



آموزش درس کارآفرینی

فصل اول: اصول کارآفرینی

فهرست فصل یک

مفاهیم و تعاریف کار آفرینی

تاریخچه کار آفرینی در ایران و جهان

اهمیت و ضرورت آموزش کار آفرینی

ویژگی ها و صفات کار آفرینی

جذابیت ها و عوامل انگیزشی کار آفرینی

راه های موثر ترویج فرهنگ کار آفرینی در مدارس

نگاهی اجمالی به فصل

کارآفرینی امری آموزش پذیر، تقویت پذیر و پرورش پذیر است. امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهمترین و گسترده ترین فعالیت های آموزشی تبدیل شده است

هدف از دوره های آموزشی که منجر به بهبود و توسعه انگیزش گرایش های فردی همچون تمایل به استقلال، فرصت جویی، تمایل به مخاطره پذیری، تعهد به انجام کار، تمایل به حل مشکلات، آغازگر و منشأ ایده های جدید و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام می باشد

**بنابراین: هدف از آموزش کارآفرینی تربیت افرادی است که با
ایفای نقش فعال اقتصادی با جو و شرایط کسب و کار محلی آشنا
شده و درباره فعالیتهای خاص مورد نیاز برای راه اندازی و
مدیریت کسب و کار محلی دانش و مهارتهای خود را افزایش
دهند.**

اهداف آموزشی :
آشنایی با مفهوم کارآفرینی و اهمیت آموزش آن برای دانش آموزان

اهداف رفتاری: هدف از آموزش کارآفرینی تربیت افرادی است که صفات کارآفرینان و ویژگی های کارآفرینان را در خود تشخیص و ضرورت آن را تشخیص دهد

مفاهيم وتعريف كار آفرينى ▶

▶ گر چه کارآفرینی (Entrepreneurship) واژه‌ای است که به‌وفور در ادبیات عمومی جامعه به کار می‌رود، اما به‌عنوان یک حوزه مطالعاتی، نسبتاً جوان است و تعاریف مختلفی از آن ارائه‌شده است. کارآفرینی یک مفهوم چندوجهی است و محققان علوم مختلف اعم از اقتصاد، جامعه‌شناسی، روانشناسی و... در تئوری‌ها و تعاریف خود، هرکدام به یک وجه از این مفهوم پرداخته‌اند. آنها در طول زمان تعاریف متفاوتی از کارآفرینی داشته‌اند و هرکدام بر بعد خاصی از فرایند کارآفرینی متمرکز شده‌اند

▶

بنابر تعریف واژه نامه مدارس ی وبستر : کار آفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی ، اداره و تقبل اند.

ژوزف شومپتر (۱۹۳۴) فرایند کار آفرینی را "تخریب خلاق" می نامد. به عبارت دیگر ویژگی تعیین کننده در کار آفرینی همانا انجام کارهای جدید و یا ابداع روشهای نوین در امور جاری است. روش نوین همان "تخریب خلاق" می باشد. از نظر وی نوآوری در هر یک از زمینه های ذیل محسوب می شود.

- ۱- ارائه کالای جدید**
- ۲- ارائه روش جدید در فرایند تولید**
- ۳- گشایش بازاری جدید**
- ۴- یافتن منابع جدید**
- ۵- ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در صنعت**



► تاریخچه کارآفرینی در ایران و جهان

سیر تاریخی مفهوم کار آفرینی

- ▶ به طور کلی و با عنایت به موارد اشاره شده در فوق ، سیر تاریخی مفهوم کار آفرینی را می توان به پنج دوره تقسیم نمود:
- ▶ دوره اول (قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی) : در این دوره به صاحبان پروژه های بزرگ که مسئولیت اجرایی این پروژه ها همانند ساخت کلیسا، قلعه ها، تأسیسات نظامی و ... از سوی دولتهای محلی به آنها واگذار گردید. کار آفرین اطلاق می شد، در تعاریف این دوره پذیرش مخاطره، لحاظ نشده است.
- ▶ دوره دوم (قرن ۱۷ میلادی) : این دوره همزمان با شروع انقلاب صنعتی در اروپا بوده و بعد مخاطره پذیری به کار آفرینی اضافه شد کار آفرین در این دوره شامل افرادی همانند بازرگانان ، صنعتگران و.... می باشد.
- ▶ دوره سوم (قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی) : در این دوره کار آفرین فردی است که مخاطره می کند و سرمایه مورد نیاز خود را از طریق وام تأمین می کند، بین کار آفرین و تأمین کننده سرمایه (سرمایه گذار) و مدیر کسب و کار در تعاریف این دوره تمایز وجود دارد

▶ دوره چهارم (دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی) : در این دوره مفهوم نوآوری شامل خلق محصولی جدید، ایجاد نظام توزیع جدید یا ایجاد ساختار سازمانی جدید به عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است.

▶ دوره پنجم، دوران معاصر (از اواخر دهه ۱۹۷۰ تاکنون) : در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و کارهای کوچک و کارشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به عنوان تسریع کننده این سازور، جلب توجه زیادی به این مفهوم شد و کارویکرد چندجانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روانشناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینی توجه نموده‌اند.

▶ تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع ، موضوع کار آفرینی را به جلو رانده است:

▶ **موج اول: انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتابهای زندگی کار آفرینان و تاریخچه شرکت‌های آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه‌های سریع پولدار شدن می‌باشد. این موج از اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع می‌شود**

**موج دوم: این موج که شروع آن از دهه ۱۹۶۰ بوده
شامل ارائه رشته‌های آموزش کارآفرینی در
حوزه‌های مهندسی و بازرگانی است که در حال
حاضر این حوزه‌ها به سایر رشته‌ها نیز تسری یافته
است**

▶ موج سوم: این موج شامل افزایش علاقمندی دولتها به تحقیقات در زمینه کار آفرینی و بنگاههای کوچک، تشویق رشد شرکت‌های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری‌های صنعتی می‌شود که از اواخر دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است

سابقه کار آفرینی در ایران

▶ ، در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کار آفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و مدارس ی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادث‌تر شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کار آفرینی مورد توجه قرار گیرد.

اهمیت و ضرورت آموزش کارآفرینی ▶

تحقیقات نشان می دهد که کار آفرینی امری آموزش پذیر، تقویت پذیر و پرورش پذیر است. اولین کشورهایی که در زمینه آموزش کار آفرینی فعالیت هایی را انجام دادند، کشورهای آلمان، انگلیس، امریکا و ژاپن بودند ▶

- ▶ مهم ترین نقش های آموزش کار آفرینی در روند توسعه عبارتست از:
- ▶ ۱- کار آفرینی موجب گردآوری پس اندازهای عمومی بی هدف و سرگردان می شود.
- ▶ ۲- کار آفرینی موجب ایجاد اشتغال در سطح وسیع می شود.
- ▶ ۳- کار آفرینی به توسعه متوازن منطقه ای منجر می شود و همچنین باعث کاهش تمرکز اقتصادی در منطقه می شود.
- ▶ ۴- کار آفرینی منجر به توزیع مجدد ثروت، در آمد و حتی قدرت سیاسی بصورت عادلانه در جامعه می شود.

۵- کار آفرینی باعث تحرک منابع، سرمایه ها و مهارت های بی استفاده و سرگردان جامعه می شود.

۶- از آنجا که کار آفرینی پیوسته در حال ابداع و نوآوریاند، لذا کار آفرینی کیفیت زندگی را بهبود می بخشد.

۷- کار آفرینی موجب افزایش سود اجتماعی از طریق دولت می شود. افزایش درآمد از طریق

کار آفرینی موجب بهبود خدمات رسانی دولت در زمینه های اجتماعی و فرهنگی می شود.

۸- همچنین کار آفرینی عامل تحریک و تشویق رقابت، جمع آوری و سازماندهی منابع و استفاده اثر بخش از آنها و همچنین عامل تحول و تجدید حیات ملی است

ویژگی ها و صفات کارآفرینی

کارآفرین کیست؟
کارآفرین کسی است که فرصتی را کشف و برای
پیگیری و تحقق آن، سازمان مناسبی را ایجاد می کند.

صفات اشخاص کار آفرین

- ۱- نیاز به توفیق
- ۲- نوآوری، خلاقیت، ایده سازی
- ۳- اعتماد به نفس
- ۴- پشتکار زیاد
- ۵- آرمان گرایی
- ۶- پیشقدم بودن
- ۷- فرصت گرا بودن (بیشتر در جستجوی فرصتها هستند تا تهدیدات)
- ۸- نتیجه گرا بودن
- ۹- اهل کار و عمل بودن
- ۱۰- آینده گرایی

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی

۱- مسئولیت‌پذیری

۲- اعتماد به موفقیت

۳- تمایل به گرفتن بازخورد سریع

۴- انرژی بالا

۵- آینده‌نگری

۶- مهارت در سازماندهی

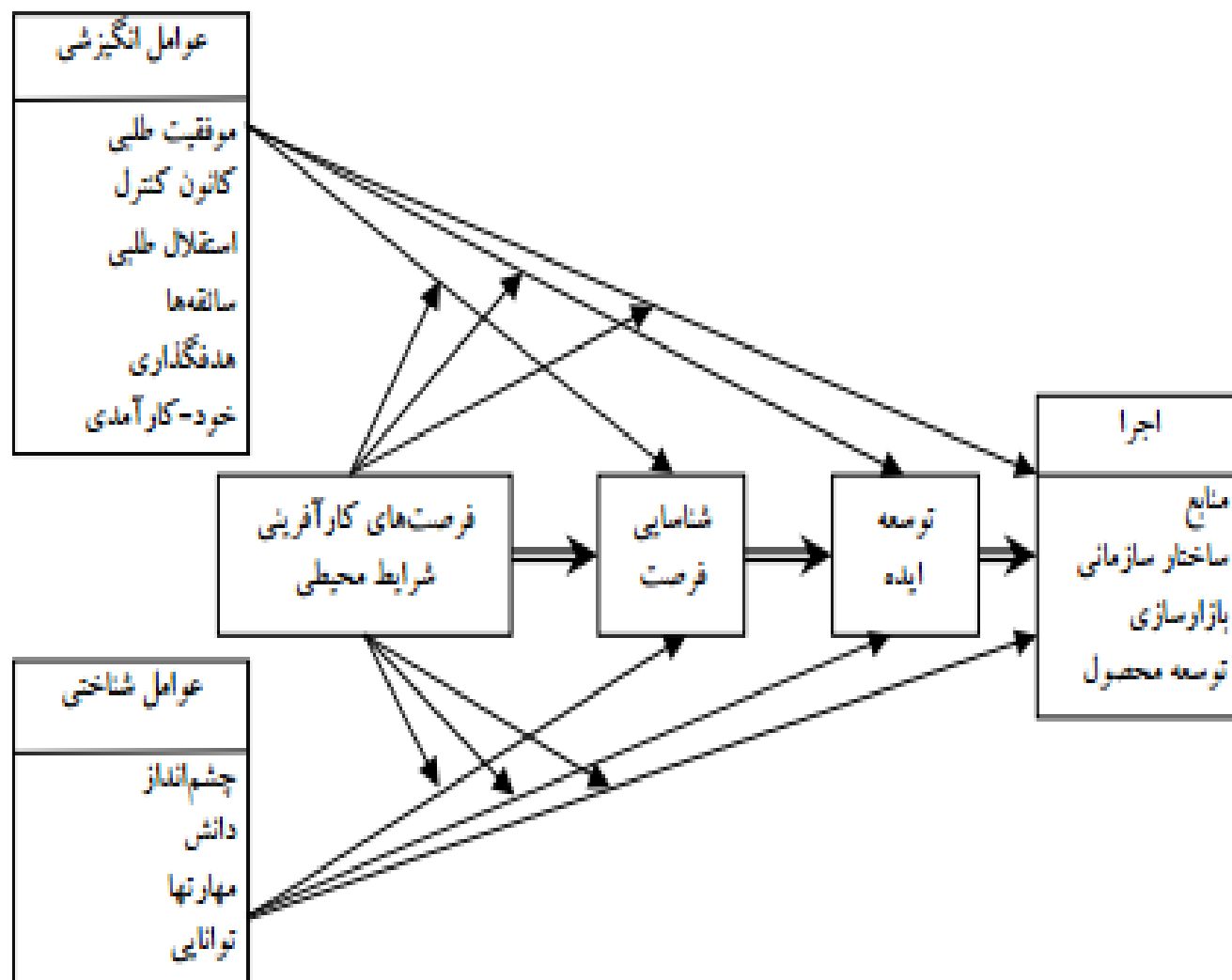
۷- تعهد بالا

۸- تحمل ابهام

۹- انعطاف‌پذیری

– جذابیت ها و عوامل انگیزشی کار آفرینی

نیاز به موفقیت
نیاز به استقلال
ریسک های حساب شده
مرکز کنترل درونی
خلاقیت و نوآوری



نمودار ۲. الگوی انگیزش کارآفرینی

عوامل شکست کارآفرینی

ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها	داخلی	خارجی
سازمان	عملکردهای مدیریتی	ضعف در بازاریابی، تبلیغات و جذب مشتری	✓	
		بی‌تجربگی در زمینه‌های مختلف مدیریتی	✓	
		استخدام و ترفیع براساس وابستگی‌های شخصی نه براساس شایستگی‌ها	✓	
		روابط ضعیف با شرکت‌های باسابقه‌تر	✓	
		ضعف در مدیریت منابع انسانی	✓	
		مشکلات جریان نقدینگی و حساب‌داری	✓	
	شرایط تأسیس	ارزیابی غیرواقعی طرح‌ها و پروژه‌ها	✓	
		تعیین نکردن شفاف محدوده‌ی فعالیت‌های کسب‌وکار	✓	
		نشناختن درست بازار	✓	
		مشکلات فنی در فرایند تولید و یا ارائه‌ی خدمات‌ها	✓	
		تقلب و کلاه‌برداری (تقلب‌های مالی توسط یکی از کارمندان، سهام‌داران و ...)	✓	
		اختلاف شرکا و مشکلات کار گروهی	✓	
فرد	سرمایه‌ی انسانی	نداشتن تخصص و تحصیلات مرتبط کافی	✓	
		نداشتن تجربه‌ی مرتبط کافی	✓	
		نداشتن انگیزه‌ی کافی و خستگی و دل‌سردی از کار	✓	
		تغییر انگیزه‌ها و خواسته‌های شخصی	✓	
	سرمایه‌ی اجتماعی	عضویت نداشتن در شبکه‌ها و گروه‌های مرتبط با کسب‌وکار	✓	
		حمایت نکردن خانواده و اطرافیان	✓	
محیط	اقتصاد کلان	فساد اداری و ضرورت استفاده از روابط و روش‌های غیرقانونی برای شروع کسب و کار و ادامه‌ی آن	✓	
		تأمین نشدن منابع مالی از سوی سرمایه‌گذاران، بانک و ...	✓	
		قوانین و مقررات دولتی ناسازگار با فعالیت‌های کارآفرینی (مالیات و بیمه، قوانین کار، بخش‌نامه‌ها و سایر ضرورت‌های قانونی)	✓	
		جو اقتصادی نامناسب جامعه	✓	
		تحول‌های بین‌المللی مانند تحریم، جنگ و ...	✓	
		تغییر الگوی خرید مشتری با اثرگذاری عوامل سیاسی، اجتماعی، زیست محیطی و ...	✓	
		حوادث فاجعه‌آمیز غیرقابل پیش‌بینی مانند آتش‌سوزی و زلزله	✓	
	شرایط صنعت	عرضه‌ی محصول با قیمت پایین‌تر توسط رقبا (داخلی یا خارجی)	✓	
		عرضه‌ی محصول جایگزین به بازار	✓	

فعالیت های یادگیری دانش آموزان :

۱- مطالعه مقالات مربوطه و درک چستی کارآفرینی ،

۲- درک اهمیت و ضرورت آموزش کارآفرینی

فعالیت های عملکردی :

ایجاد مشارکت در بحث های کلاسی و ارائه نمونه های موفق در زمینه کارآفرینی
از دانش آموزان بخواهید چنانچه تجربیات کار پاره وقت را دارند در کلاس ارائه دهند
از دانش آموزان بخواهید که به عنوان فعالیت یادگیری با یک فرد شاغل مصاحبه های انجام دهند
تا ویژگیهای افراد موفق ان شغل را شناسایی انند.

فصل دوم : خلاقیت و نوآوری

فهرست مطالب

- ۱- تعریف خلاقیت
- ۲- تعریف خلاقیت از دیدگاه روانشناسی
- ۳- تعریف خلاقیت از دیدگاه سازمانی
- ۴- اهمیت، ضرورت و نقش خلاقیت در کار آفرینی
- ۵- نقش های خلاقیت
- ۶- عناصر خلاقیت
- ۷- الگوی البرت شیت در خلاقیت
- ۸- الگوی امابلی در خلاقیت
- ۹- عوامل توسعه خلاقیت
- ۱۰- موانع خلاقیت

- ۱۱-تعریف نوآوری
- ۱۲-ارتباط بین خلاقیت و نوآوری
- ۱۳-نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری
- ۱۴-تکنیک های خلاقیت
- ۱۵-بارش فکری یا طوفان فکری
- ۱۶-تکنیک طوفان فکری معکوس
- ۱۷-مفاهیم اصلی تیریز
- ۱۸-چهل اصل نوآوری تیریز
- ۱۹- (P.M.I)
- ۲۰-تکنیک سینکتیکس
- ۲۱-تکنیک شکوفه ی نیلوفر آبی
- ۲۲-تکنیک استخوان ماهی

نگاهی اجمالی به فصل دوم :

خلاقیت و نوآوری:

- یکی از راه های تفکر است و مترادف هوش نیست.
- یک فرایند است نه یک نتیجه یا محصول
- به تحصیل معلومات قابل قبول بستگی دارد
- امری توسعه پذیر است
- از تفکر واگرا ناشی میشود.
- کنجآوری و تمایل به دانستن و تجربه بسیاری از امور است.
- از طریق حساسیت و درک مسائل قابل توسعه است.
- از طریق آزمایش، تجربه و دانش رشد می کند.
- شکلی از تخیل کنترل شده است.
- به تولید چیز تازه، متفاوت و بی نظیر منجر میشود.
- باتکنیک های خلاقیت می توان خلاقیت را توسعه داد

ﺧﻼﻗﯩﻲﺕ

Creativity

تعریف خلاقیت :

خلاقیت عبارت است از طی کردن راهی تازه یا پیمودن یک راه طی شده قبلی به طریقی نوین

خلاقیت بکارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است

تعریف خلاقیت از دیدگاه روانشناسی

خلاقیت یکی از جنبه‌های اصلی تفکر یا اندیشیدن است. تفکر عبارت است از فرایند بازگرایی یا تغییر اطلاعات و نمادهای کسب شده موجود در حافظه درازمدت. تفکر بر دو نوع است:

۱- تفکر همگرا

۲- تفکر واگرا

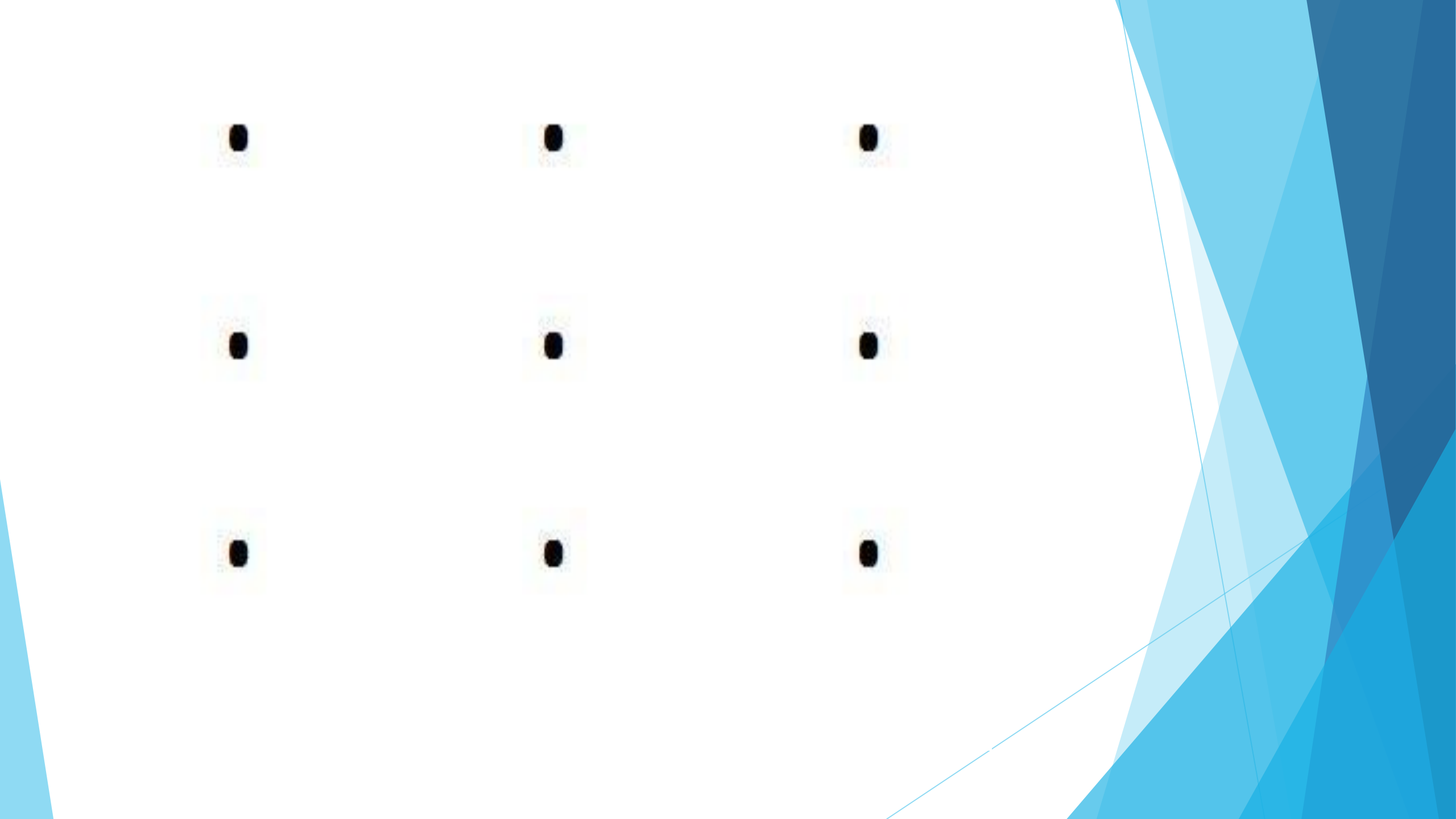
تفکر همگرا: تفکر همگرا عبارت است از فرایند بازگرایی یا دوباره سازی اطلاعات و نمادهای کسب شده موجود در حافظه درازمدت

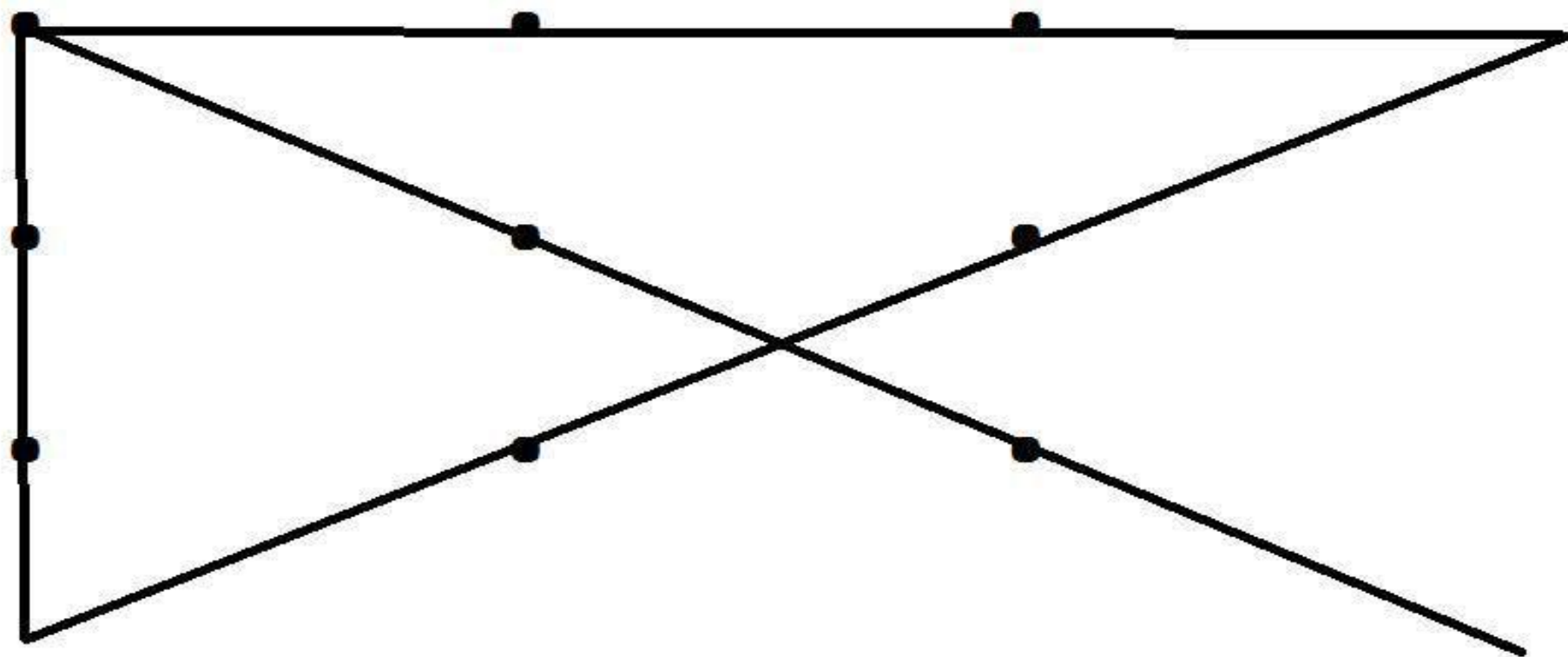
تفکر واگرا: تفکر واگرا عبارت است از فرایند ترکیب و نوگرایی اطلاعات و نمادهای کسب شده موجود در حافظه درازمدت، خلاقیت یعنی تفکر واگرا

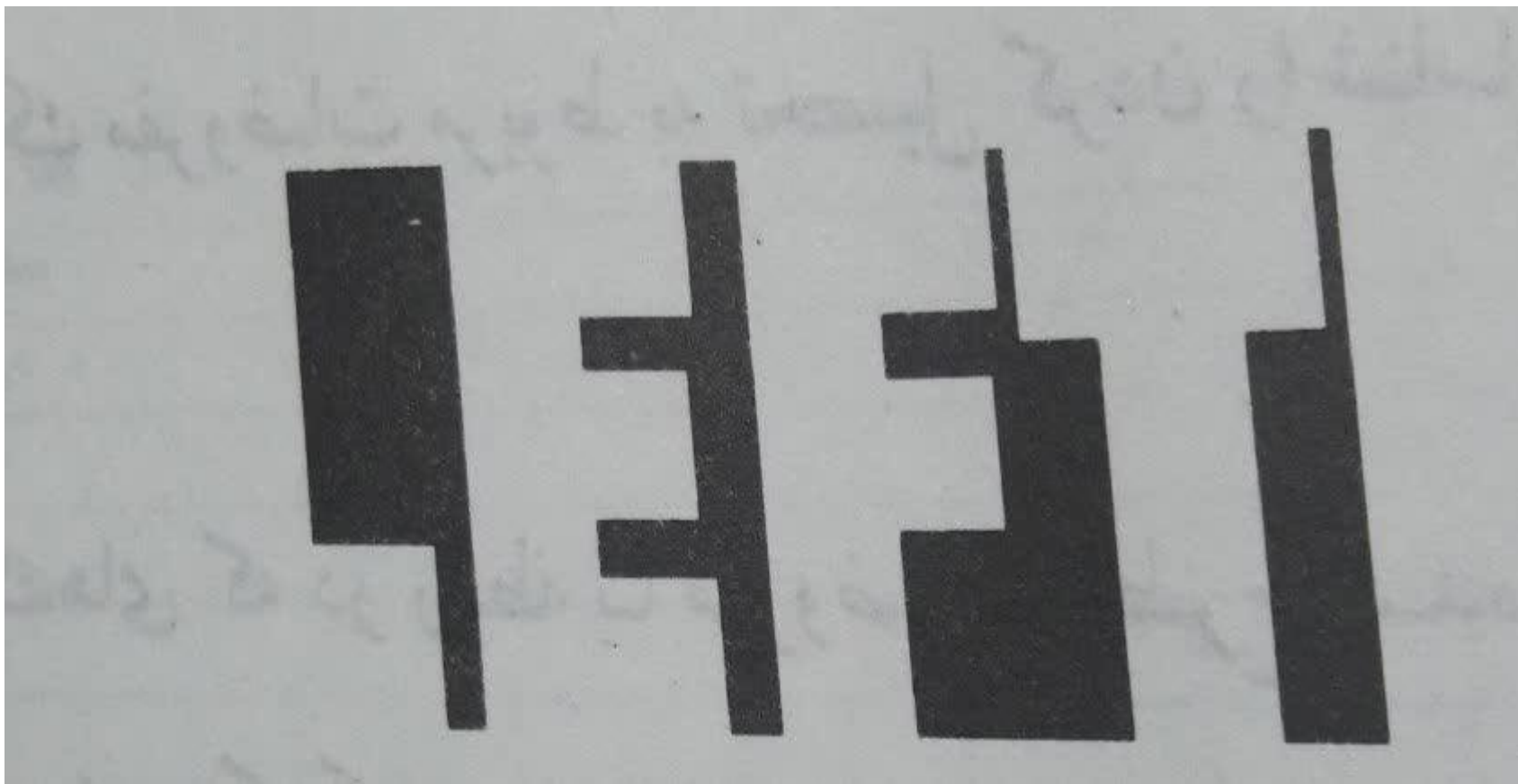
**خلاقیت یعنی ارائه فکرها و طرح‌های نوین برای تولیدات و خدمات
جدید و استمرار آن پس از غیبت آن پدیده‌ها**

تعریف خلاقیت از دیدگاه سازمانی

خلاقیت یعنی ارائه فکر و طرح نوین برای بهبود و ارتقاء کمیت یا کیفیت فعالیت‌های سازمان؛ مثلاً افزایش بهره‌وری، افزایش تولیدات یا خدمات، کاهش هزینه‌ها، تولیدات یا خدمات از روش بهتر، تولیدات یا خدمات جدید و غیره.







اهمیت، ضرورت و نقش خلاقیت در کارآفرینی

**دیگر برای نوآوری و خلاقیت صرفاً به توان فکری و ذهنی
و استعداد ذاتی افراد بسنده نمی شود و توجه خاصی به
اثر آموزش و پرورش اذهان در این زمینه شده است.**

▶ زمانی خلاقیت فقط در حوزه خاصی و برای قشر محدودی مثل هنرمندان و شعرا مورد نیاز بود و سایر اقشار مردم نه تنها نیاز چندانی به خلاقیت نداشتند بلکه از آن دوری می کردند.

▶ امروزه در شرایط محیطی پیچیده، پویا، نامطمئن و رقابتی، خلاقیت و نوآوری برای تمام حوزه های علمی، هنری، ورزشی، فنی، صنعتی، مورد نیاز بلکه از واجبات زندگی است

جامعه برای پیشرفت و توسعه نیاز به کارآفرینی با انگیزه، و خلاق دارد، همچنین به افرادی نیاز دارد که چهره دیگری از آینده ترسیم کنند. امروز باید در پی جریان خلق کردن آینده ای باشیم متفاوت از گذشته.

نقش های خلاقیت

۱- نقش خلاقیت در افزایش رضایت شغلی

۲- نقش خلاقیت در تقسیم فرصت های شغلی

۳- نقش خلاقیت در ایجاد مشاغل جدید

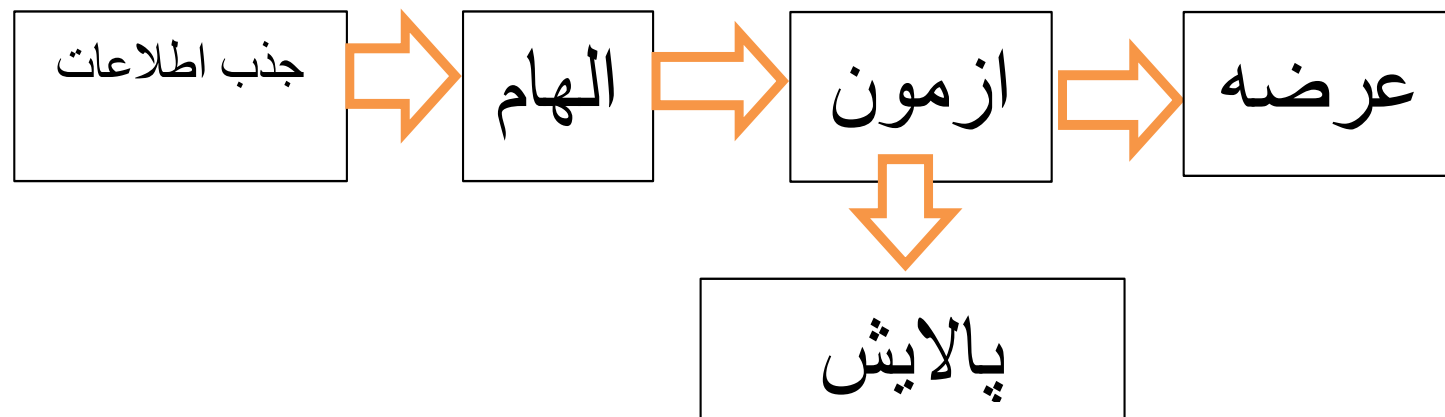
عناصر خلاقیت:

الف- مهارت‌های مربوط به موضوع

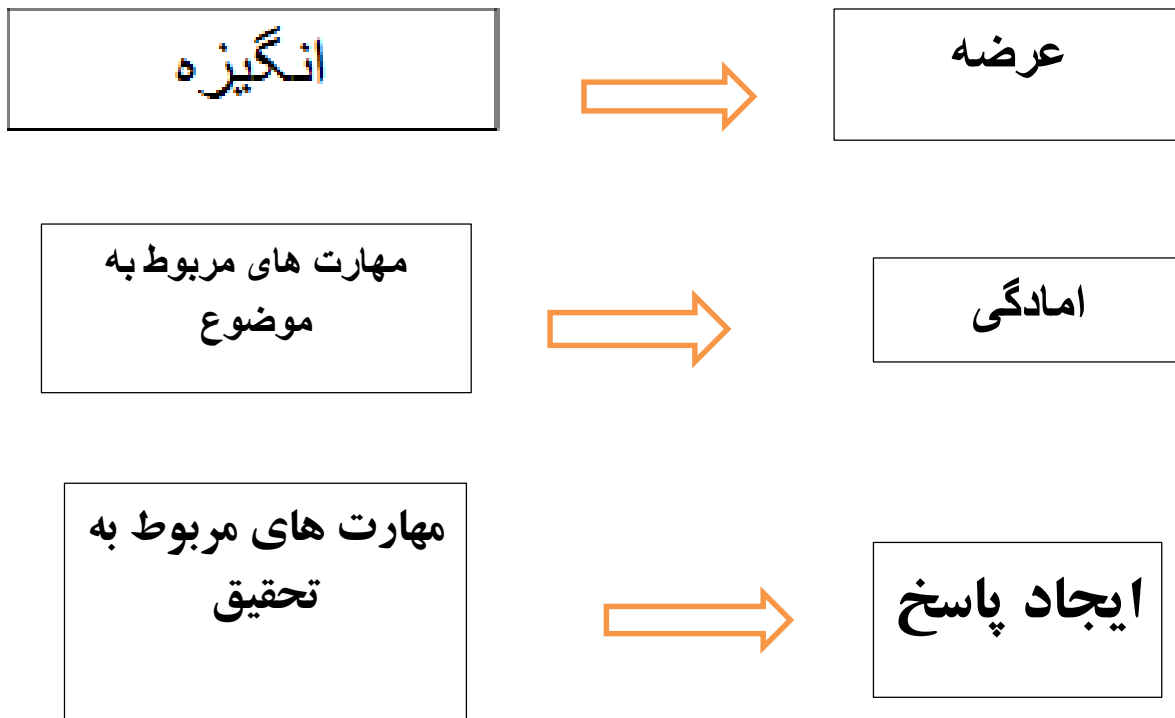
ب- مهارت‌های مربوط به خلاقیت

ج- انگیزه و خصوصیات شخصیتی فرد

الگوی البرت شیت در خلاقیت:



الگوی امابلی در خلاقیت:



«دکتر الکس، اس، اسبورن» (۱۹۹۲) فرایند حل خلاق مسائل در شرایط ایده آل به
شرح زیر ذکر می کند:

۱- حقیقت یابی

۲- ایده یابی

۳- راه حل یابی

عوامل توسعه خلاقیت

الف-انگیزه ها

۱-انگیزه های بیرونی

۲-بحران های جامعه

۳-سطح توقعات جامعه

۴-انگیزه های درونی

۵-استعداد ذاتی فرد

۶-نیازهای درونی

ب-ابزارها

– اراده
– اعتماد به نفس
– کمیت
– شبیه سازی
– استمداد از دیگران
– مجاورت/تشابه/
– تغییر دادن

موانع خلاقیت

موانع درونی یا فردی
موانع محیطی (بیرونی)
موانع خلاقیت

عوامل فردی

عوامل فردی آن دسته از عوامل و موانعی هستند که گاه ناشی از ویژگی های فردی و شخصیتی یا ناشی از وجود مشکلات وراثتی و یا ناشی از ادراکات و تصورات اشتباه از محیط و اطراف هستند، که هر کدام به نحوی مانع بروز خلاقیت در افراد میشوند.

موانع محیطی (بیرونی)

- موانع تاریخی
- موانع خرافی
- موانع فرهنگی
- موانع اجتماعی
- موانع سازمانی
- موانع کلان ساختاری
- موانع اقتصادی

-موانع تاریخی: مثل تفکرات منفی که در طول تاریخ مانع از بروز خلاقیت در افراد شده است. مثلاً وجود این عقیده در یونان باستان که تاکید میکرد: «تاریخ تکرار می شود» و به همین دلیل باعث می شد تا افراد تصور انند تلاش هایشان بی نتیجه خواهد بود.

-موانع خرافی: این موانع که معمولاً در غالب مذهب و فرهنگ ظهور می‌انند به شرح زیر است:

موانع خرافی در غالب مذهب مثل اعتقاد به صبر افراطی که موجب میشود افراد از تلاش برای رفع مشکلات خود و کارسیدن به زندگی، دست بردارند و بر این عقیده باشند که هر بلا و ظلمی که به آنها میشود، انرا پدیده الهی بدانند و در نتیجه بسیار منفعلانه با سرنوشت خود و برخورد می کنند .

برعکس این عقیده اسلام اعتقاد به تعادل جبر و اختیار دارد و در ایه ۱۱ سوره رعد آمده است که خداوند سرنوشت هیچ قوم و ملتی را تغییر نمیدهد مگر آنکه آنان خود متغیر شوند

۱۱ لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِّنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ
اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ
سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِّنْ وَّالٍ

استاد الهی قمشه ای برای هر کس پاسبانها از پیش رو و پشت سر برگماشته شده که به امر خدا او را نگهبانی
کنند. خدا حال هیچ قومی را دگرگون نخواهد کرد تا زمانی که خود آن قوم
حالشان را تغییر دهند (و از نیکی به بدی شتابند) ، و هر گاه خدا اراده کند که قومی را (به بدی
اعمالشان) عقاب کند هیچ راه دفاعی نباشد و برای آنان هیچ کس را جز خدا یارای آنکه آن بلا بگرداند
نیست.

موانع فرهنگی: برخی از مسائل فرهنگی در هر جامعه، می تواند مانعی بر سر راه بروز خلاقیت باشد

موانع اجتماعی: مسلماً اگر اطرافیان مشوق شما باشند انگیزه پیشرفت در شما سریعتر خواهد داشت.

حال اگر نسبت به نوآوریهای شما واکنش منفی یا بی تفاوت نشان دهند، بسته به روحیه و شخصیت شما دو حالت ممکن است اتفاق بیافتد: اگر شخصیتی قوی داشته باشید، سرعت حرکتتان دچار نوسان خواهد شد ولی دوباره تعادل اولیه را به دست خواهید آورد و اگر از شخصیت قوی برخوردار نباشید، ممکن است احساسات منفی بر شما چیره شود و چه بسا دچار وقفه خواهید شد.

موانع سازمانی: مقید کردن افراد در سازمان و حذف حداقل اختیارات متناسب با مسئولیتی که در سازمان بر عهده دارند باعث نوعی عقده روحی و روانی می گردد

موانع کلان ساختاری: عدم ارتباط بنیادین علمی و صنعتی در کشورهای جهان سوم و ارتباط گسسته و منقطع آنها یکی از موانع خلاقیت است

در کشورهای توسعه یافته

در کشورهای جهان

سوم

دانشگاه

صنعت

بازار

دانشگاه

صنعت

بازار

از جمله عوامل دیگری که به عنوان موانع خلاقیت مطرح هستند می توان به عوامل زیر اشاره کرد:

۱- آموزش ناهمسو با کارآفرینی و خلاقیت	۱۴- محدودیت های بازدارنده قوه تدبیر و کنجکاوی کودکانه
۲- استفاده از الگوهای قالبی	۱۵- ارزیابی افراد بر مبنای انتظارات
۳- شتابزدگی در ارزیابی	۱۶- نظارت و مراقبت (احساس تحت نظر بودن)
۴- داشتن اهداف متضاد	۱۷- گرایش به پاداش های بیرونی
۵- فشارهای اجتماعی	۱۸- استفاده از رقابت به جای همکاری
۶- چاره جویی های کوتاه مدت	۱۹- عدم توجه به تفاوت های فردی
۷- عدم تمایل به تغییر	۲۰- عدم پذیرش ایده های جدید
۸- ترس از انتقاد	۲۱- روی گردانی از ابهامات (گریزان بودن از موقعیت های پیچیده و مبهم)
۹- خوبرستی و غرور	
۱۰- منفی نگری و عدم اعتماد به نفس	
۱۱- ترس و کمرویی	
۱۲- عدم تمرکز ذهنی و استرس	
۱۳- تلاش های قبل از بلوغ برای حذف خیالبافی	

نوآوری Innovation

منظور از نوآوری خلاقیت متجلی شده و به مرحله عمل رسیده است، به عبارت دیگر نوآوری یعنی اندیشه خلاق تحقق یافته؛

ارتباط بین خلاقیت و نوآوری :

خلاقیت به طور عام یعنی توانایی ترکیب اندیشه‌ها به شیوه‌ای منحصر به فرد یا ایجاد ارتباطی غیرمعمول بین اندیشه‌ها.

نوآوری فرایند کسب اندیشه‌ای خلاق و تبدیل آن به محصول و خدمت و یا یک روش عملیاتی مفید است

خلاقیت نیاز به تلاشی نوآور دارد. نوآوری یعنی گرفتن الهام و تبدیل آن به تولیدی مفید- خدمت یا روش انجام چیزی. این گفته را به ادیسون نسبت می دهند که «خلاقیت یعنی یک درصد الهام و ۹۹ درصد عرق ریختن» به عبارتی ۹۹ درصد نوآوری را آزمودن، ارزشیابی کردن و باز آزمودن آن چیزهایی تشکیل می دهد که توسط الهام دریافت شده است.

نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری را می توان از سه جنبه به شرح زیر مورد بررسی قرار داد:

الف- نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه کلی و عمومی

ب- نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه فردی

ج- نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه سازمانی

The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of blue, ranging from light sky blue to deep navy blue. These shapes are primarily located on the right side of the frame, creating a modern, dynamic feel.

تکنیک های خلاقیت

Creativity techniques

۱- بارش فکری یا طوفان فکری Brainstorming

چهار قاعده اساسی که باید در طوفان فکری رعایت شود به شرح زیر است

۱- تمرکز بر کمیت

۲- اجتناب از انتقاد

۳- استقبال از ایده‌های غیرمعمول

۴- ترکیب و بهبود ایده‌ها

روش انجام طوفان فکری

- ۱) ثبت موضوع مورد نظر بر روی تخته یا هر جایی که در دید اعضای گروه باشد و توضیح در مورد آن برای افراد توسط تسهیل کننده (بهتر است این موضوع چند روز زودتر به اطلاع افراد برسد)
- ۲) یادآوری قواعد و اصول اجرای برای شرکت کنندگان توسط تسهیل کننده
- ۳) ارائه ایده ها و نظرات بصورت گردش: در هر نوبت فقط یک ایده باید بیان گردد و در صورت عدم وجود ایده ای با گفتن واژه "بعدی" نوبت به دیگری واگذار می شود.
- ۴) ثبت کلیه ایده ها توسط دبیر جلسه
- ۵) اتمام مرحله ثبت عقاید در صورت گفتن کلمه "بعدی" توسط تمام افراد
- ۶) دسته بندی و جمع بندی نتایج

۲- تکنیک طوفان فکری معکوس

Reverse brainstorming technique

این تکنیک بسیار شبیه تکنیک طوفان فکری است، با این تفاوت مهم که در این روش، انتقاد و ارزیابی نه تنها بد نیست، بلکه اساس این تکنیک است. در واقع پایه ی این تکنیک پرسیدن سؤال های مختلف است. مهم این است که در ذهن افراد این سؤال شکل بگیرد که ایده ی مطرح شده – در کجاها جواب نمی دهد؟

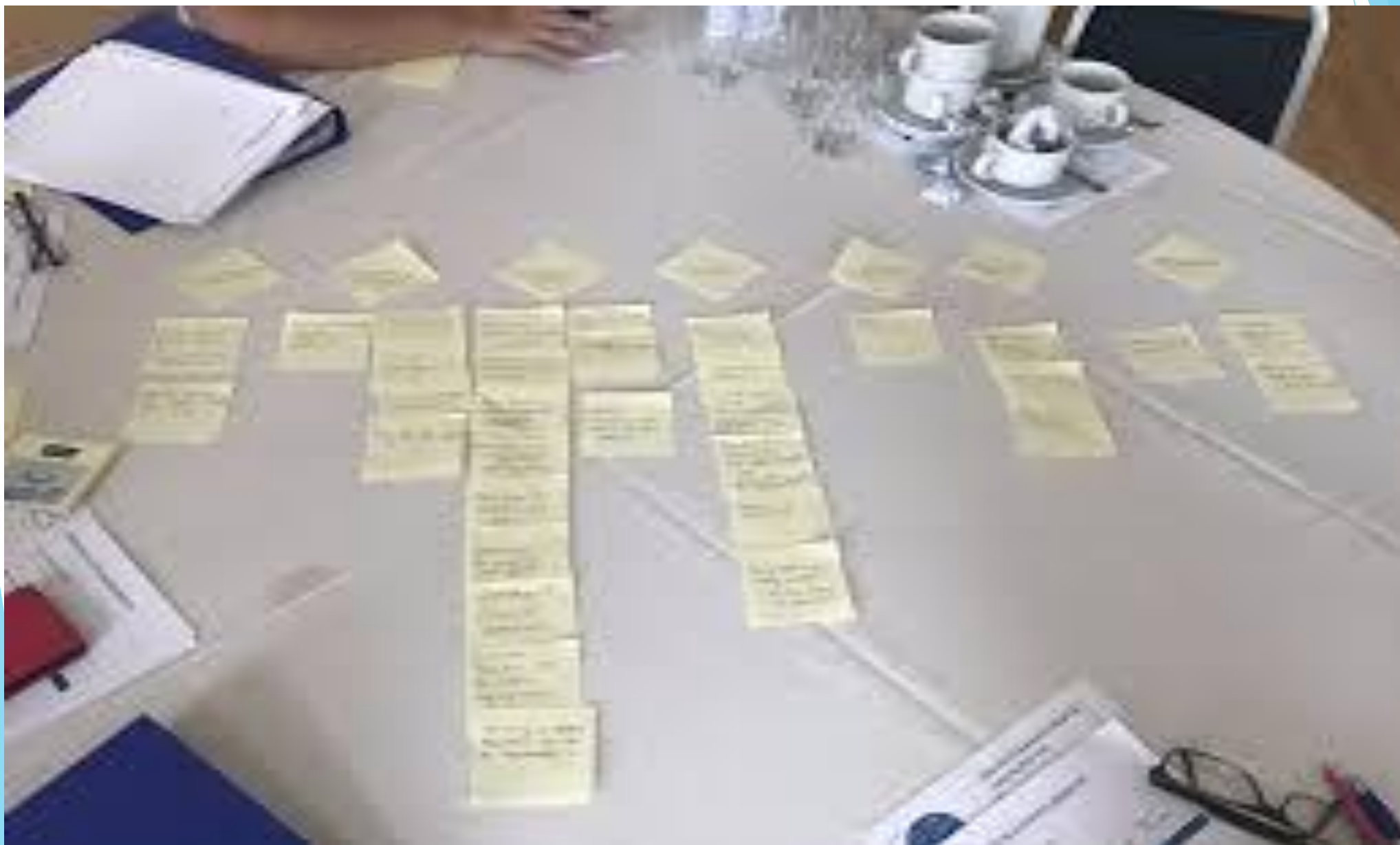
- چه مسائلی موفقیتش را تهدید می کنند؟**
- و این که واقعاً چه قدر کارایی دارد؟**

در حقیقت این تکنیک بر پایه ی منفی بینی گذاشته شده است.

۳- تکنیک گروه اسمی (NOMINAL GROUPING) :

▶ گروه اسمی نام تکنیکی است که نیز تا حدودی در صنعت رواج یافته است. فرآیند تصمیم گیری متشکل از پنج مرحله است:

اعضاء گروه در یک میز جمع می شوند و موضوع تصمیم گیری به صورت کتبی به هریک از اعضا داده می شود و آنها چگونگی حل مسئله را می نویسند؛
هریک از اعضا به نوبه، یک عقیده را به گروه ارائه می دهد؛ عقاید ثبت شده در گروه به بحث گذارده می شود تا مفاهیم برای ارزیابی روشن تر و کامل تر شود؛
هر یک از اعضا مستقلاً و مخفیانه عقاید را درجه بندی می کنند؛ تصمیم گروه آن تصمیمی خواهد بود که در مجموع بیشترین امتیاز را به دست آورده باشد.



تکنیک دلفی Delphi technique

این تکنیک در سال ۱۹۶۴ توسط داکلی و هلمر معرفی شد. بسیار شبیه به تکنیک طوفان ذهنی است با این تفاوت که افراد هیچگاه به صورت گروه در یک جلسه و دور یک میز جمع نمی شوند و در واقع رویارویی مستقیم رخ نمی دهد. اساس و فلسفه این تکنیک این است افرادی که در تکنیک طوفان فکری بعلت شرم و خجالت نمی توانستند بعضی از ایده هایشان را مطرح نمایند؛ دیگر در این روش به صورت کلامی و رودر رو درگیر بحث نمی شوند؛ بلکه رئیس گروه موضوع را به همه اعلام می کند و سپس هر یک از افراد به طور جداگانه ایده هایشان را به صورت کتبی (حتی می تواند بدون ذکر نام) برای رئیس گروه ارسال می کنند.

سپس رئیس گروه تمام ایده های پیشنهادی را برای تک تک اعضا ارسال می کند و از آنها می خواهد که نسبت به ایده های پیشنهادی دیگران فکر کنند و اگر ایده ی جدیدی به نظرشان می رسد به آنها اضافه کنند. این عمل چندین بار تکرار می شود تا در نهایت اتفاق آرا بدست آید. فن دلفی شامل دعوت به مشورت و مقایسه ی قضاوت های بی نام چند نوبتی اعضای یک تیم در باره تصمیم یا مسئله می شود.

- ▶ چه موقع از فن دلفی استفاده می شود ؟
- ▶ هنگامی که می خواهید نظر اعضای یک تیم را در مورد شخصی به دست آورید بی آن که روبرو شدن آنان سبب احتمال خطا در قضاوت شود.
- ▶ هنگامی که اعضای یک تیم در یک جا مستقر نباشند.
- ▶ زمانی که لازم است اعضای تیم نسبت به تصمیمی که می گیرند و عواقب آن به طور کامل آگاه و مسئول باشند.
- ▶ هنگامی که حضور چهره های بالادست و فشار همتایان بر تصمیم گیری اثر می گذارد.

Technique 6 intellectual hats

۴- تکنیک ۶ کلاه فکری:



شش جنبه یا سبک فکری
را تعریف کرده و برای هر
یک کلاه رنگی خاصی را به
عنوان سمبل تعیین می
کند.

• کلاه سفید:

با موضوعات و شکل های واقعی سروکار دارد . بدون هیچگونه قضاوتی فقط واقعیت ها مورد جستجو قرار می گیرد.

• کلاه سرخ:

برای بیان و جستجوی جنبه های هیجانی ، احساسی و غیراستدلالی و برای اظهار نظرات با این کلاه دلیلی خواسته نمی شود.

کلاه سرخ:

- ۱- ابزار مناسبی برای بیرون ریختن احساسات هیجانات، استقرارها، حدسها، درک های شهودی و اموری که احتیاج به استدلال نداشته باشد.
- ۲- اگر در فرآیند تفکر و صحبت ها به این گونه امور توجهی نشود آنها در پس پرده، پنهان شده و به صورت مخفی بر تمام تفکر فرد و مذاکرات اثر می گذارند.
- ۳- با استفاده از این کلاه پی گیری یا حدس زدن احساسات دیگران لزومی پیدا نکند و بنابراین مقاومت، ستیزه جویی و سوء تفاهمات کاهش می یابد و از طرف دیگر از پافشاری و وسوسه برای توجیه عواطف کاسته می شود.
- ۴- هنگام گفتن با کلاه سرخ گوینده احساس شرم، گناه یا غیرمنطقی بودن نمی کند

کلاه سیاه:

برای بیان و جستجوی جنبه های منفی، بدبینانه اما واقعی (مشابه گروههای مخالف خوان).

کلاه زرد:

برای بیان و جستجوی جنبه های مثبت ، خوش بینانه، اما واقعی

کلاه زرد:

۱- معجونی است از کنجکاوی ، لذت و میل به عملی کردن چیزها.

۲- فرصت دیدن موضوعاتی که به نظر دیگران تهدید می آید.

۳- تلاشی آگاهانه و سنجیده برای مثبت فکر کردن.

کلاه سبز:

برای بیان و جستجوی جنبه های جدید، خلاقانه و تازه

کلاه سبز:

با این کلاه (تفکر جانبی) می توان بسیاری اوقات برای تحریک ذهن خلاق دیگران ، عمداً فکرهای غیرمنطقی بیان کنیم.
این افکار حتی اگر برانگیزنده هم نباشند، برای پیشگیری از انجماد فکرهای ناشی از کلاه سیاه لازم و مفیدند.

کلاه آبی:

برای تنظیم و ساماندهی فرآیند برنامه ریزی برای تفکر و استفاده از کلاههای دیگر (کلاه نظارت)

کلاه آبی:

به اصل موضوع فکر نمی کنیم ، بلکه به سبک تفکری فکر می کنیم که برای بررسی و پژوهش موضوع لازم است. تعیین مرحله های مختلف فکری و اولویت آنها ارزیابی اولویت ها، فهرست کردن محدودیت ها، تعیین حد تمرکز و یا نشان دادن هدف .

تکنیک ۶ کلاه فکری:

۱- فرد در اثر تعویض کلاههای فکری، نقشش را در گروه تغییر می دهد و نهایتاً **تنوع و کثرت** این تغییرها باعث **رشد خلاقیت** فرد می شود.

۲- هنگام بازی کردن نقش ها، فرد فکرش از **”من“** خود یا قالب های ذهنی جدا شده و به سمت نقش هدایت می شود.

اهداف اصلی این تکنیک:

- ۱- **ساده** کردن تفکر: پرداختن جداگانه به عواطف، منطق، اطلاعات، امید و خلاقیت
تفکری ساده تر، دقیق تر، شفاف تر، سریع تر و اثربخش تر.
- ۲- فراهم کردن زمینه جهت **تغییر آگاهانه** الگوهای ذهنی
به منظور استفاده از **تمامی ظرفیت های ذهنی**.

۳- وارونه سازی مسأله:



با ورود اطلاعات به ذهن از آنجا که
ذهن **”سیستم الگوساز خود سازمان
دهنده“** است، سعی می کند در
کمترین زمان اطلاعات ورودی را در
نزدیکترین، شبیه ترین و آشنا ترین
قالب ذهنی قرار دهد.

تکنیک وارونه سازی مسأله:



چون در این تکنیک اطلاعات وارونه وارد ذهن می شوند ، احتمال اینکه وارد قالب جدیدی شوند افزایش می یابد و در نتیجه خروجی قالب، با گذشته تفاوت خواهد داشت. این درک جدید ماده اولیه برای مراحل بعدی فرآیند تفکر است و موجب خلاقیت می شود.

تمرین : عادات جسمی و فیزیکی خود را حتی برای مدت کوتاهی به شکل معکوس یا متفاوت با گذشته انجام دهید.

مثال: درهم کردن دستها

فایده وارونه سازی مسأله:

- ۱- استفاده از این تکنیک کمک شایانی به شناسایی قالبهای ذهنی پنهان خود و دیگران می کند.
- ۲- در ضمن **ترس از شکست** فرد کاهش و توان فرد برای فرار از نگرش به شیوه متداول افزایش می یابد.

مثال: فروشگاههای زنجیره ای
تنش های روانی در منزل و محل کار



میز مخصوص مجلات



نگهدارنده کارد



بشقاب نگهدارنده جام



تنگ ماهی



صندلی درفتی



صندلیهای قابل جمع شدن

واژه تریز برگرفته شده از حروف اول کلمات در عبارت روسی زیر می باشد:
» Teoriya Resheniya Izobrototelskikh Zadatch «**که برابر انگلیسی ان عبارت**
است که به معنی نظریه (TIPS با مخفف) »Theory of Inventive Problem Solving«
حل ابداعانه مسئله می باشد.

(TRIZ تریز) چیست؟

این دانش در سراسر جهان تحت عنوان تریز شناخته می شود و متداول شدن این نام به این علت است که بنیانگذار آن، دانشمند خلاقیت شناس روسی آلشولر (G. S. Altshuller) می باشد. آلشولر در طی مطالعات خود به این نتیجه مهم رسید که یک نظریه اختراع بایستی دارای چند ویژگی اصلی از جمله موارد زیر باشد:

۱- شامل یک فرایند گام به گام و نظام یافته باشد.

۲- بتواند از میان گستره ای از راه حل ها مستقیما به بهترین راه حل (راه حل ایده کل یا کمال) منجر گردد.

۳- دارای ویژگی تکرارپذیری باشد.

۴- بتواند ساختاری برای دانش ابداع ارائه نماید.

مفاهیم اصلی تریز

قانون افزایش سطح ایده کل بودن (قانون کمال)
به این معنی که نظام‌های فنی همواره به سمت افزایش
درجه ایده کل بودن یا کمال خود حرکت می‌انند.
ایده کلی یا سطح ایده کل بودن عبارت از نسبت جمع
کلیه جنبه‌های مثبت و مفید یک سیستم به جمع کلیه
جنبه‌های منفی و مضر آن سیستم می‌باشد.

(پرسشنامه) ISQ سیستم ۴ مرحله‌ای حل مسئله ابداعی

- ۱- شناخت و تحلیل مسئله (مثلاً با استفاده از ابزار موقعیت نوآوری)**
- ۲- فرمول بندی مسئله.**
- ۳- جستجوی مسائل قبلاً حل شده.**
- ۴- استفاده از الگوهای راه حل‌های کشف شده (۴۰ راه حل یا اصل ابداعی).**

**سطوح ۵ گانه حل مسئله و نوآوری
به طور کلی انواع خلاقیت و نوآوری در ۵ سطح قرار می گیرند:**

**راه حل های مشخص
بهبودهای کوچک (نوآوری های کوچک)
بهبودهای بزرگ (نوآوری های بزرگ)
مفاهیم جدید (نوآوری های خیلی بزرگ)
کشف ها بنیادی (نوآوری های بسیار بزرگ و ایجاد کننده تغییرات بنیادی).**

تحلیل ماده
با استفاده از این تحلیل مسائل به طور کلی به دو دسته تقسیم می شوند:

مسائل آشنا (مانوس) تحت عنوان مسائل استاندارد
مسائل ناشنا (نامانوس) تحت عنوان مسائل غیر استاندارد

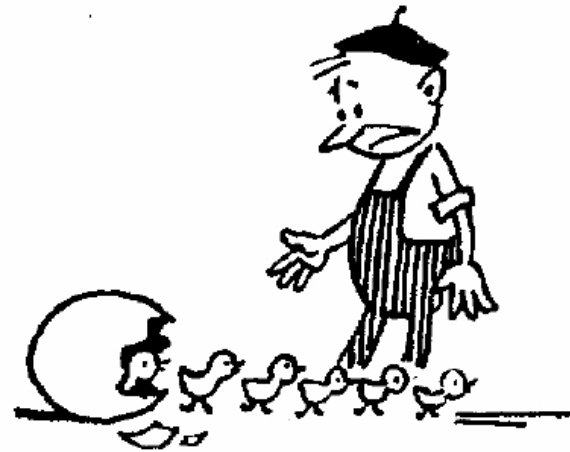
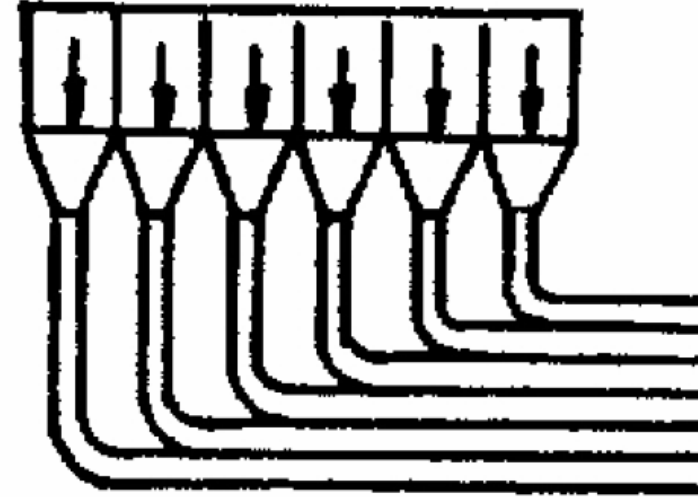
مفهوم تناقض و ماتریس تناقض‌ها

تریز بر حل نوعی از مسئله تحت عنوان مسئله ابداعی متمرکز می‌باشد و اختراع را راه حل مسئله ابداعی می‌داند. مسئله ابداعی مسئله‌ای است که شامل یک یا تعدادی تناقض یعنی وضعیت تضاد و تعارض میان دو پارامتر (از پارامترهای ۳۹ گانه مانند وزن، جرم، حجم، درجه حرارت، سرعت و ... می‌باشد. (مثلاً در یک مسئله ابداعی، اعمال یک راه حل مستلزم تغییر در یکی از پارامترهای ۳۹ گانه در جهت ایجاد تغییر مطلوب و حل مسئله می‌باشد ولی همزمان این تغییر مثبت موجب ایجاد تغییر نامطلوب در یکی دیگر از ۳۹ پارامتر و ایجاد نتیجه منفی در همان سیستم می‌شود، بنابراین در چنین حالتی وضعیت تناقضی وجود دارد).

چهل اصل تریز

جداسازی

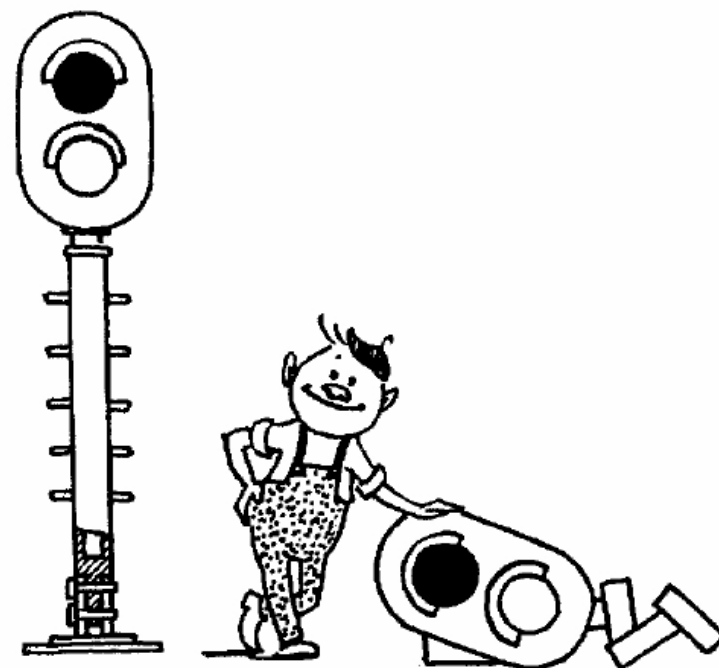
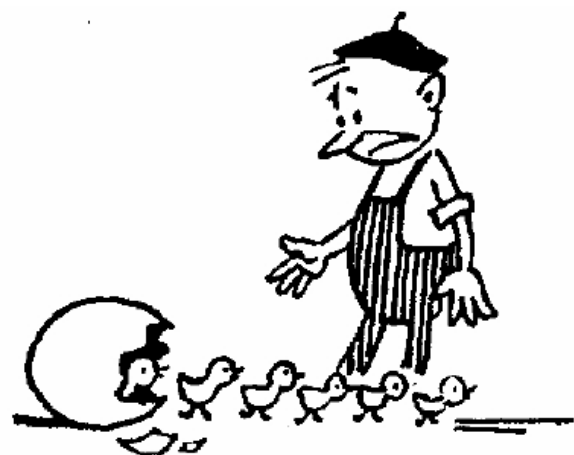
جسم را به اجزای جدا از هم تقسیم کنید



برای جلوگیری از تلاطم آب یا هوا
یک زانویی ۹۰ درجه را می توان به
چند زانویی مجزا تقسیم کرد

جداسازی

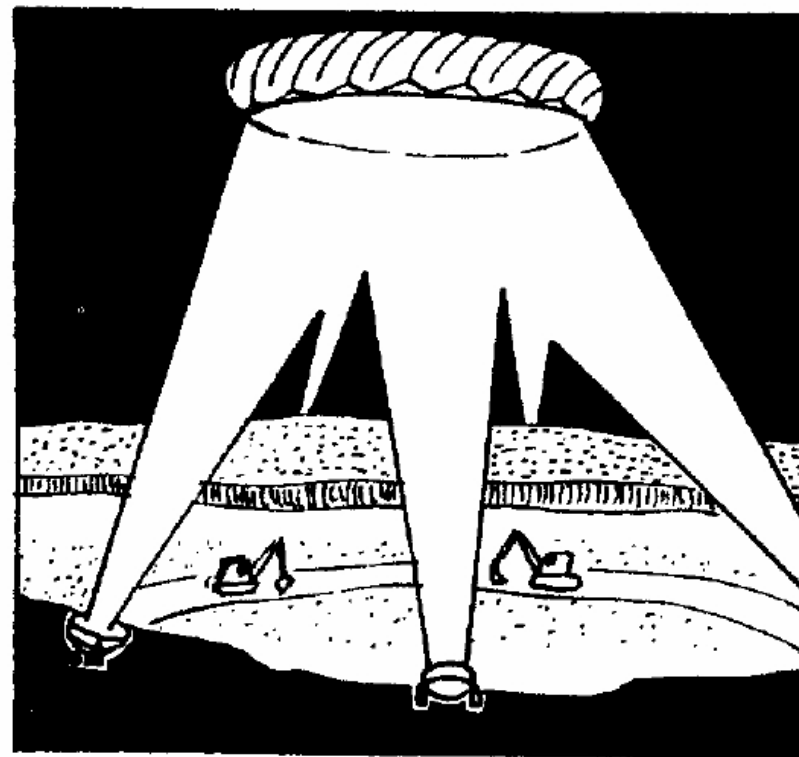
جسم را به بصورت قطعه قطعه درآورید
(برای سادگی در نصب و جدا شدن)



استفاده از اتصالات تاشو برای سادگی
در حمل و نصب موقت
سازه یا پایه های فلزی

استخراج

مشخصه یا قطعه ی " مزاحم"
جسم را از آن برگزینید
(آن را جدا کرده یا حذف کنید)



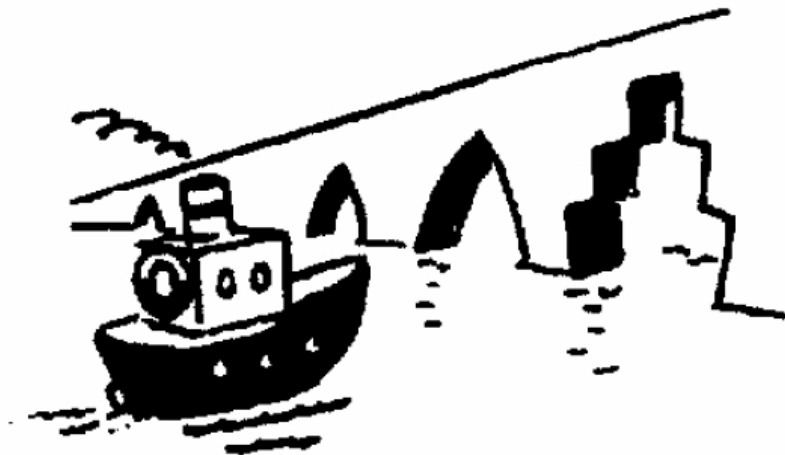
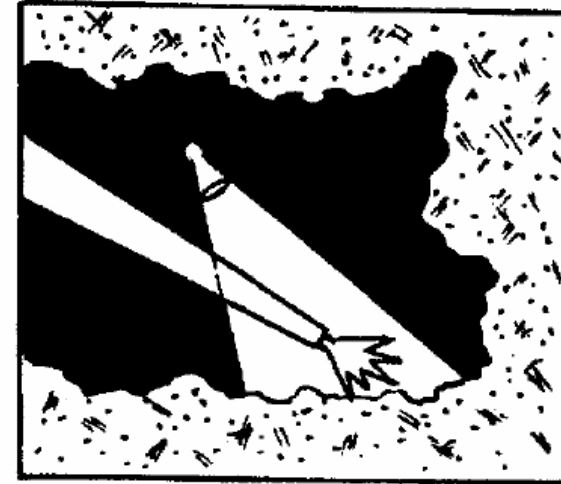
بجای حمل تعداد زیادی چراغ نورانی
از طریق بالون، می توان تنها از یک
انعکاس دهنده نور در بالا استفاده
نمود تا چراغ های نورانی از پایین بر
آن بتابند.



"دکتر، من یک دندان درد در
دندان پایینی در سمت چپ دارم."

کیفیت موضعی

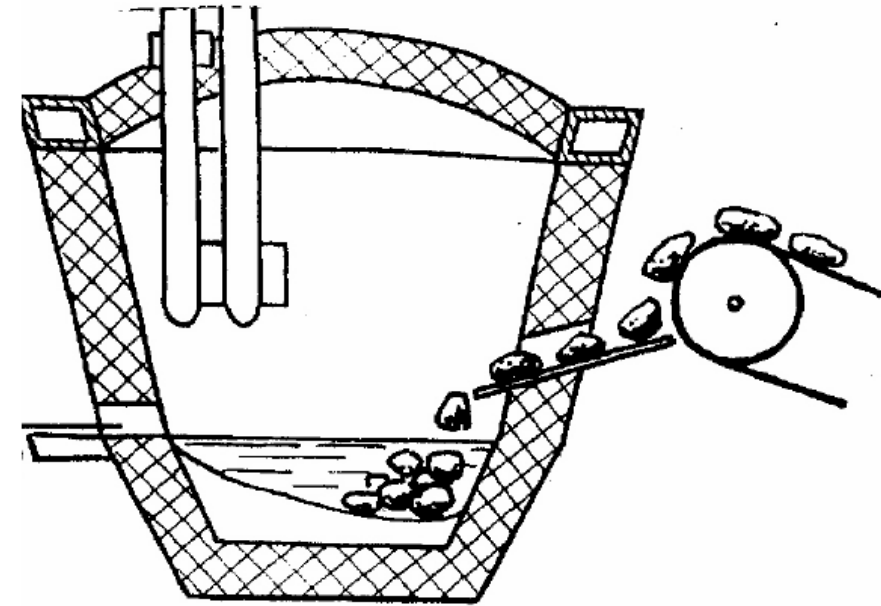
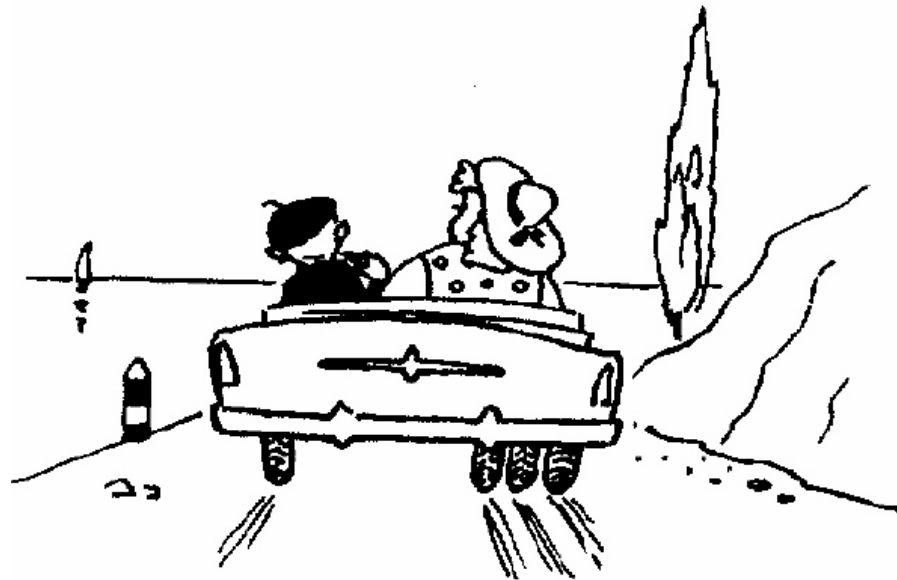
از ساختار همگن یک جسم یا محیط خارجی (عملکرد بیرونی)، به سوی ساختار ناهمگن گذر کنید.



برای فروکش نمودن غبار در معدن زغال سنگ، در اطراف محل کار بحالت مخروطی آب افشانی می شود. هرچه ذرات قطرات آب ریزتر باشد تاثیر آن بر روی فروکش کردن غبار بیشتر است. از طرفی، مه ایجاد شده باعث مزاحمت در کار می شود. لذا برای حل این مشکل یک لایه مه دانه "درشت" در اطراف مه دانه "ریز" افشانده می گردد.

عدم تقارن

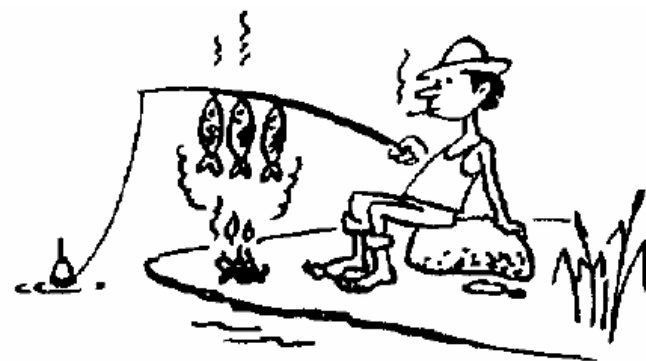
فرم متقارن یک جسم را با فرم نامتقارن آن جایگزین کنید.



الکترودها بطور نامتقارن در کوره الکتریکی قرار می گیرند تا مواد معدنی به راحتی بطور پیوسته به داخل کوره منتقل گردند.

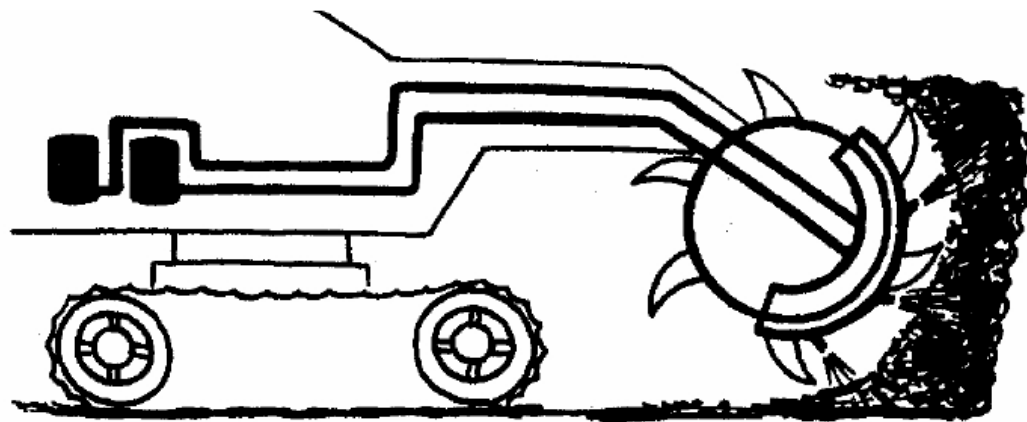
ترکیب یا ادغام کردن

عملکردهای مشابه یا پیاپی را به صورت زمانی با یکدیگر ترکیب کنید.



چقدر جالب است که همزمان با سرخ کردن بتوانید ماهی بگیرید.

افشانک هایی بر روی روتور نصب می شوند تا با پاشیدن بخار آب در برف روبي یا خاکبرداری زمین های یخ زده تسهیل گردد.

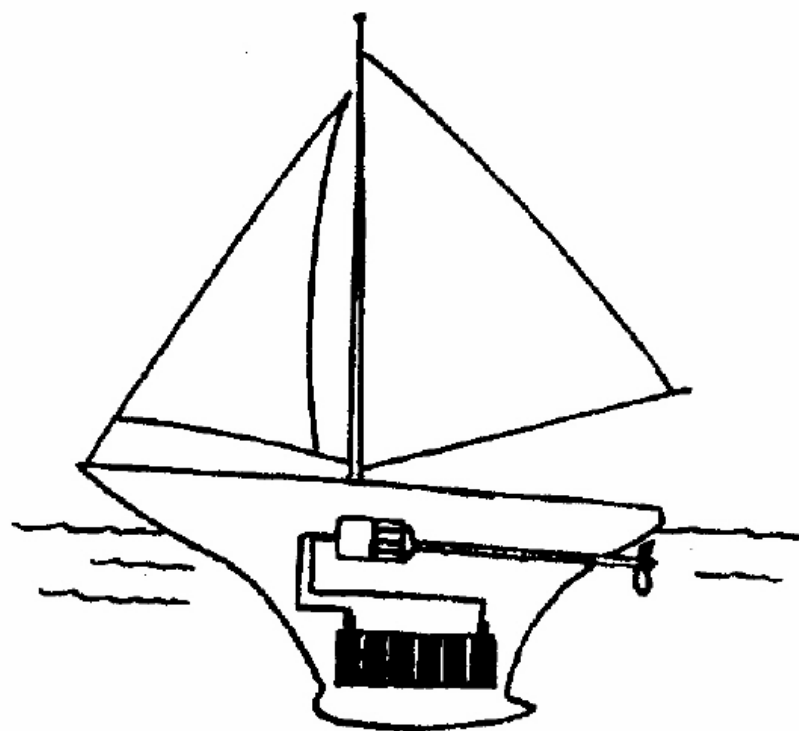


جامعیت

به منظور رفع نیاز به چند جسم،
یک جسم می تواند عملکدهای
چندگانه ای ارائه دهد.



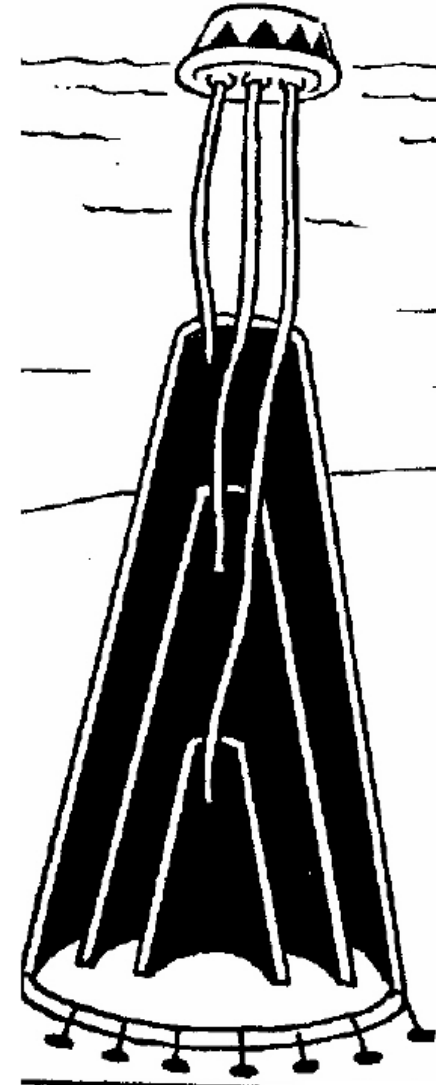
کروات برای نگهداشتن شلوار



- ۱- باتری: باعث ایجاد برق و همچنین
کنترل مرکز ثقل است.
- ۲- پروانه می تواند یک توربین هم باشد

تودرتو بودن

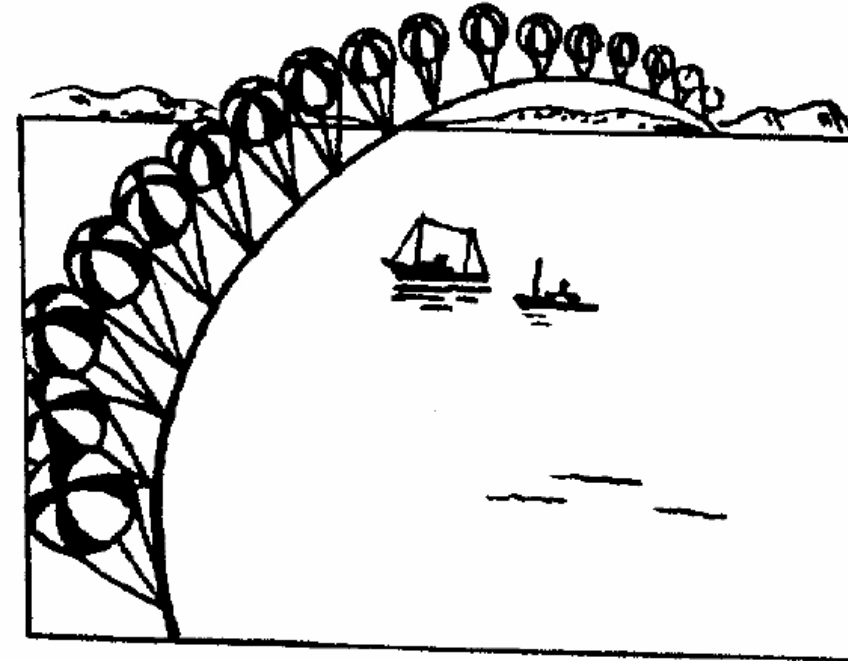
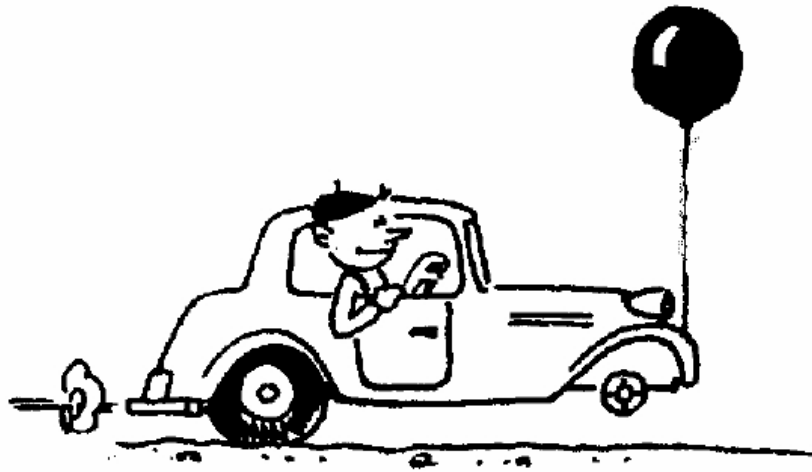
یک جسم را در داخل جسم دوم و
جسم دوم را در داخل جسم سوم
و... قرار دهید.



مخزن معلق برای
نفت می تواند مواد
مختلف را در یک
واحد نگهداری
کند.

عامل تعادل و توازن

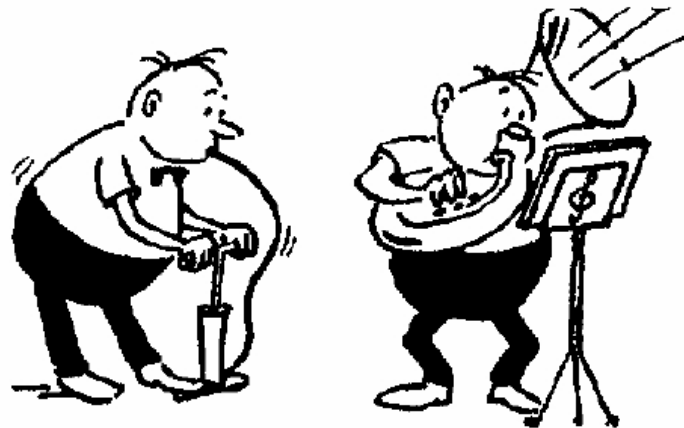
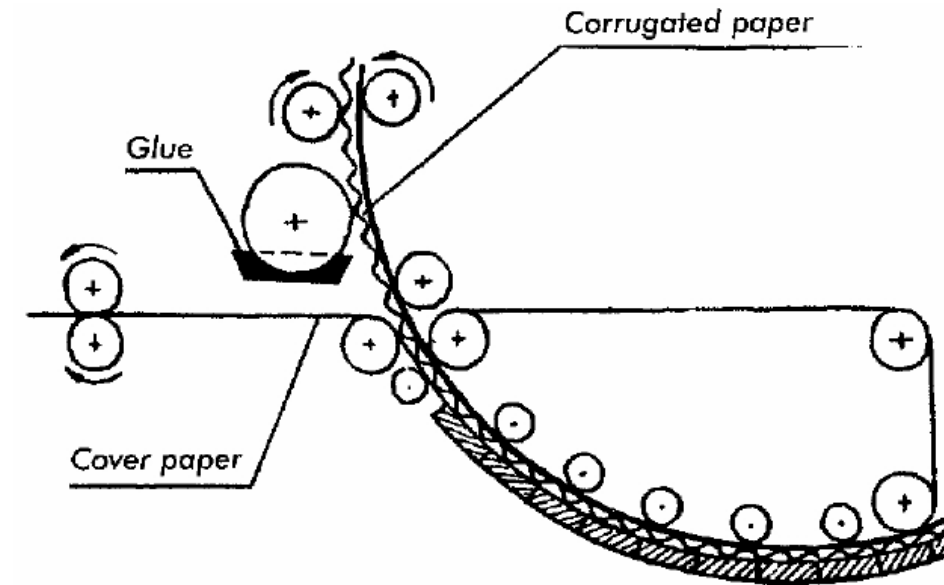
وزن یک جسم را به وسیله ی
اتصال دادن با جسم دیگری که
دارای نیروی بالابرنده است، جبران
کنید.



بالون ها بطور موقت کابلی را در بالای
رودخانه بطور معلق نگه می دارند.

مقابله پیشاپیش

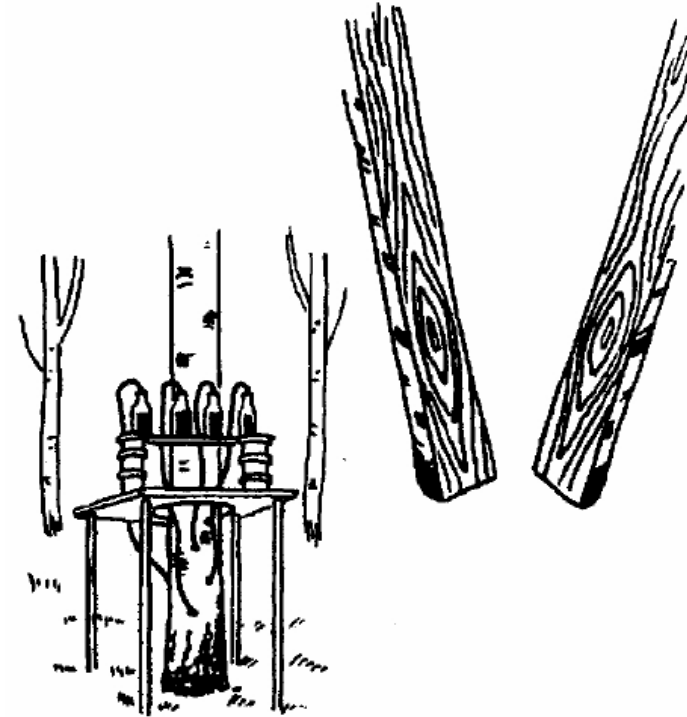
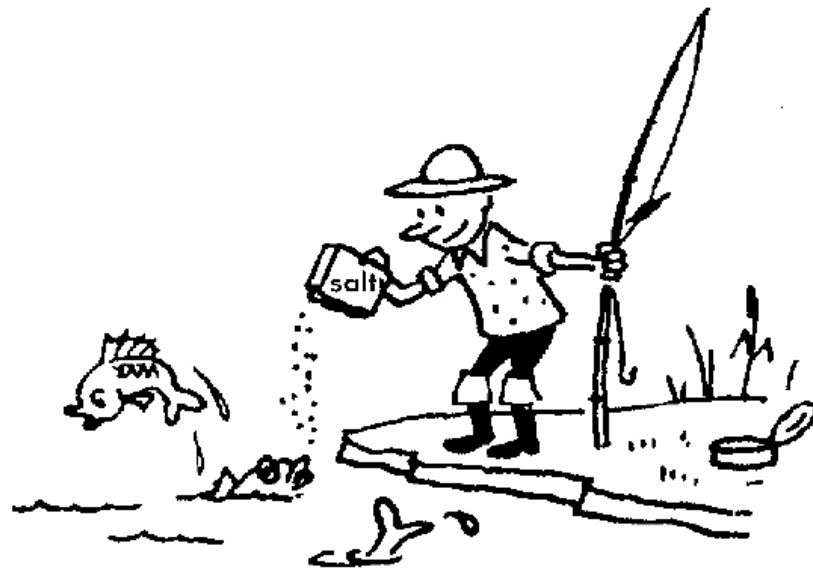
در نظر گرفتن کشش متضاد برای
جسمی که تحت تاثیر کشش های
اضافی و غیر ضروری است



در حین تولید کارتن های مقوایی،
کاغذ مواج در جهت مخالف کاغذ
روی خم شده و وقتی چسبیدند؛
کارتن تولیدی تخت می شوند.

کنش پیشاپیش

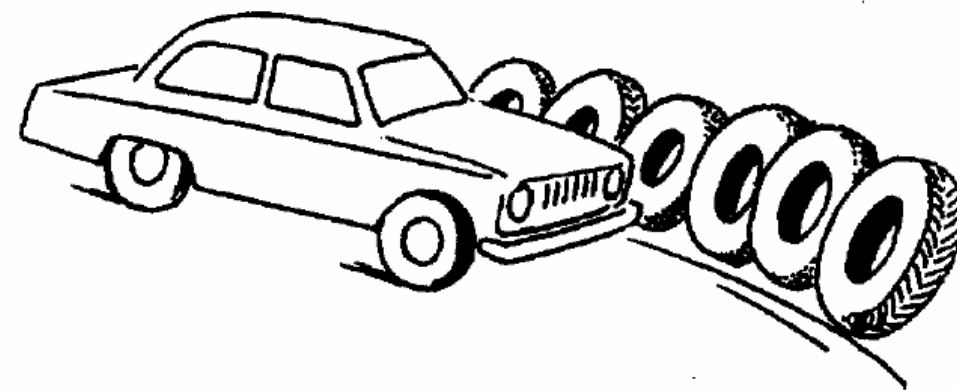
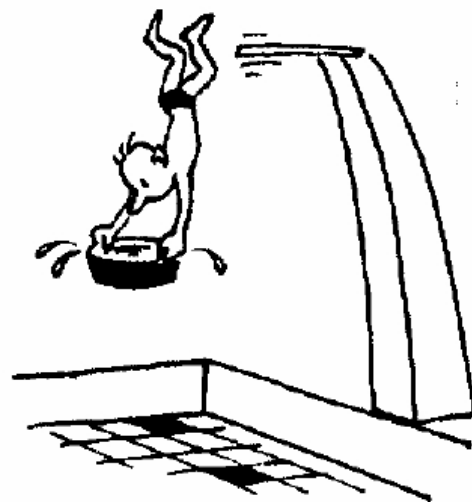
کنش یا تغییرات ضروری را به صورت کلی یا جزئی پیشاپیش انجام دهید.



درخت ها را قبل از بریدن تحت تاثیر جذب رنگ قرار می دهند. رنگ لایه های درونی آن بطور دلخواه ایجاد می شوند.

حفاظت پیشاپیش

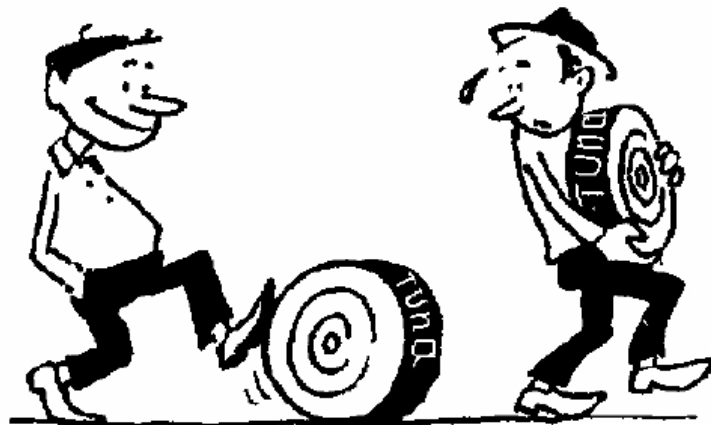
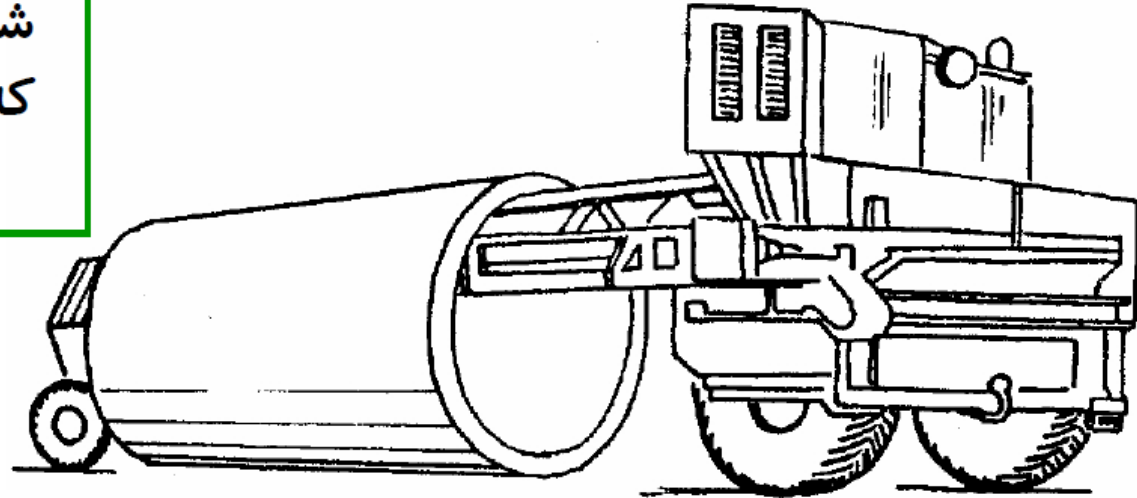
قابلیت اطمینان نسبتاً پایین یک
جسم را با یک حرکت خنثی
کننده، پیشاپیش جبران کنید.



استفاده از طایرهای فرسوده در
پیچ های تند جاده ها

هم پتانسیلی

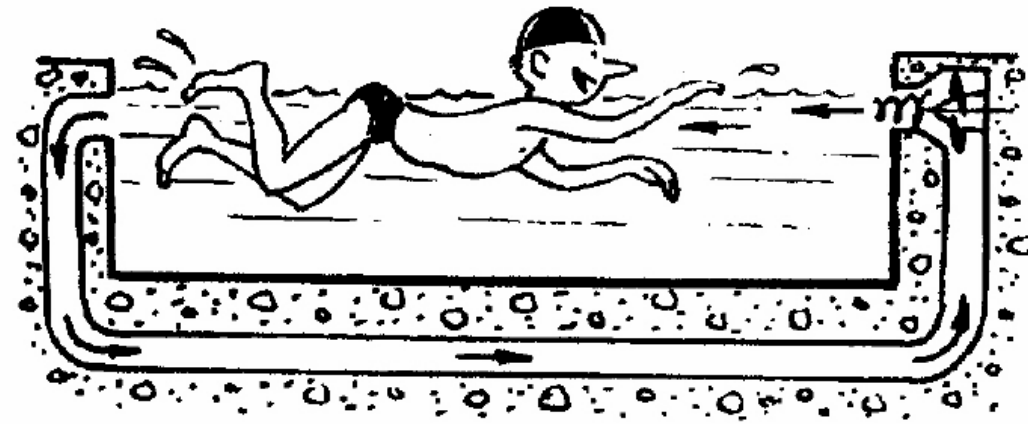
شرایط کار را طوری تغییر دهید
که لازم نباشد جسمی بالا رفته یا
پایین بیاید.



برای حمل یک لوله بتنی بزرگ آنرا
بلند نمی کنند. بلکه چرخ های جلو را
داخل لوله گذاشته و کمی لوله را بلند
کرده و به مقصد می برند.

معکوس کردن

از بالا بجای پایین، از بیرون بجای
داخل، از گرما بجای سرما، از
بزرگ بجای کوچک و.. استفاده
کنید



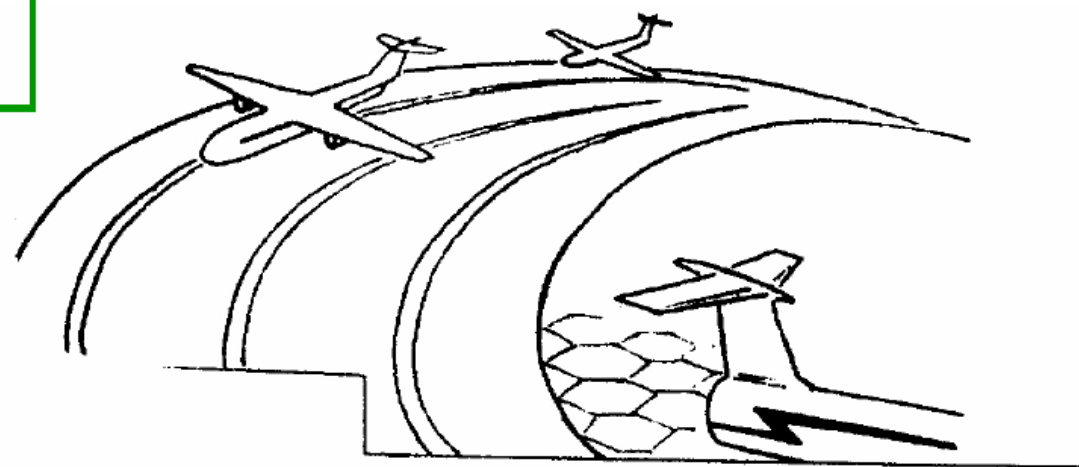
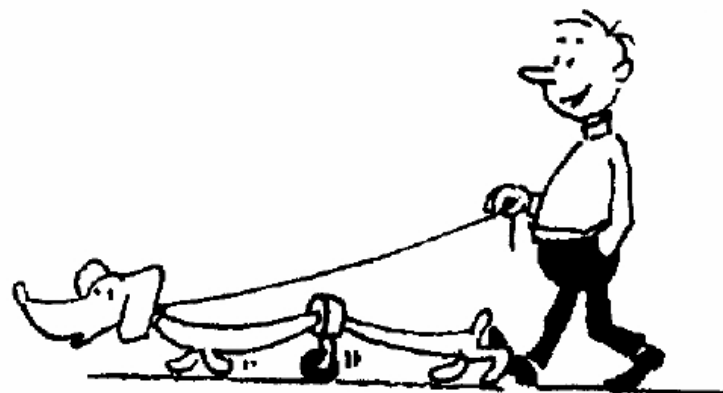
استخر فشرده : بجای حرکت شناگر
نسبت به آب ساکن ، آب را نسبت به
شناگر ساکن حرکت دهید.



” حالا خوب قرار
گرفته ای“

کروی ساختن

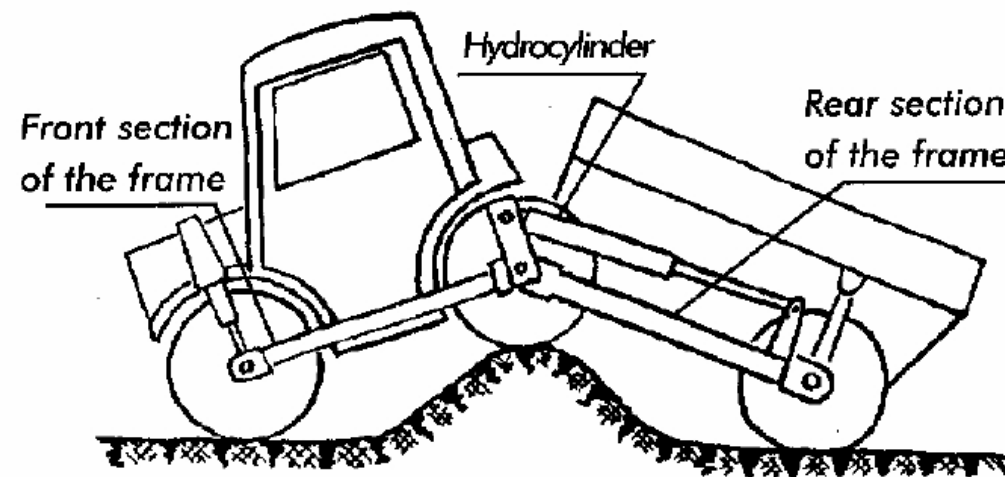
قطعه های خطی و سطوح مسطح را
با قطعه ها و سطوح خمیده و
همچنین اشکال مکعبی را با اشکال
کروی تعویض کنید.



یک باند دوار در فرودگاه برای طولانی
تر کردن طول آن.

پویایی

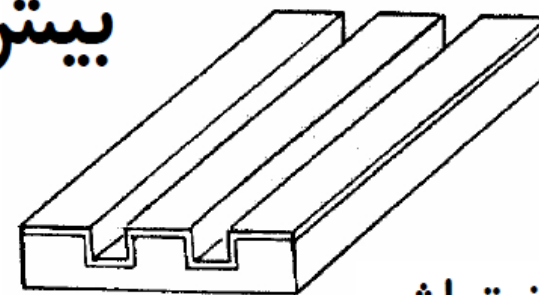
در صورتی که جسمی غیرقابل حرکت است، آن را قابل حرکت یا قابل تعویض کنید



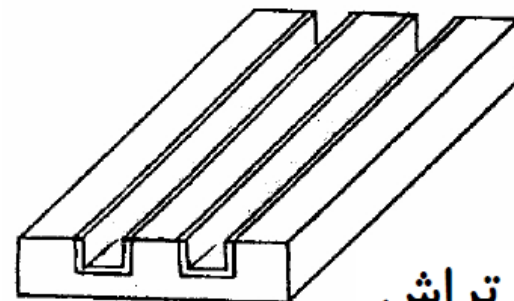
تقسیم یک جسم به اجزای مختلف ،
توان تغییر وضعیت آنها را نسبت به
هم بالا می برد.

عملکرد ناقص، بیش از حد یا مازاد

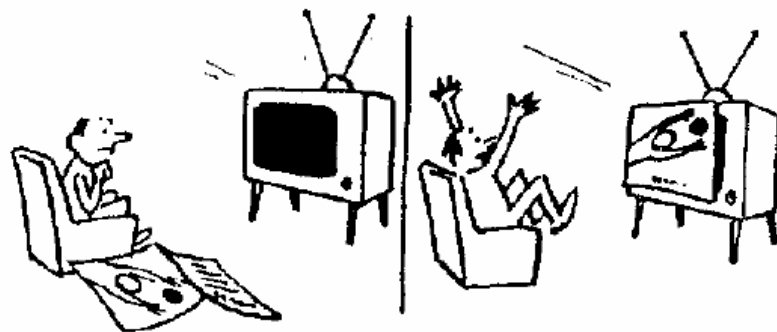
اگر به دست آوردن ۱۰۰٪ یک
اثر مطلوب مشکل است، برای
ساده سازی مسئله مقدار کمتر یا
بیشتر از آن را به دست آورید.



قبل از تراش



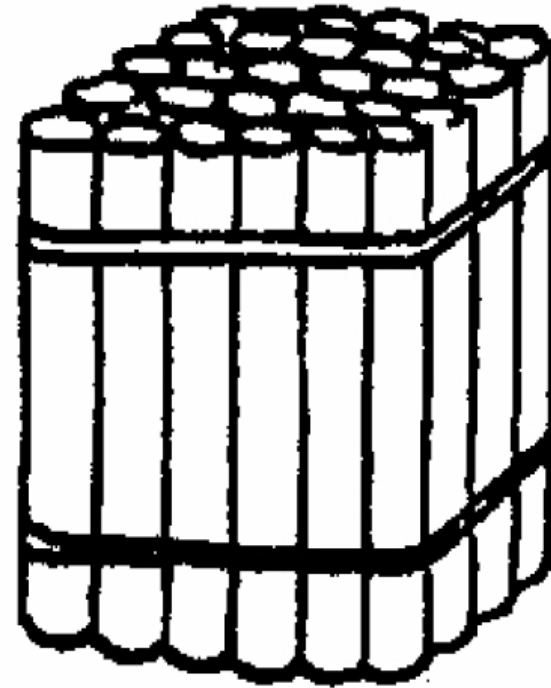
بعد از تراش



در هنگام تولید یک کندانکتور مغناطیسی، یک
صفحه سرامیکی با مواد اضافی فرومغناطیسی
و هادی پوشیده می شود. آنگاه مواد اضافی
ماشین کاری شده و لایه های دقیقی روی
شیارهای آن ورق باقی می ماند.

حرکت به بعدی جدید

- ۱- به جای آرایش اجسام در یک لایه،
آرایی چند لایه ای را به کار ببرید.
- ۲- جسم را کج کرده یا بر روی لبه ی
خود بچرخانید.

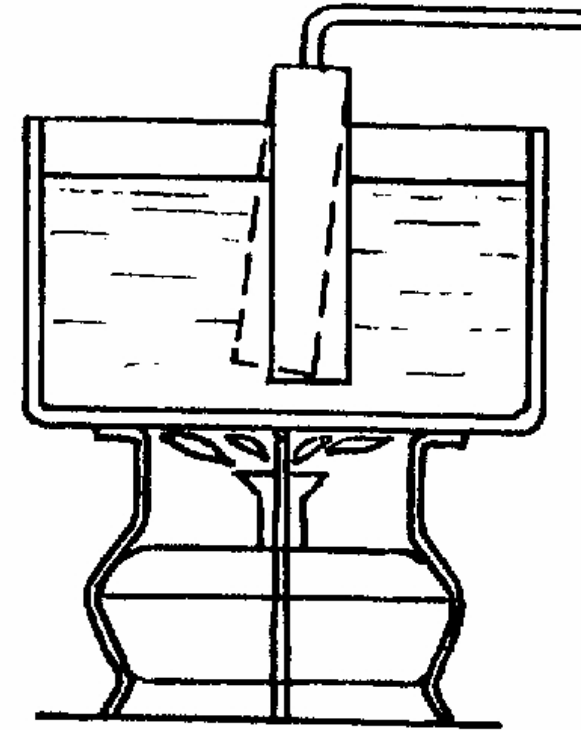
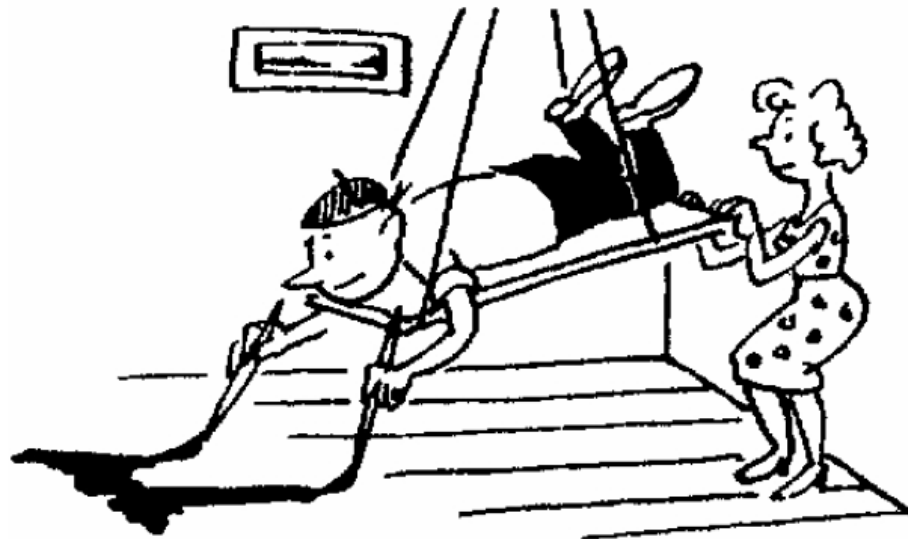


نگهداری عمودی کنده های درخت



ارتعاش مکانیکی

جسم را به ارتعاش وا دارید.



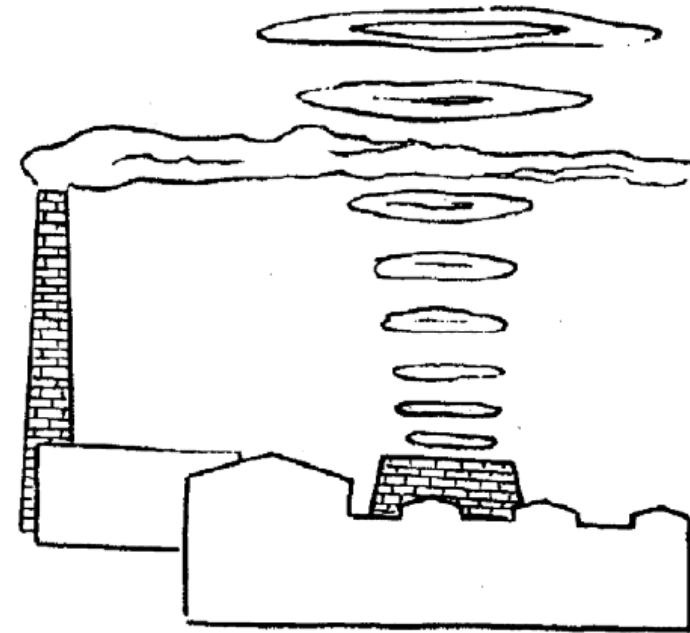
برای کاهش زمان پخت، آنرا هم
بزنید و یا تحت تاثیر موج صوتی
کوتاه قرار دهید.

عملکرد دوره ای

۱- به جای عملکرد مستمر از یک عملکرد دوره ای (ضربه ای) استفاده کنید.

۲- در صورتی که یک عملکرد هم اکنون دوره ای است، فرکانس آنرا عوض کنید.

۳- از توقف های بین ضربه ها برای تامین کنش های اضافی بهره گیرید.



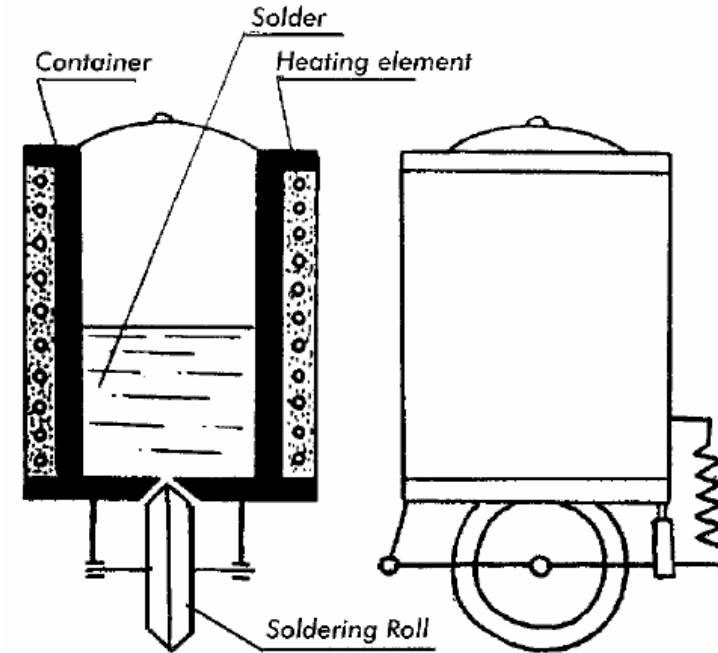
بجای داشتن یک توده ای از دود، می توان دود های کوتاهی بطور ضربه ای ایجاد کرد. حلقه های دود تا ۳۰۰۰ متر بالا می روند.

تداوم کنش مفید

۱- عملکرد را بدون توقف به انجام برسانید، در این حال باید تمام قطعات جسم به طور مستمر و با ظرفیت کامل، در حال کار باشند.

۲- یک حرکت زاید و واسطه ای را حذف کنید.

۳- حرکت های "جلو-عقب" را با حرکت چرخشی عوض کنید.

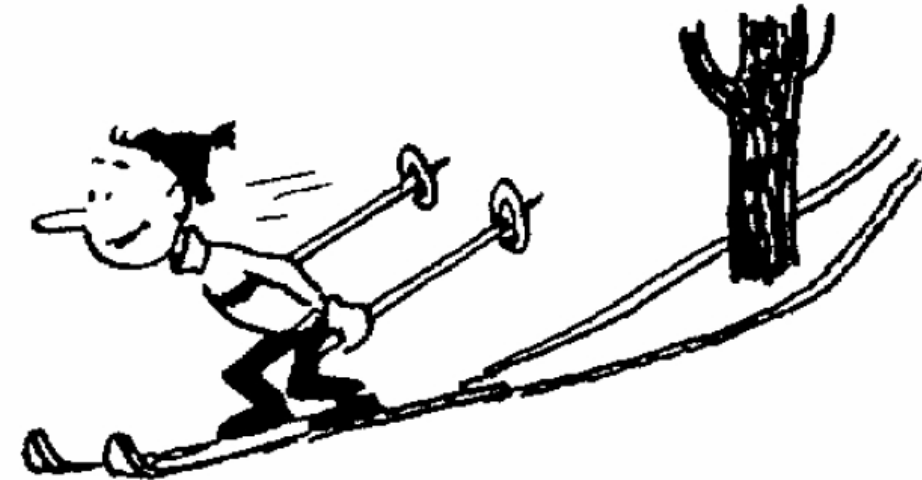
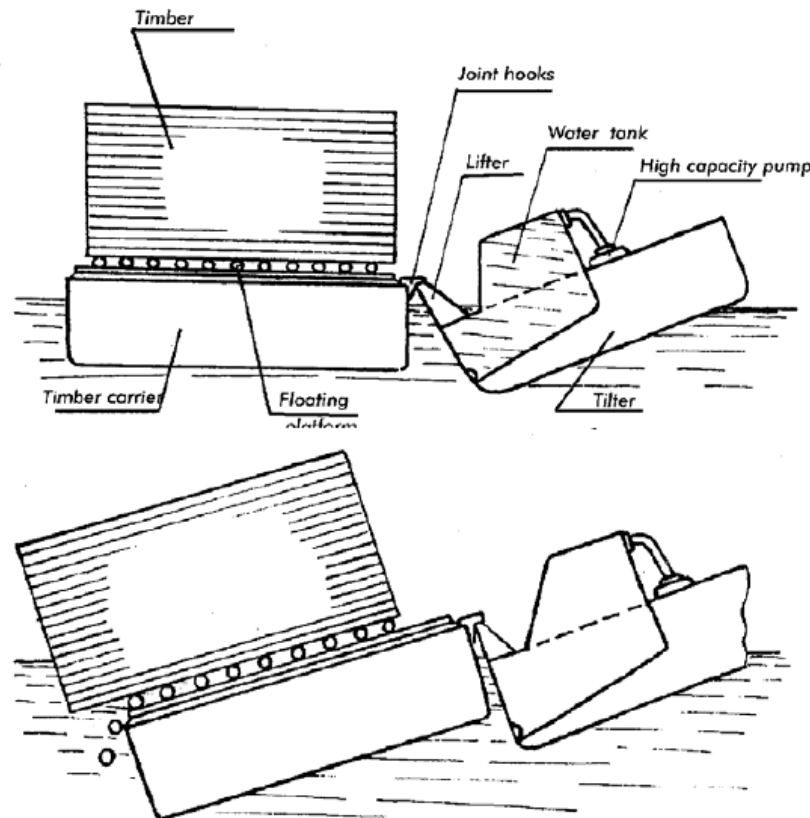


برای لحیم کاری بطور مداوم و پیوسته از یک وسیله لحیم کاری با نوکی چرخدار استفاده می شود.



حمله سریع

عملکرد زیان بار یا خطرناک را با سرعت بسیار بالا به انجام برسانید.



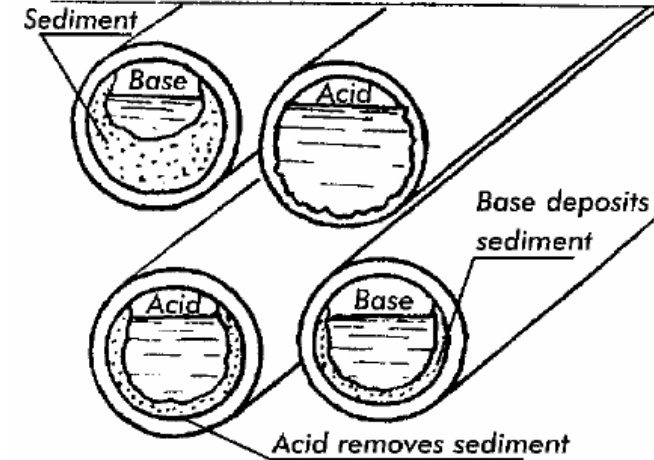
لازم است تا یک ناوچه را برای تخلیه بار تا یک زاویه ای بطور غیر ایمن کج کنیم. بطور جزیی ناوچه را با تکانهای سریع در یک زاویه ایمن قرار دهید. این عمل با تخلیه سریع آب در قسمت لولا شده امکان پذیر است.

تبدیل ضرر به سود

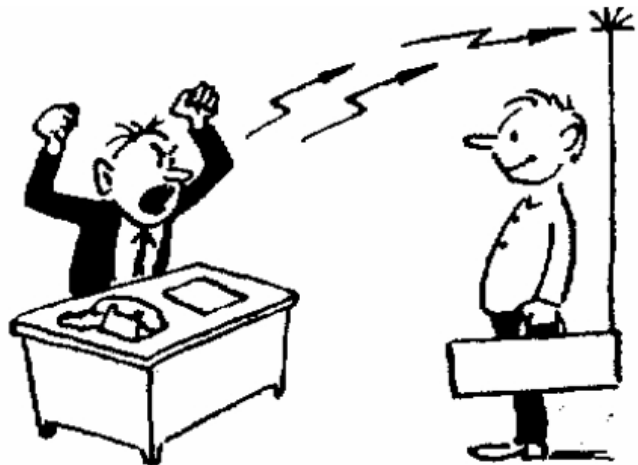
۱- یک اثر زیان بار به ویژه یک عامل زیان بار محیطی را برای به دست آوردن یک اثر مثبت به کار بگیرید.

۲- با ترکیب یک عامل زیان بار با یک عامل زیان بار دیگر، آن را از میان بردارید.

۳- مقدار کنش زیان بار را تا جایی که ضررهای آن برطرف شود، افزایش دهید.



وقتی که یک مایع از درون ی لوله ای عبور کند باعث رسوب در جداره داخلی آن می شود و هرگاه یک مایع اسیدی از درون لوله عبور کند باعث خوردگی آن می شود. لذا هر چندگاه مواد اسیدی و غیر اسیدی را از درون یک لوله خاص عبور دهید.



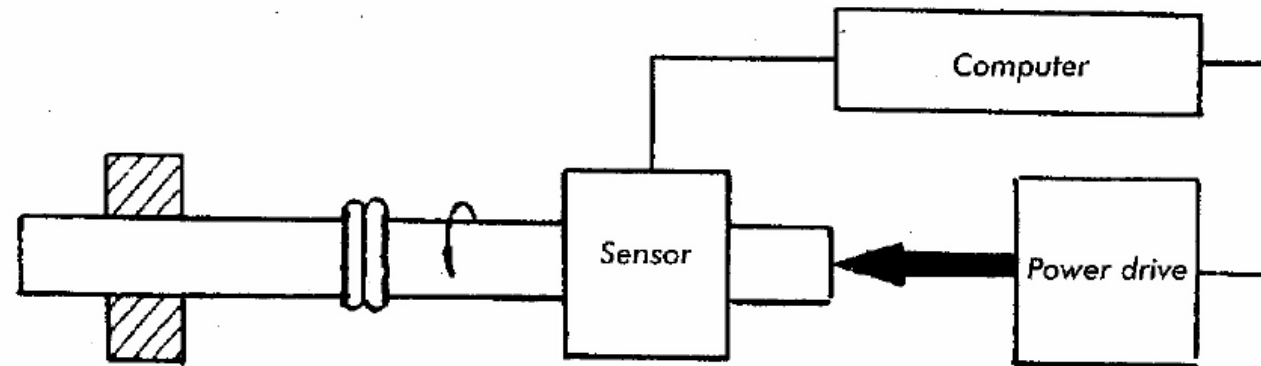
بازخورد

۱- بازخورد را ارائه کنید.

۲- در صورتی که بازخورد از قبل موجود است، آن را تغییر دهید.

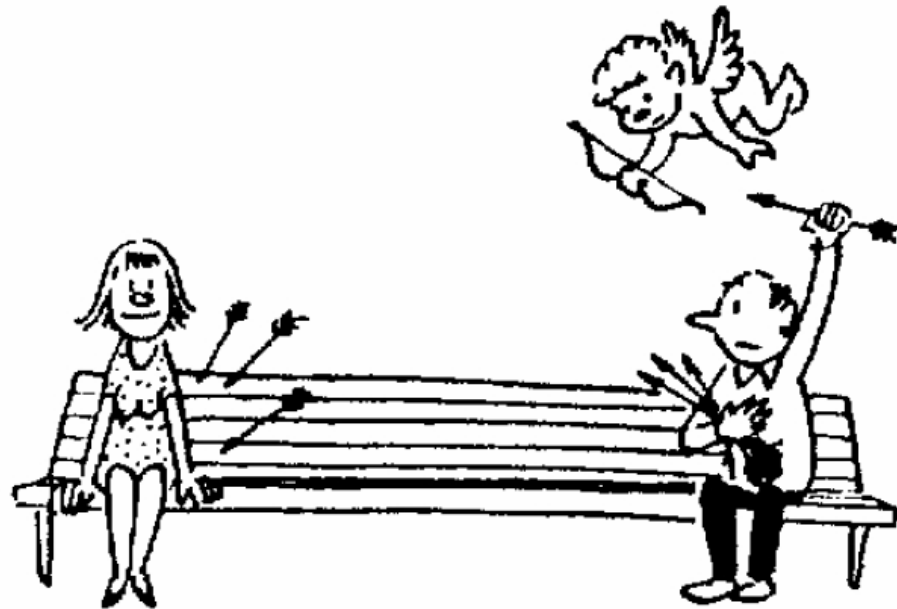
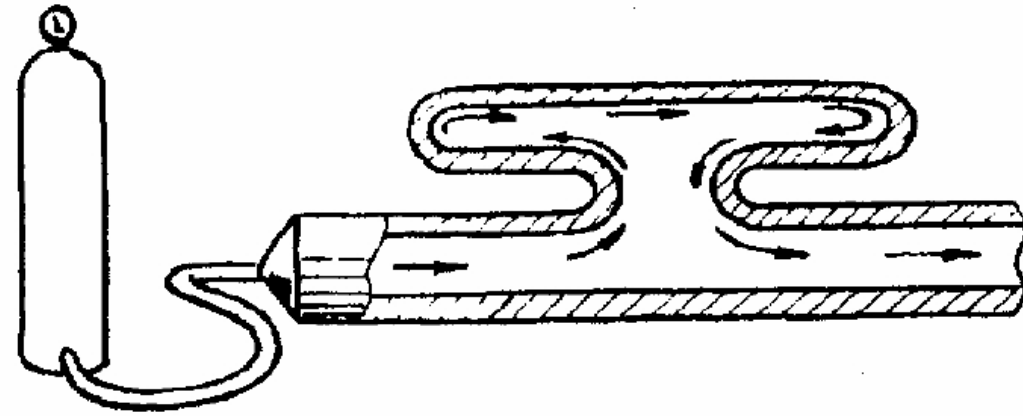


در حین فرایند جوشکاری به روش اصطکاک، نیروی ترک و فشار وارده بر اساس ضریب اصطکاک بین دو سطح جوشکاری شده کنترل می شود.



واسطه و میانجی

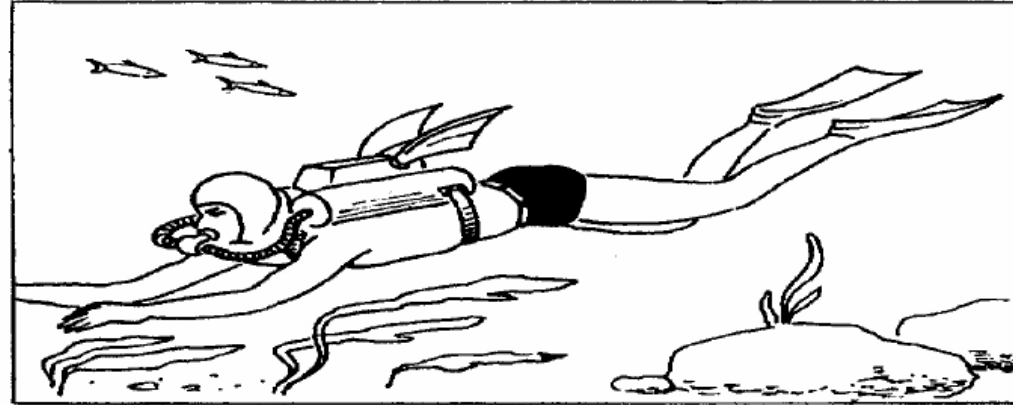
برای انتقال یا انجام یک عملکرد،
از یک جسم واسطه استفاده کنید.



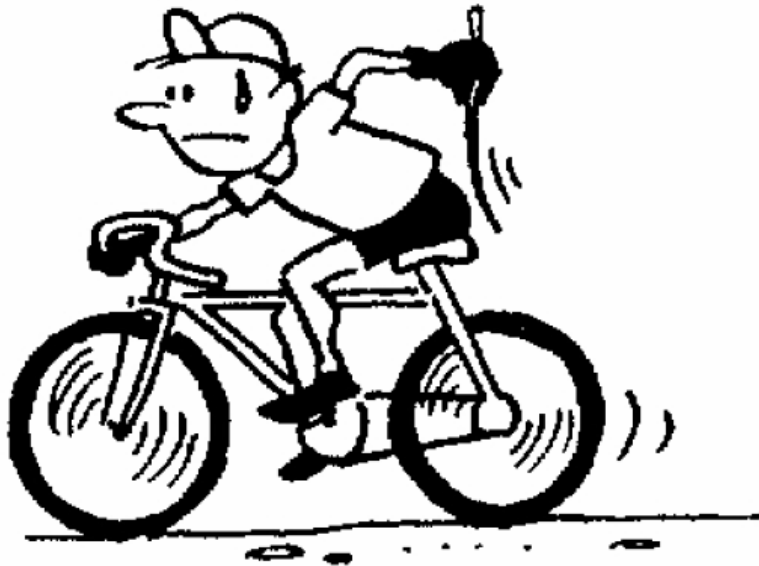
یک ماده نگهدارنده لازم است بر روی
سطح داخلی یک جسم پیچیده منتقل
گردد. برای انجام این کار، از هوای گرم
فشرده مخلوط با آن ماده استفاده
میشود. و این مخلوط از طریق یک پمپ
وارد آن جسم می شود.

خدمت دهی به خود

کاری کنید که شیء مورد نظر
کارهای خدماتی، کارکردهای
کمکی و عملیات مربوط به
تعمیرات خود را، خود انجام دهد.



فشار هوا در یک کپسول هوای غواصی ۲۰۰
psi است، قبل از اینکه هوا به شش های
غواص برسد، فشار باید به ۳ تا ۴ psi باشد.
این عمل بوسیله عبور هوای فشرده از یک
وسیله انعطاف پذیر که باعث رانش و در پشت
غواص نصب شده است امکان پذیر می باشد.
فاصله سفر در زیر آب از این طریق هفت
برابر شده است.

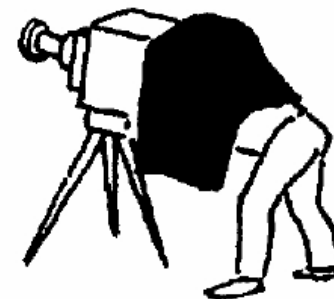
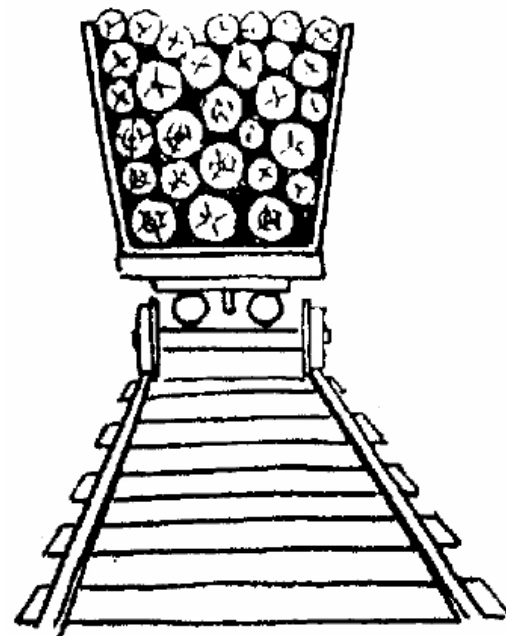


کپی کردن

به جای استفاده از جسمی که ساختار پیچیده دارد، گران قیمت و حساس است و کار با آن راحت نیست، از کپی ساده آن، استفاده کنید.



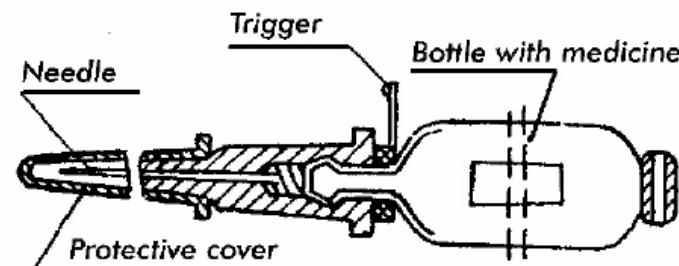
مزاحم نشو؛ دارم یک هواپیما را به پرواز در می آورم.



یک راه اندازه گیری الوارها در یک واگن بار بری قطار آنست که از الوارها عکس بگیریم و بعداً هر کدام را از روی عکس اندازه گیری کنیم.

استفاده از جنس ارزان قیمت با عمر کوتاه به جای گران قیمت و بادوام

یک جسم گران قیمت را با مجموعه ای از اجسام ارزان قیمت تعویض کرده، و از برخی مشخصات چشم پوشی کنید (برای مثال عمر طولانی)



آمپول یک بار مصرف

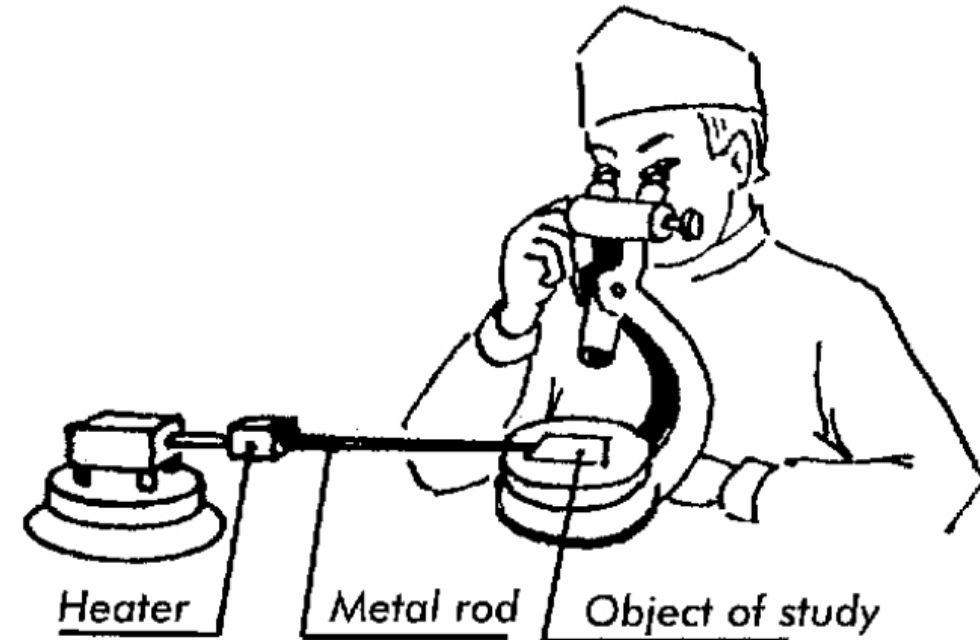
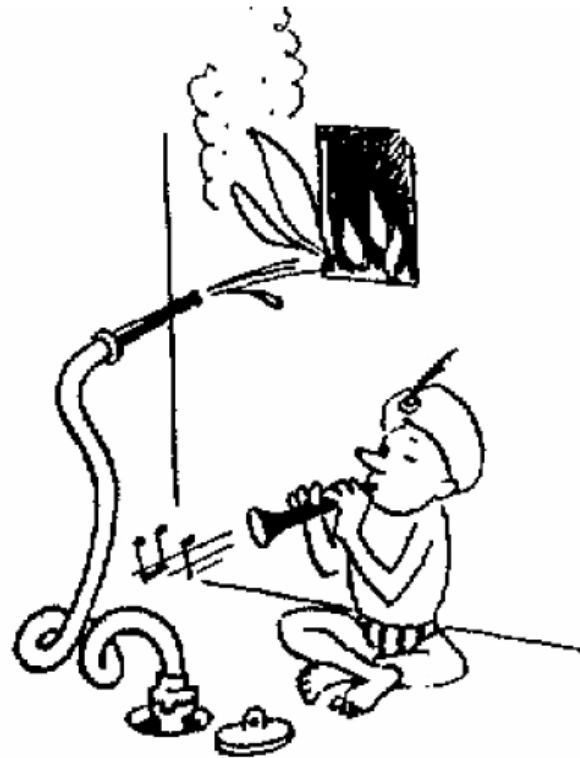


تله موش یک بار مصرف



تعویض یک سیستم مکانیکی

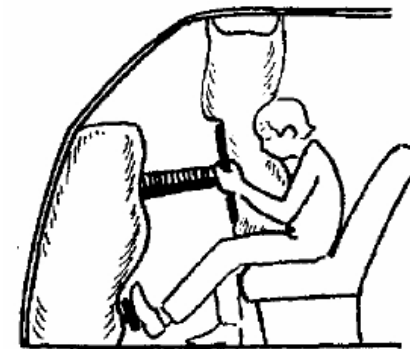
سیستم مکانیکی را با سیستم نوری، صوتی یا بویایی تعویض کنید.



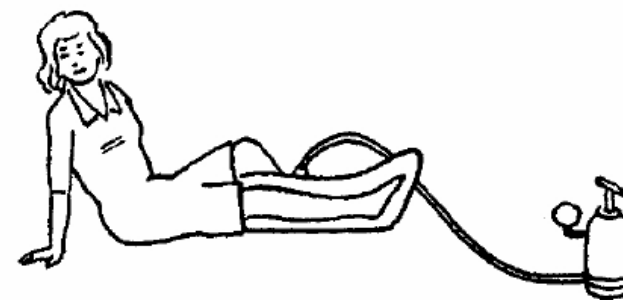
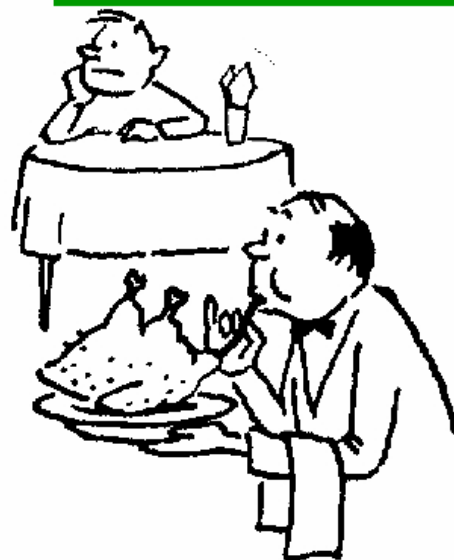
حرکت میکرونی یک شیء در زیر میکروسکوپ را می توان توسط یک میله فلزی و یک گرم کننده برقی انجام داد.

استفاده از ساختار پنوماتیک یا هیدرولیک

قطعات جامد یک جسم را با مایع یا گاز تعویض کنید. این قطعات برای باد شدن می تواند از هوا یا آب استفاده کنند، همچنین می توانید بالش های هوا یا هیدرو استاتیک را به کار بگیرید.



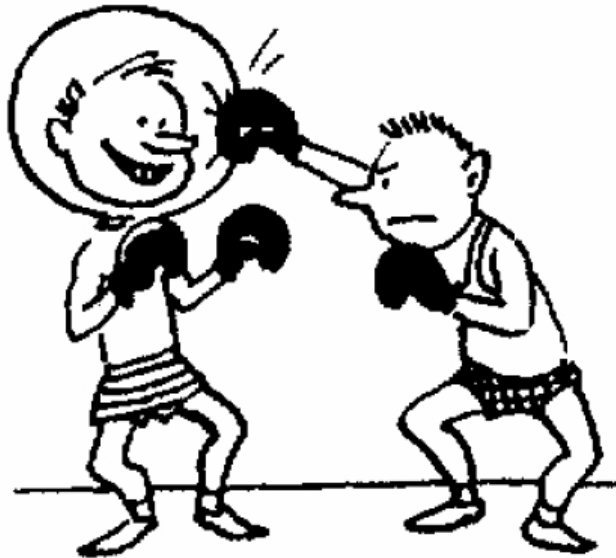
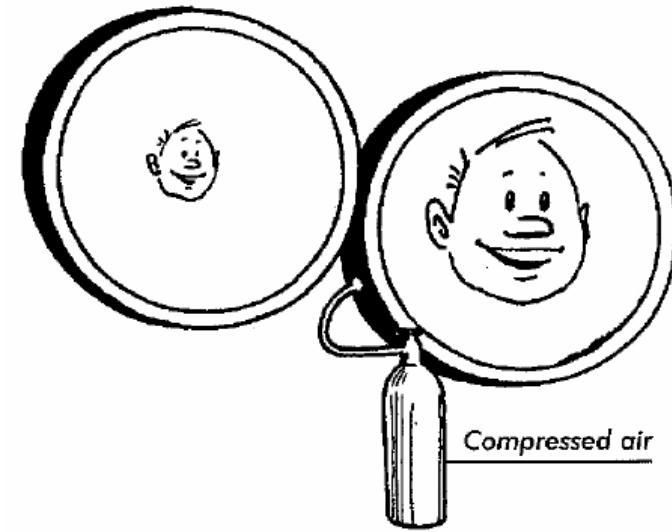
کیسه هوای ایمنی در خودرو



از کیسه پلاستیکی دو جداره بادکردنی
بجای قالب استفاده کنید.

پرده های انعطاف پذیر یا پوسته های نازک

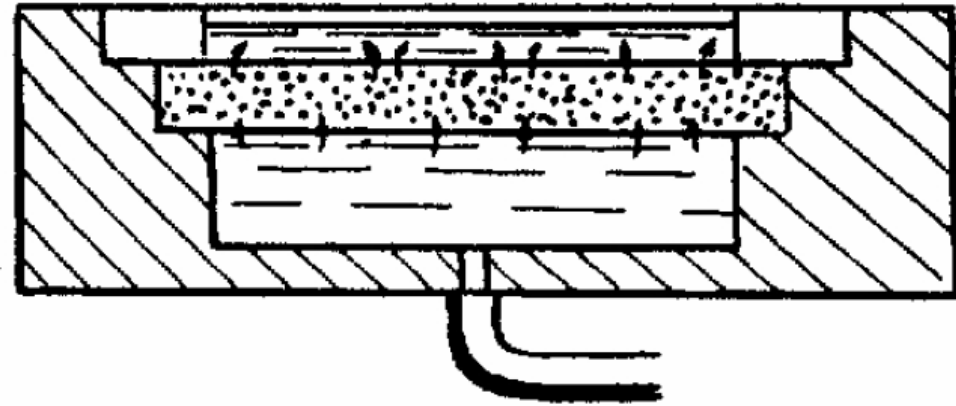
ساختارهای معمول را با غشاهای
انعطاف پذیر و پرده های نازک
تعویض کنید.



یک آینه با کانون قابل تنظیم از یک
پرده انعطاف پذیر و نازک ساخته شده
است. وقتی هوا به درون محفظه آن
پمپ می شود مقدار تحدب آینه تغییر
می یابد.

استفاده از مواد متخلخل

جسم را متخلخل نموده یا از اجزای متخلخل اضافی استفاده کنید (به صورت محتویات داخلی، روکش و غیره)



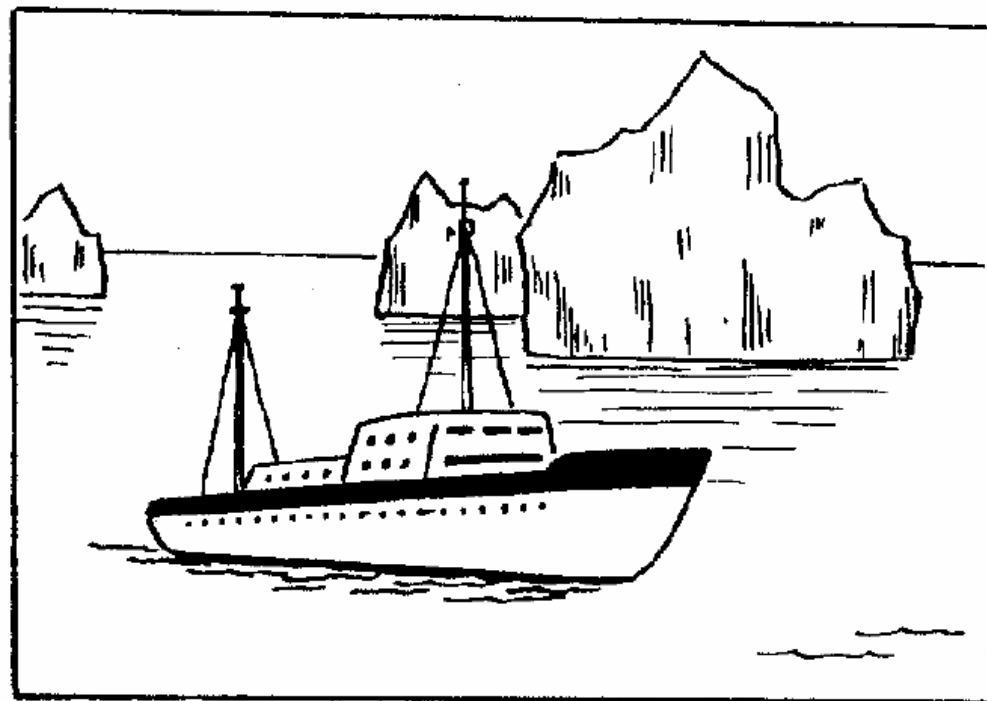
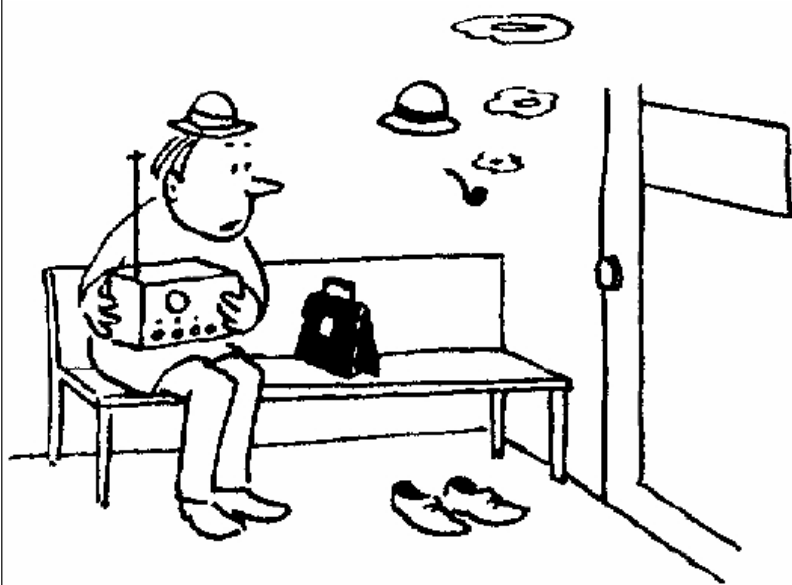
در یک سیستم هیدرولیک، روغن از درون یک ورقه متخلخل که بعنوان یک شیر کنترل هست پمپ می شود.



یک لامپ متخلخل
برای عبور
نور بیشتر

تعویض رنگ

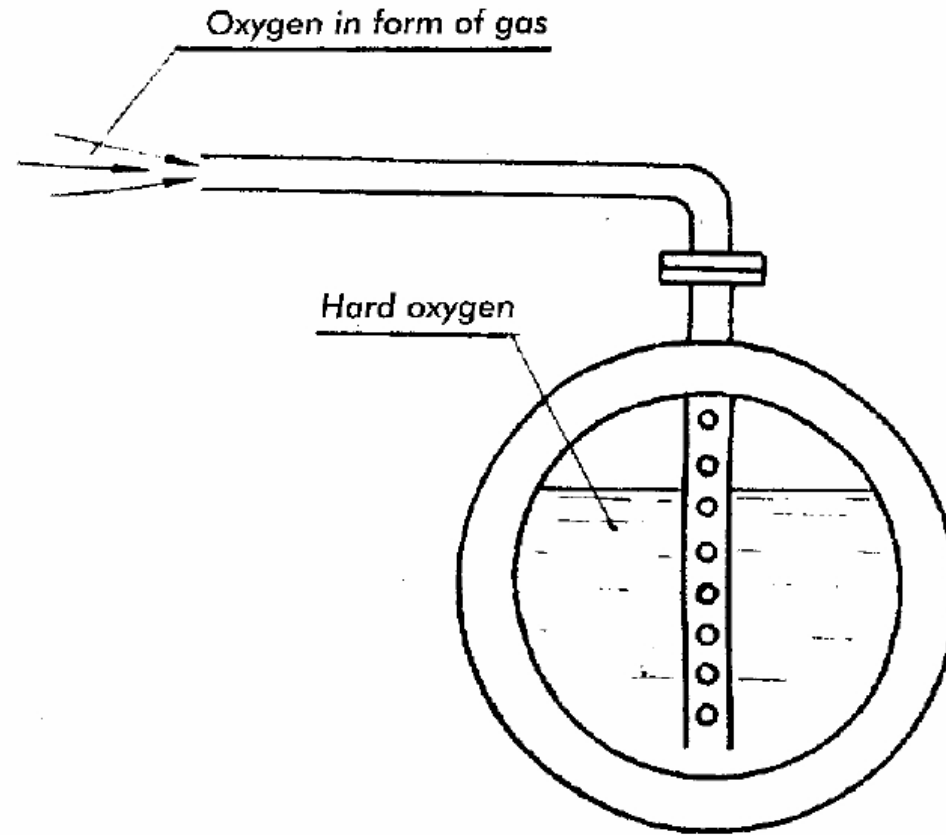
رنگ جسم یا محیط اطراف آن را
تغییر دهید.



یک کوه یخ را قرمز کنید. رنگ
قرمز در تاریکی شب از فاصله
دور قابل دید است.

هم جنس و همگن سازی

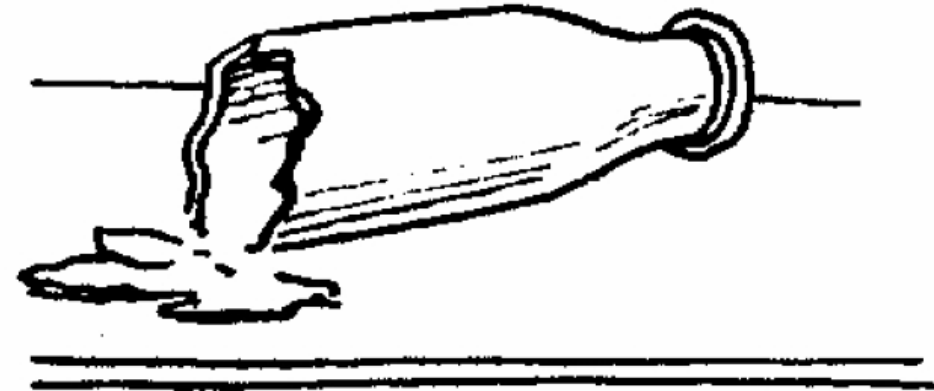
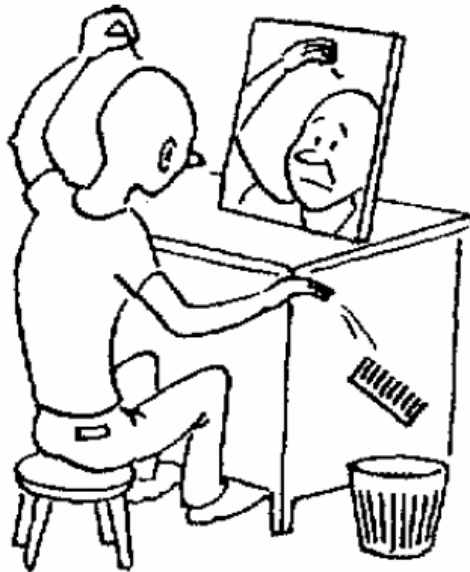
کاری کنید که اجسام با جسم اولیه
ای هم جنس خود، یا جنسی با
رفتار مشابه جنس خود، تعامل
داشته باشند.



یک روش برای ذوب کردن اکسیژن
یخ زده استفاده از بخار اکسیژن است.

رد کردن و بازسازی قطعات

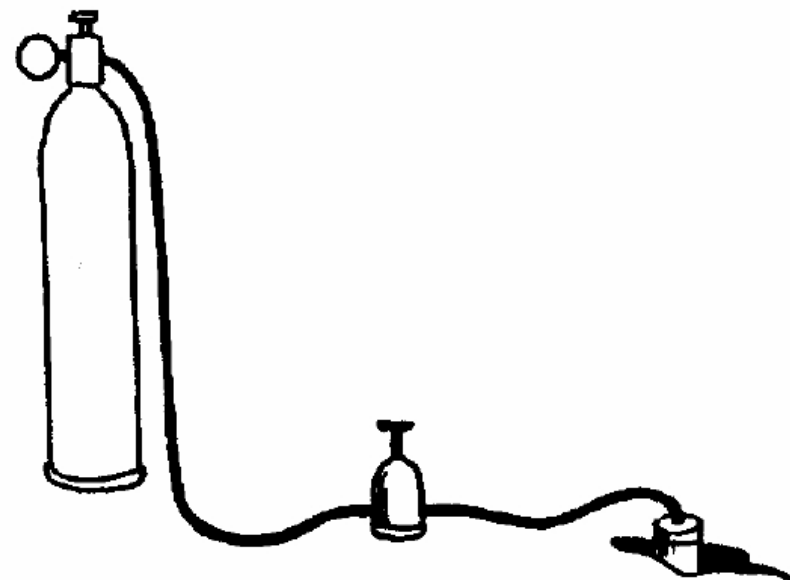
پس از تکمیل یک عملکرد و یا بی استفاده شدن یک جزء از جسم، آن را دور انداخته یا تغییر دهید (مثلاً آن را تخریب یا حل کنید یا بخار نمایید).



اخيراً یک شرکت سوئدی بطری های زیست فروپاش برای حفاظت از محیط زیست تولید می کند.

تغییر خواص فیزیکی و شیمیایی یک جسم

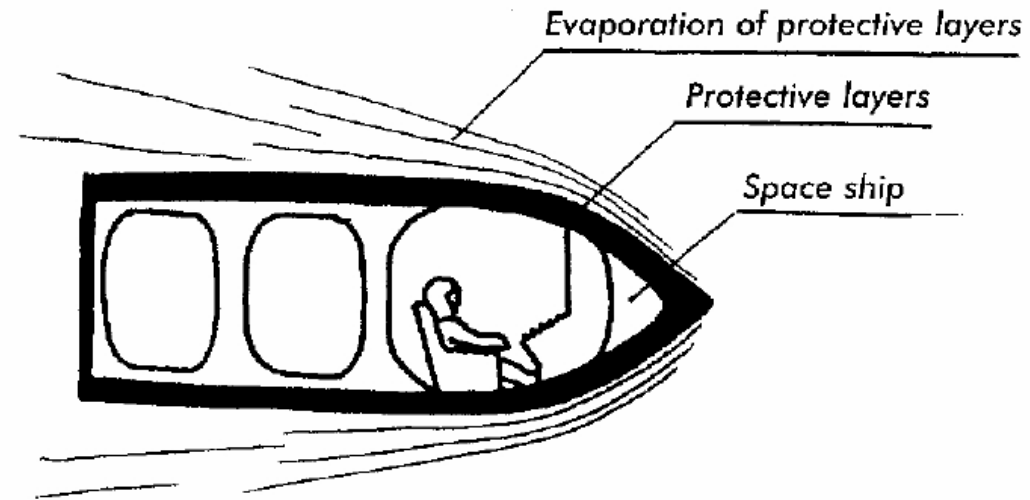
- ۱- تغییر در حالت فیزیکی سیستم
- ۲- تغییر در تراکم یا چگالی
- ۳- میزان انعطاف پذیری را تغییر دهید
- ۴- تغییر دما یا حجم جسم



برای تولید امواج برگشت پذیری یک
ماده منفجره را در یک عمق خاصی از
زمین بصورت گاز منتقل می کنند .

تغییر فاز

اثری را که در زمان تغییر فاز یک ماده اتفاق می افتد، به کار بگیرید. نمونه های زمان تغییر حجم یا زمان آزاد سازی یا جذب انرژی هستند.

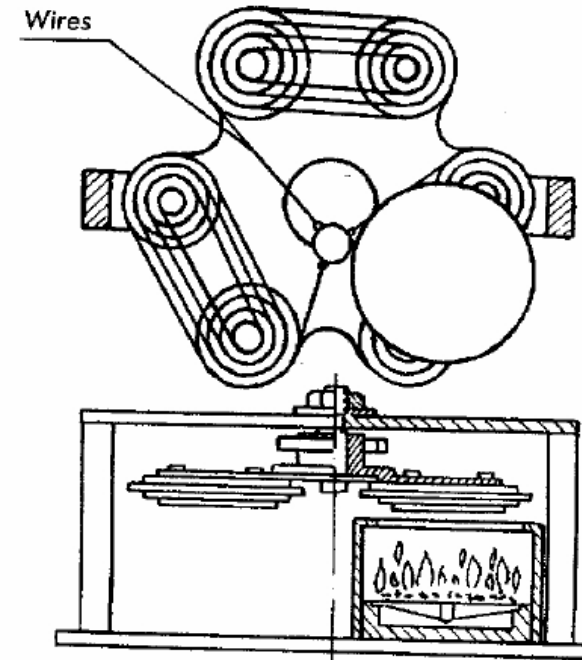


دینامیت

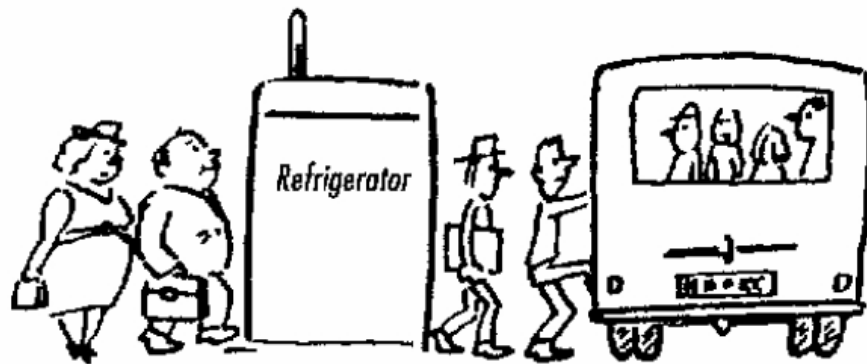
با تبخیر لایه های محافظ بیرونی می توان از گرم شدن زیادی بدنه یک فضا پیما جلوگیری کرد.

انبساط حرارتی

از مواد متفاوت با ضرایب انبساط
حرارتی متفاوت بهره بگیرید.

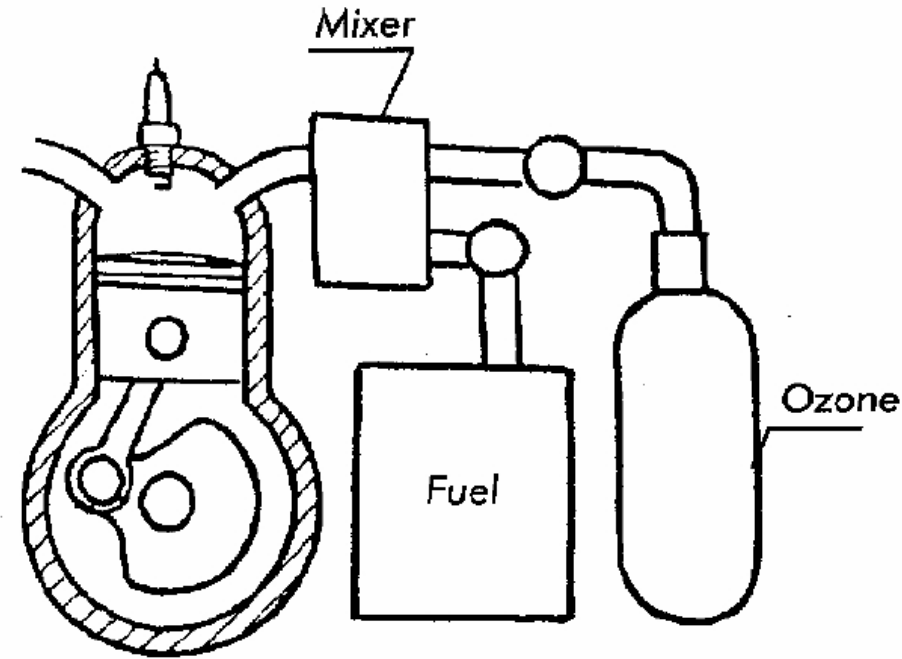


روتور یک موتور بر اساس انقباض و
انبساط سیم ها با ضریب انبساط
گرمایی متفاوت انجام می پذیرد.



استفاده از اکسیدکننده های قوی

هوای معمولی را با هوای غنی شده
جایگزین کنید.

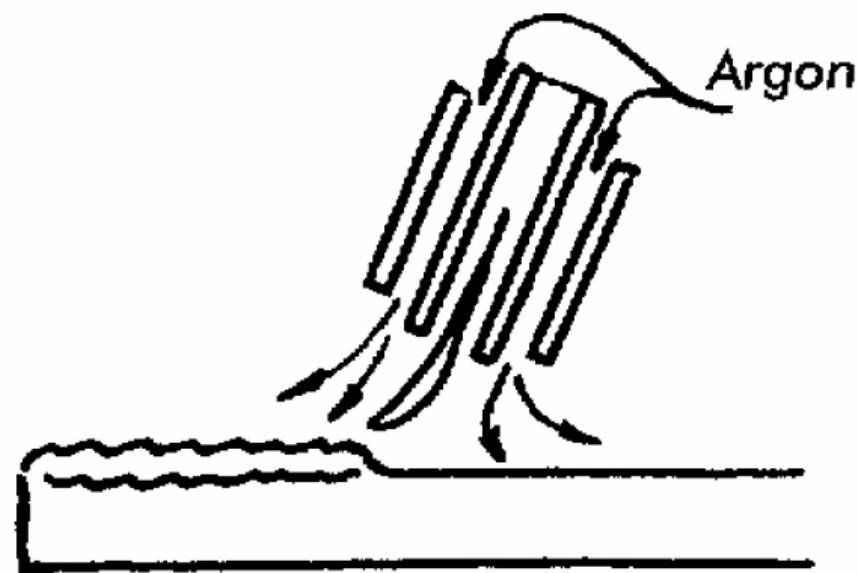
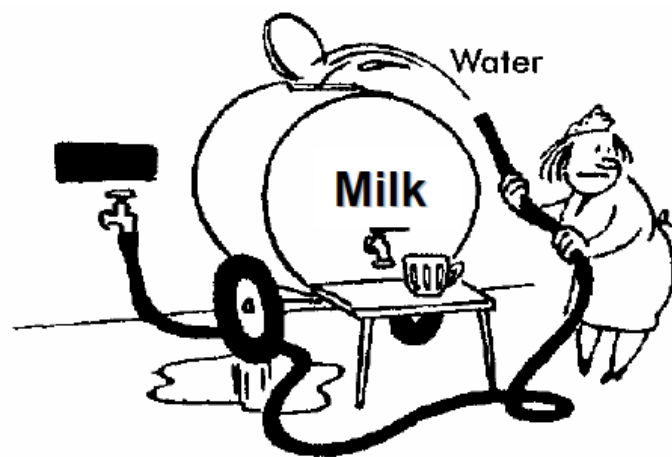


اوزن بعنوان یک اکسید کننده در موتور
احتراق یک زیر دریایی استفاده می شود تا
احتراق بطور کامل انجام پذیرد.

محیط بی اثر

۱- محیط معمولی را با محیط بی
اثر تعویض کنید

۲- فرایند را در خلا به انجام
برسانید.

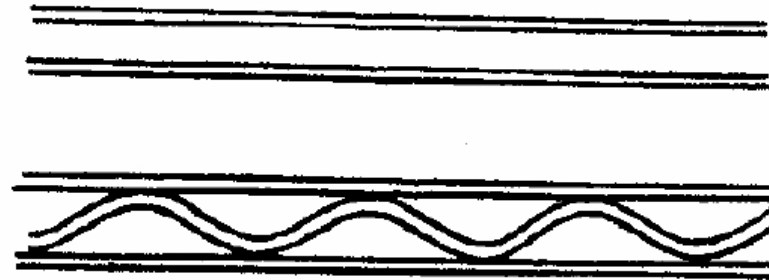


برای جلوگیری از اکسیده شدن سیم
لحیم، یک گاز بی اثر کمان جوش را
می پوشانند.

مواد مرکب

ماده همگن را با یک ماده مرکب
جایگزین کنید.

فروش امروز:
تشک های وارداتی
برای یک مرتاض



ترکیب مقواهای موج دار و مسطح
باعث استحکام کارتون می شود

تکنیک: (P.M.I) («PLUS» «MINUS» «INTRESTING»)

نام این تکنیک بر گرفته از حروف اول سه کلمه به معنی افزودن ، کاستن و جالب می باشد. در این روش چنین است که ابتدا فرد توجهش را به نکات مثبت موضوع یا پیشنهاد و سپس به نکات منفی و نهایتاً به نکات جالب و تازه ی آن که نه مثبت است و نه منفی، معطوف می شود و در پایان نسبت به تهیه لیست نکات مثبت یا مزایای موضوع، لیست موانع، محدودیت ها و نکات منفی موضوع و لیست نکات جالب و تازه ی موضوع اقدام می نماید.



تکنیک سینکتیکس

سینکتیکس از ریشه یونانی الاصل synetikos به معنی «فشار دادن دو چیز به یکدیگر» و یا «متصل کردن چند چیز مختلف» گرفته شده است

این تکنیک روشی است برای برانگیختن تفکر خلاق در میان گروهی از افراد که گرد هم می آیند در این روش از اعضای گروه خواسته می شود که از قیاس و استعاره استفاده کنند

تکنیک سینکٹیکس (Synaptics)

به طور کلی فرآیند به کارگیری این روش عبارت است از شناسایی و تعریف مشکل و تجزیه و تحلیل آن به منظور رسیدن به ماهیت و جوهره آن (شناخت جوهره) ارتباط دادن جوهره به دست آمده با موضوع غیر مرتبط (ساختن وضعیت مشابه) کشف راه حل هایی برای موضوع مشابه (راه حل های مشابه) تلاش برای تبدیل راه حل های به دست آمده به راه حل های نهایی برای مشکل اصلی

استفاده از استعاره و تشبیه برای یافتن ایده خلاق
برای مثال فرض کنید به دنبال ایده هایی هستید که رانندگی در
جاده های مه آلود را راحت تر کند. برای این منظور می توانید
موضوع را تشبیه به «دیدن» افراد نزدیک بینی کنید که قصد دارند
راه های اطرافشان را بیابند. چطور این کار را می کنند؟ از دست
هایشان کمک می گیرند، به زمین جلوی پایشان نگاه می کنند، از
عینک استفاده می کنند، از عصاهای موجی استفاده می کنند یا از
دیگران سوال می کنند. به این ترتیب می توانید با الهام از هر یک
از اعمال افراد نزدیک بین، ایده های جدیدی برای موضوعتان به
دست آورید

قیاس کردن یعنی تشبه کردن چیزی به چیزی دیگر و استعاره یعنی تشبیه دور(قیاس دور) یا تشبیه دو چیز غیر متشابه . به عبارت دیگر تشبیه چیزی به چیزی که خیلی با آن تفاوت داشته باشد را استعاره گویند

در این روش از سه نوع قیاس بیش از همه استفاده می شود که عبارتند از:

۱- قیاس شخصی:

۲- قیاس مستقیم

۳- تعارض متراکم

کارگیری سه نوع قیاس در تکنیک سینکتیکس
در این روش از سه نوع قیاس بیش از همه استفاده می
شود که عبارتند از:

۱- قیاس شخصی

در این قیاس فرد احساس می کند خود قسمتی از موضوع
است. این هماندسازی ممکن است به جای انسان، حیوان
یا اشیاء باشد. به عنوان مثال یک شیمی دان خود را به
جای مولکول های در حال حرکت می گذارد و دانش
آموزی فرض می کند به جای کتاب مورد علاقه اش قرار
گرفته و خود را وصف می کند.

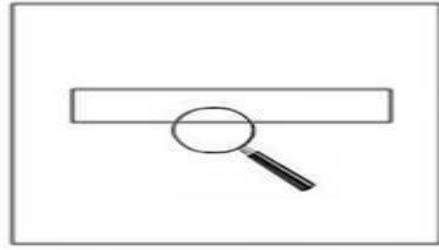
۲- قیاس مستقیم

در این قیاس دو موجود یا دو مفهوم که معمولاً شباهت و ارتباطی با هم ندارند با یکدیگر مقایسه می شوند، به طور مثال از فرد سوال می شود پر تعال شبیه چه موجود زنده ای است؟ و یا زمزم نرم تر است یا پوست یک بچه گربه؟

۳- تعارض متراکم

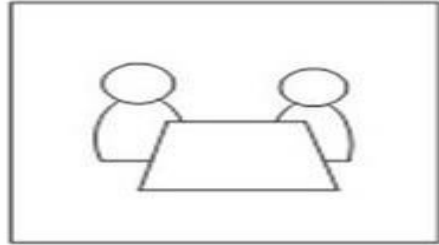
توصیف یک موضوع یا مفهوم در دو کلمه متضاد را تعارض متراکم گویند، مثل زندگی بخش و نابود کننده یا دوست و دشمن. دکتر «دبلیو. جی. جی. گوردن» معتقد است با این شیوه می توان به عمق موضع تازه، وارد شد. مثلاً افراد گروه راجع به فرد مشخصی، دو چهارچوب ذهنی متفاوت را ترکیب می کنند. هر چه فاصله این دو چهارچوب بیشتر باشد برای ترکیب آنها، انعطاف پذیری بیشتری لازم خواهد بود.



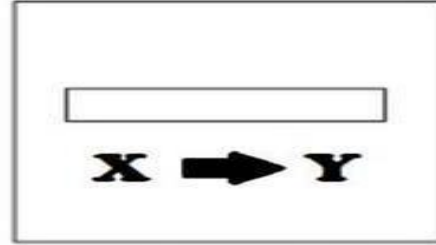


شناسایی و بیان
مشکل

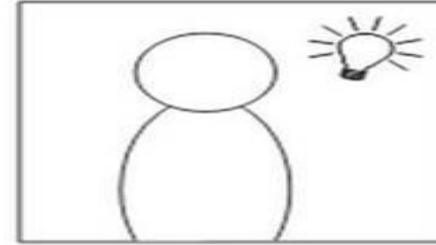
How to Synectics



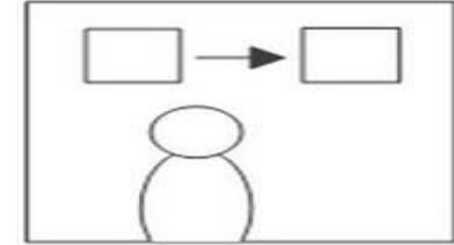
آنالیز و تحلیل مشکل



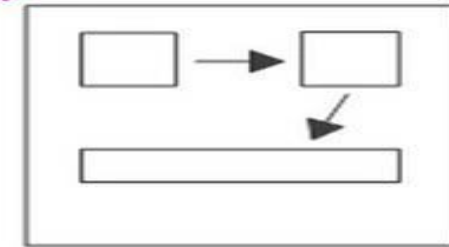
فرموله کردن
و ارتباط دادن



انتخاب ایده های
اولیه



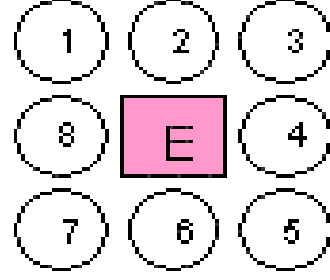
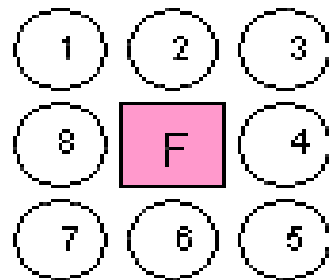
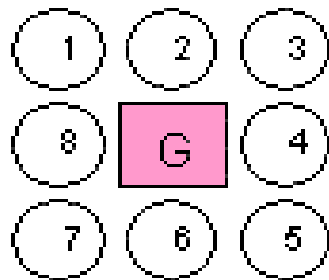
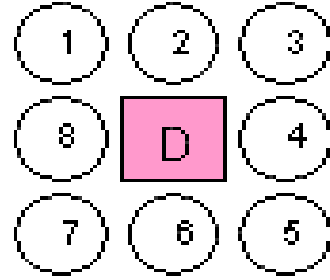
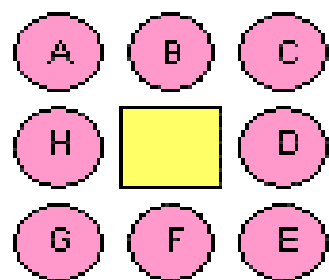
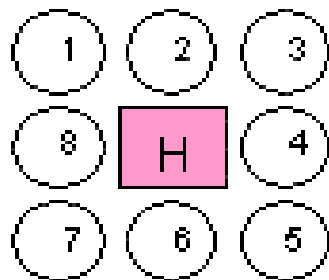
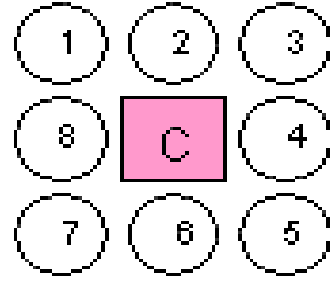
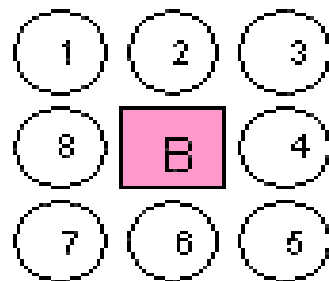
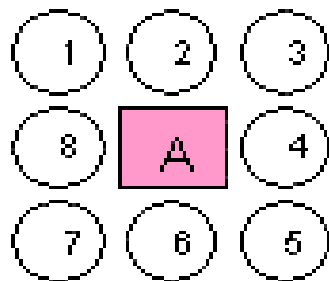
یافتن موارد و
راهکارهای مرتبط



تلاش برای تطبیق راهکارها
برای حل مشکلات بیان شده

تکنیک شکوفه ی نیلوفر آبی

«ياسوآما تسومورا» رئيس بخش تحقيقات مدیریت در چيباسیتی ژاپن، این تکنیک را طراحی کرد. وی از ایده ی یک شکوفه نیلوفر آبی الهام گرفت و اصول دیگری به آن اضافه کرد. گلبرگ های شکوفه آبی به دور یک هسته مرکزی خوشه می زنند و از آن نقطه گسترش می یابند. با ایجاد پنجره هایی مشابه با پنجره های مورد استفاده در برنامه های مپیوتری بخش های از یک تابلوی ایده ها را می توان به صورتی تقسیم بندی کرد که یک موضوع اصلی برای استخراج ایده ها در پنجره های جانبی مورد استفاده قرار گیرد و به نوبه خود مراکز مجموعه های جدید پنجره ها را تشکیل می دهد. فرایند آن به صورت زیر است:



تکنیک چه می شود اگر....؟

به طور کلی برای خلاقیت باید فکر، از قالب های ذهنی، شرایط موجود، پیش فرض ها، عادات و استانداردها آزاد شود تا بتواند موضوع را از زوایای مختلف رویت و ایده های جدیدی را تداعی اند. بر همین اساس این تکنیک کمک شایانی به آزاد سازی فکر برای جمع اوری ایده های جدید می کنند. در این روش توصیه می شود برای یافتن ایده های جدید از سوالات "چه می شود اگر...؟" استفاده کنید و ان را به قدری تکرار و تمرین کنید که برایتان یک عادت شود.



تکنیک اسکمپر SCAMPER

این تکنیک کاربرد اصلی آن بر پایه ایده یابی فردی طراحی شده است که می تواند به نحو بسیار اثر بخشی برای گروه ها نیز مفید باشد. هدف اصلی این تکنیک قدرت تصور است تا آن را در جهات و بعد مختلف و ضروری به حرکت در کورد. این تحریک به وسیله یک سری سوالات تیپ و ایده بر انگیز صورت می گیرد که شخص در رابطه با مسئله مورد نظرش از خود سوال می کند و در نهایت با افزایش ایده ها، کیفیت از ابتدای حروف واژه های سوال برانگیز گرفته شده SCAMPER ایده ها تضمین و ارتقاء می یابد. واژه . که در دستیابی ایده های نو بسیار موثر است

- به معنی جانشین سازی است Substitution بر گرفته از کلمه S حرف
- به معنی ترکیب کردن است Combine بر گرفته از کلمه C حرف
- به معنی رفاه، سازگاری و تعدیل کردن است Adapt بر گرفته از کلمه A حرف
- به معنی بزرگ سازی است Maginfy بر گرفته از کلمه M حرف
- به معنی استفاده در سایر موارد است Put to other uses بر گرفته از کلمه P حرف
- به معنی حذف کردن است Ellimination بر گرفته از کلمه E حرف
- به معنی معکوس سازی است Reverse بر گرفته از کلمه R حرف

جانشین سازی به جای لامپ پر مصرف از..... می توانم استفاده کنم؟

به جای بنزین از می توانم استفاده کنم؟

ترکیب :دستمال های مرطوب از ترکیب

دستمال ضد عفونی کننده از ترکیب.....

صندلی ماساژور از ترکیب...

سازگاری :ضد آب کردن گوشی های موبایل با توجه به نیاز افراد در جاهایی که رطوبت بالایی وجود دارد

سازگاری کتاب های صوتی برای کسانی که در رفت و آمد و مسافران یک ماشین هستند

چطور می توانم کسب وکار خودم را با این شرایط و نیاز مشتری سازگار بکنم؟

اصلاح :پشتیبانی از محصول و خدماتتان را ۲۴ ساعته کنید

یک آفر رایگان روی محصول خود اضافه کنید

مدل رفتاری خود با مشتری را اصلاح کنید

تغییر

تغییر شاید یکی از مفاهیم هیجان انگیز در این مدل است، زیرا می تواند محصولات و خدمات خود را با یک تغییر به شکل جدید وارد بازار کنید. نگاهی به بازارهای فعلی که وجود دارند داشته باشید و در مورد امکان ارائه پیشنهادات فعلی خود به بازارهای جدید در قالب دیگری فکر کنید. آیا می توانید یکی از اقلام موجود خود را دوباره بسته بندی کنید و سپس آن را با موفقیت به مخاطب کاملاً جدید انتقال دهید؟

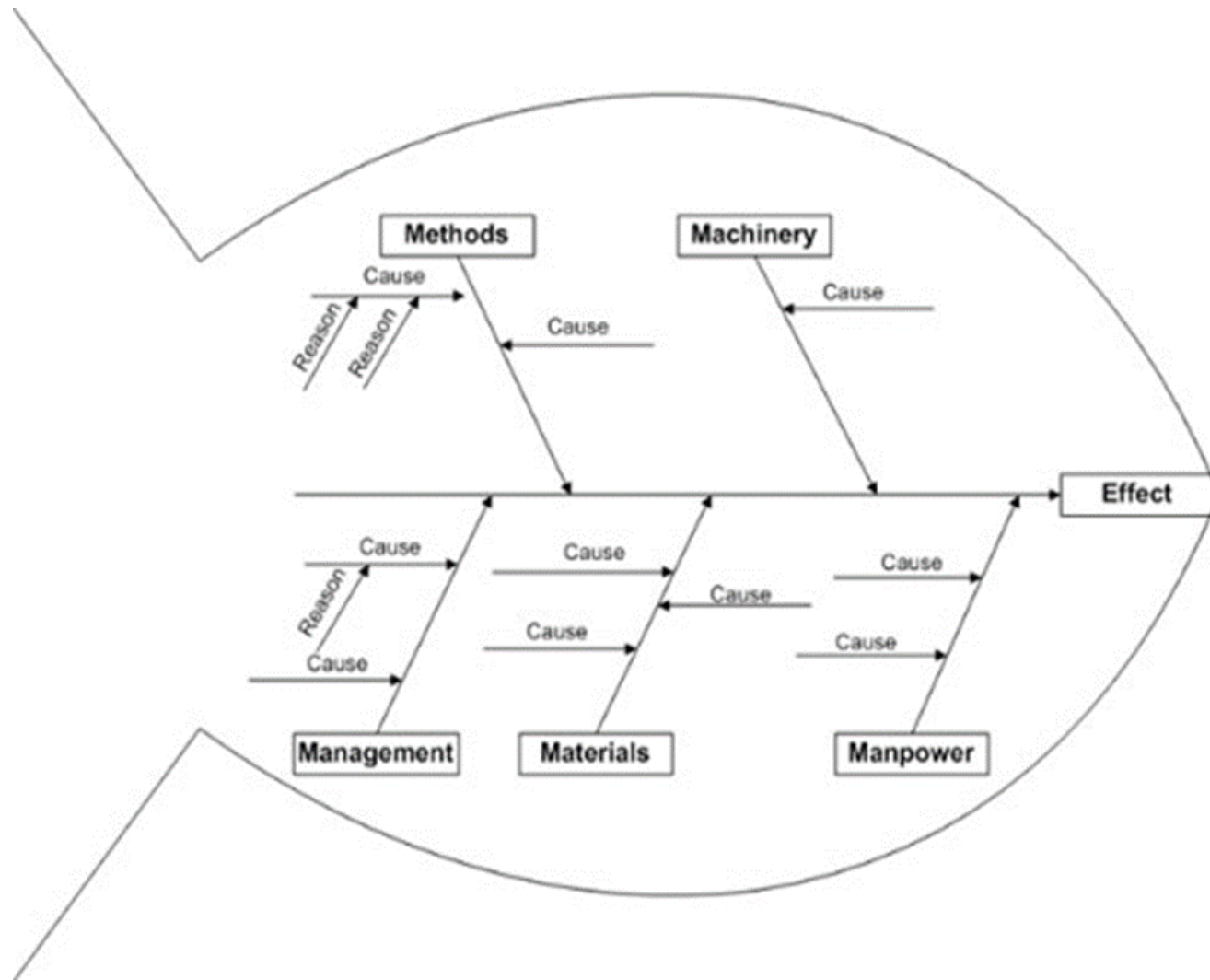
حذف کردن از بین بردن

علاوه بر تفریق، یک راه معمول برای موفقیت در کسب و کار ای است که به جای حذف تمام محصولات از خط خود، ایده ای برای از بین بردن یکی از ویژگی های خاص یا مواد قابل استفاده در محصول خود را حذف کنید. از بین بردن یک ویژگی خسته کننده می تواند این مورد را در بازار جذاب تر کند یا از بین بردن یا کم کردن مواد اصلی (مثل شیر، ماست و می تواند تولید آن را ارزان تر کند (بهبود سود شما). حذف سیم میکروفن

معکوس یا وارونه کردن
نکته نهایی در این تکنیک اساساً بازنگری کامل در مورد برخی از محصولات یا خدمات شما است. وقتی چیزی به سطح مورد انتظار شما عمل نکند، فکر کنید که محصول را روی سر خود قرار دهید تا عملکرد بهتر را پیدا کنید. آیا چیزی در طراحی یا برنامه ریزی در مورد محصول ایجاد کرده اید که سبب ناامیدی آن شده است؟ امیدواریم با افتتاح ذهن خود به دیدن محصول از یک منظر جدید، یک واقعیت متفاوت را در ذهن داشته باشید.

تکنیک استخوان ماهی Fish bone Diagram

یکی از روش های بسیار سودمند برای شناسایی مسائل نمودار استخوان ماهی است. نمودار استخوان ماهی که گاهی به آن نمودار ایشیوا نیز می گویند توسط پرفسور کائور ایشیوا از مدارس توکیو طراحی شد. هدف اصلی این تکنیک، شناسایی و تهیه فهرستی از کلیه علل احتمالی مسئله مورد نظر است. این تکنیک در درجه اول یک تکنیک گروهی شناسایی مسئله است اما توسط افراد قابل استفاده است



فعالیت یادگیری در کلاس :
-تحلیل و آشنایی با خلاقیت و درک تفاوت آن با نوآوری
-شناخت عوامل و موانع خلاقیت و نوآوری

نحوه سازماندهی ساختار یک کسب و کار

فعالیت عملکردی :

- اجرای عملی تکنیک ها خلاقیت

- درک تفاوت تکنیک ها خلاقیت فردی و گروهی و تشخیص استفاده درست
و به جاز تکنیک ها

فصل سوم: مدیریت کسب و کار

نگاهی اجمالی به فصل سوم :

موفقیت هر کسب و کار رابطه نزدیکی با چگونگی صحیح کنترل کردن آن امور دارد: در واقع مدیریت صحیح کسب و کار موجب رشد آن میشود.

مدیریت کسب و کار را نباید صرفاً یک عمل آکادمیک محسوب کرد. مدیریت واقعی در بر گیرنده هدایت قوی، رفتار مثبت، دانش کسب و کار و مهارت‌های مناسب فردی است. مدیریت در حقیقت هدایت افراد، تاثیر گذاری بر کار و تصمیم گیری بموقع و صحیح است و مهارت‌های مدیریتی را به مرور زمان میبایست کسب کرد و به بیان دیگر کسب مهارت‌های مدیریتی در واقع همانند سپرده گذاری در بانک می باشد.

شروع کسب و کاریکی از جالب ترین عملکردهایی است که یک فرد می تواند داشته باشد. بیش از ده میلیون نفر هر ساله کسب کاری را آغاز می نمایند و در نتیجه بیش از سه میلیون کسب و کار کوچک هر ساله ایجاد میشود

درک ابعاد این رقابت و طرح کسب و کار دقیق و کارا می تواند منجر به شروع یک کسب و کار موفق شود.

این فصل می تواند دانش آموزان شما را از سنجش میزان آمادگی برای شروع کسب و کار آگاه سازد

فهرست مطالب :

نحوه سازماندهی و ساختار یک کسب و کار

مراحل مدیریت کسب و کار

کسب و کار تجاری

انواع شرکت های تجاری

کسب و کار غیر تجاری

قوانین و مقررات ثبت شرکت

تعریف فعالیت های مالی

آشنایی با مراحل توسعه شرکت

آشنایی با امتیاز و موقعیت های تجاری (قانون واردات و صادرات)

فناوری IT نقش آن در توسعه کسب و کار

▶ نحوه سازماندهی و ساختار یک کسب و کار

الف - قابلیت و صلاحیت های شغلی مدیر کارآفرین کسب و کار

- ۱- آگاهی های شغلی
- ۲- هدایت تجاری پروژه
- ۳- الزام به کیفیت

ب - قابلیت های حل مشکلات

۴- خلاقیت نوآوری

۵- جمع آوری اطلاعات

۶- تفکر تحلیلی

۷- دوراندیشی

ج - قابلیت های تاییدی مدیر کارآفرین کسب و کار

۸-اطلاعات روابط نیروی انسانی

۹-بیداری سازمانی

۱۰-پیش بینی برخورد

۱۱-کاربرد ابتکاری تاثیرات متقابل

د - قابلیت های مدیریت نیروی انسانی

۱۲-مهارت رهبری

۱۳-مهارت های برقراری ارتباط

۱۴-به کار گیری دیگران

۱۵-هدایت و کنترل

ه - قابلیت ها و وظایف مدیریت کارآفرین کسب و کار

۱۶- اداره کسب و کار

۱۷- هدایت گروه کسب و کار

۱۸- مشارکت مشتری

۱۹- به سوی بازار

مراحل مدیریت کسب و کار

دورنمای کسب و کار
جزئیات برنامه ریزی
اجرای طرح (طراحی و ساخت)
نظارت / کنترل پیشرفت
اختتام پروژه

کسب و کار تجاری

در واقع، تجارت شاخه ای از کسب و کار خدماتی است. به تعبیری، وضعیت نهایی فعالیت کسب و کار، شامل خرید و فروش کالاها و خدمات است. کسب و کارهای تجاری را بر اساس اندازه و میزان پوشش، به دو دسته ی اصلی تقسیم می کنند

بر اساس اندازه و ظرفیت: عمده فروش خرده فروش

• بر اساس میزان پوشش بازار:
تجارت منطقه ای
تجارت ملی
تجارت بین المللی

انواع شرکت‌های تجاری

ثبت شرکت تجاری - بر اساس ماده ۱۶ قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران و
این نامه ابلاغ شده در این خصوص سازمان ثبت اسناد و املاک کشور مرجع ثبت
شرکت‌ها می‌باشد در این سازمان اداره کلی با نام اداره کل ثبت شرکت‌ها و مالکیت
صنعتی وجود دارد

انواع شرکت های تجاری:
بر اساس ماده ۲۰ قانون تجارت شرکت های تجاری عبارتند از:

- ۱. شرکت سهامی**
- ۲. شرکت با مسئولیت محدود**
- ۳. شرکت تضامنی**
- ۴. شرکت مختلط غیر سهامی**
- ۵. شرکت مختلط سهامی**
- ۶. شرکت نسبی**
- ۷. شرکت تعاونی تولید و مصرف**

شرکت سهامی : (ماده ۱ قانون اصلاح موادی از قانون تجارت)
شرکت سهامی - شرکتی است که سرمایه آن به سهام تقسیم شده و
مسئولیت صاحبان سهام محدود به مبلغ اسمی سهام آنهاست

شرکت با مسئولیت محدود: (ماده ۹۴ قانون تجارت)

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

شرکت تضامنی: (ماده ۱۱۶ قانون تجارت)

شرکت تضامینی - شرکتی است که تحت اسم مخصوص برای امور تجاری بین دو یا چند نفر با مسئولیت تضامنی تشکیل می‌شود: اگر دارایی شرکت برای تادیه تمام قروض فی نباشد هریک از شرکا مسئول پرداخت تمام قروض شرکت است. هر قراری که بین شرکا برخلاف این ترتیب داده شده باشد در مقابل اشخاص ثالث کان لم یکن است

شرکت مختلط غیر سهامی: (ماده ۱۴۱ قانون تجارت)

شرکت مختلط غیر سهامی - شرکتی است که برای امور تجاری تحت اسم تجاری مخصوص بین یک یا چند نفر شریک ضامن و یک یا چند نفر شریک با مسئولیت محدود بدون انتشار سهام تشکیل می شود. شریک ضامن مسئول کلیه قروضی است که ممکن است علاوه بر دارایی شرکت پیدا شود. شریک با مسئولیت محدود کسی است که مسئولیت او فقط تا میزان سرمایه ای است که در شرکت گذارده و یا بایستی بگذارد. در اسم شرکت باید عبارت شرکت مختلط و لااقل اسم یکی از شرکا ضامن قید شود

شرکت مختلط سهامی: (ماده ۱۶۲ قانون تجارت)

شرکت مختلط سهامی - شرکتی است که تحت اسم مخصوصی بین یک عده شرکا سهامی و یک یا چند نفر شریک ضامن تشکیل می شود. شرکای سهامی کسانی هستند که سرمایه آنها به صورت سهام یا قطعات سهام متساوی القیمت درآمده و مسئولیت آنها تا میزان همان سرمایه است که در شرکت دارند. شریک ضامن کسی است که سرمایه او به صورت سهام در نیامده و مسئول کلیه قروضی است که ممکن است علاوه بر دارائی شرکت پیدا شود

شرکت نسبی: (ماده ۱۸۳ قانون تجارت)
شرکت نسبی - شرکتی است که برای امور تجاری تحت اسم مخصوص
بین دو یا چند نفر تشکیل و مسئولیت هر یک از شرکا به نسبت سرمایه‌ای
است که در شرکت گذاشته است

شرکت تعاونی تولید و مصرف: (ماده ۱۹۰ قانون.تجارت)

شرکت تعاونی تولیدی و مصرف - شرکت تعاونی تولید شرکتی است که بین عده‌ای از ارباب حرف تشکیل می‌شود و شرکا مشاغل خود را برای تولید و فروش اشیاء یا اجناس به کار می‌برند.

شرکت تعاونی مصرف شرکتی است که برای مقاصد ذیل تشکیل می‌شود: فروش اجناس لازمه برای مصارف زندگانی اعم از اینکه اجناس مزبور را شرکا ایجاد کرده یا خریده باشند.

تقسیم نفع و ضرر بین شرکا به نسبت خرید هر یک از آنها

کسب و کار غیر تجاری :

شرکت هایی هستند که جهت انجام اموری که جنبه غیر
تجاری دارند تشکیل می شوند مانند ۱- موسسات غیر انتفاعی
۲- موسسات انتفاعی

قوانین ومقرارت ثبت شرکت

تفاوت شرکت تجاری و غیر تجاری: شرکت های تجاری معمولاً
برای فعالیت و موضوعات بازرگانی، ساختمانی، پیمانکاری و ... که
جنبه تجاری دارند شکل می گیرند و موسسات غیرتجاری عموماً
جهت انجام اموری چون فعالیتهای خدماتی، فرهنگی و ... که جنبه غیر
تجاری دارند ثبت و استفاده می شوند

مدارک مورد نیاز برای ثبت شرکت سهامی خاص:

- (۱) دو برگ اظهارنامه‌ی تکمیل شده‌ی شرکت سهامی خاص و امضا ذیل اظهارنامه توسط کلیه‌ی سهام داران
- (۲) دو جلد اساسنامه‌ی شرکت سهامی خاص و امضا ذیل تمام صفحات آن توسط کلیه‌ی سهام داران
- (۳) دو نسخه صورت جلسه‌ی مجمع عمومی مؤسسين که به امضای سهام داران و بازرسین رسیده باشد
- (۴) دو نسخه صورت جلسه‌ی هیأت مدیره که به امضای مدیران منکاتخب مجمع، رسیده باشد
- (۵) فتوکپی شناسنامه‌ی کلیه‌ی سهام داران و بازرسین (برابر اصل در داد گستری

مدارک مورد نیاز برای ثبت شرکت با مسئولیت محدود:

(۱) دوبرگ تقاضانامه‌ی ثبت شرکت‌ها با مسئولیت محدود

(۲) دوبرگ شرکت نامه

(۳) دو نسخه از اساسنامه

(۴) دو نسخه صورت جلسه‌ی مجمع عمومی مؤسسين و هیأت مدیره

(۵) فتوکپی شناسنامه‌ی شر و مدیران و ارائه‌ی مجوز از مراجع ذیصلاح در صورت نیاز.

مدارک شرکت مختلط سهامی برای ثبت:

(۱) یک نسخه مصدق از شرکت نامه

(۲) یک نسخه مصدق از اساسنامه

(۳) اسامی مدیر یا مدیران شرکت

(۴) نوشته‌ای با امضای مدیر شرکت، حاکی از تعهد پرداخت تمام سرمایه و پرداخت واقعی لااقل
ثلث از آن سرمایه

مدارک شرکت‌های تعاونی برای ثبت: (هر کدام در ۴ نسخه)

(۱) صورت جلسه‌ی تشکیل مجمع مؤسس و اولین مجمع عمومی عادی و اسامی اعضا و هیأت مدیره‌ی منتخب و بازرسان و مدیرعامل شرکت

(۲) اساسنامه‌ی مصوب مجمع عمومی

(۳) درخواست کتبی ثبت

(۴) طرح پیشنهادی و ارائه‌ی مجوز وزارت تعاون

(۵) رسید پرداخت مقدار لازم التأدیه‌ی سرمایه

(۶) مدارک دعوت تشکیل اولین جلسه‌ی مجمع عمومی عادی (موضوع بند ۲ ماده‌ی ۳۲)

(۷) موافقت‌نامه‌ی تشکیل شرکت یا اتحادیه (تبصره‌ی ماده‌ی ۵۱)

(۸) مجوز ثبت شرکت یا اتحادیه (بند ۲۸ ماده‌ی ۶۶ و بند ۴ ماده‌ی ۵۱)

- اولین هیأت مدیره‌ی منتخب شرکت تعاونی، مکلف است پس از اعلام قبولی با انجام تشریفات مقرر نسبت به ثبت تعاونی اقدام نماید

آشنایی با مقرارت تاسیس و اداره شرکت یا کارگاه:

۱- آشنایی با قانون کار

۲- ضوابط بیمه تامین اجتماعی

۳- قرارداد و شرایط اساسی انعقد آن

۴- علامت تجاری و نام تجاری

۵- جواز تاسیس و ضوابط کسب و کار

تعریف فعالیت های مالی

از جمله مهمترین اسناد و مدارک مالی که در یک موسسه یا شرکت مورد استفاده قرار می گیرد، ثبت سوابق و معاملات و سوابق ان را در است. اطلاعات مربوط به مبادلات از دفتر حسابداری استخراج و در گزارشی خلاصه میشوند. اطلاعات مربوط به وضعیت مالی شرکت نیز از دفتر حسابداری استخراج و نگهداری می شود. این نظام را نظام حسابداری و خروجی های ان را اسناد و مدارک حسابداری می گویند.

اسناد و مدارک مالی :

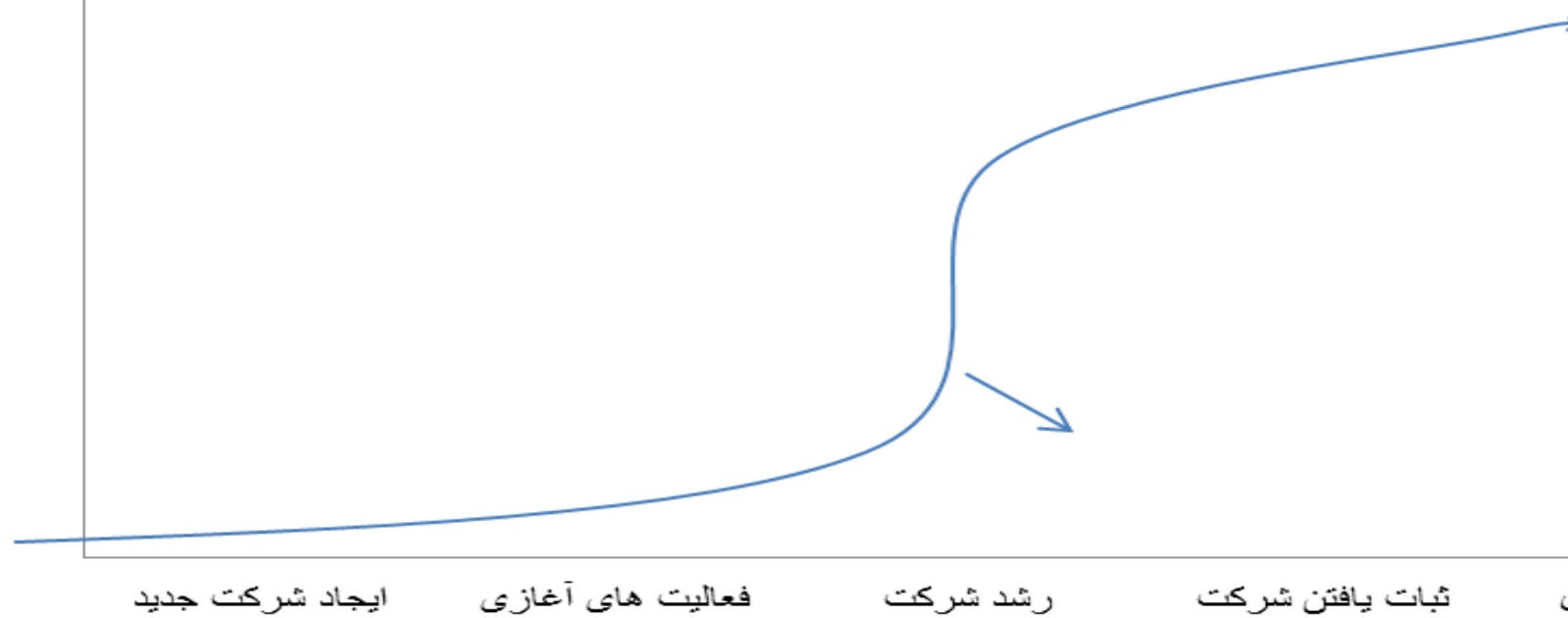
۱- دفاتر حسابداری

۲- اظهارنامه های مالی

آشنایی با مراحل توسعه شرکت

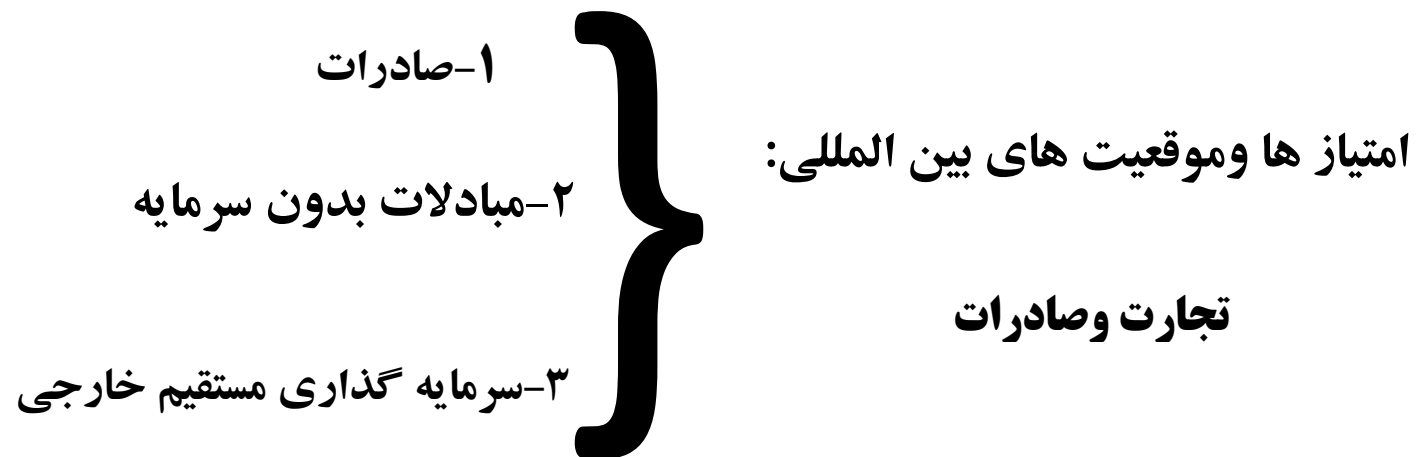
این مراحل شامل: توسعه شرکت جدید، فعالیت های آغازین، رشد، پایداری و نوآوری یا افول است.

سود دهی و
بهره وری
درامد ها



• قانون واردات و صادرات

از جمله مواردی که در قوانین مربوط به صادرات و واردات برای کارآفرینی مشکل کارآفرین است، می توان به الزام صادر کننده به سپردن پیمان ارزی، اخذ مجوزهای لازم از سازمان های مربوطه نظیر بانک مرکزی، گمرک، دارایی، صنایع ثبت سفارش در وزارت بازرگانی، ناپایداری و تغییرات مداوم در مقررات صادرات و واردات، نوسانات نرخ ارز لازم است یک کارآفرین توجه ویژه ای به این دستورالعمل ها داشته باشد



فناوری T نقش آن در توسعه کسب و کار

بهره برداری کارآمد از اطلاعات مهم ترین عامل پیشرفت و کارایی کسب کارها در عصر حاضر است به طوری که چگونگی و روش جمع کوری اطلاعات، مدیریت کاربرد اطلاعات، سرنوشت شکست و یا بقای یک شرکت یا سازمان را رقم می زند. امروزه اطلاعات فراتر از مواد اولیه، سرمایه، نیروی انسانی و ماشین آلات به اساسی ترین رکن در تولید تبدیل شده است و کسب و کار موفق کسب و کاری است که اطلاعات را به عنوان منبع تعیین کنند. و سرنوشت ساز در تصمیم گیری تلقی می کند و مدیریت بهینه اطلاعات را برای فعالیت ها ضروری می داند

مزایای فناوری اطلاعات برای توسعه کسب و کار

۱) افزایش سرعت

۲) افزایش دقت

۳) کاهش اندازه فیزیکی مخازن اطلاعات

۴) رفع برخی از فسادهای اداری

۵) ایجاد دسترسی تمام وقت

۶) کاهش هزینه های سیستم •

فعالیت عملکردی :

-طراحی آزمایشی زمان بندی کارها و منابع کسب و کار
جدید

- طراحی آزمایشی برآورد سرمایه واحد کار

فعالیت های یادگیری :

مطالعه دقیق دستورالعمل ها و آیین نامه های شرکت های تجاری و غیر تجاری

فصل چهارم: فرهنگ و کارآفرینی

بسیاری از دانشمندان و صاحب نظران از دنیای امروز به عنوان «عصر عدم تداوم» یاد می‌انند. «عصر عدم تداوم» به این معناست که دیگر تجارب و راه‌های گذشته برای مسایل جاری و آینده جوامع بشری رهگشا نیستند و باید به شیوه‌ای دیگر اندیشید و به دنبال راههای جدید با ساختارهای نوین بود تا بتوان خدمات را با حداقل هزینه و با کیفیت برتر متناسب با نیازها و سلیقه‌ها - انگونه که بازارهای شدیداً رقابتی جهانی را تسخیر کرده و در این مسابقه بزرگ پیروزمند باشیم، - تولید کرد. با این رویکرد نیاز دانش‌آموزانکه موتور محرکه نسل بعدی هستند نیاز دارند با فرهنگ کارآفرینی کاملاً آشنا شوند

از سوی دیگر ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ، از دو سو قابل بحث است. از یک سو، نتایج کارآفرینی است که بر جامعه تاثیر می گذارد و از سوی دیگر، خود فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن است که هم متاثر از مبانی فرهنگ جامعه است و هم می تواند در آن تحولات اساسی ایجاد کند.

از یک سو، کارآفرینی با ایجاد فرصت های شغلی و تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش زمینه ای اساسی برای ارتقای سطح فرهنگی جامعه است. با برآورده شدن نیازهای اولیه معیشتی، زمینه برای بروز نیازهای عالی تر انسانی فراهم می شود که اگر در مسیری درست هدایت شود، به شکوفایی و تعالی انسانها و جامعه می انجامد

نقش آموزش در توسعه فرهنگ کارآفرینی

تعریف فرهنگ :

فرهنگ “را می توان مجموعه ای از باورها، آیین ها، اندیشه ها، آداب و رسوم، و ارزش های حاکم بر یک جامعه دانست

فرهنگ کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری مجموعه ای از ارزش ها، نگرش ها، هنجارها و رفتارهایی است هویت افراد کارآفرین را تشکیل می دهد. افراد کارآفرین و خلاق سعی می کنند با نوع متمایز نگاهشان به پدیده های اطراف و شیوه ی متفاوت رفتارشان در مواجهه با پدیده های پیرامون خود، دست به فعالیت های کارآفرینانه بزنند و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارائه نمایند .

از انجایی که فرهنگ به مفهوم مجموعه ی ارزش ها،
نگرش ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت یک
جامعه را تشکیل می دهند؛ کارآفرینی به عنوان بخشی
از جامعه پیرامونی، از مجموعه ارزش ها، نگرش ها،
هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که می توان
به آن خرده فرهنگ کارآفرینی اطلاق نمود.

عواملی است دیگر نیز بر آموزش خرده فرهنگ
کارآفرینی تاثیر دارد :

- عقاید اجتماعی
- هنجارها
- یاداش رفتارها
- آرمان های فردی و ملی
- مکاتب دینی

بنابراین می توان گفت که قسمت اعظم فرهنگ کارآفرینی
در جوامع کنونی متأثر از نهادهای نهادینه شدن فرهنگ علم در
جامعه است . واژه هایی مانند : مدیریت علمی، اقتصاد
مبتنی بر دانش، خلاقیت در صنعت، نوآوری و ...
همه اینها گواه این ادعا است که فرهنگ کارآفرینی در
محیطی امکان پذیر است که هنجارهای غالب بر آن
محیط، ارزش ها و باورهای فرهنگ رو علم را
تقویت نمایند .

راههای موثر ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدارس :

۱- تغییر در نگرش فارغ التحصیل مدارس ها با توجه به مشکل اشتغال در کشور

۲- بستر سازی و ایجاد امنیت

۳- تسهیلات و خدمات

۴- ترغیب رگه های کوچک

۵- برطرف کردن موانع توسعه کار آفرینی

هدف از تربیت پرورش فرهنگ کارآفرینی در ایران:
در فرهنگ عمومی و اعتقادات دینی با وجود باورهایی
همچون بی‌اعتنایی به مال دنیا، زشت شمردن انگیزه‌های
مادی، تقبیح رفتار سودطلبانه، تأکید بر بی‌وفایی دنیا و کفایت
حداقل معیشت، نمی‌توان انکاتظار ر و تلاش فوق‌العاده
همچون کشورهای پیشرفته داشت

همچنین جریان نوسانات اقتصادی در دور های گذشته و دست یافتن افراد به پول های بادآورده در جریان این تغییرات، موجب شد، پول که در مباحث اقتصادی به عنوان (کارتبلوریافته) شناخته می شود به صورت کالا و غنیمتی در می آید که دستیابی به آن لزوماً به انجام کار همراه نیست اینکه پول به عنوان ارزش فی نفسه و تاحدی (مستقل از کار) و بیشتر وابسته به شانس و اقبال در جهت تضعیف کارآفرینی عمل اند باعث تضعیف فرهنگ کارآفرینی می شود

مفهوم کار:

مارکس می گوید: «کار عبارت است از فرایندی که بین انسان و طبیعت برقرار است. مزلو و هرزبرگ می گویند: فرد بیشتر بیشتر کار خواهد کرد و از شغل خود احساس رضایت خواهد نمود مشروط بر آنکه ان کار بامعنا و هدف دار باشد.» و این دو عقیده داشتند که عملکرد و کارضایت، هر دو تحت کنترل عوامل یکسان یعنی انگیزها و محرک ها می باشند

فرهنگ کار در غرب

بیشتر امریکاییان عقیده دارند که فردا می توانند بهتر از امروز باشند و خود را مسئول می دانند که برای ساخت آینده ای بهتر هر کاری که از دستشان برمی آید را انجام بدهند.

رابرت هیوز استرالیایی می گوید که ارزش های پاکدینان >پیروان مکتب کالونیست< در رگ و پی جمع عظیمی از امریکاییان تزریق شده است آنان بذر اخلاق کار و تقدم مذهب را در حدی که جز در دنیای اسلام سابقه نداشت در بستر زندگی امریکایی ها کاشتند. «هیوز» می گوید که پاکدینان مفهوم نو بودن و نوشتن را در امریکا اختراع کردند که تا به امروز ادامه یافته است.

فرهنگ کار در ژاپن

تلاش و کوشش در فرهنگ ژاپنی، نقش اساسی را ایفا می کند. به
طوریکه یکی از عوامل موفقیت اقتصادی ژاپن، تاکید نظام تربیتی
آن بر تلاش و پشتکار است. این عقیده در بین ژاپنی ها رایج است
که از عنصر وجدان کاری و پشتکار در رفتار کودکان و جوانان
ژاپنی، راز موفقیت اقتصادی آنهاست.

در خانواده های امریکایی توانایی دلیل بر موفقیت است
ولی خانواده های ژاپنی خواستن و پشتکار را رمز موفقیت
می دانند. پیشرفت ژاپن نیز بیش از همه مدیون بهره وری
کار است که در سایه تلاش زیاد و احساس مسولیت
حاصل شده است. برای آنها کار فراتر از وسیله ی معاش
است.

فرهنگ کار در ایران

علی رغم ارزش گذاری های دین مبین اسلام، توصیه ها و سفارشهای ائمه معصومین و پیامبر بزرگوار اسلام به کار، ولیکن وجود ارزش های اشرافه گری، تجمل گرایی، رفاه طلبی و مصرف گرایی در فرهنگ مرتبط با نظام سیاسی موروثی سبب مرگ خلاقیت و تولد و مصرف زدگی شده است. که علت عمده ی این معضل را باید در وجود ثروت های ملی و استفاده های نادرست و غیر مدیرانه از آن جست و جو کرد.

در ساختار کلی و سطح کلان جامعه، بخصوص ارزش های موبوط به نظام سیاسی، ارزش های غالب بطور عمده اکتسابی بوده است و ارزش های اکتسابی که تقویت کننده کار و خلاقیت و نوآوری به عنوان ارزش فی نفسه است جایی نداشته یا جایگاهی محدود به خود اختصاص داده است. اهمیت نسبت اشغال مناصب و تخصیص منابع، و بهره مندی از منابع کمیاب، غلبه ارزش وابستگی و وفاداری شخصی بر لیاقت و کاردانی، که جوهره ی نظام سیاسی موروثی در ایران را تشکیل می دهد؛ از عواملی است که در سطح کلان جامعه و فرهنگ با کار به عنوان ارزش فی نفسه، در تعارض بوده و کارآفرینی و خلاقیت و نوآوری را تضعیف کرده است

فرهنگ کار در اسلام

اسلام همواره بشر را متوجه این نکته می کنند که هر چه هست عمل است. سرنوشت انسان را عمل او تشکیل می دهد. این یک طرز تفکر واقع بینانه و منطقی و منطبق با قوانین طبیعت است. قرآن کریم راجع به عمل، بسیار تأکید دارد و با تعبیر رسا و زیبایی در این خصوص می فرماید: (برای بشر جز آنچه که کوشش کرده است هیچ چیز وجود ندارد).

در اسلام سعادت و شقاوت فرد به عمل او بستگی دارد. عمل انسان به چیزی جز خواست و اراده ی خود او بستگی ندارد. در نکاتیکه انسان یک موجود متکی به خود و متکی به کردار و شخصیت خود می شود که این امر عامل بیداری، بینایی و توانایی است

اسلام می خواهد مردم مسلمان به خدا توکل کنند . اما توکل در قرآن
یک مفهوم زنده، پویا و حماسی دارد. یعنی هر جا که قرآن
می خواهد بشر را وادار به عمل اند و ترس ها و بیم ها را از
انسان بگیرد، مدام متذکر می شود که از شکست نترس و به خدا
توکل کند، تکیه ات به خدا باشد. ولی دیدگاه ما نسبت به توکل
مفهومی وارونه دارد. وقتی می خواهیم کاری را به تعویق
بیاندازیم و راجع به آن خوب فکر و تفحص و جستجو نکنیم،
می گوییم، به خدا توکل می کنیم. در صورتی که توکل کردن به
خدا در مفهوم واقعی یعنی پذیرفتن مخاطرات و تحمل ابهام به
منظور تکیه کردن به یک قدرت لایتناهی . این باعث می شود که
فرد بسیار ریسک پذیر باشد و با دوراندیشی و درایت، شجاعانه
کار را پیش ببرد.

دیدگاه اسلام درباره ی زهد

اسلام طرفدار دو قدرت است : یکی قدرت روحی و دیگری قدرت اقتصادی ، قدرت روحی یعنی فرد آنقدر قوی و نیرومند باشد که نسبت به دنیا و متعلقاتش بی اعتنا باشد . و اگر همه آنها را از دست داد از لحاظ روحی بتواند شکست را تحمل اند و از اشتباهات خود عبرت بگیرد و با پافشاری و دور اندیشی به دنبال فرصتی دیگر برای کار و تلاش باشد . نداشتن تعلقات دنیایی می تواند در پذیرفتن مخاطرات اقتصادی بسیار موثر باشد ، زیرا در این صورت با از دست دادن سرمایه خود چیزی را از دست نداده بلکه تجربه گرانبهایی را بدست آورده است و مسیری از راه موفقیت را به جلو پیموده است .

امیر المومنین (ع) وقتی خصوصیات برخی از متقین را بیان می‌اند ، می‌فرمایند : آن‌ها پرهیزکارانی هستند که هم نعمت دنیا را برده‌اند و هم نعمت آخرت را ، در دنیا در بهترین مکان‌ها سکنی گزیده‌اند ، بهترین غذاها را خورده‌اند و در عین حال به نعمت عقبی هم رسیده‌اند .

زهد در اسلام یعنی انسان از امور مورد طبع خودش به خاطر هدفی بزرگتر و آرمانی دست بردارد .

البته باید دانست که زهد واجب نیست بلکه یک فضیلت و یک کمال است . اما فضیلت و کمالی که هدفش اعراض داشتن فرد از لذت دنیایی نیست .

فعالیت یادگیری:

مطالعه مقالات در مورد فرهنگ کار در ژاپن

مطالعه مقالات در مورد فرهنگ کار در غرب

مطالعه مقالات در مورد فرهنگ کار در ایران

فعالیت های عملکردی :
بررسی فرهنگ کار در اسلام
راههای بهبود فرهنگ کار در ایران
بررسی آیات و روایات در مورد کار آفرینی

فهرست فصل پنجم

- ▶ طرح تجاری یک صفحه ای
- ▶ الف) چشم انداز
- ▶ ب) مأموریت
- ▶ ج) اهداف
- ▶ د) استراتژی ها
- ▶ ه) برنامه ها
- ▶ آشنایی با جزییات طرح کسب و کار (طرح تجاری)

نگاهی اجمالی به فصل

▶ طرح تجاری کار آفرین را مجبور می کند تا تمام زوایای پروژه اقتصادی را تحلیل کند و برای مشکلات احتمالی، راه کارهای مناسبی در نظر بگیرد. بنابر این برنامه ریزی تجاری به کار آفرین کمک می کنند تا از شکست رهایی یابد

► نوشتن «طرح تجاری» کار سخت و مهمی است. طرح تجاری برنامه مفصلی است که نشان می دهد یک کسب و کار جدید، چه بخش هایی دارد و چگونه اداره می شود. در طرح تجاری فصل هایی به برنامه تولید، برنامه بازاریابی، برنامه ی مالی و بقیه مسائل کار اختصاص داده می شود و کارآفرین در هر بخش، مفصل به استراتژی های شرکت و نحوه انجام کارها می پردازد و در آخر هزینه ها درآمد ها را پیش بینی می کند.

► «طرح تجاری» نوشتن مهمترین چیزی است که برای شروع یک کسب و کار باید تهیه کرد. به قولی «طرح تجاری» برای کارآفرین یک نقشه راه است. اما برای نوشتن یک طرح تجاری باید از کجا شروع کرد؟ «جیم هوران» که خود را یک کارآفرین می داند، معتقد است که کار، پیچیده، منابع، محدود و وقت، طلاست. جایی برای اشتباهات بزرگ وجود ندارد.

مدل بوم کسب وکار ▶

بوم مدل کسب و کار

شرکای کلیدی در مدل کسب و کار	فعالیت‌های کلیدی	ارزش پیشنهادی برای مشتری	کانال‌های توزیع با مشتری در مدل کسب و کار	بخش‌های مشتریان
	منابع کلیدی		کانال‌های ارتباط با مشتری	
ساختار هزینه		مدل درآمد		

Google Business Model

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Relationships	Customer Segments
	R&D – Build New Products, Improve Existing products	Web Search, Gmail, Google+	Automation (where possible)	Internet Users
Distribution Partners	Manage Massive IT Infrastructure	Targeted Ads using Adwords (CPC)	Dedicated Sales for large accounts	Advertisers, Ad Agencies
Open Handset Alliance		Extend Ad campaigns using AdSense		Google Network Members
OEMs (for Chrome OS devices)	Key Resources	Display Advertising Mgmt Services	Channels	Mobile device owners
	Datacenters	OS and Platforms – Android, Chrome OS	Global Sales and Support Teams	Developers
	IPs, Brand	Hosted web-based Google Apps	Multi-product Sales force	Enterprises
Cost Structure		Revenue Streams		
Traffic Acquisition Costs	R&D Costs (mainly personnel)	Ad Revenues – Google websites	Ad Revenues – Google n/w websites	
Data center operations	S&M, G&A	Enterprise Product Sales	Free	



بوم مدل کسب و کار (BMC) گوگل





بوم مدل کسب و کار Alibaba

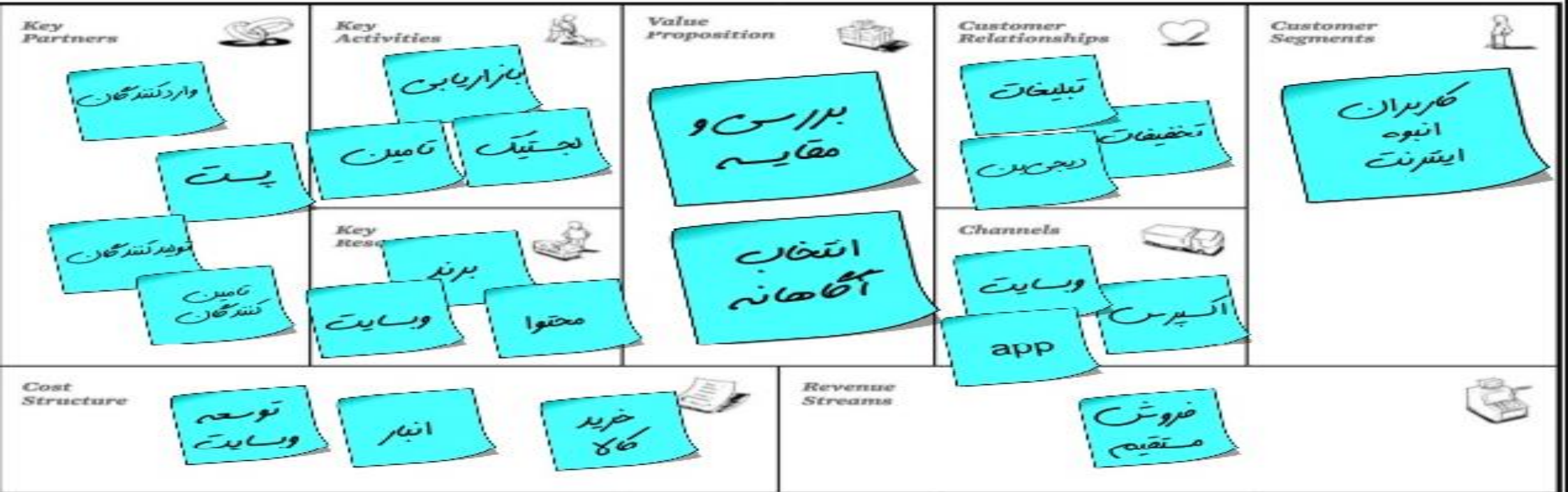
Alibaba Group



خریداران تأمین کنندگان تبلیغ کنندگان

ideabaran
we love new ideas.

مثال: بوم مدل کسب و کار دیجیکالا



طرح تجاری یک صفحه ای

▶ اولین کار طرح تجاری یک صفحه ای این است که یک موضوع پیچیده را آسان می کنند. چون یک صفحه است، خواندن و فهمیدن آن راحت است. طرح تجاری یک صفحه ای روی چیز های مهم متمرکز می شود.

▶ طرح تجاری یک صفحه ای برای منظم کردن و منسجم کردن ایده های ذهن شما و انتقال آن به دیگران ابزار خوبی است.

▶ وقتی کاری بتواند خلاقیت صاحب کار را ارضا کند با ثبات و پر محتوا خواهد بود.

▶ طرح تجاری یک صفحه ای نشان خواهد داد که چطور باید چشم انداز کار را ترسیم کرد. ماموریت طرح را مشخص کرده و موقعیت ها و اهداف را تبیین نمود و کارراه های استراتژیک جهت رسیدن به این موقعیت را تعیین کرد و بعد این اهداف، چشم انداز و ماموریت ها را تلفیق کرده و برای رسیدن به اهداف چگونه برنامه ریزی نمود.

▶ بنابراین طرح تجاری یک صفحه ای شامل موارد زیر می باشد:

▶ «چشم انداز، ماموریت، اهداف، استراتژی، برنامه»

چشم انداز

▶ سوال کلیدی: فعالیتان را چطور تصور می کنید؟

▶ چشم انداز باید مفصل، پر محتوا و آرمانی باشد؛ باید ذهن را تحریک اند، خواننده را سر ذوق بیاورد و در عین حال تصویر واضحی از کار ارائه دهد. چشم اندازها فعالیت ها را معرفی می‌انند و «از چه می شود، اگر و چرا که نه» حرف می‌زنند. در چشم اندازها نمی شود مبالغه کرد. چشم انداز را نباید سانسور نمود. باید چشم انداز پر هیجان بماند. این طوری، این شانس وجود دارد که بتوان از رویاها حرف زد. در این قسمت از کار نباید تجزیه و تحلیل کرد. با چشم اندازی خسته و محدود کننده، کار آفرین برای فعالیت ذوق زده نمی شود و بدون ذوق و شوق نمی توان انتظار موفقیت داشت؛ زیرا اگر نتوان عمق علاقه را منعکس نمود، نمی توان دیگران را جذب خود نماید.

ماموریت

- ▶ سوال کلیدی: چرا یک فعالیت اقتصادی شکل می گیرد؟
- ▶ شرح ماموریت های موثر، کوتاه هستند و جلب توجه می کنند. این جملات تنها با چند لغت، حیطه کار شمارا مشخص می کنند. در واقع شرح ماموریت ها پاسخ به این سوالات کلیدی هستند: (چرا مشتریان از این محصول یا خدمت استفاده می کنند؟)
- ▶ شرح ماموریت، تعهد وفاداری به کار را نشان می دهد. باید از خود پرسید شرکت متعهد شده چه چیزی برای مشتریان و طرفدارانش تولید می کنند؟ تحت چه شرایطی از مشتریان خود عذر خواهی می کنند؟ و برای جلب رضایت آن ها چه می کنند؟
- ▶ به احتمال زیاد با پاسخ به این سوال ها می توان فهمید که چرا یک فعالیت اقتصادی، پویا و خلاق و موفق است بنابر این باید با دقت پاسخ داد.

اهداف

- ▶ سوال کلیدی موفقیت در این کار چگونه تعریف می شود؟
- ▶ اشخاص هدفمند کسانی هستند که در شرایط خاص می دانند چه می خواهند و برای رسیدن به مقاصد خود از اهداف و برنامه های از پیش تعیین شده کمک می گیرند.
- ▶ اهداف را به شکل مقاصد ویژه و قابل اندازه گیری می نویسیم اینطوری معلوم می شود که ما در این کار به دنبال چه هستیم. برای این که این اهداف تاثیر گذار باشند، لازم است آن ها دقیق و قابل اندازه گیری تعریف کرد.

استراتژی ها

- ▶ سوال کلیدی: چگونه این فعالیت رشد یافته و اداره می شود؟
- ▶ استراتژی ها جهت، معیار و کاروش های ایجاد و اداره فعالیت کار آفرینان را تنظیم می کنند. علاوه بر این مرز ها و مسیر هایی که استراتژی ها مشخص می کنند، کمک می نماید تا تصمیمات به خوبی ارزشیابی شود. برای این که حساب کار از دست نرود باید یک سری استراتژی هایی از پیش تعیین شده را دنبال کرد.
- ▶ یک راه درک استراتژی ها این است که آن ها را با دید رسوم و عادات معمول هر صنعت نگاه کرد. هر صنعتی رهبران، موافقان و مخالفان خود را دارد و باز، هر صنعت برای موفقیت روش های خاص خود را دارد. باید کار های موفق در کاری که انجام داده می شود بررسی نمود تا درس های بیشتری گرفت.

برنامه ها

▶ سوال کلیدی: برای رسیدن به مقاصدتان دقیقا چه کار می کنند؟

▶ به وسیله برنامه ها می توان به اهداف خود دست یافت. برنامه ها یا دستور العمل که باید معنی دار باشند و اهمیت و میزان رشد فعالیت رانشان دهند. در واقع هر یک از برنامه ها یک پروژه هستند. ایده ها این است که برنامه ها به هدف و استراتژی نیز مربوط باشد. برنامه ها، جهت گیری کار را نشان می دهد و هر یک از فعالیت ها را توضیح می دهند. سر رسید هر فعالیت نیز در برنامه ها مشخص می شود.

آشنایی با جزییات طرح کسب و کار (طرح تجاری)

- ۱- بخش معرفی
- ۲- خلاصه مدیریتی
- ۳- تحلیل صنعت
- ۴- شرح فعالیت کار آفرینانه
- ۵- طرح تولید یا طرح عملیاتی
- ۶- طرح (برنامه) بازاریابی
- ۷- طرح سازمانی
- ۸- ارزیابی ریسک
- ۹- طرح مالی
- ۱۰- ضمیمه

بخش معرفی

- ▶ نام و نشانی فعالیت اقتصادی
- ▶ نام و نشانی مدیران
- ▶ ماهیت فعالیت اقتصادی
- ▶ بیان مبالغ مالی مورد نیاز
- ▶ بیان میزان محرمانه بودن گزارش

- ▶ این بخش، صفحه‌ای است که برای فراهم کردن خلاصه کوچکی از طرح تجاری، تنظیم می‌شود. صفحه معرفی باید مطالب زیر را در برداشته باشد:
- ▶ نام و نشانی کسب و کار
- ▶ نام بنیانگذار (کارآفرین) یا کارآفرینان و آدرس و شماره تلفن آنها
- ▶ توضیح مختصری در مورد کسب و کار و اساس کار آن
- ▶ میزان نیازهای مالی
- ▶ معرفی محصول تولیدی یا خدمات قابل ارائه

خلاصه مدیریتی:

▶ در این بخش، خلاصه‌ای از کل طرح تجاری در دو یا سه صفحه خلاصه می‌شود

- ▶ خلاصه مدیریتی بیان می کنند که:
- ▶ کسب و کار شما چیست؟
- ▶ راهبرد و چشم انداز شما چیست؟
- ▶ مدل کسب و کار شما چیست؟
- ▶ بازار شما چیست؟
- ▶ چه قدر پول می خواهید و آن را چه خواهید کرد؟
- ▶ مزیت رقابتی پایدار شما چیست؟
- ▶ چه برنامه ای برای رشد و توسعه در آینده دارید؟

این قسمت از طرح پس از پایان یافتن تدوین طرح تجاری تدوین می شود.

خلاصه مدیریتی باید حدود دو تا سه صفحه باشد و بتواند علاقه سرمایه گذاران را جلب نماید.

با خواندن این خلاصه، سرمایه گذار یا حمایت کننده به این نتیجه می رسد که کل طرح تجاری ارزش خواندن دارد یا خیر؟

خلاصه مدیریتی باید:

منطقی

روشن

هیجان انگیز

خلاصه مدیریتی شبیه یک رزومه است.

اگر بتواند توجه خواننده کننده را جلب نماید بقیه گزارش نیز خوانده خواهد شد.

تحليل صنعت:

- ▶ تحليل رقیبان
- ▶ بخش بندی بازار
- ▶ پیش بینی صنعت

- ▶ میزان تقاضای مرتبط با صنعت را معمولاً می‌توان از منابع منتشر شده استخراج کرد.
- ▶ اطلاع از رشد یا پسروی بازار، تعداد رقبای جدید، و تغییرات ممکن در نیازهای مصرف‌کنندگان از جمله موضوع‌های مهمی است که به منظور تحقق کسب‌وکار بالقوه که حاصل فعالیت کارآفرینانه نوپاست باید لحاظ شوند.

سئوالاتی که می تواند به تحلیل بهتر رقبا کمک کند:

- ▶ رقبای اصلی ما در بازارهای مختلف چه کسانی هستند؟
- ▶ مزیت های شرکت شما نسبت به سایر رقباء چیست؟
- ▶ قوت و ضعف های رقباء
- ▶ اندازه و ابعاد رقبا از لحاظ تعداد کارمندان و سهم بازار در چه حد است؟
- ▶ رقبا در کدام بخش های بازار متمرکز هستند؟
- ▶ آیا راهبرد رقبا بازار محور یا محصول محور است؟
- ▶ آیا بر روی قیمت و یا ویژگی های محصول متمرکز هستند؟
- ▶ تنوع محصولات آنها چقدر است؟
- ▶ آیا در فناوری پیشرو هستند و یا آن را خریداری می نمایند؟
- ▶ برداشت بازار و یا مصرف کننده نسبت به رقبا چیست

شرح فعالیت کارآفرینانه:

- ▶ کالاها
- ▶ خدمات
- ▶ اندازه فعالیت اقتصادی
- ▶ تجهیزات دفتری و کارآنان
- ▶ پیشینه کارآفرینان

- ▶ **وظایف فعالیت کارآفرینانه ی نوپای شما چیست ؟**
- ▶ **دلایل شروع به کارتان چیست ؟**
- ▶ **چرا در این کار موفق خواهید شد ؟**
- ▶ **تولید یا خدمات شما چیست ؟**
- ▶ **محل فعالیت اقتصادی کجاست ؟**

طرح تولید:

- ▶ فرآیند تولید
- ▶ کارخانه فیزیکی
- ▶ تجهیزات و ماشین آلات
- ▶ نام تامین کنندگان مواد اولیه

▶ فناوری و کار تولید مناسب چگونه است

▶ نمودار فرایند تولید را تهیه نمایید

▶ برنامه کنترل کیفیت چگونه است

▶ برآورد نیروی انسانی مورد نیاز

▶ پیش بینی تولید و فروش محصول

طرح بازاریابی:

▶ قیمت گذاری

▶ توزیع

▶ تبلیغ

▶ پیش بینی تولید

▶ کنترل ها

- ▶ در این بخش استراتژیهای بازاریابی مشخص می شوند.
- ▶ طرح بازاریابی مشخص می کند که کالاها یا خدمات را چگونه باید توزیع کرد، قیمت گذاری نمود، تبلیغ کرد و خدمات پس از فروش ارائه کرد.
- ▶ شاید بتوان گفت حیاتی ترین بخش طرح، بخش بازاریابی است.

- ▶ قبل از تهیه طرح بازاریابی لازم است کارآفرین بازار را مورد مطالعه قرار دهد.
- ▶ – در این مطالعه باید اطلاعاتی در مورد خریداران بالفعل و بالقوه محصول، اندازه بازار، قیمت کالا یا خدمت، شبکه توزیع، استراتژیهای تبلیغات، شرکت های تبلیغاتی، ابزار تبلیغات جمع آوری شود.
- ▶ – تحقیقات بازاریابی را ممکن است خود کارآفرین یا یک مشاور تحقیقات بازاریابی انجام دهد.

▶ با تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده با استفاده از تحقیقات بازاریابی می بایست برای سولات زیر پاسخهایی مناسب ارائه نمود:

▶ ۱. استفاده کنندگان چه کسانی اند، کجا مستقرند، چه میزان خرید می کنند، از چه کسی می خردند و چرا؟

▶ ۲. چگونه از تبلیغات و آگهی استفاده می شود و کدام رویکرد مؤثرتر بوده است؟

▶ ۳. تحولات قیمت در بازار کدامند و چه کسی این تحولات را به وجود آورده است و چرا؟

▶ ۴. از دید بازار چه محصولاتی رقباتی اند؟

▶ ۵. کدام شبکه توزیع کالا نیاز مصرف کنندگان را تأمین و چگونه عمل می کند؟

▶ ۶. رقابت کنندگان چه کسانی اند، کجا مستقر شده اند، چه مزایا / معایبی دارند؟

▶ ۷. موفق ترین رقیبان از چه شیوه های بازار یابی ای استفاده می کنند؟ رقیبان نا موفق چه طور؟

▶ ۸. اهداف کلی شرکت برای سال آتی و پنج سال بعدی چیست؟

▶ ۹. تواناییهای شرکت کدامند؟ ضعفهای آن کدامند؟

طرح سازمانی:

- ▶ شکل سازمانی و نوع مالکیت
- ▶ شناسایی شریکان یا سهامداران عمده
- ▶ میزان اقتدار مدیران
- ▶ پیشینه مدیریت گروه
- ▶ نقش و مسوولیت اعضای سازمانی

▶ در این بخش به سوالات کلیدی زیر باید پاسخ داده می شود:

▶ ۱. نوع مالکیت سازمان چگونه است؟

▶ ۲. اگر سازمانی شراکتی است، شرکا چه کسانی اند و مدت این توافق چقدر است؟

▶ ۳. اگر سازمان سهامی است، سهامداران اصلی چه کسانی اند و چقدر سهم دارند؟

▶ ۴. چه نوع و چه تعداد سهم از سهام قابل رأی و غیر قابل رأی صادر شده است؟

▶ و

برنامه زمان بندی

- ▶ برای عملیات و فعالیتهایی نظیر موارد زیر پیش بینی زمانی و هزینه های لازم را مشخص نمایید:
- ▶ عملیات ساختمانی و محوطه سازی
- ▶ انعقاد قرارداد انتقال تکنولوژی
- ▶ اجرای تأسیسات الکتریکی و مکانیکی
- ▶ خرید دستگاه های تأسیساتی
- ▶ خرید ماشین آلات و تجهیزات تولیدی ساخت خارج
- ▶ خرید ماشین آلات و تجهیزات تولیدی ساخت داخل و واردی از این قبیل
- ▶ تهیه مواد اولیه
- ▶ راه اندازی آزمایشی
- ▶ راه اندازی تجاری

ارزیابی ریسک

- ▶ ارزیابی ضعف فعالیت اقتصادی
- ▶ فناوری‌های جدید
- ▶ طرح‌های احتمالی

- ▶ در این بخش باید خطرات را پیش از وقوع پیش‌بینی کنید. در واقع در این بخش باید به خوبی مشخص کنید که توانایی پیش‌بینی و کنترل خطرات غیرمنتظره را دارید:
- ▶ کاهش قیمت از طرف رقیبان
- ▶ افزایش غیرمنتظره هزینه‌های طراحی و تولید
- ▶ خطرپذیری از دست دادن سرمایه
- ▶ خطرپذیری لو گرفتن فن آوری
- ▶ خطرپذیری ورود رقبای جدید داخلی و خارجی
- ▶ خطرپذیری از دست دادن پرسنل کلیدی
- ▶ ریسک‌های حاصل از تغییرات تکنولوژی

طرح مالی:

- ▶ پیش نویس سود و زیان
- ▶ برآورد جریان نقدینگی
- ▶ پیش نویس ترازنامه
- ▶ تحلیل نقطه سربه سر
- ▶ منابع و موارد استفاده وجوه

➤ - بر آورد مجموع در آمد ها
➤ با توجه به اطلاعات به دست آمده از بازار، مجموع در آمد بدست می آید.

➤ ۲- بر آورد هزینه ها
➤ برای اجرای طرح بایستی میزان سرمایه گذاری محاسبه و پیش بینی انجام شود:
➤ ۱- مرحله اجرای طرح (سرمایه ثابت)
➤ ۲- مرحله بهره برداری از طرح (سرمایه در گردش)

- ▶ پیش بینی درآمدها
- ▶ پیش بینی هزینه ها
- ▶ پیش بینی منابع تامین سرمایه
- ▶ پیش بینی ترازنامه
- ▶ پیش بینی صورت حساب سود و زیان
- ▶ پیش بینی صورت جریان نقدی
- ▶ تجزیه و تحلیل مالی

ضمیمه:

- ▶ نامه‌ها
- ▶ داده‌های تحقیق بازار
- ▶ اجاره‌نامه‌ها یا قراردادها
- ▶ فهرست‌های قیمت تامین‌کنندگان

▶ فعالیت عملکردی :

▶ نحوه نوشتن یک طرح تجاری یک صفحه ای (چشم انداز، ماموریت، اهداف، استراتژی، برنامه ها)

▶ آشنایی با جزئیات طرح شغلی و نوشتن یک طرح شغلی

با بهترین آروزها ▶
دکتر مجید شعبانی فرد ▶