسب و کار خودمون رو حفظ و پيشرفت بديم.

**جلسه سوم، کارآفريني و کارآفرين**

تعاريف

1. **شغل** (مجموعه اي از وظايف و فعاليت است که براي انجام ان بايد يه سري توانايي ها مهارت ها داشته باشه مانند نگرش بينش آگاهي مهارت. شغل عنوانه موجب پول نميشه، مثل استاد دانشگاه)
2. **کار** (کار ايجاد کردن حسن است، نه ايجاد کردن شغل، فعاليت دائمي و پيوسته است که منجر به نتيجه ميشود يا توليده يا خدمته يا بازرگاني است که موجب پول در آوردن است، کار پول ايجاد ميکنه نه شغل (کاري که براي شغل انجام مي­شود)\*)
3. **حرفه** (يکسري کار هايي که بايد يک فرد در يک مدت طولاني (کل عمر) آنرا انجام دهد، و در اون متخصص ميشود)
4. **استخدام** (نوعي از زندگي شغلي است که براساس يک توافق يا قرار داد يا بر اساس توانايي ها و حرفه، وقتش را با يک عدد مشخص در اختيار يک جا قرار ميگيريم)
5. **تجارت** (هر گونه مراوده و مبادله اقتصادي، کالا، خدمات و غيره که حاصلش درآمده)
6. **کسب و کار** (خدمات و کالا ها هستند که افراد جامعه به آن نياز دارند، سازمان يا بنگاه يا هر چيزي رو ايجاد ميکنه تا نياز هاي مردم رو برآورده کند)
7. **خلاقيت** (بکار گيري کامل توانايي ذهني است که يک راه حل يا مفهومي نو را ايجاد ميکند)
8. **خلاق** (به کسي گفته مي­شود که توانايي مدل خلاقيت را دارد را خلاق گويند)
9. **مخترع** (آفريدن چيز جديد براي حل يک مشکل)
10. **نوآور** (ترکيبي است که ميتواند مخترع باشد تاجر باشد مدير باشد، چيزي که اختراع شده و خلاقيتش رو بکار ميگيره و **تجاري سازي** آن را انجام مي­دهد. کسي که شبيه همه نيست متفاوته)
11. **مدير** (مدير بايد ناظر باشه يک گردش رو نگاه کنه و بتونه اونو گسترشش بده)
12. **فرشتگان کسب و کار** (کسايي که قبلا کارآفريني کردند و با اون پول ميان تو اون استارتاپ ها سرمايه گذاري ميکنند بطوري که ريسک هاي بالاتري ميکنند چون يک بار اين کار رو کردن و دوست دارن به افرادي مثل خودشون کمک کنند)
13. **سرمايه** **گذار** (کسايي که ريسک پذيري کمتري نسبت به فرشتگان کسب و کار دارند و فقط و فقط به سود سرمايه گذاريي که قرار است در آن استارت اپ کنند فکر ميکنند)

**افسانه هاي کارآفريني**

کلي داستن و قهرمان هاي کارآفريني هستند شجاع هستند، زحمت کشديدن و بعدا به سود رسيدن

1. **کارآفرينان عمل کننده هستند نه متفکر** (فکر نميکنن خيلي خوب کار ميکنن) درست است که عملگرا هستند اما متفکر هم هستند مگه ميشه يک کارآفرين بدون فکر کاري کنه پس کارآفرين نميشه در عين حال متفکر دائم هستند)
2. **کارآفرينان کارآفرين زاده هستند** (غلط است که الزماي وجود ندارد حتي کسايي که تاحالا کارآفرين نبوده ميتونه کارآفرين بشه)
3. **کارآفرين ها همواره مخترع هستند** (کاملا غلطه، هيچ الزامي نداره ، (ترکیب) از ابزار ها استفاده بهينه ميکنه که شده کارآفرين)
4. **کارآفرينان با تحصيلات آکادميک جور نيستند**( خيلي از کارآفرينان هستند که تحصيلات خيلي بالايي دارند، استثنا هم در نظر داشته باشيم)
5. **کار آفرينان بايد ويژگي هاي شخصي خاص داشته باشند** ( ما نميتونيم بگيم که يک کارآفرين يک ويژگي خاصي داره، يا مثلا سلول هاي مغزش بزرگ تره ! يا مثلا هيچ وقت خسته نميشن، بلکه يکسري توانايي هاي دوطرفه دارد، مثلا صبوره، تحملش رو ميبره بالا)
6. **همه نياز کارآفرينان پول است،** (فقط به پول فکر نميکنن به جامعشون اصلا فکر ميکنن که يه کسب و کاري رو ايجاد کنن يا يک مشکلي رو رفع کنن)
7. **همه نياز کارآفرينان شانسه،** (اگه شانس نداشته باشه نميتونه کارآفرين باشه ولي در کل غلطه، مثلا ديجيکالا يک شانس و فرصت بود که به رشدش کمک کرد ولي الزما نياز تمام کارآفرينان شانس نيست! يگي از ابزار هاشه که بهش کمک میکنه)
8. **کار آفريني يعني بي نظمي** (کارآفريني که ساختار بي نظم داشته باشه نميتونه کارآفرين بشه، )
9. **بيشتر ابتکارات کارآفريني با شکست مواجه ميشود** (مثلا ميگن که اگه 10 ايده داشته باشيد 1 دونه ميگیره، اين عدد خيلي بالاتره مثلا اگه 10 کسب و کار ايجاد شود 5 تا موفق ميشه يا شايدم بيشتر يا موفق يا همه باهم شکست ميخورن)
10. **کارآفرينان ريسک هاي خيلي بزرگي ميکنن** (در اصل اينطور نيست اتفاقا کارآفرينان بايد در ابتداي کارشون بسيار مهتات و مراقب باشند نبايد اصلا بي مهابا عمل کنه)

**تعريف انگيزه:**

انگيزه يک هدفي که آدم رو تحريک و هيجاني ميکنه که يک کاري رو انجام بده (طيف وسيعي از جنبه هاي زيستي هيجاني اجتماعي و شناختي را شامل ميشه که رفتار ما رو شکل ميده)

**سه جز اصلي انگيزه**

* اقدام کردن
* پشتکار
* توان

**نظريه هاي انگيزه:**

**نظريه غريزه**، يکسري رفتار ها و هدف هاي ما غريزه اي انجام ميشه مثل غذا خوردن يا ازدواج کردن.

**نظريه محرک ها و نياز ها،** يه وقتي نياز موجب انگيزه ميشه، وقتي نياز داري به پول براي خريد يک کاري خيلي انگيزه ميده تا اينکه دوست داشته باشيم تا يه کاري رو انجام بديم.

**نظريه برانگيختگي:** لجب بازي با يکي ميشه انگيزه.

**هوش اجتماعي:**

تبحر در ايجاد ارتباط.

هوش اجتماعي، يک اصطلاح بزرگ هست مثل مهارت خلاقيت،

هوش اجتماعي کاملا اکتسابيه، و محيط روي آن تاثير گذاره هر چيزي که زيرساخت فکر انسان رو ساخته، مهارت ها تجربه ها کارها باعث بالا رفتن هوش اجتماعي ميشود

**پنج حوزه اساسي هوش اجتماعي**

* شناخت هيجانات و احساسات : **خودآگاهي**
* مديريت هيجان ها و احساسات خود، **خودمديريتي.**
* **خود انگيزشي**
* تشخيص و درک هيجان ها و احساسات ديگران: **ديگر آگاهي**
* مديريت رابطه به ديگران: **ديگر مديريتي**

يکي از ضعف هاي هوش اجتماعي خجالتي بودن.

**مدل کسب و کار**، چطوري در آمدن درامد و سودش صحبت ميکنه، 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 حدثیات 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 پايين تر گفتم)** تغيير مدل کسب و کار سخت تر است

**جلسه چهارم، انواع کارآفريني**

**عناصر يک مدل کسب و کار بر اسياس مدل الکساندر استروالدر**

1. **شرکای کلیدی** (کار تيمي تو ايران نيست و باعث ضرر ميشه، بخش ها، رقبا (بجاي رقابت بدنبال تخريب هستيم بجاي اين، بايد صحبت ميکرديم تا به نتيجه برسيم، سرمايه گذاري (تو کسب و کار ميتونيم مشتريانمون (مشتريان بزرنگ را به عنوان سرمايه گذار مشخص کنيم) کسي که اين راه ها رو رفته به عنوان شريک کليدي به بخشمون اضافه کنيم که بتونيم به بازار اون شريکت کليدي وارد بشيم)
2. **مشتریان** (اصلی ترین موارد است که به قصد مشتری ما مشکلات مشتری را بخاطر کسب وکاری 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، بازنشستگان (انبوه است) بازار های گوشه ای بازار های خاص، (سفارشی 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 نمونشه که میتونه افراد مختلفی ارائه گردد)
3. **ارزش پیشنهادی** (کسب و کار هایی که به مشکل میخورند بیشتر ارزش پیشنهادی مناسبی نداشتن، 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 نرم­افزار آپ، انواع ارزش ها، **جدید بودن و تازگی**، **عملکرد**، **سفارشی سازی**، **برندینگ**، **قیمت** (بلیط هواپیمای مختلف با برند های مختلف که حس خوبی داری) کاهش ریسک، راحتی، کاهش هزینه)
4. **فعالیت های اصلی**­ **(**مهمترين کارهايي که بايد انجام بديم، روي کدوم بايد چقدر وقت بگذاريم، ماتريس ايزن هاور، چه کارهايي مهم (مهم و خيلي مهم، فوري) و چه کاريي مهم نيستند، کارهايي را بنويسيم که براي ما اصله، که اگه بهشون ارزش نديم ممکنه کسب و کارمون رو از بين ببره، مثلا در نرم افزار، اپمون مهمه ولي سرويس پرسنل نه مهم نيست (سرويس ناهار و اينا) ولي اصل خدمات اوت سورس نيست، براي اينکه ارزش پينشهادي ايجاد کنيم به چه فعاليت هايي نياز داريم، براي ارتباط با مشتري بايد چي؟ براي جريان هاي درآمديمون به چه فعاليت هايي نياز داريم، مدل هاي مختلفي داره،**)**
5. **منابع اصلی** (مهمترين دارايي ها حتي ارتباطات حتي افراد، مثلا در نرم­افزارها، سورس کد يا اون کسي که سفارش داده منابع اصلي ما هست، چند سوال، اصلا براي ارزش هايي که ايجاد ميکنيم به چه منابعي نياز داريم، مثلا نياز داريم يکسري زير ساخت ها را ايجاد بکينم، مثلا ببينيم که چه منابعي نياز داريم براي استفاده، براي ارتباط با مشتري به چه منباعي نياز داريم، (تلوزيون) براي جريان هاي درآمديمون به چه منابعي نياز داريم مثل منابع پولي و بانکي)
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 آتوماتیک هستش، )
7. **کانال توزیع** (یک کسب و کار ارزش پیشنهادیش 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، کدوم به صرفه تره که اونو انتخاب کنیم!!!،)
8. **جریان درآمدی** (مهم ترین آیتم مدل کسب و کاره که نتیجه کار در این قسمت دیده میشه، انواع و مدل های مختلفی وجود دارد، سوال ها، کدوم یکی از ارزش های پیشنهادی که بیان کردیم میتوانیم بابت آنها پول بگیریم؟ همين الان در حال حاضر براي مدل مشابهش مشتريان چرا پول ميدن اصلا به چي پول ميدن؟ ميتونيم ببينيم که جذابيت محصول چقفدره، و قيمت پايين تر با کيفيت بالاتر ارائه بديم، چطوري مشتري راحت تره که پول پرداخت کنه انلاين حضوري؟ اگر چند تا جريان درآمدي داريم بدونيم هر کدوم چنددرصده که بتونيم مشخص کنيم تمرکزمون رو کدوم بزاريم، مثلا يکي 60 درصد سودي ميده از يه طرف 10 درصديه پس بايد تمرکزمون رو اون 60 درصديه باشه، مدل حق استفاده اي، مدل حق عضويت (باشگاه ها مثلا)، مدل هاي حق امتيازي مثل کي اف سي و غيره، مدل اجاره دادن، مدل تبليغات، بحث قيمت گذاري)
9. **ساختار هزینه ها** (مثل جريان هاي درآمدي خيلي مهم است، مثلا بدونيم کجا هزينه بيشتر صرف کنيم کجا کمتر مديريت هزينه کنيم، ارزون يا گرون بودن فعاليت هاي کسب و کارمون که ممکنه برامون خيلي کم ارزش ايجاد بکنه، من رو اونايي هزينه ميکنم که برام ارزش زيادي داشته باشه)

**طرح کسب و کار:**

چيزي فرا تر از مدل کسب و کار است، سندي است که مشخص ميکند چگونه پول در بياريم کلا جزئيات کسب و کار را مشخص ميکند، حتي سابقه و تاريخچه کسب و کار و حوزه هاي اون و حتي پيشبيني ميکنه که چه اتفاقي ميوفته، فرق ديگه، طرح کسب و کار ميتونه جزئياتش همش تغيير بکنه در حالي که مدل کسب و کار ميتونه تقريبا کامل ثابت بماند،

خيليا کارشون طرح کسب و کار نوشتن که ميدن به کسب و کار که برن وام بگيرن

1. **چکيده برنامه اجرايي** (شرحي از کسب و کار به صورت خلاصه که سرمايه گذار بتونه خيلي مشخص و کوتاه و خلاصه متوجه بشه (خلاصه اي که کامل باشد، از نمودار ها و مورد ها استفاده کنيم))
2. شرح شرکت (شرکت داره چيکار ميکنه، آينده چيه وغيره)
3. **محصولات و خدمات** (اصلا قرار است که چه محصولاتي ارائه بديم، چه مشابهي در اون منطقه وجود دارد، همکارن کيان، شکست و و پيروزي ها چي بودن)
4. **برنامه بازاريابي** (براي فروش بيشتر به چه چيزي حساب باز کرديم، رو برندمون، رو محصولات و خدماتي که ارائه ميکنيم؟) **طرح بازاريابي يک صفحه اي**
5. برنامه عملياتي (براي اجرامنون بايد چيکار کنيم، قطعات چي بخريم، خط توليد نياز داريم، هر جي که در برنامه اجرايي مشخص شده\*)
6. **مديريت و سازمان** (چه اسکيل و مهارت هايي سازمان بايد داشته باشه، هرچي که نياز هست و نيست را بايد مشخص کنيم)
7. **برنامه** **مالي** (براي کسبو کار مون چقدر بايد هزنيه کنيم درآمدهامون چطوري ميشه، اصلا برنامه آينده ماليمون چطوريه، در يک تا 5 سال آينده بايد در اين برنامه در نظر داشته باشيم)
8. **پيوست ها** (پيوست هاي پرونده اي يا قبوض و غيره، کمدي از مستنداتي است که ما مشخص کرديم، مثلا وام هايي که کارمندانمون داديم و غيره)

تعريف ها:

**Small Medium Enterprise**

SMEها زياد قديمي نيستن 15 تا 20 سال، که قديم ميگفتن که سازمان هاي بزرگ خوبه، بعد از قرن 21 و سال هاي اخير ميگن که کسب و کار هاي که کوچک هستند اما درآمد بالايي دارند، براي داشتن درآمد بالا اصلا نيازي به داشتن کسب و کار بزرگي نيست. مزايا، ارزش افزوده ها، انعطاف پذيري هايي که دارند، يک سازمان کوچک براي تغييرات بسيار پويا تر است. خيلي به سمت بزرگي نميرن، يک نگاه ديگه اي هستن واحد هاي کوچک، SBU پيشنهادي براي کسب و کارهاي خيلي بزرگ، تو که خيلي انعطاف پذيري نيستي نوآوري نداري، بيا از SBU استفاده کن که واحد هاتو مستقل کن و در آمد هزينه هاشونو جدا ببين، مثلا واحد اي تي، جداست که با ازاي خدماتي که ارائه ميده فقط در آن بخش پول ميگيره)

**IDEها**

Innovation Driven Enterpereneurship

بر پايه نوآوري و خلاقيت هستن، که اين کسب و کار ها معمولا ريسکشون بالاست چون توشون نوآوري و اينا وجود دارد، به نسبت SME ها و کسب وکار هاي ديگه، که برپايه نوآوري هم کار ميکنن، تو اين مدل ها تفاوت ها، شغل هاش فرق ميکنه، **SME** ها شغل تو محلي خودشون هستنش ولي اي دي اي ها ميتونن جهاني باشن، ماليکيت هاشون ميتونه متفاوت باشه، اس ام اي خانوده اي هستند ولي ايدي ها سهام دارن مختلفي دارند، اي دي اي ها در ابتداي کار خيلي هزينه دارند اما در آينده در آمد بالايي دارند در حالي که اس ام اي ها ميتونن از روز اول کارشون با درآمد شروع شود، يک تفاوت، نگاه دولت هاست که به هر کدوم يه نظري و نگاهي دارند، مثلا تو ايران دانش بنيان ها را اي دي اي ميبينن، که اي دي اي و اس ام

­

**کارآفريني زنان:**

کشاورزي دام پروري و صنايع دستي،

در 5 شيش سال اخير باتوجه به استات تاپ ها و iT کسب و کار هاي زيادي توسط خانم ها اينجاد شده، در دنيا هم از سال 80 90 خيلي رشد پيدا کرد که زنان در عرصه کارآفريني حضور يافتند. الان چيزي حدود سي تا چهل درصد کسب و کار ها توسط خانم ها ايجاد شده مخصوص در اي تي.

خانواده و کارآفريني:

بيس اصلي کسب و کار در جامعه است، انتقال ايده هاي کسب وکار هميشه از طرف مردان بوده، خانم ها جلوه هاي جديدي از کسب و کار و خلاقيت و نو آوري ايحاد کرده بطوري که تغيير نگرش بوده. **که در شکل گيري ويژگي هاي کارآفريني ، ميتواند نقش مهم و حياتي ايفا کند.** تغييري که در نقش خانم ها در جامعه ايجاد شده که فرقي دختر و پسر با هم نداشته باشند.

**اهميت کارآفريني از نظر ايجاد اشتغال براي زنان:**

موفيت زنان کارآفرين تو جامعه تنها اقتصادي نيست بلکه فرهنگي و اجتماعاي است بطوري که حضورشون رو به صورت گسترده تر نشان ميدهد، اخبار و مجلات از زنان کارآفريني در همه جا مياد.توليد ثروت توسعه تکنولوژي از دلايل آن است. از سال 80 به بعد با توجه به بحران بيکاري تو ايران و افزايش تحريم ها و افزايش قيمت هاي فياتي، باعث شد که نسبت به کارآفريني توجه زيادي بشه بطوري که صندوق کارآفريني در ايران بوجود آمد و رشد کسب و کار و کارآفريني ديده ميشد. بحث کارآفريني زنان، کسب و کار هاي خانگي بيشتر بود، غذا هاي خانگي، شيريني، غلاب بافي و گليم بافي، اما بعد از سال 1380 نوع اين کار ها تغيير کرد به لطف تکنولوژي. بطوري که کسب کار هاي خودشان را بر پايه فناوري ايجاد کردند.

**ويژگي هاي که بانوي کارآفرين بايد داشته باشد.**

1. داشتن چشم انداز، تفاوتي نبيد نسبت به خودش و مردان بدونه
2. مصمم بودن (از پيشنهاد هاي شغلي که بهش ميشه چشم پوشي کنه که از کسب و کار و کارآفريني که راه انداخته دور نشه)
3. تمرکز (در تمام لحاظات بايد تمرکز داشته باشد، نقش مادر بودن همسر بودن خانوده و غيره، بايد تمرکزش رو روي کسب و کار وکار آفرينيش باشه، آقيون راحت ترن چون بيشتر نقش نان اوري رو دارند، چون موفق اند چون تمرکز بيشتري ميتونن رو کسب و کارشون بزارن)
4. انگيز (نياز به خودشکوفايي رو زنان بسيار زياد دارند چون بهشون تا به قبل ديده نشده بودن)
5. وقف و از خودگذشتي (يک کار آفرين بايد ايثار داشته باشد، با توجه به تمام نقش هاش بايد مشکلات و موانغ رو شناسايي کنه و از خود بايد ايثار و خودگذشتگي بيشتري انجام بدند.)

راه اندازي کسب و کار توسط خانم، زنان تو توسعه نقش مستقيمي دارند، امروزه با توجه به کارآفريني ميتونن استقلال بيشتري داشته باشند و بحث کمک به خانواده هم داشته باشند، که از نظر اقتصادي هم از نظر فرهنگي اجتماعي تاثير داره.

**نقش زنان در توسعه:**

1. توجه به جامعه هدف، هم نقش هاي خودشو داره هم حوزه در آمدي و کسب و کار رو داره جلو ميبره.
2. فرصت ها و ايده هاي خاصي هم به ذهنش ميرسه، چون با توجه به نقش هاشون نگاه هاشون منعطفه، روي فرصت ها و ايده ها به شکلي ديگري نسبت به مردان نگاه ميکنن
3. آموزشي که بتونيم براي خانم ها ايجاد کنيم که بتون در اون نقش ايفا کنن
4. کانون هايي که به تقويت و ارائه خدمات مالي به خانم ها کمک ميکند،
5. اموزشش افراد در موسسه هاي دولتي بانک که بتونن رشد بيشتري داشته باشند. (چرا که خانم ها خيلي نياز به کمک هاي اقتصادي دارند.)

**عوامل موفقيت زنان در کارآفريني:**

1. مهارت هاي ارتباطي (احساسات خودشون رو خيلي بهتر از مردان ميتونن ارائه بدن)
2. مهارت هاي مردمي (فکر و تقاضا هاي افراد را ميتونن بهتر از چهره افراد کشف بکنن که بهتر بتونن فرصت ها و ايده هايي که تو جامعه است رو بهتر ببينن)
3. مهارت هاي به کارگيري تفکر شبکه (خود محوري نيستند)
4. مهارت برقراري توافق (چون بهتر ميتونن به توافق برسند، توافق هم يکي از راه هاي توسعه کسب و کاره)
5. توانايي در ايجاد و گسترش رواطي دوستانه (عدم پاسخ تند به مشتري و حقظ ارتباط بهتر با مشتري در زنان بهتر است)

**ويژگي رهبران زن موفق:**

1. **زيرکي** (چون زنان به محض اينکه متوجه يک مشکل ميشن تمام مسائل رو شروع به بررسي ميکنن تا به راه حل مناسب برسند و ايده ها و خلاقيت خود را در اين زمينه به کار ميگيرند، ايده سريع تري را پيدا ميکنن و سريع ميتونن تجاريش کنن، اماکن انجام چند کار به صورت هم زمان، نسب به مردان قوي تره، که ب رهبري در کسب و کار خيلي کمک ميکند)
2. **شهود** **و** **ادراک** (يک ويژگي خيلي خوب که نيازه تو توسعه کسب و کار، ويزگي اصلي خانم ها، جايگاه بالاتري در رهبري داشته باشه، بهتر ببينه بهتر درک کنه، مردان تمرکز کمتري نسبت زنان دارند، استثنا هم داره ولي زنان در اين زمينه بهرتن)
3. **شور** **و** **اشتياق** (قلب يک کسب و کار در رهبر کسب و کار است، ممکن است که تيم اين شور رو ايجاد بکنه اما رهبر داشته باشه خيلي بهتره، که گروه رو بيشتر به حرکت دربياره، در زنان بيشتر از نظر احساسي ولي مردان بيشتر از نظر مالي انگيزه ايحاد ميکنن.)
4. **انعطاف** **پذيري** (رشد کسب و کار تو اين زمينه بيشتره، انعطاف پذيري بيشتري نسبت به مردان در توافقات و مذاکرات دارند، رفتارشون صلح طلبانست که به رشد کسب و کار کمک بسيار زيايد ميکنه)
5. **ذهنيت** (ته کسب و کار دنبال پول هستن همه، اما تاثير فعاليت هاشون رو بيشتر از اين ميبينن که بتونن زنان خودشون رو ثابت بکنن، به همين دليل باعث ميشه تو حوزه کارآفريني موفقيت بيشتري داشته باشند)

**نرخ کارآفريني زنان:**

**موسسه** **جم**، کار آفريني و کسب و کار ها در دنيا را دنبال و بررسي ميکنه، **بررسي هاي کارآفريني**، **پيشرفت** و **پسرفت** تمام اتفاقاتي که براي کسب و کار ها و کارآفرينان ايران ميوفته تو جم ثبت ميشه، نرخ پايين بودن کارآفريني زن در جم ثبت شده ولي امروزه با توجه به **پيشرفت** **فناوري** اين نرخ داره افزايش پيدا ميکنه. شناسايي چالش ها و مشکلاتي که تو هر جامعه متفاوت براي زنان است هم مورد بررسي قرار ميگيرد.

**حوزه هاي کار آفريني خانم ها:**

با توجه به بيست سال اخير که دانش و تحصيلات خانم ها افزايش پيدا کرده نسبت به مردان، خودش رشد کارآفريني رو تو خانم ها افزايش داده. هر چه تحصيلات وجود داشته باشه بيشتر کمک ميکنه کارآفرينان. قبلا کسب و کار هاي خانگي براي زنان بوده، با توجه به توسعه و رشد و پيشرفت فناوري حضور خانم ها فناوري محور بيشتر شده.

**موانع اشتغال و کارآفريني زنان در ايران:**

1. فردي (انگيزه و توانايي هاي شخصي بر ميگرده، اعتماد به نفس پايين تر، که آقايون مقصر هستند)
2. اجتماعي (ديدگاه ها و هنجار هايي که تو کشور وجود داره که مانع کسب و کار خانم ها ميشه)
3. فرهنگي (فرهنگ تو هر جامعه تاثير داره، مردسالاري و اختراعي تو ايران وجود داشته از قديم که باعث شده که زنان نتوانن کسب و کار و کارآفريني کنن، از همان بچگي گفتن که گريه کني دختري، پس از همون اول هم دارن مرد سالاري رو پرورش ميدن)
4. اقتصادي (خانم ها در اسيا متوسط 12 13 ساعت در هفته بيشتر از مردان کار ميکنن در حالي که درآمد پايين تري دارند، به همين خاطر ميگن که اصلا نميصرفه که با اين درآمد پايين پا به اين کسب و کار بزارم)
5. وضعيت حقوقي و قوانين (قوانين وضعيتي که مانع ميشه، مثل موانعي که بالاتر گفتيم،)

زنان کارآفرين:

1. نازنين دانشور
2. تبسم لطيفي
3. ثنا خالصي
4. انوشه انصاري
5. شهرزاد رفعتي

دولت ها و کارآفرين ها

1. دولت ما از هفت هشت سال پيش با صندق کارآفريني اميد يه جايگاه ويژه اي رو براي کارآفريني زنان ديده ولي ژاپن:
2. چاپ انواع راهنما و دستور عمل براي زنان کارآفرين
3. برگزاري انواع همايش ها براي زناني که خواهان خود اشتغالي هستند
4. ارائه انواع مشاوره
5. تشکيل مراکز و انجم هايي که براي گردهمايي کارآفرينان زن

**تمرين:** يکي از کارآفريني هايي که زنان ايجاد کردند، کارايي که کردند، هدفشون، و غيره خلاصه

**جلسه پنجم، فرصت ها و ايده ها**

**جلسه ششم، طرح کسب و کار و مدل کسب و کار**

جلسه هفتم تا شانزدهم: ارائه ها در حوزه کارآفريني