

آفرینش کارآفرینان رویداد یک معجزه

منیرالسادات میرجمالی
عضو هیات علمی
جهاد دانشگاهی اراک

آینده یعنی کارآفرینی! اگر کمک کنیم تا همه انرژی بالقوه آن به عمل تبدیل شود، حقیقتاً می‌تواند همه مشکلات جهان را رفع کند. کارآفرینی و کارآفرینان راهی برای نجات از هرج و مرج و مشکلات اقتصاد جهان هستند و توسعه دادن روح کارآفرینی در کالبد کارآفرینان برجسته، به راستی می‌تواند در یک دوره زمانی بسیار کوتاه باعث بروز معجزه اقتصادی گردد. در این مقاله کارآفرینی از جنبه های گوناگون مالی، تفکری، نوع و اندازه کسب و کار و ... مورد بررسی قرار گرفته است.

اکنون عصر کارآفرینی است

ما در عصری زندگی می‌کنیم که برای مردمی از تمام سنین، اندازه ها، نژادها، ثروت و علایق شخصی یک موقعیت استثنایی وجود دارد. اگر آنها واقعا بخواهند تنها محدودیت های اندکی وجود دارد تا راهشان را به سوی موفقیت استثنایی در زندگی بیابند.

کارآفرینی به خواست، اشتیاق، هیجان، عشق، روشنایی و «باور» اجازه می‌دهد تا با گسترش کسب و کار، تحت تاثیر قرار دادن دیگران با تصمیم گیری های درست و مغزهای قدرتمند و شگفت آوری که هر کدام از ما دارا هستیم، به حقیقت پیوندند.

اگر ایده ای در ذهن خود دارید که مشکلی را حل می‌کند، احتیاجی را برآورده می‌سازد و یا جایگاه ویژه ای دارد که می‌توانید شناسایی کنید و به سمت آن حرکت کنید، ممکن است یک شانس واقعی برای عمل کردن به آن وجود داشته باشد و این در حالی است که وضعیت اقتصاد جهان می‌تواند در اوج خود یا در نقطه سقوط باشد.

برای خلق دنیایی کارآفرین و شگفت انگیز، چندین نکته مهم وجود دارد. هیچ گاه نگران مشکلات و زمان های بد نباشید؛ در ۲۴ ساعت روز مانند یک کارآفرین فکر کنید، فراموش نکنید که حتی بزرگترین شرکت ها باید برای بقای خود به صورت کارآفرینی فکر کنند؛ منفی گرا نباشید؛ خودتان، کاری برای حل مشکلات انجام دهید؛ در زندگی همیشه ترقی کنید و در جستجوی دانش بیشتر باشید؛ همیشه بزرگ فکر کنید؛ رقابت و ریسک کردن را جستجو کنید؛ عمل کردن عاملی کلیدی برای موفقیت در کارآفرینی است (باید گام اول را بردارید)؛ خودتان را باور کنید.

خودارزیابی کارآفرینان

برای آموزش به کارآفرینان شما باید ذهن کارآفرینان را بیدار نگه دارید. آنها افکار سریعی دارند و به سرعت به بیراهه می‌روند و اگر نتوانید تمام توجه آنها را معطوف به خود، به عنوان معلم شان و کسی که بر آنها غلبه دارد کنید، به سرعت آنها را از دست خواهید داد.

خواهید، می توانید آنها را الگوهای نقشی بنامید که الهام بخش، انگیزه دهنده و هدایت گر شما به سمت رسیدن به پتانسیل و قدرت واقعی هستند و واقعا برای اثرگذاری بر دنیا به شما کمک می کنند. به طور خلاصه یک یا دو قهرمان فوق العاده و غیرقابل انکار را در نظر بگیرید که باعث می شوند شما شگفت زده شوید و بگویید که چرا آنها قهرمان های شما هستند و در رسیدن به موفقیت باورنکردنی آینده، چه تاثیری بر شما می گذارند؟

وفات: فرض کنید که پس از صد و بیست سال بمیرید. من می خواهم درباره وفات خود از منظر واقعی و همان طور که در ۱۲۰ سالگی تان رخ خواهد داد، چیزی بنویسید. در این جا باید «دیدگاه خود درباره آینده» و اثرگذاری بر جهان و این که چگونه در ذهن جهان باقی خواهید ماند، را بنویسید.

وفات نامه شما: اینک خلاصه ای از آن چه از زندگی خود انتظار دارید، در یک وفات نامه خیلی خلاصه و یک خطی بنویسید و حداکثر این خط باید از چهار تا هشت لغت یا کمتر تشکیل شده باشد. در این جا بنویسید که می خواهید روی سنگ قبرتان چه چیزی نوشته شود. لغات را بشمارید. لطفا در این وفات نامه، تاثیر خود بر دنیای کسب و کار، شغل و جامعه تان را به صورت خلاصه مطرح کنید. این چند واژه باید دارای عمق باشند و به خوبی شما را تشریح کنند.

واژگان کلیدی: تکلیف نهایی نهایی شما - در آخرین صفحه مقاله تان آن است که با حروف درشت یک واژه را بنویسید که به بهترین نحو شما و قدرت شما برای اثرگذاری بر جهان را تشریح می کند. بهتر است این مقاله را در حداکثر ۵ صفحه تهیه نمایید و نه بیشتر.

دانشگاه کارآفرینی

حداقل ۵۰ درصد از مواد لازم برای موفقیت در دنیای تلاش کارآفرینی شامل ایجاد یک

• میان مدت، بیست و پنج سال آتی
• بلندمدت، پنجاه تا هفتاد سال آتی
روایها: اگر می دانستید که شکست نخواهید خورد، شغل / حرفه / هدف روایتان در زندگی چه بود؟ هر گونه مانع بالقوه ای در زندگی مانند آموزش یا هر چیز دیگری که در زندگی واقعی، مانع دستیابی به این شغل می شود را نادیده بگیرید.

موفقیت ها: بزرگترین موفقیت هایی که تا امروز در زندگی تان کسب کرده اید، را فهرست کنید و درباره آنها بحث کنید. اول درباره مهمترین پیروزی یا موفقیتتان در زندگی صحبت کنید که به آن مفتخر هستید. این موفقیت چگونه بر تفکرات شما تاثیر گذاشته است، شما چه چیزی از آن آموخته اید و این موفقیت چگونه به شما کمک خواهد کرد تا به موفقیت آتی تان دست بیابید؟

شکست ها: شکست نتیجه منفی ای نیست. بلکه فقط یک مرحله دشوار در زندگی و یکی از قویترین ابزار یادگیری است البته اگر از آن به صورت مثبتی استفاده کنید. فهرست خلاصه ای از بزرگترین شکست های زندگی تهیه نموده و توضیح دهید که آنها چگونه بر زندگی تان تاثیر گذاشته اند (و به بیان دیگر، چه درس هایی از زندگی گرفته اید).

چرا در شرایط فعلی قرار گرفته اید؟ لطفا به دقت فکر کنید که چرا به دنیا آمده اید؟ هدف شما در زندگی چیست؟ معنای حضور در این کره خاکی چیست؟ به طور خلاصه، از منظر شغلی و تاثیرگذاری بر جهان، به من بگویید که فکر می کنید چرا در این جا هستید.

من در این کره خاکی چه کاری را می توانم انجام دهم؟ اگر پزشک به شما بگوید که یک سال یا کمتر زنده هستید. چه کاری را انجام خواهید داد؟ چه چیزی برای شما اهمیت خواهد یافت؟ آخرین ماه های عمر خود را چگونه سپری خواهید کرد؟ چگونه تفکر و اعمالتان را تغییر خواهید داد؟

قهرمان های شما چه کسانی هستند؟ اگر

باید با تمام وجود باور کنید که ما می توانیم کارآفرینان را تربیت کنیم و به ارزش های شگفت آوری برسانیم. اما برای این منظور باید بی صبری، تناقض گرایی و «خارق العاده بودن» را در آنها شکوفا کنیم. با آنها نزاع نکنید بلکه به آنها ملحق شوید؛ ذهن آنها را با بیانات بی ارزش برخی فنون قدیمی و کند کننده ذهن، محدود نکنید.

شما نمی توانید به کارآفرینان از روی کتاب درس دهید یا سخنرانی کنید، بنابراین اجازه ندهید روش تدریس شما یا عملکردتان مانند بلعیدن کردن کتاب باشد. موضوع بحث را بدانید اما آن را متناسب با افکار کارآفرین آماده و بسته بندی کنید. وادارشان کنید فکر کنند، تست بدهند و رد شوند، اما حفظ کردن و طوطی وار جواب پس دادن را از ذهنشان دور کنید. وادارشان کنید تا خودشان و توانایی هایشان را جستجو کنند. خودارزایی در جایی اهمیت پیدا می کند که درک از خود، قدرتتان و رویاهایتان را بالا ببرید. در راستای خودارزایی پروفیسور «فرد کیزنر»^۱ طرحی را پیشنهاد می کند که از چند بخش به شرح ذیل تشکیل شده است. در این راستا لازم است به تمامی سوالات به دقت پاسخ داده شود.

شناخت خود: ارزش های اصلی شما کدامند؟ چه چیزی باعث می شود که به خود بگویید، «هی، من آدم خوبی هستم و بر آینده تاثیر خواهم گذاشت و من به خود افتخار می کنم.»

آینده - اهداف زندگی: کمی درباره اهدافتان در زندگی با توجه به مسیر شغلی خود صحبت کنید. صرفا بر روی موفقیت های شغلی، اهداف و مقاصدتان تمرکز کنید. درباره مسیری صحبت کنید که در زندگی خود در پیش می گیرید و به شما اجازه می دهد تا از استعدادهایتان استفاده کرده و زندگی خود را کنترل و هدایت نمایید و این کار را برای سه دوره زیر انجام دهید.

• دوره کوتاه مدت، پنج سال آتی

دانشگاه ایندیانا یکی از کاملترین دوره های آموزشی کارآفرینی را ارائه می دهد که شامل یک مقطع تحصیلی کارشناسی کارآفرینی، یک دوره کارشناسی ارشد کارآفرینی، یک دوره دکتری کارآفرینی و یک هیات علمی ویژه دانشجویان دوره کارشناسی ارشد کارآفرینی است. برنامه کارآفرینی دارای چندین دفتر مجزا در مدارس بازرگانی، پزشکی، حقوق و علم و هنر است. همچنین در مدارس موسیقی و انفورماتیک نیز چندین زیر مجموعه دارد.

برنامه های این دانشگاه کلاس ها و موقعیت های تجربی زیادی را برای دانشجویان ایجاد می کند تا بتوانند «ذهنیت واقعی کارآفرینی» را در کل دانشگاه شکل دهند. مرکز کارآفرینی و نوآوری جانسون، کانون اصلی تمام فعالیت های کارآفرینی است.

آکادمی مدیریت کارآفرینی این دانشگاه به گونه ای برنامه ریزی کرده که چهار «هفته دوره فشرده» برای دانشجویان تمام وقت سال دوم کارشناسی ارشد داشته باشد. این دوره فشرده در ابتدا یا در اواسط هفت هفته اول برنامه کارآفرینی کارشناسی ارشد برگزار می شود. گذراندن این چهار هفته اجباری است و دانشجویان به ازای گذراندن هر هفته از آن، اعتبار کاملتری از دوره را کسب می کنند. هفته اول دوره فشرده شامل معرفی و آشنایی با دوره، راهنمایی و هدف بندی کردن شغل، ارزیابی حرفه ای، مشکلات رایجی که مدیران در ریسک پذیری جدید با آن رو به رو می شوند و راه حل های حرفه ای می شود.

در هفته دوم دوره فشرده، با عمل کردن در نقش «یک گروه فعال کارآفرینی» هر مشکل و چالش بیشتر و بیشتر ارزیابی می شود، تعریف می گردد و در نهایت در یک مقطع زمانی محدود حل می شود تا دانشجویان بتوانند برای شرکت های در حال رشد، راه حل های بهتری در کمترین زمان ارائه دهند. بخش مهم دیگر هفته دوم دوره فشرده، کنفرانس ولوسیتی^۱ می باشد که هدف از آن «افزایش سرعت مشاغل کارآفرینی» است. این فرصت مناسبی برای دانشجویان است تا مدیران ارشد اجرایی مراکز در مشاغل پتانسیل بالا، سرمایه گذاران ریسک پذیری که در آنها سرمایه گذاری می کنند و عوامل مهم دیگر در شروع یک حرفه را ملاقات کنند.

هفته سوم دوره فشرده، مطالعه موردی زنده از یک «مسابقه نوآوری» است که این شانس را به دانشجویان می دهد تا تجزیه و تحلیل ریسک، پیشرفت استراتژی و مهارت های برنامه ریزی ریسک پذیری را از دیدگاه یک سرمایه گذار، مورد مطالعه قرار دهند.

در هفته چهارم دوره فشرده، دانشجویان کارشناسی ارشد از آکادمی های مختلف برای یک رقابت دانشگاهی نهایی با یکدیگر جمع می شوند. این رقابت بسیار شدید است و دانشجویان باید در آن نقش یک کارآفرین یا موسس واقعی را ایفا کنند و مشکلات مربوطه را توضیح داده و سپس ناظر نتایج کارهای دانشجویان دیگر باشند.

4- The Velocity Conference

باور بزرگ و غیرقابل تغییر در کارآفرین است و این که آنها به اندازه کافی خوب هستند و چیزی برای اضافه کردن به دنیا در خود دارند. متأسفانه این مطلب به ندرت در مدارس «تدریس می شود».

زمانی که به کارآفرینان تدریس می کنید، اگر از کتابی استفاده می کنید بدانید که فقط یک مرجع است یعنی جایی که شما از آن ایده هایی برای ساختن، تغییر دادن و پیشرفت دادن می گیرید. هرگز از آنها نخواهید که مطالب را برای امتحان حفظ کنند.

شما باید به آنها فکر کردن، تجربه کردن، سعی کردن، شکست خوردن و دوباره سعی کردن را بیاموزید. آنها در حالی که آینده خود را می سازند، به طور دائم در حال خودسازی نیز هستند. به آنها شکست خوردن را یاد دهید. شریان اصلی زندگی کارآفرینان شکست است. آنها بدین وسیله رشد می کنند، درس می گیرند و موفق می شوند.

به عنوان یک معلم، درس شما پیروزی آینده شاگردان است. پس سعی کنید بهترین درس ها را به آنها بدهید.

در تدریس، مشاوره و غیره به یاد داشته باشید که کارآفرینی در تمام زمینه ها و تلاش ها قابل استفاده است. مهندس یا نوازنده هر دو می توانند کارآفرین کلاس آینده باشند. پس به همه کمک و یاری دهید.

شرح وظایف شما برای موفق بودن به عنوان مدرس کارآفرینی عبارت است از این که:

شما باید پرشور، متفاوت، تبدیل کننده شکست به یک چیز خوب، تبدیل کننده شکست به موفقیت، مشتاق، خارج از کنترل، غیرمعمول، بی صبر، دمدمی مزاج، خلاق، مبتکر، فعالیت گرا، بی نظیر، بیگانه وار، قانون شکن، دردسر ساز، حرمت شکن، برنده، عجیب، برون گرا، نامتعارف، خارج از مسیر، جذاب، شخصیت مهم، جدال آمیز، ناهم رنگ با جماعت و غیره و غیره. اما مطلقاً مثبت گرا و هرگز هرگز به خودتان اجازه ندهید که کسل کننده باشید.

طرح های بازرگانی سازنده

مدرسه کسب و کار «کلی» در دانشکده بلومینگتون^۱ دانشگاه ایندیانا^۲ یک برنامه مدل (نمونه) جهت ارتقا سطح کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه های سراسر دنیا تاسیس کرده است. مرکز نوآوری و کارآفرینی جانسون (JCEI)^۳ در قالب یک تیم و به منظور رهبری نوآوری و کارآفرینی، پروژه ها و عملیات ابتکاری را در جهت توسعه رشد کارآفرینی در دانشکده بلومینگتون اجرا می کند. در این جا به طور مختصر به این برنامه اشاره می شود.

1- Bloomington

2- Indiana

3- Johnson Center for Entrepreneurship & Innovation

(آن چه که برای هر برنامه توسعه ای آموزش مهم است، اطمینان حاصل کردن از این مساله است که یک شبکه قوی و مستحکمی از حامیان، ارزیاب ها و شرکای دارایی و سرمایه ایجاد کرده اید).

۳- سرمایه گذاری منابع موجود - منابع مالی، انسانی و اطلاعاتی (یکی از عوامل مهم سرمایه گذاری روی منابع عبارت است از یافتن مشاوره که بتواند نکاتی را به شما ارائه کند و در زمینه تله ها و دام هایی که برنامه های کارآفرینی را در سازمان های دیوان سالار تحت الشعاع قرار می دهد، راهنمایی تان کند).

۴- ایجاد یک مبارزه تبلیغاتی چند جانبه

۵- تحلیل نتایج به همراه ارزیابی های تکمیلی

کارآفرینی جهانی

اگر چه دولت ها در سراسر جهان به اهمیت کارآفرینی و آموزش کارآفرینی واقف هستند اما تلاش های آنها برای ارتقا و توسعه کارآفرینی بسیار متفاوت است و انعکاس دهنده ارجحیت های ملی، عوامل جمعیت شناختی و ارزش های فرهنگی می باشد. بدین ترتیب، بخش های کارآفرین در هر کشور و افراد شرکت کننده در آنها انعکاس دهنده عوامل فرهنگی و تاریخی بسیار متنوعی هستند و نیز اختلافات در آموزش و سیاست عمومی را آشکار می سازند. به علاوه، هنجارهای اجتماعی دارای تاثیر قابل توجهی بر توسعه و آموزش کارآفرینی و خود کارآفرینی هستند. برنامه ها ممکن است برای کسانی سودمند باشند که درباره آنها اطلاعات دارند اما اغلب، کسانی که پتانسیل استفاده از آنها را دارند، از وجود چنین برنامه هایی بی اطلاع هستند.

به علاوه، سیاست هایی که به درستی اجرا نشده اند، قادر به ایجاد تاثیرات مطلوب بر جامعه نخواهند بود. در برخی از اقتصادها، رشوه خواری، تنظیم مالیات بیش از حد و گاه قوانین، می توانند مانع از کارآفرینی

ظاهر آن را طوری طراحی کنید که جاذب و گیرا باشد. بعد از این که این عمل صورت گرفت، از یک دوست که قطعاً هیچ گونه آگاهی و شناختی از تولیدات یا بازارهای شما ندارد، بخواهید که طرح را بخواند و آن چه را که راجع به آن به نظرش می رسد بیان کند، چون این تنها روش دستیابی به یک بررسی سریع اثربخشی و باورپذیری کلی طرح می باشد. سپس ببینید که چگونه می توانید مشاهدات و بررسی هایتان را جهت بهبود و پیشرفت بیشتر طرح به ثبت برسانید. بعد از این که این کار را چهار یا پنج مرتبه انجام دادید. اکنون آماده اید تا کارتان را ارائه کنید.

کارآفرینی و کسب و کار کوچک

معضل مربوط به بخش های کارآفرینی و کسب و کار کوچک همواره این بوده که، علی رغم بالا بودن نیاز به اطلاعات و آگاهی، برنامه های متمرکز شده به آموزش طوری طرح ریزی شوند که کارآفرینان فعلی و بالقوه، یک ساختار فکری و اندیشه نوآورانه و خلاقانه را که فاقد آن بوده اند، تجربه کنند. از این رو، طرح ریزی و ارائه برنامه ها در هر دو بخش دولتی و دانشگاهی که بر مبنای واقعیت پایه گذاری می شود چالش انگیز است، علاوه بر این توجه به منحصر به فرد بودن مالکیت کسب و کار کوچک (تولید درآمد) و نوآوری و خلاقیت کارآفرین (تولید پول و ثروت زیاد) در یک محیط یادگیری تعاملی هم با چالش همراه است. خواه یک برنامه توسعه ای آموزش را در بخش های دولتی ایجاد کنید و خواه در بخش های دانشگاهی، «قواعد و قوانین اساسی» وجود دارد که فرد باید به منظور رسیدن به موفقیت دنبال کند. پنج مرحله اصلی برای ایجاد یک اقدام یا فعالیت توسعه ای آموزش موفق و نوآورانه وجود دارد. این مراحل عبارت است از:

- ۱- تحلیل نیازها (توجه هوشمندانه به نیازها و تقاضاهای بازارهای هدف و مورد نظر)
- ۲- ایجاد و توسعه یک استراتژی شبکه سازی

در خصوص تهیه یک طرح بازرگانی باید نکاتی را در نظر گرفت. به طور کلی، یک طرح بازرگانی باید یک تصویر بسیار مثبت را به خوانندگان (سرمایه گذاران بالقوه) انتقال دهد و آنها را وادار کند که تیم را به مصاحبه دعوت کنند. تلاش های اصلی باید بر بهبود محتوا و سبک آن تمرکز یابد نه بر بهبودهای بیشتر در زمینه ساختار آن، گر چه هر دو دارای اهمیت هستند.

پنج عامل ساختار عمده کلیه طرح ها عبارتند از: موضوع، کلان - ساختار و توالی موضوعی، تکمیل بودن، اولویت بندی و سادگی.

کلان - ساختار و توالی موضوعی خود شامل یک چکیده اجرایی یک یا دوصفحه ای که به طور خلاصه نکات مهم متن اصلی طرح را مطرح می کند؛ متن اصلی طرح که شامل توضیحاتی در خصوص اهداف و مقاصد معامله، استراتژی های راه اندازی و رشد، تولیدات و خدمات، استراتژی ها و روش های فروش و بازاریابی و ... می باشد؛ یک مشخصات یک صفحه ای از ریسک ها و خطرات مهمی که معامله در سال های اول تا پنجم ممکن است با آنها مواجه شود؛ و یک شرح یک صفحه ای از رشد آتی و طرح های توسعه و پیشرفت معامله برای سال های ششم تا دهم، می شود.

پنج عامل مهم محتوای کلیدی طرح ها نیز عبارتند از: صحت و درستی، مستندسازی، استفاده از اطلاعات دقیق و اختصاصی، یکپارچگی درونی و باورپذیری.

لازم است که به منظور پیشرفت و توسعه طرح، تفکر و بینش دقیقی داشته باشید. ابتدا باید یک «موضوع» را انتخاب نمایید که با معامله و داد و ستدتان متناسب باشد، سپس بقیه ساختار طرح را طرح ریزی نمایید. بخش عمده توجهتان باید به سمت محتوای طرح معطوف گردد، چون محتوا مهمترین و اصلی ترین بخش تشکیل دهنده کلیدی طرح ها می باشد. سپس با «تقویت سبک طرح و افزودن مقداری جلوه گری»،

این دوره آموزشی «پروژه های جهانی» (و سایر دوره های «یادگیری مبتنی بر عمل») گاهی اوقات به عنوان دوره هایی از آنها یاد می شود که هرگز به پایان نمی رسند. برای رسیدن به یک نتیجه درست، نیاز به یک دوره ۱۱ ماهه است.

فراتر از این موارد این است که کار کردن و فعالیت داشتن با دانشجویان و شرکت ها به صورت عمیق و نزدیک شدن به عمل، بسیار ارزشمند است. این یک روش آموزش و یادگیری شگفت انگیز برای تمامی آنهاست که در آن شرکت می کنند.

از زمانی که این برنامه در سال ۱۹۹۲ شروع شد، بیش از ۱۸۰۰ دانشجوی MBA با بیش از ۳۰۰ شرکت به منظور ایجاد طرح های کسب و کار، استراتژی های ورود به بازاریابی و طرح های رشد با این شرکت ها همکاری کردند. این برنامه، بخش ویژه ای از تجربه MBA میشیگان است. مجله وال استریت (WSJ)^۲ به دلیل دوره های آموزشی «یادگیری مبتنی بر عمل»، برنامه MBA میشیگان را در رتبه اول از بین سه مورد طی چهار سال رده بندی کرده است. این دوره شامل حال تمام کسانی که در این دوره ها شرکت می کنند، از جمله دانشجویان، شرکت ها، دانشگاه، انکوباتورها و هیات مدیره، می شود.

کارآفرینان اجتماعی

کارآفرینان آشنایی نزدیکی با مفاهیمی مانند نیروهای بازار، مزیت رقابتی، بهره، افزایش بهره وری و نیروی اهرمی دارند. این اصطلاحات اگر چه بی ضرر به نظر می رسند اما می توانند شرکت ها را به سمت کسب و کار «کثیف» ببرند. گاهی اوقات کارآفرینی با رقابتی نفس گیر برابری می کند یا شامل تلاشی می گردد که در آن تنها هدف کسب سود است و وجدان وجود ندارد.

کارآفرینان اجتماعی یا سرمایه داران اجتماعی هستند که از اصول بازار برای حل خلاقانه و پایدار مسایل اجتماعی استفاده می کنند. این مشکلات از تنگناهای بزرگ اجتماعی مانند فقر، برده داری، رشوه خواری و محیط زیست تا مسایل محلی تر مانند بی سواد و بهداشت کودکان تنوع می یابند. در کارآفرینی اجتماعی، تلاش آگاهانه ای از سوی کارآفرینان برای بهره گیری از مهارت ها و منابع خود، در شرایط گسترده تری از کسب و کار صورت می گیرد و آنها یادگیری خود را در این شرایط به دست می آورند. این کار فراتر از خیریه است. بر طبق یک دیدگاه کلی، توانایی های این افراد برای کسب منافع بیشتر در جامعه بخشی از کسب و کار آنها برای تولید را تشکیل می دهند.

در پاسخ به این که آیا تمام کارآفرینان می توانند به کارآفرین اجتماعی تبدیل شوند، گفته می شود که توانایی فراتر رفتن از منافع سودآور، همیشه به صورت ذاتی در افراد وجود ندارد و کارآفرینی

شوند. عوامل اصلی تسهیل کننده کارآفرینی در تمامی کشورهای آسیایی عبارتند از افزایش آموزش کارآفرینی، کاهش موانع ورود، کاهش قوانین دست و پاگیر، دیوان سالاری و رشوه خواری، مالیات های یکسان، آزادی برای رقابت و چارچوب قضایی پایدار. سطح بهینه قوانین و مداخلات دولتی بر طبق فرهنگ تعیین شود. موفقیت یک برنامه یا سیاست گذاری در غرب، نمی تواند تضمینی برای موفقیت آن در جاهای دیگر دنیا باشد. بدین علت، لازم است که از جا به جایی این گونه برنامه ها و سیاست ها از یک محیط به محیط متفاوت دیگر اجتناب شود.

مذهب هر کشور می تواند نقش مهمی را در توسعه کارآفرینی و ایجاد اقتصاد موفق ایفا کند. اگر مذهب بر کسب تجربه، ارزش های مالی، سرمایه گذاری بهره ور، صداقت و شرافت در روابط تجاری و ریسک پذیری و ... تاکید کند، برای رشد مفید خواهد بود. اگر یک نکته قابل تعمیم درباره انجام کسب و کار در آسیا وجود داشته باشد، آن است که در این کشورهای پهنآور، معاملات و سود، تابع شبکه ها و روابط هستند. توجه خاص دولت سبب کاهش هزینه های کلی معاملات شده و در نتیجه اثربخشی، قابلیت رقابتی و سوددهی را افزایش می دهد.

در هر اقتصادی، ماهیت کارآفرینی در گذر زمان و با کمک و تشویق آموزش کارآفرینی، تکامل خواهد یافت اما نمی توان انتظار داشت که کارآفرینی در جوامع مختلف به همگرایی برسد. هیچ فرمول خاصی برای یافتن «بهترین» سیاست ارتقا کارآفرینی وجود ندارد. کارآفرینی در درون جامعه جای دارد و تحت تاثیر ارزش های فرهنگی و تجربیات تاریخی قرار می گیرد. برای درک ماهیت جهانی کارآفرینی، ما باید پا را از حد یک مدل کلی یا غربی فراتر نهمیم. کارآفرینی باید با توجه به توسعه ملی درک شود. مهمتر آن که، سیاست گذاران و آموزگاران باید به موارد مربوطه توجه کنند و سیاست ها باید دارای حساسیت فرهنگی باشند.

یادگیری مبتنی بر عمل

به گفته پاتریک موندن^۱ «برنامه پروژه های جهانی» میشیگان^۱، یک برنامه توسعه و پیشرفت کارآفرینی بسیار موثر و سازنده است که دانشجویان بر اساس آن با کارآفرینان بین المللی در زمینه مسائل کسب و کار زندگی واقعی کار می کنند که این مسائل برای کسب و کارهای آنها حیاتی و مهم است. از طرف دیگر، کارآفرینی یک گزارش پیشرفته و در سطح عالی از یک گروه متخصص در چند رشته و هیات علمی که متعلق به یک دانشکده بازرگانی معروف در جهان بودند، دریافت می دارد.»

1- Patrick Munden, Director of Business Development, Ryan Academy for Entrepreneurship, Dublin, Ireland
2- Michigan

اجتماعی باید در DNA فرد وجود داشته باشد. یک فرد ممکن است بازرگان بسیار موفق باشد اما در زمره کارآفرینان قرار نگیرد. یک کارآفرین ممکن است بسیار خلاق و نوآور باشد اما به عنوان کارآفرین اجتماعی معرفی نشود.

سرمایه داران اجتماعی یک سری ویژگی ها و صفات دارند که عبارتند از:

- خود جوشی و بی پروایی
- توانمندسازی (کارآفرینان اجتماعی به خوبی می دانند که در چه کاری مهارت دارند و می توانند افراد با مهارت دیگر را برای تکمیل و خاتمه کار دخالت دهند).
- خلاقیت (یک فرد کارآفرین، انسان پیشگامی است که در خارج از چارچوب متعارف اندیشه می کند و راه حل های غیرمعمول و نامتعارفی را برای مشکلات می یابد).
- حساسیت (کارآفرینان اجتماعی نسبت به نوسانات در بازار و نیازهای جامعه و اطرافیان خود حساس هستند. در این جا فقط سود مد نظر قرار نمی گیرد بلکه بازده آنها برای جامعه نیز اهمیت دارد).
- شهامت
- ثابت قدمی (ثابت قدمی همان پشتکار ضرب در ۱۰ می باشد. ثابت قدم بودن فراتر از هرگز تسلیم نشدن است. فرد ثابت قدم هرگز تسلیم نمی شود و راه جدیدی را برای انجام آن چه می خواهد می یابد تا در نهایت به جای ثابت برسد).

- حس مشترک
- عشق به مردم
- بینش

من تصور می کنم که این ویژگی ها در کارآفرینان به صورت ذاتی وجود دارند و فقط کمی کاتالیزور لازم است تا کارآفرینان از حاشیه به متن کارآفرینی اجتماعی کشانده شوند. به ویژه زمانی که با انبوهی از دشواری های اجتماعی مواجه می گردند. کارهایی را می توان برای تشویق این نوع تغییر صورت داد که در عمل موثر واقع شده اند، مانند:

- سفرهای بازدیدی
- شرکت در کارگاه ها، سمینارها و انجمن هایی که در آنها افراد هم فکر تجارب خود را با هم تقسیم می کنند.
- برنامه کارآموزی / مربی گری

آموزش کارآفرینی نوآورانه

کارآفرینی و نوآوری باید به صورت هماهنگ و همگام با هم پیش روند تا پیشرفت های تکنولوژی از حالت آزمایشی به بازار برسد. نوآوری منجر به ایجاد مالکیت معنوی می گردد، اما کارآفرینی موجب می شود که کسب و کار از طریق مالکیت معنوی به وجود آید. برنامه های موجود آموزش کارآفرینی - آن برنامه هایی که در دانشکده های بازرگانی پایه گذاری شده اند و یا آن برنامه هایی که به عنوان یک معیار ویژه در برنامه های آموزشی غیربازرگانی هستند - به نظر می رسد که هیچ گونه تاثیر چشمگیر و ژرفی بر شرایط و محیط کسب و کار کوچک و متوسط ندارند.

نتایج موفق مدل «پیشگام زیستی» دانشگاه تکنولوژی کوئینزلند (QUT)^۱ نشان می دهد که برنامه های آموزش کارآفرینی در محیط دانشکده های غیربازرگانی، فارغ التحصیلانی را تحویل اجتماع می دهد که در زمینه تکنولوژی، زیرک و جسور هستند و به راحتی در محیط صنایع کوچک و متوسط که ایجاد و توسعه پتانسیل نوآوری را مورد توجه قرار می دهند، کار می کنند. برنامه های موثر و سازنده آموزش کارآفرینی می تواند تاثیر قابل ملاحظه ای بر شرایط و محیط صنعت محلی داشته باشد، از این رو یک نیاز اساسی برای تحقیق و پژوهش دقیق و زیاد وجود دارد تا اثربخشی برنامه های دانشگاهی را در این زمینه بسنجد.

تجسم ماجرای موفقیت برنامه «پیشگام زیستی» استرالیا نشان می دهد که چگونه نوآوری های آموزش کارآفرینی با نوآوری آموزشی و پیش بینی، عملی می گردد. در نتیجه، شبکه تازه شکل گرفته نوآوری استرالیایی ایرلندی (IAIN) به عنوان پایه و مبنایی جهت ارائه یک فرصت و موقعیت برای نوآوری های اروپایی «بهترین عملکرد» و تاکید بر انتقال تکنولوژی و تجاری کردن آن، استقرار یافته است. زمینه بی پایانی برای ایده ها، نظرات، نوآوری ها و روش های جدید وجود دارد تا الگوهای رفتاری که مورد نیاز کارآفرین تازه کار است، آموزش و تعلیم داده شود. برای تحقق چنین امری، استادان و تعلیم دهندگان کارآفرینی باید سخت کوش و پرهمت باشند.

اقتصاد بیرسلی ایرلند: چشم انداز جدید

طی دو دهه گذشته، از سال ۱۹۸۷ تا کنون جمهوری ایرلند، یکی از سریع ال رشدترین اقتصادهای جهان را داشته و هنوز هم دارد. بسیاری از مفسران این عقیده را بیان کرده اند مبنی بر این که عملکرد اقتصاد ایرلند در سال های اخیر، بیشتر به یک «معجزه» اقتصادی شبیه است تا به هر چیزی که تا کنون مشاهده کرده اند.

موقعیت ترفیع یافته ایرلند در صحنه جهان امروز یک نمونه اصلی از یک کشور سربلند و سرفراز است که جایگاه مناسب و سزاوار خود را در میان کشورها، در یک چارچوب زمانی که به اندازه دو نسل طول کشید، به دست آورد یعنی از زمانی که در سال ۱۹۴۹ به استقلال کامل رسید. تغییر از یک موقعیت فقر مفرط و نکبت بار در رسیدن به ثروتمندترین کشور اروپایی دست یافت.

با این وجود، معجزه اقتصادی امروز ایرلند، ریشه هایش به اواخر دهه ۱۹۸۰ نمی رسد، بلکه ریشه در اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ دارد و منظور زمانی است که نخست وزیر «شان لماس»^۱ یک اقدام

1- Séan Lemass

شجاعانه را در جهت حرکت اقتصاد به سمت تجارت آزاد انجام داد و این اقدام موجب ارائه فرصتی به ایرلند شد تا محدودیت های اقتصادی و سیاسی قدیمی اش را کنار گذارد، منظور محدودیت هایی است که پیشرفت یک کشور سرفراز را برای بیشتر از ۲۵۰ سال به تاخیر انداخت.

هنگامی که ایرلند، اقتصادش را به صورت تجارت آزاد در دهه ۱۹۶۰ راه اندازی نمود، یک حقیقت جدید نمایان گشت، دال بر این که بخش اعظم صنعت داخلی، نمی تواند با کیفیت بیشتر و ماهیت ارزان تر واردات متعددی رقابت کند، که بازار را فرا گرفته است. با وجود این، هیچ کس سر در گم نشد. تا اوایل دهه ۱۹۷۰ ایرلند در جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی - به ویژه از آمریکا و آلمان - به صورت روز افزون، موفق بود. امروزه شرکت های چندملیتی این دو کشور، بیشتر از ۵۰ درصد کل تعداد شرکت های چندملیتی را با تسهیلات تولید و ساخت در ایرلند تشکیل می دهند.

در دهه ۱۹۸۰ دولت ایرلند بسیار روشن و آشکار درک کرد که ادامه معافیت های مالیاتی مطلوب که موجب جذب صنایع توسط ایرلند می شود، ممکن است به اندازه کافی آنها را در ایرلند نگه ندارد، به خصوص صنایعی که تکنولوژی پایین یا متوسطی دارند.

برای غلبه بر جریان خروجی شرکت های تولیدی فعال ایرلند به کشورهای با دستمزد پایین در سرزمین های آسیایی کرانه اقیانوس آرام و کشورهای اروپای شرقی که جدیداً در شرف تکوین هستند، دولت ایرلند از طریق کمک هزینه سخاوتمندانه تر، توجهش به جذب شرکت های دارای تکنولوژی بالا معطوف شد، به ویژه به سازمان هایی که به نقل مکان امکانات پژوهش و توسعه (R&D) در ایرلند تمایل داشتند.

علاوه بر این ایرلند کمترین مالیات های شرکتی را در جهان توسعه یافته دارد و این موضوع یکی از پنج رکن اصلی است

که بیرسلی را بر می انگیزاند. در اواخر دهه ۱۹۸۰، معادل ۱/۲ میلیون نفر از افراد در اقتصاد به کار تمام وقت اشتغال داشتند، این رقم از زمان پایه گذاری کشور (استقلال یافتن ایرلند از بریتانیای کبیر) در سال ۱۹۲۲، به مقدار بسیار کم تغییر یافته است. در حال حاضر، ۱/۸ میلیون نفر شاغل وجود دارد و این به معنای افزایش ۵۰ درصد، در کمتر از دو دهه است.

این نیروی کار عظیم جدید به کجا تعلق دارد؟ بسیاری از افراد، مهاجران بازگشت کنندگان بودند که به خاطر فقدان کار مناسب در دهه های هفتاد و هشتاد مجبور به عزیمت شده بودند.

ایرلندی که آنها پشت سر گذاشتند ایرلندی بود که در آن بیکاری و مالیات، بالا بود و علت این مساله رشد کم و فرصت کمتر برای رشد و پیشرفت بود. در یک دوره زمانی کمتر از دو دهه، دورنمای اقتصادی ایرلند قابل شناسایی و تشخیص نبود، به این دلیل که نظام مالیات پایین آن موجب شد که انرژی، کسب و کار و اعتماد به نفس جدیدی به وجود آید که کشور را از لحاظ ایجاد شغل و استاندارد های بالاتر زندگی بالا برد.

این یک معجزه نیست، اما قطعاً یک رشد و تغییر مبهوت کننده در زمینه موقعیت های موفقیت آمیز اقتصاد ایرلند است. پایین بودن رشد اقتصاد ایرلند در اواسط دهه ۱۹۸۰ نشانگر یکی از چشمگیرترین تغییراتی است که به واسطه اقتصاد در حال توسعه صورت گرفت. در اواسط دهه ۱۹۸۰، استانداردهای زندگی در بخش اعظم ایرلند کمتر از دو سوم میانگین اتحادیه اروپا و کمتر از یک چهارم قرن بعد بود. اقتصاد ایرلند از ضعیف ترین و فقیرترین اقتصادها به یکی از ثروتمندترین کشورهای عضو تبدیل شد و صرفاً از لحاظ جمعیت بعد از لوکزامبورگ در مقام دوم قرار گرفت.

دلایل موفقیت اقتصادی ایرلند، پنج گانه است:

- نظام مالیات شرکتی پایین

کمک می کند، تغییر می یابد. نتیجه نهایی، «کسب و کار آموزشی» قراردادی و معمول نیست، بلکه کسب و کار یادگیری است که ما از آنها به کسب و کار کارآفرینی استنباط می کنیم.

یک رویداد کارآفرینی که برای دانشجویان طرح ریزی می شود تا آنها خودشان را به عنوان بخشی از یک شبکه ارتباطی دریابند که می توانند در آن برای یکدیگر کمک بخش باشند، عبارت است از رایزنی دانشجو با دانشجو. هدف این رویداد تغییر اندیشه و ساختار فکری رویارویی دانشجو با دانشکده به اندیشه رویارویی دانشجو با دانشجو است.

روش های مختلف و گوناگونی جهت تحقق این مساله وجود دارد. در برخی موارد، رایزنی و مشورت در کلاس صورت می گیرد، به طوری که استاد زمانی را برای دانشجویان تعیین می کند تا گروه گروه شوند و در مورد ایده ها و طرح های کسب و کارشان به رایزنی و مشورت با یکدیگر بپردازند. در موارد دیگر، رایزنی و مشورت، خارج از کلاس انجام می شود. در برخی شرایط، دانشجویان شیوه مشورت در داخل کلاس و خارج از کلاس را با هم ترکیب می کنند. به طور مشابه، این رویداد مشورت و رایزنی به عنوان یک فعالیت مورد نیاز برای یک دوره آموزشی، به عنوان یک روش اختیاری و یا ترکیبی از این دو مورد، به وقوع می پیوندد.

نتایج این تجربه نشان می دهد که:

- دانشجویان علاقمندند که مشاور بودن را تجربه کنند. این تجربه موجب می شود که آنها این فرصت را پیدا کنند که آن چه را یاد گرفته اند به عمل بگذارند - یعنی از طریق عمل، یاد بگیرند.
 - دانشجویان علاقمندند که از دانشجویان دیگر مشاوره بگیرند، زیرا سوالات و مشاهدات آنها ارائه کننده بازخوردی در مورد معامله تجاری شان از طرف مشتری بالقوه آنهاست.
 - دانشجویان، چه در نقش مشاور باشند و چه در نقش گیرنده مشاوره، تصور می کنند که می توانند نسبت به یک عضو دانشکده، آزادتر باشند.
- اثبات شده که تجربه مشاوره دانشجو با دانشجو، یک مرحله مهم در تلاش برای تغییر اندیشه و ساختار فکری افراد است.

کارآفرینی برای کارآفرینان جوان غیر سنتی

کوری بیز کمپ^۲ در کارآفرینی، یکی از برنامه های مهم اجرا شده توسط مرکز کلارک^۳ دانشگاه مانیتوبا^۴ برای کارآفرینی می باشد. جوانان انتخاب شده برای این برنامه، از گروه های مختلفی هستند که دارای رفتار در معرض ریسک بوده یا دچار محرومیت می باشند. نمونه هایی از جوانان دعوت شده برای مشارکت در این برنامه

- یک نیروی کار جوان، تحصیل کرده و انگلیسی زبان
- یک نیروی کار بزرگ زن که قبلاً پذیرفته نمی شدند.
- تشخیص دولت در زمینه اهمیت وجود یک بخش داخلی و قوی صنایع کوچک و متوسط (SMEs)^۱ که از طریق کشورهای چندملیتی بزرگ به صورت هماهنگ با سرمایه گذاری مستقیم خارجی (FDI) کار کند.
- ورود زیاد و کافی پول از اروپا جهت به راه افتادن موتور اقتصاد. تمامی موارد فوق، انگیزه و محرکی برای توسعه سریع اشتغال به همراه درک روشنی از این موضوع است که نتیجه خروجی، به شکل تولیدات و خدمات می تواند موجب دسترسی به بازار ویژه گردد، - به ویژه برای شرکت های چندملیتی خارجی که خواهان بهره مندی کامل از مالیات شرکتی پایین، مبنای هزینه کم نیروی کار و دسترسی آزاد به بازار اروپایی در حال توسعه بودند.
- در عین حال، دانشگاه های ایرلندی و دانشکده های فنی به طور فزاینده و بیش از پیش فارغ التحصیلان متخصصی را در زمینه تجارت و بازرگانی، علوم، کامپیوتر و مهندسی تحویل اجتماع می دهند تا با نیازهای متغیر صنعت سازگار گردند.

تغییر اندیشه فکری کارآفرینان

چالش بزرگ آفرینش کارآفرینان، هنر، علم و فرایند رویداد یک معجزه است. کار کردن با نوآوری هایی که موجب می شود معجزه به وقوع بپیوندد بسیار ارزشمند است و بنابر تجربیات این امر هنگامی به نتیجه می رسد که فرد درک کند که می تواند در واقعیت یک کارآفرین شود و تصمیم بگیرد که تلاش بلندمدتی را دنبال کند. یکی از معجزاتی که پشت «آفرینش» کارآفرینان نهفته، تسهیل سازی فرصت ها و موقعیت های بسیار واقعی جهت کمک به فرد در فرایند تغییر ساختار فکری و اندیشه است. زیرا با تغییر بینش و طرز فکر یک فرد می توانید جهانش را تغییر دهید.

در این قسمت به برخی از نوآوری هایی که به منظور تغییر طرز تفکر گروه های هدف در جزیره پورتوریکو مورد استفاده قرار گرفته، اشاره می شود.

بسیاری از فعالیت های آموزش کارآفرینی، «دستورالعمل» ویژه اکثر برنامه های آموزشی را دنبال می کنند. بدین معنی که «آموزش و تدریس» عمدتاً توسط دانشکده برای یک دانشجوی کاملاً غیرفعال صورت می گیرد. اما در راستای پیشرفت و توسعه واضح و مبرهن است که ما نیازمند تجربه ای با یک روش متفاوت هستیم.

برای تحقق این مساله، لازم است که اندیشه هدف «آموزش» به هدف «یادگیری» تغییر یابد. در این فرایند، تمرکز اصلی از استادی که پاسخ صحیحی دارد، به دانشجویی، که به مقدار بسیار زیاد در این موضوع سهیم است و از این رو به «آموزش» همکلاسی هایش

2- Curry BizCamp
3- Stn Clark
4- Manitoba

1- Small & Medium Enterprises

یابند که اهداف کسب و کار آنها حامی رسالتشان به عنوان یک انسان هستند و نه مخرب آن).

وسيله بقا اخلاقي کار آفرين

فرد کار آفرين بايد دارای یک مجموعه اصول اخلاقي دروني باشد که بتواند پاسخگوی آزمایشات شناخته شده و ناشناخته ای باشد که قطعا در سفر کار آفريني برای او پيش می آید.

با تهيه گزارش ماموريت شخصی، فرد می تواند اهداف، انگيزه ها، ایده آل ها و همچنين چالش هایی که بايد مورد توجه قرار گیرد را به اطلاع رساند و هر فرد بايد زمانی را به اهداف تجاری و نیز اهداف فردی و خانوادگی اختصاص دهد. سپس بايد فهرستی از ارزش های اصلی و ارزش های فردی مهم و اساسی که انعکاس دهنده اظهاریه ماموريت است تهيه شود.

فرد کار آفرين بايد مجموعه ابزار ساده و انعطاف پذیری را تهيه کند که با انتخاب شش یا هفت ارزش دروني که برای گنجاندن در مجموعه ابزار دارای اهمیت عمده و اساسی هستند، سازگار باشد.

- **صداقت** - گفتن حقيقت، رو راست بودن، صريح بودن
- **بزرگواری** - عمل بر پایه اعتقاد راسخ، شجاعت، طرقداری، لياقت رهبری
- **قول دادن** - به تحقق رساندن معنای واقعی تعهدات
- **انصاف** - عدالت، رفتار یکسان و برابر، استقلال، عدم تفاوت
- **دوست داشتن** - مهربانی، محبت
- **احترام** - شان انسانی، منحصر به فرد بودن
- **شهروندی** - احترام به قانون، وجدان اجتماعی
- **عالی بودن (کمال)** - کیفیت کار و عمل
- **پاسخگو بودن** - مسوولیت، استقلال.

مدل تصمیم گیری مبتنی بر اصول اخلاقي ای که در ادامه به آن اشاره می شود، صرفا به عنوان یک روش انتخابی ارائه می گردد. این مدل قبلا انتشار یافته و به شکل موثر و مفید برای شرکت های بازرگانی، متخصصان قانونی و حسابداری، موقعیت های پزشکی و نیز تصمیمات فردی به کار گرفته شده است که به عنوان یک نمونه خوب در این جا مورد اشاره قرار گرفته است.

- کلیه افرادی را که معتقدید تحت تاثیر فرایند تصمیم گیری هستند (سهام داران) فهرست کنید.
- کلیه ارزش های فردی و وابسته به کار که در فرایند تصمیم گیری دخیل هستند را فهرست کنید.
- کلیه راه های احتمالی دیگر آن چه را که می توانید یا نمی توانید انجام دهید، فهرست کنید.
- از بین موارد فوق انتخاب کنید و اولویت بندی نمایید.
- بر مبنای اولویت های فوق، یک تصمیم اخذ کنید.
- استراتژی و روشی را به وجود آورید که تصمیمتان را به شکل

عبارتند از مهاجران جدید به کانادا، جوانانی که در مناطق اجتماعی - اقتصادی محروم وینیپگ^۱ زندگی می کنند، (عمدتا در مرکز شهر) جوانانی که در گروه های گانگستری خیابانی نقش دارند یا پتانسیل محقق شدن به این گروه ها را دارند، جوانان بیکار، افرادی که از دبیرستان ترک تحصیل نموده اند و غیره. ترکیب جوانان در هر کمپی متفاوت است اما در طی دهه گذشته، کوری بیز کمپ، جوانان را از هر کدام از حوزه های فهرست شده، پذیرفته است.

بیز کمپ از طریق تامین دانش درباره شرایط کسب و کار اساسی و مفاهیم و آزمون آنها در امتحانات قبل و بعد از شرکت یا تشویق افراد به ادامه تحصیل، به جوانان مانیتوبا کمک کرده است تا مجموعه مهارت های خود را بهبود بخشند. همچنین به آنها کمک کرده است تا حس اعتماد به نفس خود را بهبود بخشیده و اثبات کنند که می توانند به اهدافی مانند راه اندازی کسب و کار یا ادامه تحصیل برسند که زمانی آنها را غیرممکن می دانستند.

پنج چالش قدیمی پیش روی رهبران کار آفرینی

رهبران کار آفرين پس از رونق فعالیت هایشان با چالش هایی مواجه می شوند. پنج چالش قدیمی پیش روی رهبران کار آفرینی در ادامه می آید.

۱- **برنده شدن بیش از حد** (یکی از مشکلات این است که رهبران کار آفرين همواره برنده می شوند و دیگران را از لذت برنده شدن محروم می کنند).

۲- **شروع با جواب های «خیر»، «اما» یا «به هر حال»** («خیر خوب» آن است که کار آفرینان موفق دارای نیروی محرکه هستند. «خیر بد» آن است که تمایل آنها برای برنده شدن می تواند به یکدندگی تعبیر شود. اگر واقعا می خواهید سخن دیگران را بشنوید جملات خود را با «نه، اما، به هر حال» شروع نکنید).

۳- **مجازات پیغام رسان** (وقتی رهبران پیغام رسانان را مجازات می نمایند، نه تنها نشان می دهند که افراد یکدنده ای هستند بلکه مشخص می کنند که هر کس خبر بدهد، «تنبيه» می شود. در بلندمدت، این کار تاثیرات مخربی را بر جای می گذارد، زیرا «اخبار بد» خیلی دیر به دستمان می رسد).

۴- **تعیین ارزش بیش از حد** (در هنگام مدیریت کارکنان دانش در یک شرکت کار آفرين، این نکته را به خاطر بسپارید - اگر آنها به این اعتقاد نرسند که کار را خودشان انجام داده اند - احتمالا کار خوبی انجام نخواهد شد).

۵- **وسواس درباره هدف** (رهبران کار آفرين باید اهداف خود را به طور مستمر مورد بازنگری قرار دهند و میزان تلاش لازم برای تحقق این اهداف را مشخص سازند و آن را با رسالت خود مقایسه کنند. آنها همچنین باید به رسالت بزرگتر خود در زندگی بیاندیشند و اطمینان

1- Winnipeg

سازنده و مفید به اجرا درآورد.

این مدل هم برای اخذ تصمیمات، مفید است و هم برای برطرف کردن تناقض. این مدل قطعا در هر موقعیتی عملی و موثر نیست، اما مطمئنا یک ابزار مهم و به اثبات رسیده است.

برای فراهم نمودن یک پایگاه اصلی جهت ایجاد یک محیط کار اخلاقی تر چهار عامل وجود دارد که بی نهایت مفید می باشد:

۱- **شش ماه درآمد در بانک** (به طوری که فرد بداند که اگر به خاطر یک سری اصول اخلاقی از کار بیکار گردد، ذخیره مالی دارد. این مساله به طور ضمنی فرد را قادر می سازد که ارزش های بالاتر را دنبال کند).

۲- **دوستانی غیر از همکاران تجاری** (که از بین افرادی که شما را محاصره کرده اند کسانی را برای خودتان نگه دارید که با کارتان مرتبط نیستند).

۳- **فعالیت های غیرکاری** (شراکت کردن در فعالیت های دیگر که فرد می تواند در آنها بدرخشد می تواند انگیزه شرکت در کارهای نامناسب و ناشایست در محل کار را کاهش دهد).

۴- **بررسی ارزش ها** (اهمیتی ندارد که ارزش های فردی افراد تا چه اندازه قوی و توسعه یافته هستند، محیط کار، ارزش های ما را به صورت شدید مورد بررسی قرار می دهد).

هنگامی که اصول اخلاقی به صورت آگاهانه با عملکردهای کارآفرینان ادغام می گردد مزایای مهمی برای کارآفرین، مدیران، مدیران اجرایی، کارمندان، مشتریان و کل محیط کار اخلاقی فراهم می شود.

امور مالی کارآفرینی

امور مالی کارآفرینی به عنوان یک تخصص مهم برای کارآفرینان امروزی معرفی می شود. در محیط کسب و کار رقابتی امروز، کارآفرینان برای موفقیت علاوه بر داشتن انگیزه، شجاعت، بینش، خطرپذیری، قدرت و غیره به تدبیر مالی نیاز دارند.

دروس مالی کارآفرینی به ویژه آنهایی که توسط اساتید مالی تدریس می شدند، مملو از نسبت ها، فرمول ها و تئوری های مختلف بودند. این «ساختار»، درس واقعی را از دید همکاران، مدرسان و کمیته های تدوین برنامه های درسی مالی می پوشاند. این مطالب بسیار متفاوت از آن چیزی بودند که بایستی تمرکز اصلی امور مالی کارآفرینی بر آن قرار گیرد.

تدریس امور مالی کارآفرینی به دانشجویان کارآفرینی به تلاش خاصی نیاز دارد. بسیاری از دانشجویان کارآفرینی در مسایل کمی به اندازه گرایش های مالی تخصص ندارند. معمولا معدودی از کارآفرینان الهام بخش، علی رغم توجه خاص به این موضوع، با غنی تر شدن واحدهای درسی، علاقه خود را از دست می دهند. بعضی از آنها مقهور توانایی های کمی همتایان مالی خود می شوند

و هرگز در این زمینه به مهارت لازم دست پیدا نمی کنند. از این رو امور مالی کارآفرینی به یک کلاس برای گرایش های مالی تبدیل می شود و کارآفرینان در آن موفقیتی نمی یابند.

مدرسان باید از وقوع این شرایط جلوگیری کنند و واحدها را از خشکی و انعطاف ناپذیری درآورده و کمی جذاب تر نمایند - پس از آن کارآفرینی به موضوع هیجان انگیزی تبدیل می شود. در غیر این صورت، ما به عنوان مدرس سبب ایجاد این ریسک می شویم که بسیاری از کارآفرینان مهارت های لازم و دانش مورد نیاز را نیاموزند. پیشنهاداتی در خصوص این موضوع که چگونه می توان امور مالی کارآفرینی را مرتبط تر و جالب تر نمود، توسط دیوید چویی^۱ مطرح شده است. یکی از اولین گام ها در این مسیر، انتخاب مجموعه مناسبی از عناوین تحت پوشش در کلاس امور مالی کارآفرینی می باشد. همچنین لازم است دامنه وسیعی از مسائل عملی که شرح مفصلی از این رشته و شغل را عرضه می دارند، پوشش داده شوند. این بدان معناست که کلاس باید شامل مسائل مالی پیش روی شرکت های کارآفرین در تمامی مراحل چرخه عمر آنها بشود، از طرح ایده اولیه گرفته تا برداشت نهایی و همچنین شرکت ها را از مجموعه متنوعی از صنایع در این برنامه های درسی گنجانده (که از صنایع دارای تکنولوژی بالا و پایین تا صنایع خدماتی تنوع می یابند).

برخی از عناوین مهم در خصوص حوزه های مالی شرکتی، عبارتند از:

- ارزیابی فرصت های تجاری شامل بررسی امور مالی و نیز تقاضای بازار، رقابت، افراد درگیر، ساختار معامله و «تناسب» میان طرفین مختلف و ...

- امور مالی کسب و کارهای کوچک مانند نحوه خرید و تامین مالی صنایع کوچک از جمله فرانشر.
- تدوین صورت های مالی مقدماتی برای شرکت های جدید یا در حال رشد.
- خود راه اندازی یعنی راه اندازی و ایجاد رشد در شرکت با حداقل بودجه ممکن. دانشجویان باید بیاموزند که برای جمع آوری یک «دارایی مطلوب» فقط باید به خودشان اتکا کنند و نه به پول دیگران. اما اگر پول دیگران را دریافت کردند، پس باید آن را همانند پول خود خرج نمایند.
- درک منابع مختلف سرمایه که این بخش بررسی منابع مختلف مانند کمک های مالی، سرمایه شرکت، بانک ها، بودجه های سرمایه گذاری و غیره را پوشش می دهد و مزایا و مضرات هر کدام را بر می شمارد.
- انجام معامله. که شامل بحث و بررسی در خصوص ورقه های قرارداد ارائه شده از سوی سرمایه گذاران شرکتی، کمک کننده های مالی و بانک ها و بحث درباره اجزا و مکانیزم های مختلف مذاکره بر سر قرارداد است.

- مالکیت و گزینه‌های سهام
- تامین مالی مراحل بعدی یا رشد. باید بحث درباره رشد شرکت ها در تمامی مراحل توسعه را پوشش دهد تا دانشجویان را با مسائل مختلف مالی و امور مالی شرکت های دارای سطح رشد بالا آشنا سازد.
- ارزش گذاری مانند استفاده از روش سرمایه شرکتی یا مدل استاندارد جریان نقدینگی تنزیل شده.
- برداشت و خروج.
- شیوه های مختلف تامین مالی. که شامل ادغام های معکوس، اعمال نفوذ به بازارهای خارجی (مانند IPO^۱ در یک بازار خارجی) و بهره گیری از فرصت های متنوع موجود می گردند. پیام مورد نظر در این جا آن است که می توان خلاق بود و همیشه لازم نیست که از مسیرهای متعارف گذر کرد.

کارآفرینی و شرکت های بزرگ

- اکثر شرکت های بزرگ، رویه ها و سیاست هایی را دنبال می کنند که مشوق کارآفرینی برای توسعه محصولات و فرایندهای جدید هستند و بهبود فروش، سهم بازار، سوددهی و مانند آن را به دنبال دارند. در عین حال، بسیاری از شرکت های بزرگ به طور خواسته یا ناخواسته موانعی را بر سر راه کارآفرینی در ساختار سازمانی، در سیاست های توسعه محصول، در فرهنگ شرکت و نیز در سیستم های پاداش خود ایجاد می کنند.
- در سال ۲۰۰۵، نشریه بیزنس ویک^۲ در همکاری با گروه مشاوره ای بوستون، تیمی را جهت انتشار فهرست سالانه ۲۵ شرکت نوآور برتر جهان تشکیل داد که بر مبنای نظرسنجی از شرکت های بزرگ جهانی و با استفاده از سه معیار اولیه تهیه شد: نوآوری فرایندی، نوآوری محصول و نوآوری مدل تجاری. از میان ۲۵ شرکت فهرست شده در سال ۲۰۰۶، تعداد ۱۷ شرکت دارای پایگاه در ایالات متحده، ۳ شرکت در ژاپن (تویوتا، سونی و هوندا) و یک شرکت در هر یک از کشورهای انگلستان (ویرجین)^۳، فنلاند (نوکیا)، آلمان (بی ام و)، کره جنوبی (سامسونگ) و سوئد (ایکیا) بودند. ۵ شرکت برتر این فهرست عبارت بودند از: اپل، گوگل، ثری ام، تویوتا و مایکرو سافت^۴.
- این ۲۵ شرکت قدرتمند نوآور همگی شرکت های سهامی عام بودند البته به استثنا ۳ مورد که تحت مالکیت خصوصی قرار دارند (ویرجین، آیدو^۵ و ایکیا)، آنها از طریق اجرای بهترین اقدامات و تاکید بر نوآوری محصول، سرآمد سایر شرکت ها در صنایع خود هستند. معدودی از شرکت های برجسته مذکور از نوآوری فرایندی و نوآوری مدل تجاری بهره مند بودند. شرکت های مجهز به هر سه نوع نوآوری فوق الذکر عبارت بودند از: پراکتر و گمبل^۶، نوکیا، آی بی ام^۷ و ایکیا.
- با بررسی های صورت گرفته در خصوص برخی از شرکت های بزرگ موفق و ناموفق توسط وسلی بی تروئیت^۸ عوامل اصلی مشترک در تمامی موفقیت ها عبارتند از:
- رهبر عامل تغییر که از محیط خارجی تغییر یافته آگاهی دارد.
 - رهبر می داند که تغییر در سازمان ضروری است.
 - رهبر روحیه کارآفرینی را در کل شرکت القا می کند.
 - رهبر رویه هایی را برای تایید نوآوری و کسب حمایت در کل سازمان در طی اجرای نوآوری به خدمت می گیرد.
 - رهبر برای القای نوآوری، ایجاد شبکه های نوآوری فردی را مجاز می شمرد.
 - در تجزیه و تحلیل نهایی، موفقیت در رهبری ذوب می شود.

1- Initial Public Offerings

2- Business Week

3- Britain (Virgin)

4- Apple, Google, 3M, Toyota, and Microsoft

5- IDEO

6- Procter & Gamble

7- IBM

8- Wesley B. Truitt

کارآفرینان جوان

کارآفرینان در جامعه ما منحصر به فرد هستند - ما برای نوآوری و خلق و پیشبرد جامعه سرمایه داری خود به سمت پیشرفت و نوآوری، به کارآفرینان متکی هستیم. اما در عین حال، مشکلات کسب و کار در مقابل کارآفرینان قد علم می کنند و تعداد محدودی از افراد، حامی افراد نوآور و خلاق هستند.

برای افزایش حداکثری احتمال موفقیت خود چه کاری را می توانید انجام دهید؟ پاسخ این است:

- ریسک را درجه بندی کنید.
 - پاداش را درجه بندی کنید.
 - و اجازه ندهید منیت، عواطف یا هر چیز دیگری به تصمیم شما راه پیدا کند.
- کارآفرینان نباید فقط به این علت کسب و کار را راه بیاندازند که شاید بدین وسیله خود را «راضی» کند یا این که می خواهد در کوتاه مدت پولی به دست آورد یا سرگرم شود. کارآفرینان باید دقیقاً بدانند که چه کاری غلط است و چگونه باید کار صحیح را انجام داد. اگر کاری ارزش وقت گذاشتن برای انجام آن را داشته باشد و نیز به تلاش و شهرت خوبتان بیارزد، فرصت انجام آن با اهمیت و معنادار خواهد بود. اگر چنین نیست پس به سراغ ایده دیگری بروید.
- در این جا برخی از اندیشه های مهمی مطرح می شوند که اهمیتی حیاتی در کمک به جوانان برای اطمینان یافتن به خود دارند و به آنها این حقیقت را نشان می دهند که نه تنها می توانند بلکه در بازی کارآفرینی برنده نیز خواهند شد.

- هیچ زمانی بهتر از حالا برای تحقق بخشیدن به رویاهایتان نیست. مطمئن ترین راه برای چشم پوشی از توانایی هایتان آن است که آن چه را فکر می کنید قادر به انجامش هستید، انجام ندهید. ایده های بد به سرعت، با این گونه بررسی های دقیق حذف می شوند و ایده های خوب بالا می آیند.

• هر گونه باوری درباره این نکته که جوانان نمی توانند کارآفرین باشند، اشتباه است. در حقیقت اگر «فوربز ۴۰۰»^۱ را مطالعه کنید، چندین کارآفرین موفق در سطح ملی را خواهید یافت که در نوجوانی یا جوانی کار خود را آغاز کرده اند و این شروع، منجر به شکل گیری الگویی شده است که اگر چه در ابتدا ضعیف بوده اما در گذر زمان، موفقیت بزرگی را در پی داشته است.

• کارآفرینان «سرهم کنندگان» ایده هستند و دائماً مفاهیم، ایده ها و برنامه ها را برای بهتر شدن شرایط، انجام بهتر کارها و حل مسائل جستجو می کنند. (سرهم کردن ایده شامل مکتوب نمودن، روش عملی نمودن، مصاحبه با افراد صاحب نظر و پس از آن راه اندازی ایده است.)

• متفکران، فعالان و کارآفرینان اثرگذار جهان بیش از موفقیت هایشان به ناکامی، تلاش های بی ثمر و زبان دست یازیده اند، از این رو اگر می خواهید از مزیت تجربه بهره مند شوید، همین حالا کارتان را شروع کنید. من بهترین درس های تجاری را از شکست ها گرفته ام و نه از موفقیت ها.

• شما یا کارآفرین هستید یا نیستید - و به هر حال، هر کدام از آنها که باشید نمی توانید کار دیگری را انجام دهید.

• اگر می توانید خود را در حالی تصور کنید که مسیری آسان را در پیش گرفته اید و شغلی را انتخاب نموده اید، پس نباید خودتان شخصا دست به هیچ کاری بزنید. با پیدا شدن اولین نشانه های شکست، ذهن شما درخواهد یافت که «مسیر آسانی» را می طلبد و به شما ترس و وحشت را نهیب می زند. دنیا برای نوآوری، پیشرفت، خلق و تعریف آینده ما، به کارآفرینان وابسته است. اگر «راه آسان» در نقشه شما نباشد، پس فردی

کارآفرین هستید و در زمره افرادی قرار دارید که به تعریف آینده جمعی ما با نوآوری، اشتیاق و ابتکار خود کمک خواهند کرد.

شما به عنوان یک کارآفرین با کاری مواجه هستید که هیچ گونه دستورالعملی برای آن وجود ندارد. پس از آن که تصمیم گرفتید به دنبال چه کسب و کاری بروید، کار شما آن است که چنین کسب و کاری را تصریح کنید و حتی برای یک لحظه نیز تصور نکنید که فرد دیگری به شما بگوید چگونه باید کاری را انجام دهید - اگر دیگران می توانستند بگویند که چگونه باید کاری را انجام دهید، خودشان آن را به اجرا می گذاشتند و شما در موقعیتی قرار نمی گرفتید که بتوانید از پاداش های چند میلیون دلاری بهره مند شوید.

زمانی که تلاش های کارآفرینی آتی خود را برنامه ریزی می کنید، درباره این ایده ها بیاندیشید:

- شکست رخ خواهد داد اما سرنوشت شما توسط نحوه برخوردتان با شکست رقم می خورد.
- نگهداری موجودی، سودمند نیست و باید از آن اجتناب کرد.
- درآمد قبل از بهره، مالیات، کاهش بها و استهلاک (EBITDA)^۲ و جریان آزاد نقدینگی مربوط به آن، همه آن چیزهایی هستند که باید بدانید.
- دوستان رابطه دوستی نزدیکی را به وجود می آورند ولی شرکای تجاری نامناسبی هستند.
- شرکای خود را بر مبنای استعدادهاشان انتخاب کنید، نه این که چقدر آنها باعث احساس راحتی شما در ریسک پذیری می گردند.
- بهترین ایده ها اغلب متحول کننده نیستند بلکه دارای ماهیت تکاملی می باشند.

2- Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization.

1- Forbes 400

قوانین سادگی

۵۰ درصد کل مراجعین دارای قومیت آسیایی، آمریکای لاتین و آمریکایی - آفریقایی تبار بودند.

دومین مرحله توسعه مرکز، مختص گسترش دسترسی به کارکنان حرفه ای و خدمات حرفه ای از طریق مجموعه ای از سمینارهای آموزشی قابل دسترس در محل های جغرافیایی مختلف بود. مشارکتهای اجتماعی ای شکل گرفتند که جمعیت های مورد نظر را پوشش داده و توانایی های زیر را برای مرکز فراهم می کردند:

- برنامه ریزی و اجرای کنفرانس های مختص کسب و کار کوچک در جنوب لس آنجلس
- ایجاد مجموعه ای منظم از سمینارهای آموزش تخصصی رایگان و غیررایگان با تمرکز بر ابعاد پیشرفته توسعه کسب و کار کوچک
- تدوین برنامه های درسی و تامین منابع برای کارآفرینان در کسب و کار کوچک؛
- توسعه و افزایش حضور هیات علمی، جهت تنظیم برنامه پیشنهادی سمینارهای آموزشی و گسترش برنامه های درسی برای گنجاندن موضوعاتی مانند حسابداری کسب و کار کوچک، تجارت بین المللی و برنامه ریزی بودجه در آنها؛
- تدوین و چاپ مطالب موثر برای ارتقا جلسات آموزشی در کل محله های هدف.

توسعه این مرکز و جلسات آموزشی آن بر طبق نیاز جمعیت متنوع و اغلب اسپانیولی زبان طراحی شد. مجموعه کنفرانس های مختص کسب و کار کوچک، سمینارهای آموزشی و کارگاه ها بر طبق فرصت های تجاری خاص و مناسب این منطقه طراحی شد. فرصت هایی مانند صادرات و واردات بین المللی، آمایش و کسب و کار خدماتی در برنامه آموزشی ما هدف قرار گرفتند. آن چه بیشتر مورد توجه قرار گرفت، آموزش کارآفرینان برای برآورده سازی نیازهای خدمات هوایی بین المللی لس آنجلس و پورت های مخابراتی محلی بود.

به طور خلاصه، این مرکز مشاوه رخ به رخ با متخصصین برنامه و تمامی دریافت کنندگان برنامه را فراهم می آورد. در پی مشاوه، نیازهای دریافت کنندگان مشخص شده و توصیه های محرمانه کسب و کار درباره عناوین زیر ارائه می گردند: راه اندازی کسب و کار، ثبت شرکت، ساختار حقوقی و قراردادها (شرایط و تعهدات)، برنامه ریزی کسب و کار، بازاریابی، تامین بودجه و تدوین صورت های مالی و برنامه ریزی مالی، اعتبارات، بانکداری و مجموعه ها، تجارت بین الملل و غیره.

مرکز دانشگاه لویولا ماریمونت منابع خود را بر موارد زیر متمرکز می کنند:

پیش از راه اندازی شرکت: کارآفرینانی که به راه اندازی کسب و کار علاقمند هستند، خدمات مرکز دانشگاه لویولا ماریمونت را برای کسب اطلاعات و مهارت های مدیریتی لازم جهت کسب و کار کارآمد و پایدار، جستجو می کنند.

اگر فکر می کنید که ایده تان آن قدر خوب است که اگر شخص دیگری آن را بشنود، چنین ایده ای را از شما می رباید و به جای شما میلیون ها دلار را صرف آن می کند، خودتان را گول نزنید. ایده ها ارزان هستند، اجرای آنهاست که پرهزینه است.

- بهترین کسب و کارها، کسب و کارهای وابسته به اجرا، نه به ایده، هستند. اجرای فوق العاده، سبب ایجاد کسب و کارهای بزرگ می گردد. به ندرت می توان ایده ای را یافت که به خودی خود کسب و کار را به وجود آورد.
- کارآفرین موفق بودن، کار آسانی نیست. نیازمند آن است که شما به برای وقوع آن تعهد لازم را داشته باشید. شما نمی توانید آن را با تعهد نسبی انجام دهید. این کار به تعهد ۱۱۰ درصدی نیاز دارد.
- بخشی از تحقق این هدف منوط به آن است که به صورت جدی به تمام کارهایی که در زندگی انجام می دهید، نگاه کنید - چه انتخاب هایی را صورت می دهید که شما را برنده کنند نه بازنده؟

ایجاد مرکز منابع کار آفرینی در دانشگاه ها

مرکز توسعه کسب و کار کوچک (SBDCs)^۱ دانشگاه لویولا ماریمونت^۲ تحت نظارت دانشکده مدیریت بازرگانی (CBA) تاسیس شد. ماموریت و رسالت اولیه این مرکز جدید، خدمت رسانی به جامعه محلی از کارآفرینان تازه کار گرفته تا کسب و کارهای کوچک و جمعیت های محروم و کمتر محروم در ناحیه لس آنجلس بود. تلاش های اولیه بر تعیین ساختاری برای دسترسی مراجعین و مشاوه کسب و کار درجه اول درباره موضوعات مختلف متمرکز شد که از تدوین برنامه کسب و کار تا برنامه های بازاریابی، مسائل مالی، قوانین تجاری، شرایط قرارداد و اقدامات حسابداری برای کسب و کارهای تازه کار تنوع می یافتند.

این مرکز بلافاصله اجرای سمینارهای کوتاه مدت و کارگاه ها در باب «چگونه کسب و کار را آغاز کنیم»، «کسب و کار خود را بازاریابی کنید»، «دسترسی به سرمایه» و «انتخاب بهترین ساختار قانونی» را آغاز کرد. سمینارها در محل کتابخانه های محلی لس آنجلس کانتی^۳ و در کمپ برگزار می شدند.

محور اصلی این مرکز، اعتقاد به شکوفایی اقتصادی کلی، با آموزش و تعلیم افراد درباره مکانیزم های خاص راه اندازی و رشد شرکت های کوچک بود. خدمت رسانی اولیه، به مخاطبین مختلف با سطوح متفاوت درآمد به ویژه در منطقه جنوب لس آنجلس معطوف شد. ۵۷ درصد مراجعین این مرکز را زنان تشکیل می دادند و بیش از

1- Small Business Development Centers

2- Loyola Marymount University

3- Los Angeles County

۱- بینش

۲- **انسجام:** جوانان می آموزند که چگونه انسجام در کلام و تعهدات به خود و دیگران را حفظ کنند، چگونه به تاثیر گفتار خود بر دیگران کنترل داشته باشند و چگونه به صورت اخلاقی رفتار و زندگی کنند.

۳- **مسئولیت پذیری:** به آنها می آموزند که چگونه مسئولیت کامل زندگی خود را بر عهده گیرند و خود را قربانی ندانند. اگر مسئولیت ها را بپذیرند، جای هیچ گونه عذر و بهانه ای باقی نخواهد ماند حتی برای اموری که آنها کنترلی بر آن ندارند. گر چه به نظر سخت می رسد اما این تنها راه برای غلبه بر موانع است.

۴- **اشتیاق:** تنها با پیروی از دل است که اشتیاق حاصل می شود.

۵- **جرات:** آنها یاد می گیرند که جرات داشته باشند، با ترس مواجه شوند و از آن به عنوان نیروی محرک بهره بگیرند و هرگاه نیاز است جرات «نه» یا «آری» گفتن را داشته باشند.

۶- **استقامت:** آنها یاد می گیرند که تسلیم نشوند حتی اگر در سخت ترین شرایط قرار گیرند. شکست اشکالی ندارد اما باید شجاع بود و در برابر شکست ایستاد و به راه خود ادامه داد.

۷- درس پس دادن

تا سال ۲۰۰۵، آکادمی کار خود را بر کل کالیفرنیا جنوبی متمرکز کرده بود و گاه دانشجویان خارج از ایالت را نیز می پذیرفت اما در نوامبر سال ۲۰۰۵ یک ملاقات اتفاقی با بانوی اول زامبیا، طرح «پروژه آفریقا» به راه افتاد.

هدف این برنامه آن است که سالانه زنان جوان محروم، «آسیب پذیر اما کارآمد» و با استعداد را از زامبیا به کالیفرنیا بیاورد تا فرصتی برای شرکت در کمپ های دانشکده ای هفت هفته ای موسسه کسب و کار تابستانی داشته باشند. به این زنان جوان کمک می کند تا مهارت های آموزش کسب و کار و رهبری خود را توسعه بخشند و با بینش جدیدی به کشورشان بازگردند که آنها را قادر می سازد تا خود، خانواده و جامعه شان را ارتقا دهند.

در سال ۲۰۰۷، در همکاری با انجمن دانشگاه آکسفورد، طرح «پروژه آسیا» را به اجرا درآمد، در این طرح زنان جوان از چین در برنامه موسسه کسب و کار تابستانی سال ۲۰۰۷ آکادمی رهبری کسب و کار شرکت کردند.

در سال ۲۰۰۸، طرح بین المللی این مرکز توسعه داده شد و جوانانی از کره جنوبی و کانادا علاوه بر زامبیا و چین در آن شرکت کردند. همچنین در سال ۲۰۰۷، به عنوان بخشی از دوره آموزشی هاروارد، دختران جوان مصری طرح و مدلی را برای کارآفرینی اجتماعی پی ریزی کرده و نام «لنا»^۱ را بر آن نهادند که با لهجه عربی مصری به معنای «برای ما» می باشد. رسالت طرح «لنا» کمک به جوانان برای تقویت حس تعلق نسبت به مصر، مدارا با تمام مذاهب و مهارت های رهبری می باشد. دختران مصری برنامه های درسی را تدوین خواهند

راه اندازی: کارآفرینان در فرایند راه اندازی کسب و کار یا پس از راه اندازی، خدمات مرکز را برای کسب اطلاعات و مهارت های مدیریتی لازم در جهت برآورده سازی مشکلات خاص روزانه، فشارها و چالش های فوری راه اندازی یک کسب و کار کارآمد و پایدار نیاز دارند. این مرحله برای شرکت ها اهمیتی حیاتی دارد و مرکز می توانیم تاثیر زیادی بر آن بگذارد.

شرکت های تثبیت شده: شرکت های بالغ و کارآفرینان غیرمبتدی که کسب و کار آنها از مرحله چالش های اولیه راه اندازی گذشته و چند سالی را در این کسب و کار سپری کرده اند، در این گروه قرار می گیرند. این شرکت های تثبیت شده زمانی به مرکز مراجعه می کنند که نیازمند کمک به رشد کسب و کارشان یا مواجهه با یک چالش خاص می باشند.

شرکت های دارای سطح بالای رشد: کارآفرینانی که کسب و کار آنها رو به رشد است یا پتانسیل رشد با نرخ ۲۵ تا ۵۰ درصد در سال را دارد، در این گروه جای می گیرند. مرکز در نظر دارد که به این کارآفرینان کمک کند تا برای رشد سریع برنامه ریزی کنند و آن را با موفقیت، مورد مدیریت قرار دهند. کارآفرینان در شرکت های دارای سطح بالای رشد به خاطر مواجهه با چالش های مدیریتی پیچیده معمولاً به مشاوره های عمقی و خدمات مربوط به آن نیاز دارند.

آکادمی رهبری کسب و کار

آکادمی رهبری کسب و کار به شرکت کنندگان جوان خود در برنامه های آکادمی، فرصت بحث و کسب تجربه در مورد ارزش های اصلی را می دهد که آنها را به آن چه در زندگی اهمیت دارد، پیوند می زند و به آنها یادآور می شود که آن چه برای موفقیت لازم است، در اختیار دارند. آکادمی همچنین آموزش کارآفرینی و سواد مالی، توسعه رهبری و آموزش کارآفرینی اجتماعی را در اختیار آنها قرار می دهد.

فلسفه اصلی آموزشی آکادمی برای جوانان، القای مفهوم سرمایه داری همراه با اخلاقیات و در عین حال نهادینه کردن هفت ارزش اصلی در ذهن آنها می باشد. در آکادمی رهبری کسب و کار، آموزش کارآفرینی و کسب و کار به عنوان یک ابزار به کار می رود و به جوانان آموزش داده می شود که برای خود بپا خیزند، صحبت کنند. بدانند که صدایشان باید شنیده شود و می شود. همچنین به جوانان می آموزد که همین حالا باید با پیش بگذارند و منتظر نباشند که اول میلیونر شوند، بعد کاری را آغاز کنند.

هفت ارزش اصلی به عنوان زیربنای برنامه در نظر گرفته شده، زیرا آموزش کارآفرینی و کسب و کار اگر چه هیجان انگیز است، اما برای کمک به بهبود شرایط جوانان کافی نخواهد بود. این هفت ارزش کلیدی به عنوان مبنا در ورای برنامه ها عمل می کنند.

نمود و شراکت هایی را تشکیل خواهند داد. به علاوه، در سال ۲۰۰۸، برنامه آموزش رهبران زن آتی هاروارد به زنان جوان در مصر، اردن و کویت ارائه شد.

توسعه کارآفرینی از طریق استاد کاری

تقویت جامعه برای کارآفرینان جوان، فراهم نمودن ابزار و منابع برای موفقیت آنها و مرتبط ساختن آنها با کارآفرینان بسیار موفق، به زمان و تلاش های فراوان نیاز دارد. در تلاشی از این دست، هر کار کوچکی به حساب می آید.

انجمن اساتید کارآفرین سازمانی است که برای جوانان با استعداد بنا نهاده شده و نمونه فوق العاده ای برای تشریح این موضوع می باشد. این انجمن یک شبکه اجتماعی بزرگ از شرکت های کارآفرین را برای اعضا جدید تشکیل می دهد تا برای تلاش های کسب و کار خود شاگردی کنند.

تعدادی از اصول بنیادی در این انجمن وجود دارند که پیشنهاد می کند برای تضمین عملکرد مطلوب سازمان رعایت شوند. به طوری که شما باید در مورد متقاضیان بسیار گزینشی عمل کنید. در هنگام جذب اعضای بالقوه، دسترسی خود را به مکان هایی (مانند دانشگاه ها و غیره) فراهم آورید که بهترین و باهوش ترین افراد را در خود جای داده اند، اما نباید سایر مراکز را برای جذب نیرو از یاد ببرید. به دنبال دانشکده های تحقیقاتی قدرتمند با برنامه های کارآفرینی بزرگ باشید و نیز دانشکده هایی را بیابید که برنامه های کارآفرینی آنها به قدر کافی توسعه نیافته اند و از تعامل با شما بهره مند خواهند شد. دانشکده های دارای برنامه های کارآفرینی توسعه نیافته اغلب نیاز وافری به کمک شما دارند و از آن چه شما انجام می دهید استقبال کرده و آن را مورد حمایت قرار می دهند.

در هنگام بررسی فرم های درخواست و ملاقات با متقاضیان، در نوشته ها و مصاحبه های آنها، به دنبال هیجان و بلندپروازی آنها باشید. شما باید اطمینان کسب کنید که دانشجویان نسبت به زندگی و آینده خود هیجان دارند و به یادگیری و کارآفرینی علاقه واقعی نشان می دهند.

ساختار جلسات به گونه ای است که هشت جلسه در یک برنامه برای هر ترم در نظر گرفته شده و هر سال متشکل از دو ترم می باشد. این جلسات شنبه ها از ۸ صبح تا ۱۲ ظهر برگزار هستند. در این جلسات دو کارآفرین سخنرانی می کنند (از ۹ تا ۱۰ و از ۱۱ تا ۱۲). یک ساعت میان دو سخنرانی مهمانان برای اعضا در نظر گرفته شده تا ایده های مربوط به راه اندازی کسب و کار را با همکلاسی ها در میان بگذارند و بازخورد، منابع و راهنمایی سخنرانان و دیگران را به دست آورند. این جلسات توسط رهبران دانشجویان سازماندهی می شوند. این وظیفه باعث می شود که دانشجویان از انجام سازماندهی درس بگیرند. از برنامه ریزی جلسات تا نشست های پیگیری با

سخنران ها و ترتیب دادن صبحانه و نهار برای اعضا، رهبران دانشجویان، کارها را میان یکدیگر تقسیم می کنند و معاون سازمان آنها را پیگیری می نماید تا اطمینان یابد که همه چیز به خوبی پیش می رود.

جلسات در دانشگاه های برتر کالیفرنیا جنوبی برگزار می شوند. دانشگاه کالیفرنیا جنوبی، دانشگاه کالیفرنیا، لس آنجلس، دانشگاه لویولا ماریمونت و موسسه تکنولوژی کالیفرنیا مکان های اصلی برگزاری جلسات هستند.

انجمن اساتید کارآفرین یک کلوپ ثبت شده در هر چهار دانشگاه است و از این رو میزبان رویدادهای به وقوع پیوسته در این دانشکده ها بوده و به عنوان کلوپ دانشکده ای محلی مطرح می گردد. بدین ترتیب، سازمان می تواند عملکرد خود به عنوان یک کلوپ دانشکده ای محلی را در مقیاس بزرگتری انجام دهد.

کارآفرینانی که برای سخنرانی دعوت می شوند می دانند که سازمان می خواهد آنها را در تماس با دانشجویانی قرار دهند که به دنبال راهنمایی و هدایت هستند. ما با این ذهنیت، برای اعضای سازمان فرصتی را فراهم می آوریم تا برای شاگردی در محضر سخنرانان حاضر شوند. رابطه استاد - شاگردی از دو ماه تا یک سال به طول می انجامد. بعضی از افراد همکاری با برنامه را به عنوان دانشجوی، سال ها ادامه می دهند. از آن جا که این دانشجویان مشتاق کارآموزی هستند، رابطه استاد - شاگردی خود را تمام طول عمرشان حفظ می کنند، در پاره ای از اوقات، دانشجویان پس از کسب موفقیت، به عنوان استاد به دانشگاه باز می گردند.

در نتیجه اجرای چنین برنامه ای، دانشجویان باید به رویاهای خود ایمان آورند و درک بهتری از مراحل عملی لازم برای تحقق این رویاها را کسب کنند و آنها منابع و روابطی را به دست می آورند که در موفقیت به آنها کمک خواهند کرد.

ورود به یک بازار خوب و مناسب

چنان چه به فکر راه اندازی یک کسب و کار هستید، این موضوع را بپذیرید که این اقدام، کار ساده ای نیست. منظورم این نیست که شما را از آن منصرف کنم. بلکه، باید برای آن آماده شوید و حتی چشم به راه چالش هایی باشید که باید با آنها مواجه شوید. راه اندازی کسب و کار به اندازه کاری که تا به حال در زندگی انجام نداده اید، سخت خواهد بود. علی رغم این دشواری، این کار همچنین می تواند موفق ترین و جالب ترین تلاشی باشد که تا کنون تقبل کرده اید.

به همین منظور لازم است خودتان و ایده تان را باور داشته باشید. همه می گویند که این مساله می تواند یک ایده خوب برای شروع یک کسب و کار باشد، اما آن چه که موجب می شود که یک کسب و کار، عملی باشد و در نهایت به موفقیت برسد میزان باور و ایمان واقعی شما به عنوان یک مالک کسب و کار به کاری است که انجام می دهید.

هنگامی که به عنوان یک کارآفرین در چالش و تقلا هستید، اغلب کلامتان تنها چیزی است که باید از خود بروز دهید، از این رو باید همواره به قولی که می دهید یا پیمانی که می بندید وفا کنید.

وقتی سازمان تان رسماً اعلام شد و به جریان افتاد، باید مطالب و پیام های مربوط به کل کارهای شگرفی که کسب و کارتان انجام می دهد را اعلام کنید. هزینه پرداخت شده می تواند کاملاً گزاف و گران باشد با این وجود موضوعی که حقیقتاً اثربخش بوده عبارت است از شناخت و به رسمیت شناختن منحصر به فردی که برای نوع کار شما در دسترس است.

علاوه بر این در هر تعداد رویداد شبکه سازی که می توانید شرکت کنید، این رویدادهای شبکه سازی مردمی عملاً ارائه کننده فرصت ها و موقعیت های موفقیت آمیزی برای شما هستند تا بتوانید با سایر مالکان کسب و کارهای کوچک مثل خودتان تعامل کنید و ارتباط برقرار نمایید.

پس از تمام تلاش هایی که صورت داده اید و به بسیاری از اهداف شرکت تان رسیده اید و فراتر از اهدافتان رفته اید، توانایی ارائه و تامین درآمد برای دیگران، رضایت بخش خواهد بود، زیرا بدین طریق در می یابند که رویاهایتان در مورد راه اندازی کسب و کارتان به حقیقت پیوسته است. به عبارت دیگر باید تجارب خود را به دیگران انتقال دهید.

و اگر در نمایشگاه های بازرگانی با برخی برنامه های جالب و شگرف مواجه می شوید که توسط کارشناسان برتر در زمینه کاریتان به شما ارائه می گردد، نترسید از این که خودتان را به این هیات مشاوره ها و یا اعضای میزگرد معرفی کنید و کارت های کسب و کار آنهایی که معتقدید می توانند منابع ارزشمند شبکه تان را افزایش دهند، جمع آوری کنید.

مهمترین موضوعی که مطرح است این است که بعد از این که خودتان را معرفی کردید و یک کارت کسب و کار را از فردی گرفتید،

با او کار را ادامه دهید. شما می توانید صدها کارت کسب و کار از بسیاری از اشخاص مهم و مختلف به دست آورید، اما اگر تنها کاری که انجام می دهید نشستن پشت میزتان است، این کارت ها ارزش چندانی زیادی نخواهند داشت. برقراری سریع تماس تلفنی یا ایمیل زدن جهت قدردانی از این که وقتش را برای این کار اختصاص داده و نیز در خواست حضور او در فرصت های آتی جهت بحث و بررسی در مورد ایده ها و طرح ها نشان می دهد که شما واقعا به آن چه که او ارائه کرده است علاقمند هستید و این یک روش مهم برای افزایش احتمال پیشرفت یک ارتباط سودآور است.

البته به خاطر داشته باشید هنگامی که کسب و کاری دارید که به موفقیت رسیده، نباید خیالتان از موفقیتی که به دست آورده اید زیاد راحت باشد. همیشه به دنبال روش ها و پیشرفت های جدید در داخل و خارج از زمینه تخصصتان باشید، اهمیتی ندارد که این رشته تا چه حد با کسب و کارتان نامربوط است.

جدای از تمامی مسائل گفته شده، چنان چه کارمندان، سازمان شما را با ارزش بدانند، آن گاه احتمال بسیار بیشتری وجود دارد که آنها نسبت به کارمندانی که تصور می کنند جایگاه اشتغال شان ضعیف است، سودآورتر باشند. این کار از طریق رعایت کردن یک سری خط مشی و سیاست ساده که در عین حال اغلب نادیده انگاشته می شوند، به احترام و وفاداری کارمندان منجر می شود؛ این خط مشی ها عبارتند از:

۱- بگذارید کارمندان احساس کنند که «عضوی از گروه» هستند. بکارگیری این سیاست دشوار است، به ویژه که اگر شرکت شما بزرگ باشد و شامل چندین بخش مختلف باشد. با این وجود، من اکیدا توصیه می کنم که هر فرد موجود در سازمان تان را در برخی از تصمیماتی که بر کل شرکت تاثیر می گذارد دخالت دهید. لازم به گفتن نیست که شما در نهایت کسی خواهید بود

که تصمیم نهایی را می گیرید، اما این که کارمندان تان بدانند که نظرات آنها برای شما ارزشمند است به آنها انگیزه خواهد داد. ۲- در دسترس باشید. وقتی که در دفتر، کار می کنید مطمئن شوید که کارمندان تان هر زمان بخواهند می توانند وارد دفتر شما شوند. ۳- درها را بردارید. این یک روش عالی برای نظارت کلی عملکردهای کسب و کار است و با این کار به کارمندان فرصت مطرح کردن سوالاتی راجع به پروژه کار را دارند و همچنین این فرصت را دارید که با آن دسته از کارمندانی که به ندرت با آنها تعامل دارید، صحبت کنید.

۴- همیشه هوشیار و مواظب باشید.

- عوامل اصلی موفقیت

- یافتن و به کار گرفتن افراد با استعداد و عالی مستلزم زمان و هزینه بسیار زیاد است، اما همچنین به عنوان یک مالک کسب و کار باید در نظر داشته باشید که راضی نگه داشتن افراد و کارمندان تان و همچنین کار کردن آنها برای شما، و نه رقیبانتان، مستلزم سرمایه گذاری بسیار زیاد از طرف شماست. نقش اصلی یک مدیر عبارت است از: به کار گماشتن افراد، آموزش و الهام بخشی. با تمرکز بر این اصول کلیدهای موفقیت را در دست خواهید داشت.
- به کار گماشتن. هنگام استخدام و جذب افراد، شما صرفاً به دنبال بهترین ها هستید، یعنی صرفاً کسانی که استعداد دارند و یک شور و اشتیاق واقعی برای آن چه که آنها انجام می دهید، از خود نشان می دهند. به منظور جذب بهترین ها، باید همیشه پاداش هایی را نیز ارائه کنید.
- ایجاد فرصت های یادگیری و رشد. این امر به ویژه برای توانمندسازی کارکنانتان در تصمیم گیری مهم است.
- آموزش. کارمندان باید به منظور رسیدن به نتایج، آموزش ببینند. هنگامی که آنها به اهداف رسیدند، سر موقع و به صورت یکپارچه به آنها پاداش دهید تا انگیزه

آنها برای کار کردن حفظ شود.

- شخص با استعداد را حفظ کنید و به او انگیزه درونی بدهید. من دریافته ام که کارمندان هنگامی به اوج رضایت و سودآوری می رسند که بر اساس یک مبنای متعادل و تمام و کمال با واکنش و ارزشیابی مواجه شوند.
 - دوره های آموزشی منظمی را جهت بهبود و پیشرفت مهارت ها و کارایی کارمندان تدارک ببینید.
 - همه دارایی تان را در یک کار به مخاطره نیندازید (همه تخم مرغ خود را در یک سبد نگذارید).
- ۳-۲- کسب و کارتان را مهم بیندارید.
- ۳-۳- روی علایق بیان شده سرمایه گذاری نکنید. صرفا پول واقعی پولی است که باید روی آن حساب باز کرد و معامله بانکی انجام داد.
- ۳-۴- پول است که نفوذ دارد و همه چیز را کنترل می کند.
- ۳-۵- حریص و فزون خواه نباشید.

۴- افراد

- ۴-۱- هیچ کارآفرین موفقی، یک فرد ویژه و مجزا نیست.
- ۴-۲- توافق یک واژه قبیح نیست (مگر در مواقعی که صداقت درگیر شود).
- ۴-۳- ترس از دیگران می تواند مانع از موفقیتی شود، که به کمک آنها به دست می آید.

- ۴-۴- یافتن چیزی برای تبادل، حتی هنگامی که چیزی ندارید.
- ۴-۵- برای راه اندازی یک کسب و کار مطلوب و ایده آل نیاز به یک گروه ایده آل نیست.

۵- پاداش ها

جمع بندی

کارآفرینان آن چه را که خیلی ها نمی بینند و نمی فهمند، در می یابند. ناسامانی و هرج و مرج، انگیزه ای برای توسعه و پیشرفت فرصت های فراوان است. کارآفرینی طی سال های آتی و بعد از زمان های سختی که در پایان نخستین دهه هزاره داشته ایم، رو به شکوفایی و رونق می رود. بدون تردید، کارآفرینی، حلال مشکلات جهان است.

اما مهمتر از همه، بعد از خواندن این مطالب، بیرون بروید و کاری قدرتمند، تاثیرگذار، جالب و لذت بخش برای خودتان و کنج خلوت دنیای خودتان انجام دهید.

از این رو ننشینید و فکر کنید. بیرون بروید و یک گروه کامل بسازید.

منبع:

برگرفته از کتاب "آفرینش کارآفرینان" نویسنده: فرد کیزند

تفکر و بینش کارآفرینی

الیسا گروسمن^۱ در خصوص تفکر و بینش کارآفرینی عنوان می کند که «تجربیات اولیه تدریس، مرا برانگیخت تا به دنبال مشورت گرفتن از همکاران و استادان موفقم باشم کسانی که سعی می کنند تا از اشتباهات بد و فاحش استادان جلوگیری کنند. من معتقدم که یک مساله قیاس پذیر در کارآفرینی وجود دارد:

وقتی از موفقیت های دیگران درس می گیرد، از اشتباهات آنها نیز مطلب می آموزید.

من ماجراهای بسیار زیادی را از کارآفرینان شنیده ام و هنوز هم مشتاقم بیشتر بشنوم. این ماجراها و سرگذشت ها به همراه تجربه شخصی من، برای جمع آوری چکیده ای از حقایقی مورد استفاده قرار گرفت که کارآفرینان و دانشجویان کارآفرینی آن را جالب، آگاهی دهنده و یا ارزشمند دانستند (حتی اگر هر حقیقت، یک حقیقت شاد نباشد).» این حقایق به شرح ذیل هستند:

۱- کار و تلاش سخت

- ۱-۱- برای برخی از کارآفرینان، ۸۰ ساعت کار در هفته، یک هفته کم فعالیت است.
- ۱-۲- راه اندازی یک کسب و کار مستلزم شکیبایی پر شور و پر دل و جرات می باشد.

۱-۳- کارآفرینی مستلزم صبر و شکیبایی است.

- ۱-۴- پیش بینی بسیار دشوار است به ویژه وقتی که در مورد آینده باشد.

۲- برنامه ریزی

- ۲-۱- آن چه را که پیش بینی می کنید ارزیابی نمایید.
- ۲-۲- صرفا برای زمان های بد برنامه ریزی نکنید، برای زمان های خوب هم طرح ریزی و برنامه ریزی نمایید.
- ۲-۳- یک سایز برای همه متناسب نیست.
- ۲-۴- یک کسب و کار خوب به اندازه پایه و مبنایش قوی است.

۳- پول

- ۳-۱- ترس از آمار و حساب کردن، موجه نیست.