**1 – بررسي كارآفريني در ايران**

علي‌رغم اينكه در كشورهاي پيشرفته دنيا از اواخر دهه 1970 به بعد به موضوع كارآفريني توجه جدي شده و حتي در بسياري از كشورهاي درحال توسعه هم از اواخر دهه 1980 اين موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند، در كشور ما تا شروع اجراي برنامه سوم توسعه، توجه چنداني به كارآفريني نشده بود . حتي در محافل علمي و دانشگاهي نيز به جز موارد بسيار نادر، فعا ليتي در اين زمينه صورت نگرفته بود. مشكل بيكاري و پيش‌بيني حادتر شدن آن در دهه 1380 موجب شد كه در زمان تدوين برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه كارآفريني مورد توجه قرار گيرد. در برنامه اخير، توسعه كارآفريني در سطح وزارتخانه‌هاي علوم، تحقيقات و فناوري، بهداشت، درمان و آموزش پزشكي، ‌جهاد كشاورزي، صنايع و معادن و فلزات و همچنين مؤسسه جهاد دانشگاهي به دليل ارتباط با فعاليت‌هاي آنها، مطرح شده است.

متأسفانه واژه كارآفريني كه ترجمه‌اي از كلمه Enterpreneurship است، موجب گرديده است كه معني ايجاد كار و يا اشتغال‌زايي از اين واژه برداشت مي‌شود. در حاليكه كارآفريني داراي مفهومي وسيعتر و با ارزشتر از اشتغال‌زايي است . اين برداشت نا صحيح از اين مفهوم و همچنين تورم نيروي انساني بيکار در جامعه ( بويژه در بين دانش‌آموختگان دانشگاهي)، موجب شده بسياري از سياستهايي که براي توسعة آن اتخاذ شده و نيز در بخشنامه‌ها و سخنراني‌هاي مسؤلان در اين خصوص ، صرفاً جنبة اشتغال‌زايي براي آن در نظر گرفته شده است . در حاليکه کارآفريني داراي پيامدهاي مثبت و مهم ديگري همانند : بارورشدن خلاقيت‌ها ، ترغيب به نوآوري و توسعة آن ، افزايش اعتماد به نفس ، ايجاد و توسعة تکنولوژي ، توليد ثروت در جامعه و افزايش رفاه عمومي است

کار آفرينی را می توان ايجاد ارزش جديد از طريق شناسايی فرصت های جديد، جذب منابع مورد نياز برای تعقيب آن فرصت از کارآفرینان تعاریف مختلفی وجود دارد اما آنجه که در اکثر آنها میتوان مشاهده کرد این نکته است که کارآفرنان محور توسعه اقتصادی بوده و یاتخریب روش کهن و ناکار آمد روش قدیم و یا جایگزینی آنهابا شیوه های کارآمد و نوین به نظام اقتصادر پویایئ و حیات می بخشند .

اصطلاح کارآفرین درمعنا ومفهوم فعلی را اولین بار Josef shompiter به کاربرد. این اقتصاد دان اتریشی که او را پدر علم کارآفرینی می دانند براین باور بود که رشد وتوسعه اقتصادی دریک نظام زمانی میسر خواهد بود که افرادی دربین سایر آهاد جامعه با خطر پذیری اقدام به نوآوری کرد وبا این کار روش ها وراه حل های جدید جایگزین راه کارهای ناکارآمد وکهن قبل شود. کارآفرین به عقیدۀ" PITER DERAKER" همانا به کار بردن مفاهیم وفنون مدیریتی استانداردسازی محصول ،به کارگیری ابزارها وفرآیندها ی طراحی وبنا نهادن کار برپایه آموزش وتحویل کار انجام شده است.او کارآفرینی را یک رفتار می داند نه یک صفت خاص درشخصیت افراد. از نظر اقتصادانان کارآفرین کسی است که ارزش افزوده ایجاد کند یعنی اینکه با زمان وانرژی لازم سرمایه مارابه گونه ای به کارگیرد که ارزش آنها نسبت به حالت اولی اش افزایش یابد.

 واژه كارآفريني از كلمه فرانسوي Entreprendre به معناي " متعهد شدن " نشاُت گرفته اسـت. بنابـر تعريف واژنامه دانشگـاهي وبستر : كارآفرين كسي است كه متعهد مي شود مخاطره هـاي يك فعاليت اقتصادي را سازماندهي ، اداره و تقبل كند.

اقتصاد دانان نخستين كساني بودند كه در نظريه هاي اقتصادي خود به تشريح كارآفرين و كارآفريني پرداختند. ژوزف شومپــيتر كارآفرين را نيــروي محركــه اصلي در توسعه اقتصادي مي داند و مي گويد: نقش كارآفرين نوآوري است . از ديدگاه وي ارائه كالايي جديد ، ارائه روشي جديد در فرآيند توليد ، گشايش بازاري تازه ، يافتن منابع جديد و ايجاد هرگونه تشكيلات جديد در صنعت و... از فعاليت هاي كارآفرينان است. كـرزنر نيز كـه از استــادان اقتصاد دانشگاه نيويورك مي باشد كارآفريني را اين گونه تشريح مي كند : كارآفريني يعني ايجاد سازگاري و هماهنگي متقابل بيشتر در عمليات بازارها.

کارآفرین چه کاری را انجام می دهد؟

"GEFRI TIMONEZ" کارآفرین راایجاد کننده یک چیز ارزشمند ازهیچ می داند.بنابراین کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا می باشد وتوان پیداکردن خلأ وفرصت هارا دارد و می تواند درجامعه از طریق پرورش ایده وتبدیل فکر خود به یک محصول جدید اقدام به ارزش آفرین از هیچ می نماید. باید توجه داشت که تفاوت آشکاری بین کارآفرین ، سرمایه گذار ومدیر وجود دارد زیرا کارآفرین سرمایه دار نیست اگرچه اوقادر است ازسرمایه های راکد سرمایه گذاران به خوبی استفاده کند.حتی او مخترع ،عالم وهنرمند نیز نمی باشد ولی توان بهره برداری مناسب از علم ،تخصص وهنر دیگران را دارد .

" BIL GITS" براین باور است که بیشتر راه حل ها درجای دیگر کشف شده است وفقط باید آن راشناسایی کرد واز حوزه کشف شده به حوزۀ خود انتقال داد. این کار از استعدادهای مهم کارآفرینان است یعنی شناسایی راه حل ها ،به دست آوردن آنها وتبدیل آنها به فرآورده های موفق بازرگانی.

کار آفرین چگونه کار آفرینی می کند؟

آقای "MAK KELE LAND"فرآیند کارآفرینی را فراتر از شغل وحرفه بلکه یک شیوۀزندگی تعبیرمی نماید به طوری که خلاقیت ونوآوری ، عشق به کار وتلاش مستمر،پویایی،مخاطره پذیری،آینده نگری ،ارزش آفرینی،آرمان گرایی،فرصت گرایی،نیاز به پیشرفت ومثبت اندیشی زیربنا و اساس زندگی کارآفرینانه می باشد .در این زندگی شکست مفهومی ندارد بلکه پله ای برای بالا رفتن ، موقعیتی برای آموختن ،تصور ناقص از واقعیت،ابهامی که درهدف وجود دارد ، واقعه ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است. دراین زندگی پول انگیزۀ اصلی و اولیۀ فعالیت های اقتصادی نیست بلکه معیاری برای سنجش میزان موفقیت فرد محسوب می شود. در مجموع می توان گفت که کارآفرینی فرآیندی است که منجربه ایجاد رضایت مندی ویا تقاضای جدید می شود.

کارآفرین عبارت است از:

الف - فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموع منحصر به فردی ازمنابع به منظور بهره گیری ازفرصت ها.و به عبارت دیگر فرآیند جدید به معرفی محصول ویا خدمات جدیدی ویا بهبود ساختار تولید می نماید که توأم باپذیرش مخاطرات مالی ، روانی،اجتماعی ودریافت منابع مالی ،رضایت مندی شخصی واستقلال می باشد مبادرت می ورزد

ب- فرآيندي است كه در ان محصولات يا فرآيند هاي نوآوري شده از طريق القاء و ايجاد فرهنگ كارآفرينانه در يك سازمان از قبل تاُسيس شده ، به ظهـور مي رسند.به تعريفــي ديگر : فعاليتهـاي كارآفرينانـه فعاليت هايي است كه از منابـع و حمـايت سازماني به منظور دستيابي به نتايج نـوآورانه برخـوردار مي باشد.

كارآفرين سازماني: كسي كه تحت حمايت يك شركت ، محصولات ، فعاليتها و تكنولوژي جديد را كشف و به بهره داري مي رساند.

 كارآفريني عبارتسـت از فرآينـد ايجـاد ارزش از راه تشكيل مجموعهُ منحصر به فردي از منابع به منظور بهره گيري از فرصتهاو فرآينــدي است كه منجر به ايجــاد رضايتمندي و يا تقاضاي جديد مي گردد..

كارآفرين (مستقل) : فردي كه مسوُليت اوليه وي جمع آوري منابع لازم براي شروع كسب و كار است و يا كسي كه منابع لازم براي شروع و يا رشد كسب و كاري را بسيج مي نمايد و تمركز او بر نواوري و توسعه فرآيند ، محصول يا خدمات جديد مي باشد. به عبارت ديگر ، كارآفرين فردي است كه يك شركت را ايجاد و اداره مي كند و هدف اصلي اش سود آوري و رشد است . مشخصه اصلي يك كارآفرين ، نوآوري مي باشد.

كارآفريني شركتي: به مفهوم تعهد شركت به ايجاد و معرفي محصولات جديد و نظام هاي سازماني نوين است.

کارآفرينان کلاسيک:افرادی که شرکت خود را بر اساس ايده های خلاق اغاز می کنند.

کارآفرينان چندگانه:افرادی که همزمان چند شرکت را با هم اداره ميکنند.

فرا کارآفرينان:افرادی که ديدگاه ها و ريسک خود را در يک سازمان بزرگ بکار ميگيرند.

ديويد مك كللند از استادان روانشناسي دانشگاه هاروارد آمريكا كه اولين بار "نظريه روانشناسي توسعه اقتصادي" را مطرح نمود ، معتقد است كه عامل عقب ماندگي اقتصادي در كشور هاي در حال توسعه مربوط به عدم درك خلاقيت فردي است بنابر عقيده ايشان با يك برنامه صحيح تعليم و تربيت مي توان روحيه كاري لازم را در جوامع تقويت نمود ، به گونه اي كه شرايط لازم براي صنعتي شدن جوامع فراهم آيد.

كارلند و همكارانش اهم ويژگيهايي را كه در مورد كارآفرينان مورد بررسي واقع و تاُييد شده بودند ، جمع آوري نمودند كه اهم آنها عبارتند از: نياز به توفيق ، تمايل به مخاطره پذيري ، نياز به استقلال ، خلاقيت ،كارآفرينان داراي مركز كنترل دروني هستند.

واژه «كارآفرين» (entrepreneur) دربردارنده معناى موفقيت است. اين واژه به معناى محصولات، ابداعات، كيفيت و خدمات نوين است. در درون يك شركت، اين واژه به معناى نوع خاصى از روحيه، سرزندگى و فضيلت است. «اى. ا. باتلر»، مفسر روزنامه تجاري، آن را «شوق خلقت» مى نامد.

در واقع كارآفرينان كسانى اند كه با ايجاد محصولات و خدمات نوين مورد نياز مردم، درآمد خوبى كسب مى كنند. معمولاَ گمان مى رود كه كارآفرينان در راه اندازى شركت ها تبحر دارند. در هر حال، آنها از هيچ، كسب و كارى جديد خلق مى كنند. آنها به رغم مخاطرات بسيار، پيشگام كارهاى جديد مى شوند.

 امروزه بيشتر مشاغل جديد را شركت هاى كارآفرينى خلق مى كنند. كالاها و خدمات برتر، فن آورى نوين و پيشرفت ها عموماَ از مراكز كارآفرينى نشأت مى گيرند. ريشه رشد و شكوفايى ما در شركت هاى كوچك و كارآفرينان كوشايى است كه مشتاقانه نظريات نوين خود را عملى مى كنند. كارآفرينى مزاياى خاص خود را دارد‎؛ از جمله دستمزد بالا ، امنيت، ايجاد دارايي، استقلال كارى و رضايتمندى. با وجود مزاياى فراوان كارآفرينى عده كمى از افراد جامعه به فكر راه انداختن كسب و كارى براى خود هستند.

شايد مهمترين دليل اين امر، ترس باشد چرا كه بيشتر افراد جامعه مى ترسند با پرداختن به كارآفرينى حقوق ماهيانه خود را از دست بدهند. همچنين آنها نمى توانند ريسك، عدم اطمينان و فكر بى پولى را تحمل كنند و فكر صورت حساب هاى پرداخت نشده و بى پولي، آنها را به وحشت مى اندازد

در اين نوشتار سعى داريم با برشمردن هفت گام اساسي، دريچه اى نو بر روى كارآفرينان و ديگر افراد جامعه براى راه اندازى و مديريت كسب كارى جديد براى خود و ديگر افراد جامعه بگشاييم و با پرداختن به نكات اساسى و سخنان كارآفرينان بزرگ دنيا، به باورهاى جديدى در عرصه كارآفرينى برسيم.

گام اول: آغاز كار يك مبارزه است

آغاز يك كسب و كار جديد چالشى سخت، نوميدكننده و سرشار از نگرانى است. اين كار به شجاعت و پايدارى لجوجانه نياز دارد. كارآفرينان بايد براى برخورد با مشكلات عذاب آورى آماده باشند كه تنها با استقامت و پافشارى سخت و مداوم برطرف مى شوند. هر كسب و كار تازه اى را كه شروع مى كنيد علاوه بر مشكلات معمول‏، مشكلات خاص خود را دارد.

هر كارآفرين در شروع كار مجبور است راه خود را از ميان طيف بى پايان مشكلات باز كند. تمام اين مسايل و مشكلات قابل حل اند. كسانى كه مقاومت مى كنند و از مشكلات نمى هراسند از سياهى بيرون مى آيند.

نكته مهمى كه يك كارآفرين در آغاز كار بايد آن را در نظر داشته باشد اين است كه گاه، پول پاداشى نيست كه فوراَ بدست آيد. اما تجربه مى تواند از مثقال ها طلا ارزشمندتر باشد. چرا كه نرخ بهره بسيار بالايى دارد كه قطعاَ جايى به كار شما خواهد آمد. هر چه ثروت خود را ديرتر به دست آوريد، آن ثروت بيشتر خواهد بود.

گام دوم: چگونه يك زمينه كارى مناسب بيابيد

كسب و كارى كه شروع مى كنيد حتى االامكان بايد مبتنى بر يك فكر تازه باشد. راه رسيدن به چنين ايده يا مفهومي، تمركز بر حل يك مشكل يا برآورده ساختن نيازى در جامعه است كه اخيراَ به آن توجه نشده است. براى آنكه گام دوم كارآفرينى را برداريم بايد نكات زير را رعايت كنيم.1- نيازهاى شما، نيازهاى ديگران نيز هست.

مردم خيلى بيش از آنچه متفاوت به نظر مى رسند به هم شبيه اند. يأس ها و اميدهاى شما همان يأس ها و اميدهايى است كه همسايه شما دارد. موفقيت شما به تجزيه و تحليلى كه از خود داريد يا شناختتان از ديگران، بستگى دارد. اگر شما به طور جدى به دنبال موقعيت و موفقيت باشيد، شانس در خانه شما را هم خواهد زد

. وقتى آماده مى شويد، آنچه را به دنبالش هستيد خواهيد يافت. اگر احتياجات، خواسته ها و نااميدى هاى كوچك خود را دقيق بررسى كنيد، فرصتى را كشف خواهيد كرد. در خانه، در محل كار، حتى در زمان تفريح بايد هر روز به واكنش هاى خود توجه كنيد، چرا ناراضى هستيد، چه چيز شما را عصبى مى كند، چه آرزويى داريد، دلتان چه مى خواهد؟ احتياجات شما نيازهاى همگانى است، از ديگران هم غافل نمانيد.

 اطرافيان در محل كار يا خانه چه مشكلاتى دارند؟ شما چگونه مى توانيد حلال مشكلات آنها باشيد؟ چگونه مى توانيد نيازهاى و خواسته هاى آنان را برآوريد؟

براى پيشرفت، بايد يك شكاف بازار بيابيد، آنگاه كسب و كار شما هدفى خواهد داشت. تقليد از تلاش هاى رقبا كارى بيهوده است. شما مراد خود را بيابيد. به ديگران خدمت كنيد. زندگى را براى مشتريان خود بهتر، ساده تر، شادتر و سودمندتر كنيد. به اين ترتيب پول دار خواهيد شد. كارآفرين بايد در توليد كالا و ارايه خدمات بالاتر از حد وظيفه عمل كند.

اين طرز برخورد شكاف هاى بازار را بهتر از هر روش ديگرى پر مى كند. فرصت، چيزى بيش از يك روش بهتر براى ارائه خدمات و رفع نيازهاى جامعه بشرى نيست. در واقع «از هر دستى بدهيد، از همان دست پس خواهيد گرفت.»«هنرى كايزر» كسى كه تاكنون يكصد شركت تاسيس كرده است در اين خصوص توصيه مى كند‎؛ « هرچه خدمات بهترى ارائه كنيد، پيشرفت بهترى خواهيد داشت.

اگر هدف شما جسورانه و والا باشد، مى توانيد به دنبال خدمات جديدترى براى رفع نيازهاى ديگران باشيد… اعتراف مى كنم كه هر گاه نياز برطرف نشده اى مى بينم. شوق عجيبى به رفع آن پيدا مى كنم. موقعيت هاى ارايه محصولات و خدمات جديد همانند ايده ها و اشتياق هاى انسانى بى پايان اند.»

كارهاى خدماتى براى شروع ساده تر از كارهاى توليدى اند. تنها تحولى كه در يك شركت خدماتى به آن نياز داريد، ارائه برترين خدمات است. خدمات ضعيف را بررسى كنيد، به فرصت هاى ناگفته اى دست خواهيد يافت. فرمول موفقيت « در كارآفرينى به اين صورت است؛«ارائه خدمات، كمى بهتر و كمى بيشتر» .

«اى.دبليو. ستاتلر»، موسس هتل هاى ستاتلر، شعارى دارد كه مى توانيد آن را شالوده فرمول موفقيت خود بدانيد، رمز ساده اى كه اگر به آن مجهز باشيد، مى توانيد محله و يا حتى كشور را فتح كنيد: «زندگى خدمت است، كسى كه پيشرفت مى كند كسى است كه به همنوعان خود كمى بيشتر، كمى بهتر خدمت كند.»بهتر آن است كه به سخنان «هنرى فورد» نيز در اين خصوص گوش فرا دهيم: «مشكل خيلى از ما در دنياى كسب و كار اين است كه بيش از هر چيز به دلارهايى فكر مى كنيم كه مى خواهيم كسب كنيم و از همان آغاز، راه را اشتباه مى رويم.

من به شما اطمينان مى دهم كه اگر شخص به ارائه خدمات در كسب و كار خود عقيده داشته باشد، نيازى ندارد نگران سودآورى كارش باشد. او قطعاَ به پول خواهد رسيد. ايده خدمات رسانى در كسب و كار، بالاترين تضمين موفقيتى است كه شخص مى تواند داشته باشد.»

شركتى با محصولى جديد، بايد بر كيفيت تاكيد كند. محصولى توليد كنيد كه بيش از يك مزيت سودآور داشته باشد. به دنبال فروش هاى قابل تكرار و هميشگى باشيد. «چارلز وال گرين» موسس يك فروشگاه زنجيره اي، در اين خصوص توصيه مى كند: «بزرگترين فرصت شغلى هر فرد معمولي، دقيقاَ توسط كارى ايجاد مى شود كه به آن مشغول است.

كارى كه فرد انجام مى دهد، هر چقدر هم كه دون پايه باشد، باز، در آن كار سريع تر از هر كار ديگر مى تواند پيشرفت كند. آدم متوسطى مثل من كه هيچ هنر خاصى ندارد، بهتر است به كسب و كارى بچسبد كه به آن وارد است.»5 - كارى كه شروع مى كنيد احتمالاَ هدف ثابت شما نخواهد بود. پس از آغاز كار ايده ها و فرصت هاى جديد به ذهن تان خطور خواهد كرد كه پاداش هاى بزرگ ترى خواهند داشت.

به دنبال راه هايى براى چند برابر كردن امكان سوددهى باشيد. در جستجوى كسب و كارهاى جديدى باشيد كه امكانات جنبى داشته باشد. شايد تصميم به خريد كسب و كارى داريد. در صورت داشتن سرمايه لازم، اين كار مزاياى مشخصى دارد. ولى براى موفق شدن، همچنان براى كشف موقعيت ها و متحول كردن آنها، به نبوغ كارآفرينى نياز داريد.

پيشنهادهاى زير براى موفقيت شما ارايه مى گردد: - اگر شما وسيله اى را اختراع مى كنيد، در دنياى خالى مخترعان گرفتار نشويد، بيرون برويد و اختراعات را به اهل فن، سرمايه گذاران و ديگران متخصصان نشان دهيد. حتى اگر توصيه هاى نوميد كننده هم دريافت كنيد، مهم نيست.

لااقل به واقعيت هايى در مورد محصول خود پى مى بريد. از اين اطلاعات به عنوان عاملى براى پيشرفت استفاده كنيد. - از در جا زدن در برنامه هاى بزرگ و اساسى كه يكى از مهمترين مشكلات جامعه بشرى را حل خواهند كرد، بپرهيزيد، آنها معمولاَ خوره پول اند و بيشتر اوقات قابل اجرا هم نيستند، با پروژه هاى كوچك ولى مورد نياز، شروع كنيد. - ممكن است كار يا سرگرمى موقتى وجود داشته باشد كه كسى را پولدار كند، ولى اينها همه پديده هايى گذرا هستند، شما چيزى مى خواهيد كه ده سال يا بيشتر به توليد آن ادامه دهيد.

در اين صورت است كه سود واقعى به دست خواهيد آورد.- ايده شما براى ايجاد يك كسب و كار تازه مى تواد واجد يا فاقد مزاياى باشد، اما تا آن كسب و كار را راه نياندازيد، نمى توانيد اين نكته را ثابت كنيد. بايد كار را شروع كنيد و تصميم بگيريد كه يك كارآفرين باشيد.

گام سوم؛ چگونه شركت خود را راه اندازيد؟

شما به عنوان يك كارآفرين بايد محصول يا خدمت خاص خود را، در چارچوب بازار، در كنار محصولات و خدمات رقابتى ديگر، به پادشاهان بازار عرضه كنيد. اين پادشاهان بازار همانا مصرف كنندگان اند. شما بايد با كالاهاى خدماتى پرمزيت، اين فرمانروايان را راضى نگهداريد. «چارلز كترينگ»، يكى از بزرگترين كارآفرينان نوآور دنيا، در اين خصوص مى گويد: «در كسب و كار، آن كسى كه هرگز درباره اش فكر نمى كنيد و او را نمى شناسيد، مى نشيند و كل جريان را كنترل مى كند.

آن شخص، مشترى شما است. هميشه گفته ام تمام سود و زيانى كه در دفاتر يك توليد كننده ديده مى شود، حاصل تشويق ها و تحذيرهاى مشتريان است.»گام هاى اساسى اوليه براى راه اندازى يك شركت كه محصول يا خدمتى جديد را ارائه مى كند‏، مى توان به شرح زير برشمرد.

1. نخست بايد، طرحى براى كسب و كار ترسيم كنيد؛ هر گاه ايده اى براى ايجاد يك كسب و كار داريد، طرح آن را بنوسيد. اين كار، در آينده به كارتان خواهد آمد.

2. براى نخستين سال عمليات خود بودجه اى تنظيم كنيد. اين كار ميزان پول مورد نياز شما را تعيين خواهد كرد. يك بودجه، بايد مشخص كند كه براى عمليات سالانه چقدر پول نياز خواهيد داشت. سپس بايد اين پول را تهيه كنيد.

3. مرحله بعدى در راه اندازى كسب و كار جديد، تهيه سرمايه است. يافتن سرمايه براى كسب و كار نو آسانتر از آن است كه مى پنداريد. بايد كارى كنيد كه سرمايه گذاران شما را باور كنند و شما را به عنوان يك موقعيت بسيار سودآور ببينند.

4.«ويليام لير» در اين خصوص مى گويد: «بسيارى از افراد نمى دانند كه در آغاز راه اندازى يك كسب و كار جديد، آيا بايد زير بار قرض بروند؟ من مى گويم اين بستگى به شعور فرد دارد. اگر شخصى كاملاَ در مورد كسب و كار جديدش مطمئن است بايد خانه را گرو بگذارد.

5- من بارها براى حفظ كسب و كارم همه چيزم را گرو گذاشته ام. در واقع، زمانى را به ياد مى آورم كه به نظرم مى رسيد به همه كس در اين كشور بدهكارم. به هر حال، بدون توجه به چگونگى آغاز كار، دير يا زود شما هم بايد زير بار چنين تعهداتى برويد.»

6.اگر از كارهاى كوچك شروع كنيد، هيچ راهى مگر ترقى نداريد. شروع از كار كوچك بسيار كمتر از آغاز كارهاى بزرگ نياز به پول دارد. چنين شروعى شما را قادر مى سازد بر كل بنياد كسب و كارتان احاطه داشته باشيد.

7.گام اساسى ديگر در راه اندازى كسب و كار جديد، انتخاب يك وكيل است. در همان اوان كار به وكيلى خوب نياز داريد.

8.نامگذارى شركت و به ثبت رساندن آن گام اساسى ديگرى است كه براى راه اندازى شركت خود بايد آن را انجام دهيد. به شكل هاى مختلفى مى توانيد شركت جديد خود را پايه گذاريد، ولى به شما توصيه مى كنيم، موسسه اى خصوصى بمانيد.

9.وجود شريك در اوان كار نعمت بسيار بزرگى است. با اين حال، شراكت عموماَ به مرور زمان به هم خواهد خورد. در دوره اى خاص، شما مى توانيد بدون شريك به كار ادامه دهيد. برخى از بهترين و دراز مدت ترين شراكت ها، شراكت زوجى است شامل يك فرد مخترع يك دانشمند و يك فرد خبره در كار فروش يا مديريت.

10.يكى از اولين كارهايى كه در آغاز كسب و كار جديد خود بايد انجام دهيد، جمع آورى اطلاعات است. شما بايد در مورد رقبا، قيمت گذاري، بازاريابي، توزيع و غيره مطلع باشيد. تلفن اين كار را براى شما انجام خواهد داد.

گام چهارم؛ چگونه كارمند بگيريد و روابط خود را تنظيم كنيد؟

بعد از آنكه شركت خود را راه اندازى كرديد، بخشى از مشغله فزاينده شما استخدام، تعليم و نظارت بر كارمندان جديد خواهد بود، كه اين كار شكوفايى شركت شما را به همراه خواهد داشت. براى انجام اين كار بايد نكات زير را رعايت كرد:

1. وقتى شركتى راه انداختيد بايد آن را اداره كنيد و توسعه دهيد. بايد اولين كاركنان را استخدام كنيد و گروه اصلى خود را تشكيل دهيد. كارمندان، در توسعه شركت به شما كمك مى كنند، ولى معمولاَ به مرور زمان كارمندان ديگرى جايگزين آنها خواهد شد.

2. بايد بياموزيد كه چه سياستى براى استخدام بهترين افراد اتخاذ كنيد. بيشتر افراد در محيطى كارآفرينانه رشد مى يابند. «ديويد اوگيلوي» به مديرانش در اين خصوص مى گويد: «اگر شما افرادى را استخدام كنيد كه از خودتان تواناتر باشند، شركت «اوگيلوى ماتر» به شركتى از غول پيكرها مبدل خواهد شد، ولى اگر اشخاصى را به كار گيريد كه از شما كمتر باشند، شركتى پر از كوتوله ها خواهيم داشت.»

3. همه روابط انسانى يك دوره ماه عسل دارند. اگر كاستى هايى در اين دوران مشاهده كرديد، اين‏ تنها قسمت بالايى كوه يخ است.

4. از قراردادهاى استخدامى استفاده كنيد، ولى سعى نكنيد از طريق آن رقابت را از بين ببريد. هرگز بدون قولنامه كتبى كه وكيل تان آماده كرده، معامله اى را قبول نكنيد. بياموزيد چگونه از دادگاه استفاده كنيد و چگونه مخارج حقوقى خود را كنترل نماييد.

5. براى انجام امور شغلى خود هميشه نامه بنگاريد. اطمينان يابيد كه رفتار تلفنچى هاى شركت كاملاَ‌مودبانه و عالى باشد. از كارت هاى شكايت پيوسته استفاده كنيد. بررسى شكايات مشتريان بهترين ابزار مديريتى اند.

6. هرگز از مشتريان خود نترسيد با مشكلات رويارو شويد. قيمت گذارى مناسب داشته باشيد. مطالبات خود را وصول كنيد و بر حاشيه سود خود بيفزاييد.

7. از حسابدار خود بخواهيد اصول اوليه را به شما بياموزد. از او اطلاعات مالى دقيق بخواهيد و هميشه از او سئوال كنيد.

8. مامور بيمه آتش سوزى و حوادث خود را واداريد اصول بنيادين بيمه را آن گونه كه در مورد شما صدق مى كند به شما بياموزد.

9. با يك شركت روابط عمومى هم رابطه برقرار كنيد. تبليغات را از اهل فن فراگيريد. به دنبال تبليغات سطح بالا باشيد. با تبليغات خود به ديگران خدمت كنيد.

10. بانكداران كمك زيادى به كارآفرينان نمى كنند. روابط بانكى خود را به آرامى و دقت بسازيد. از آبرو و اعتبار خود حفاظت كنيد. «هاروى فايرستون» در اين خصوص مى گويد: « مهمترين دارايى اصلى مردى كه در كسب و كار موفق مى شود، اعتبار است.

آغاز كار با اعتبار بالا، شانس موفقيت نهايى را بيشتر مى كند تا تنها داشتن پول آماده، چرا كه اعتبارى خوب باعث مى شود يك تاجر مشكلات مالى خود را حل و فصل كند و ذخيره اى مالى براى نيازهاى آتى كنار بگذارد.»11- شخصيت والاى خود را حفظ كنيد‏، عدالت را تضمين كنيد.گام پنجم؛ چگونه با تكيه بر سه اصل راه خود را هموار كنيد

سه مهم و اساسى وجود دارد كه نه تنها دورنماى مورد نظر يك شركت را مشخص مى كند، بلكه اصول مستحكمى را براى اداره سازمان پايه مى گذارد. آن سه اصل مهم عبارتند از: اصل نخست: صداقت و درستكارىهيچ شركتى بدون صداقت تام نمى تواند در دراز مدت پيشرفت كند. هرگز اين افسانه را باور نكنيد كه اعمال خلاف از عناصر معمول موفقيت در كسب و كار است. همه شركت هاى بزرگ به بالاترين حد درستكاراند. بدون آن نمى توان خدمتگزارى صادق بود. صداقت هرگز نبايد بدون خلوص و تنها در حرف باشد. درستكارى بايد ريشه اى عميق در شركت جديد شما داشته باشد.

براى موفقيت هيچ چيز حياتى تر از آن نيست. «توماس.بى. واكر» ميليونر چوب بر (مالك بيش از 000/900 هكتار جنگل در مينه سوتا و كاليفرنيا) مى گويد: «نه تنها آدمى مى تواند درستكار باشد و ثروتمند شود، بلكه تقريباَ ناممكن است ثروتمند شد، مگر آنكه درستكار باشد.

اين امانتداري، درستكارى و تعهد است كه موجب مى شود مردم به شما اطمينان كنند و تجارت را رونق مى بخشد و روابط كارى را فعال مى كند.»«هاروى فايرستون» نيز در اين خصوص توصيه مى كند: «يك كاسبكار موفق آن نيست كه در يكى دو سال رونق بازار پول زيادى درآورد يا از خوش اقبالي، از نخستين پيشگامان آن زمينه تجارى باشد؛ بلكه كسى است كه در زمينه اى پررقابت، بدون داشتن هيچ برترى نسبت به رقبا، صادقانه و قانونى از ديگران پيشى گيرد و حرمت خود و اجتماع را حفظ كند.»اصل دوم: اجتناب از كمك هاى دولتىشركت تازه كار بيشمارى سعى مى كنند.

از دولت كمك مالى دريافت كنند. اگر از اين فلسفه پيروى كنيد‏، قوانين طبيعت انسانى به ضرر شما خواهند بود. شما ناگزير بايد براى آنچه به دست مى آوريد، بهايى بپردازيد و اين برايتان گران تمام مى شود. به دست آوردن چيزى در قبال هيچ، پاداش شما را به تعويق مى اندازد و حتى شايد آن را براى هميشه از شما بگيرد. «هانرى كايزر» در اين خصوص مى گويد: « مردان قدرتمند، قابل و شجاع، نياز به كمك مالى ندارند.

آنها فقط مى خواهند امكان كار كردن، خلاقيت، پس انداز كردن، خرج كردن و رهايى از قيود را داشته باشند و به انرژى آزاد خود براى كسب و كار بزرگ زندگى احتياج دارند.اصل سوم: سهيم كردن كارمندان در سود وقتى شركت شما به سودآورى مى رسد، بايد در تقسيم آن با كارمندان سخاوتمند باشيد. كارمندانى با دستمزدهاى بالا، پرانگيزه اند. اگر به كارمندان اجازه دهيد به پاداش هاى بالا برسند خودتان هم از اين طريق منتفع خواهيد شد، ساير سودها و پاداش هاى شركت را هم قسمت كنيد.

گام ششم؛ چگونه بر نگرانى هاى خود غلبه كنيد؟

آغاز كارآفريني، به شجاعت و همت بسيار كارآفرين نياز دارد، اما زمانى كه او در اين مسير قدم گذاشت، هيچ امنيتى و هيچ تضمينى وجود ندارد، تنها مخاطره است و انبوهى از ناشناخته ها. همه چيز روى يك مسير خطى پيش مى رود. كارآفرين تنها، مشكوك، مسخره يا فراموش شده است.او تنها به خود اعتقاد دارد، به ايده اى ايمان پيدا كرده و به رويايى نامحسوس به مثابه يك لنگر متكى شده است. احساسات مهيج و نشاط آورى كه مدتى بر تازه كاران مستولى است، جاى خود را به شك و ترديدى عذاب آور مى دهد. نداشتن يك شغل، چك حقوقى و امنيت، ترس ايجاد مى كند و اراده را سست مى نمايد. نگرانى و فشار روحى كارآفرين را عذاب مى دهد. از همان روز نخست، ناراحتى و درد شروع مى شود. براى غلبه بر اين نگرانى ها رعايت نكات زير توصيه مى شود:

1. بين مصيبتى كه تجربه مى كنيد و ميزان موفقيت نهايى شما ارتباطى وجود دارد. در آغاز شما با مشكلات فراوانى روبرو مى شويد. در كار خود كلك نزنيد، اگر حتى از ساده ترين اطلاعات هم آگاهى نداريد، سئوال كنيد.

2. تنها با جواب رد شنيدن است كه مى توانيد حساسيت خود نسبت به جواب رد را از بين ببريد. به عنوان يك كارآفرين خيلى زود پوست كلفت خواهيد شد.

3. مشكلات مالى با پشتكار برطرف خواهند شد. همه كارآفرينان با موانع مالى روبرو بوده اند. هر چه بيشتر رنج بكشيد، بيشتر ياد مى گيريد.

4. ايده خام شما براى كسب و كارى نو به سرعت موضوع تمسخر اطرافيان واقع خواهد شد. هميشه اين گونه بوده است. به ياد داشته باشيد كه هيچ انسان عاقلى باور نداشت احتراع هنرى فورد چيزى بيش از يك سرگرمى باشد. پدر بزرگ «جيمزاس. كمپر» يكى از قدرتمندان بيمه و بنيانگذار «كمپر كمپانيز» به او اين گونه توصيه مى كند: «وقتى مى بينى بيشتر همكارانت، بيشتر هم دوره ها يا رقباى كارى ات يا بيشتر مردم كشور به يك سو مى روند، به گوشه اى خلوت برو، ترجيحاَ به جايى كه بتوانى با طبيعت ارتباط برقرار كني، و از خودت بپرس: چرا آنها به آن سو مى روند، آيا جهت آنها درست است؟»

5. تنها راه فرار از مصائب، كار كردن است. تلاش هاى مضاعف شما را از چنگ مشكلات شغلى مى رهاند. «لى دى فارست»، مخترع لوله خلاء كه پخش راديويى جديد را ممكن ساخت، مى گويد: «اوقاتى وجود داشت كه حس مى كردم از حد تحمل خود گذشته ام.

برخى مشكلات بزرگ مى نمودند. به نظر مى رسيد اراده لازم براى شروع دوباره را از دست داده باشم. ولى هر بار، پس از بررسى اجمالى اوضاع، راه فرارى پيدا مى كردم. هر چقدر اوضاع وخيم به نظر برسد، اگر خوب جستجو كني، هميشه اميد نجاتى وجود دارد.»

6.وقتى كسى به شما نه مى گويد تازه اول كار است، هنر غلبه بر «نه» چيزى است كه بايد در آنها مهارت يابيد. بايد سعى كنيد «نه» را به «بله» تبديل كنيد.

7.اگر مى خواهيد كارآفرين موفقى باشيد، بايد به شركت خود در حيطه ملى بنگريد و دريافت خود را نسبت به كسب و كارتان ارتقاء بخشيد و فضايل ساده يك كارآفرين موفق را ياد بگيريد.

«آدولف آخر» بنيانگذار نيويورك تايمز، در خصوص فضايل ساده يك كارآفرين موفق مى گويد: «شما درخواهيد يافت كه موفقيت تنها با تمرين فضايل معمولى يعنى ساخت كوشي، شعور، علاقه، اعتماد به نفس و صداقت به دست مى آيد.

8.منابع اين مملكت چنان نامحدود، موقعيت ها چنان بى شمار و امكانات تحصيل و تجهيز چنان فراوان و اتلاف و غفلت چنان متداول اند كه براى شكست نه تنها در رسيدن به اهداف خرد مالي، بلكه در دستيابى به كامل ترين شكل موفقيت هيچ بهانه اى وجود ندارد.»

9.تجربه كافى شما را خردمند خواهد ساخت. اگر دوام آوريد، به كار ادامه دهيد و روحيه جنگندگى را حفظ كنيد، در نهايت مى توانيد به يك ابركارآفرين تبديل شويد.

گام هفتم؛ چگونه كسب و كار جديد خود را اداره كنيد؟

مرحله مهم و پايانى كارآفريني، مرحله اى است كه يك كارآفرين كسب و كار جديد خود را راه اندازى كرده است و بايد در اين مرحله آن را اداره كند تا به اهداف مورد نظر خود نايل گردد. براى اداره بهتر كسب و كار جديد در اين مرحله توصيه هاى زير را همواره مدنظر داشته باشيد:

1. كارمندان به قواعد و خط مشى ها نياز دارند. با استخدام اولين كارمندان، به چيزهايى مثل آيين نامه داخلى و شرح وظايف و پرونده پرسنلى نياز دارند. كارمندان بايد تحت آموزش قرار گيرند. حالت اسمزى (تاثيرپذيرى) روش آموزشى ضعيفى است. اجتناب از اشتباه را تمرين كنيد. از روش هاى امنيتى استفاده كنيد. كمى بدبين شويد.

2. نگذاريد تصميمات مهم خراب شوند. بر تصميمات مالى نظارت كنيد. يك سيستم سفارش خريد تعيين كنيد.

3. براى پيروى از خط مشى شركت، به مديران خود متكى باشيد. مواظب تصميمات خودخواهانه خود و كارمندان تان باشيد.

4. فلسفه يك شركت بزرگ و فعال، تحت فشار تقويت مى شود. اين پيام و ديگر پيام هاى حياتى را به طور مرتب براى زيردستان تكرار كنيد. دوره هاى آموزشى و تعليمى را پيوسته ترويج دهيد.

5. دست كم هفته اى يك بار شركت خود را بازرسى كنيد. هيئتى از كارگران تشكيل دهيد تا از طريق آنها بازخورد داشته باشيد.

6. تا آنجا كه مى توانيد خودتان تصميم بگيرد‏، ولى بياموزيد كه برخى مسئوليت ها را به زيردستان واگذاريد. مديران معتقد خود را از روى عملكردها انتخاب كنيد.

7.با رشد شركت، يك سيستم گزارشگر دقيق تهيه كنيد، اطلاعات دقيقى بر پايه زمان بندى مرتب به دست آوريد. موجودى ها را محافظه كارانه اداره كنيد.

تمام سعى خود را براى اجتناب از نابرابرى ها و بى عدالتى ها بين كارمندان به كار بريد. كم كاران را اخراج كنيد. كمى سخت گير الزامى است

 کارآفرین کیست؟

کارآفرين فردی است صاحب ديدگاه ، انگيزه و خلاقيت که تمايل دارد برای شروع يک شغل جديد برای دستيابی به سود و يا تغيير جهت کلی در شرکت فعلی خودش ريسک کند.

دلايل کارآفرين شدن

نياز به کنترل سرنوشت ، دستيابی به فرصت های سود آور، خلق يک چيز جديد، رضايتمندی شخصی ، تعيين سبک زندگی خود

خصوصيات يک کارآفرين موفق:

بلند پرواز، مستقل ، اتکای بنفس بالا، ريسک پذير، خيال پرداز و دور انديش، خلاق، فعال و پرتوان ، پر شور و با هيجان ومتعهد

9وجه تمايز كارآفرينان موفق و ناموفق

كارآفرينان موفق نگاه نو و متفاوتي به كار و زندگي‌شان دارند. تفاوت آنها با كارآفرينان ناموفق ظريف اما قابل تميز است. اين تفاوت‌ها فراتر از خواسته‌ها و روياهاي آنهاست. اين تفاوت‌ها به عادات يا رموز نهايي برنمي‌گردد. تفاوت آنها به نيروي قابل سنجشي برمي‌گردد كه در دايره تفكر و تعقل اين افراد نهفته است و موجب مي‌شود تحولاتي در شيوه كار، زندگي و روابط شغلي آنها پديد آيد.

در اين مقاله قصد داريم «ويژگي‌ هاي» متمايز كننده كارآفرينان موفق را بررسي كنيم نه «عادات» آنان را. زيرا «عادات» پيش از مطالعه كردن به وجود مي‌‌آيند و در اصل نيازي به مطالعه آنها نيست. از سوي ديگر، كسب عادات ديگران موجب مي‌شود از مسير خود دور افتيد، چرا كه اينها عادات «شما» نيست.

9 وجه تمايز كارآفرينان موفق در زير شرح داده شده است كه با فراگيري آنها مي‌توانيد تفاوت قابل ملاحظه‌اي در نوع تفكر، ارزيابي و ديدگاهتان ايجاد كنيد.

1- اجبار يا توان

وقتي مي‌خواهيد چيزي را به زور كسب كنيد، بايد از همه طرف متوسل به جبر شويد كه نيازمند تلاش و تقلاي بسيار است. اين در حاليست كه تكيه بر آنچه در توان داريد نيرويي خلق مي‌كند كه از تونايي‌ها فراتر مي‌رود. وقتي فرد تمام نيروهاي دروني، باورها و عواطفش را هم سو مي‌سازد احساس قدرت وتوانمندي مي‌كند و اين امر موجب مي‌شود با صرف انرژي كمتر به اهدافش نايل گردد. به عبارتي فرد با هر قدم كه برمي‌دارد چندين گام جلو مي‌افتد.

2- تحقق وظايف يا نيل به هدف

تحقق كارها با به پايان رساندن و تمام كردن آنها همراه است و بيشتر به وظايف برمي‌گردد. وقتي انسان كاري را به پايان مي‌رساند آن چيز معنا و اهميت خود را از دست مي‌دهد. آيا تا به حال براي تحقق كاري تلاش و كوشش كرده‌ايد؟ اگر چنين بوده است آيا با تحقق آن احساس نكرده‌ايد آنقدرها هم مهم نبوده است؟ اين تجربه همواره با ياس همراه است. اما نيل به هدف هيچ‌گاه پايان‌پذير نيست. چرا كه با آگاهي معنوي از معنا و اهميت كار همراه است. اين ديدگاه همواره آرامش دهنده و الهام‌بخش است.

3- كسب اطلاعات يا به كار بستن آنها

بديهي است كه كسب اطلاعات تنها در صورت به كار بستن آنها ثمربخش خواهد بود. متاسفانه بسياري از كارآفرينان و كارفرمايان ساعات زيادي را صرف مطالعه و كسب اطلاعات مي‌كنند. اما هيچ‌گاه آنها را به كار نمي‌بندند.

4- تفكيك يا تلفيق

كارآفرينان موفق مي‌گويند پيش از هر چيز به زندگي‌شان به صورت بخش‌هاي تفكيك شده نگاه كرده‌اند. اين افراد حتي در تجارتشان هم چنين نگاهي به خدمات، محصولات و حتي تلاش‌هايشان دارند. اين امر بايد به صورتي باشد كه كسب موفقيت در هر زمينه به پيشبرد زمينه ديگر منتج شود. براي اين كار مولفه‌ها و طرح‌هاي گوناگون تجارتتان را بنويسيد. سپس درباره اينكه فعاليت در كدام زمينه به برجسته‌سازي زمينه ديگر مي‌‌انجامد بيانديشيد و برنامه‌ريزي كنيد.

5- فقط كار يا كار همراه با تفريح

كار جدي و بدون تفريح تحميلي از «بايد»‌ها و «وظايف» است كه نتيجه‌اي جز خستگي ندارد. با كار سخت و طاقت‌فرسا انسان مي‌خواهد در مقابل چيزي ايستادگي كند. اما كار همراه با تفريح، منبع شادابي، نور،‌الهام و آرامش است. كارآفرينان موفق پيش از پي بردن به نحوه صحيح انجام كارها، فكر مي‌‌كردند بايد فقط تلاش كنند و اين امر سلامتي، انرژي و شادابي را از آنان مي‌گرفت. آنها پس از كسب نتايج ضعيف تصميم گرفتند روش خود را تغيير دهند و آن وقت بود كه خودشان هم شگفت‌زده شده بودند كه «آيا واقعا اينقدر راحت مي‌شد كارها را انجام داد»!

6- حمايت ساختار يا كل فضاي كاري

ساختارها در نحوه انجام امور نقش مهمي ايفا مي‌كنند و حتي اگر ساختار تشكيل‌شده بسيار متفاوت از ساختار ديگران باشد باز هم ايرادي بر آن نيست.

ساختارها روي وظايف و نتايج از پيش تعيين شده تكيه مي‌كنند اما برخورداري از حمايت كل فضاي كاري ساختار وسيعتري فراهم مي‌‌آورد كه پيشرفت و ترقي را آسانتر مي‌سازد. تفاوت اين دو در اينست كه محيط براي شما كار مي‌كند ولي براي ساختار شما بايد كار كنيد. حمايت فضاي كاري، ‌ساختارهاي كوچكتر را از آن شما مي‌سازد. كارآفرينان موفق معتقدند اين تفاوت بسيار حائز اهميت است. آنها با بسط ساختارهاي حمايتگر به كل فضاي كاري موفقيت بيشتري نصيب خود مي‌كنند.

**7- تغيير رفتار يا تحول**

تغيير رفتار سطحي‌تر از تحول است. اين امر به ترك يا آغاز يك رفتار اشاره دارد كه ممكن است ساده يا گذرا باشد. تحول نيروي قوي‌‌تري است كه در نتيجه يك تجربه به وجود مي‌آيد و به دگرگوني عميق و دروني منجر مي‌شود كه اغلب هويت فرد را هم دستخوش تغيير قرار مي‌دهد و براي او ديدگاه متفاوتي به ارمغان مي‌‌آورد.

لحظاتي را به ياد بياوريد كه به يكباره و ناگهان «چيزي دريافت كرده‌ايد». اين شروع يك دگرگوني است. البته هميشه امكان برگشت به روش و رويكرد گذشته وجود دارد. اما هميشه صدايي از درون به شما خواهد گفت كه با برگشت به رويكرد نخست نمي‌توانيد از توانايي‌هاي خود نهايت استفاده را بكنيد. براي نمونه وقتي متوجه شويد افكار شما نتايج كارتان را تحت الشعاع قرار مي‌دهند ديگر نمي‌توانيد اين امر را منكر شويد و اگر گاهي از اين حقيقت غفلت كنيد باز هم صدايي از عمق وجودتان شما را به آن فرا مي‌خواند.

كارآفرينان موفق همواره به دنبال كشف تحولات لازم هستند تا بتوانند زندگي و كارشان را باز هم در جهت بهتري هدايت كنند.

8- بدبيني يا خوش‌بيني

بديهي به نظر مي‌رسد كه بهتر است خوش‌بين بود تا بدبين. اما مسئله اينجاست كه مشكل مي‌توان تشخيص داد چه زمان بدبين هستيم. افرادي كه در كشاكش تجارت هستند خود را «واقع‌گرا» توصيف مي‌كنند و مي‌گويند واقعيات و حقيقت امور را مي‌بينند.

اما حقيقت اين است كه آنها تنها بخشي از واقعيات را مي‌بينند و اكثر اوقات شرايط را از آنچه كه هست بدتر جلوه مي‌دهند.

خوش‌بيني تنها يك طرز تفكر يا رويكرد نيست بلكه يك تعهد است كه فرد را ملزم مي‌دارد نقطه قوت و روشن شرايط را ببيند و آنها را بارور سازد. اين يك اصل معنوي و علمي است كه وقتي انسان قواي خود را بر نقاط سازنده و مثبت متمركز كند و با شور و بصيرت از آنها براي رسيدن به هدفش استفاده نمايد خلاق‌تر و با درايت‌تر مي‌شود.

كارآفرينان موفق اين مهارت را در خود "به حد كمال" رسانده‌اند.

9- ارج نهادن به جايگاه خود يا توجه به كمبودها

خواستار شرايط بهتر بودن و بيشتر خواستن چيز بدي نيست. اما بيشتر مردم وقتي درباره خواسته‌هايشان صحبت مي‌كنند بر خلئي كه ميان خواسته‌ها و داشته‌هايشان وجود دارد تكيه مي‌كنند. اين كار موجب مي‌شود نداشتن‌ها از داشتن‌ها پررنگ‌تر شوند و يك گره كور ايجاد شود. ارج نهادن به جايگاهي كه داريد به معناي در لحظه زيستن، عشق ورزيدن به لحظه لحظه زندگي و قدر آن را دانستن است

ارج نهادن به جايگاهي كه داريد آرزوها و روياهايتان را زير سوال نمي‌برد بلكه نيروي اعتماد و احساسات مثبت را تقويت و راه را براي نيل به خواسته‌ها باز مي‌كند.

در آخر بايد گفت تفاوت كارآفرينان موفق با ديگران در ديدگاه‌ها، باورها و رفتارهاي آنان نهفته است. بنابراين علاوه بر تغيير عملكرد بايد ذهنيات دروني را هم متحول ساخت و از آن بهره برد.

شما براي موفق شدن در كارتان چه تحولاتي در خود ايجاد كرده‌ايد؟

هر روز، زنان و مردان شجاعی تجارت و حرفه خود را با امید و اشتیاق انجام یک شغل موفق شروع می کنند. اما، همه آنها موفق نمی شوند. اگرچه کارآفرینان موفق از نظر شکل و اندازه و کارشان به اندازه خودشان متفاوت هستند اما آنها وقتی که می خواهند حرفه ای را پایه گذاری کنند، رازهایی دارندکه بین همه آنها مشترک است شش راز برای کارآفرین موفق هست عبارتند از:

راز اول - مهمترین قسمت کار قبل از شروع کار است. اولین چیزی که کارآفرینان موفق قبل از شروع هرگونه اقدامی انجام می دهند تحقیقات وسیع برای اطمینان از اینکه آنها بازار رقیبان را شناخته اند و اینکه همه چیزهایی را که لازم است مشاهده کرده اند. این افراد می دانند که آنها بدون اینکه بدانند چه درگیری ها و موانعی در مقابل آنها وجود دارد نمی توانند خدمات موثری را ارائه کنند و چه فرصتهایی را باید بدست آورند . کارآفرین خوب تکالیفش را انجام می دهد . آنها طرحهای تجاری را خلق ، اهداف را معین و تمام کارهای اولیه لازم را قبل از اینکه کار را شروع کنند ، انجام می دهند .

راز دوم – شما می توانید با انجام کار رایگان درآمد خود را زیاد کنید بسیاری از کارآفرینان شغل خودشان را با انجام داوطلبانه پروژه ها در اجتماعاتی که حضور داشتند شروع کرده اند . با انجام این کار فرصت برای آنها پیش می آید که به سابقه و تجربه شان اضافه شود ، ارتباطات زیادی پیدا کنند

سوزان کوهن هلد ، که یک شرکت طراحی گرافیک در ایندیاناپولیز دارد ، کار خودش را با انجام داوطلبانه پروژه های طراحی برای مدرسه فرزندانش و دیگر سازمانهایی که با آنها سر و کار داشت ، شروع کرد .

او گفت : من به جلسات می رفتم و مشکلات را می شنیدم و با آنها صحبت می کردم که بدانند من چه توانایی دارم . من دو پذوژه داوطلبانه را تکمیل کردم و بالاخره افراد بیشتر و بیشتری که نیاز به طرحهای گرافیکی داشتند در مورد خدمات مطلع شدند .بزودی تعداد مشتری هایم گسترش یلفت به طوری که هنوز با بسیاری از آنها ارتباط دارم .

راز سوم – یک فرصت خوب می تواند در هر زمان و هر مکانی پیش آید .بعضی از اوقات فرصتهایی پیش می آید که ما

کمتر انتظارش را داریم . کارآفرینان موفق یاد گرفته اند که برای این فرصتها همیشه چشمان و گوشهایشان را باز کنند.

ریکورئل ریچاردسون می گوید: شما هرگز نمی فهمید که کار از کجا خواهد آمد و یا چه کسی بازاریابی شرکت را به عهده دارد.

کلید کار در این است که همیشه بذر بپاشید. شما هرگز نمی دانید چه چیزی رشد خواهد کرد اما هرچه بیشتر بپاشید ، شانس اینکه چیز بهتری درو کنید هست. یعنی آماده باشید که هر زمان و هر جا درباره حرفه خود صحبت کنید . راز این است که خودتان را برای فرصتهای پنهان آماده کنید و وقتی این فرصتها پیش می آید نترسید و خودتان را نبازید.

راز چهارم- کارهای کوچک می تواند به تجارت های بزرگ منتهی شوند.

بعضی اوقات صاحبان کار تمام وقتشان را در جستجوی یافتن کارهای بزرگ هستند از فرصتهای کوچک و غافل هستند. روبین فرنکل یک شرکت روابط عمومی در خیابان لوئیس داشت و فهمیده بود که شروع کار با مشتریانی که کار کوچکی دارند می تواند به فرصتی بزرگ تبدیل شود. او می گوید: گسترش روابط آسانتر از شروع رابطه جدید است. بنابراین او پروژه هایی که حتی کوچک بود بعهده می گرفت و آنها را با ابتکار تکمیل می کرد و با تلاش زیاد فرصتهای کوچک را به فرصتهای بزرگ تبدیل می کرد.

راز پنجم – اشتیاق مهم است.

این که برای کارآفرین موفق شدن باید سخت تلاش کرد یک راز نیست. صاحبان کار تمایل دارند ساعات زیادی را در شروع کار صرف کنند و اغلب وقت خودشان را برای کارشان اختصاص می دهند یا حداقل تمام وقت به فکر کارشان هستند. برای همین است که عشق به کاری که می کنید حیاتی است. ریچاردسون می گوید او بیشتر از قبل ، زمانی که برای آژانس کار می کرد،کارش وقت می گذارد. اما متوجه نیست چون از کارش لذت می برد. کارآفرینان موفق دیگر نیز موافق هستند. شروع کار درگیری هایی دارد اما اگر شما فرصت به انجام رساندن آرزوهای کاری خود را مبنای کار روزانه بگذارید خیلی با ارزش است.

راز ششم – شبکه ارتباط حضوری بهترین نوع بازاریابی است.

کارآفرینان موافقند که بهترین نوع بازاریابی تبلیغات به صورت ارتباط حضوری است. کاهن هلد می گوید: شما می توانید برای تبلیغات و گسترش بازاریابی کالاها پول بپردازید اما ایجاد شبکه ارتباطی خیلی موثرتر خواهد بود. یعنی شرکت در اجتماع سازمانها ، پیوستن به گروههای شغلی محلی، حضور در حوادث و مناسبتها برای ملاقات با افراد جدید. روبین فرانکیس می گوید: بعضی از بهترین موقعیتها و فرصتهایی که برای او پیش آمده است از طریق عضویت در هیات مدیره سازمانهای غیرانتفاعی محلی بوده است.