



دانشگاه سندھ
علمی کاربردنی



کارآفرینی

محمود احمدپور داریانی، آصف کریمی

کار آفرینی

محمود احمدپور داریانی

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

آصف کریمی

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

قابل توجه دانشجویان دانشگاه جامع علمی کاربردی

مطالب ستاره‌دار صرفاً برای مطالعه تکمیلی است.

سفارش و ارسال



وزارت معنویت و امور



کارآفرینی

محمود احمدپور داریانی، آصف کریمی

ویراستار و نسخه‌پرداز: زهره رهیده
حروفچین و صفحه‌آرا: اکرم دلاوردوست
طراح جلد: علیرضا دریانی
ناظر چاپ: حمیدرضا دمیرچی
دانشگاه جامع علمی کاربردی: مرکز نشر دانشگاهی
چاپ دوم ۱۳۹۸
تعداد ۳۰۰۰
چاپ و صحافی: شرکت چاپ و انتشارات سازمان اوقاف و امور خیریه
۳۰۰۰۰ تومان

نشانی فروشگاه مرکزی: خیابان انقلاب، روبه‌روی سینما سپیده، پاساژ خیرری، تلفن: ۶۶۴۱۰۶۸۶ ۶۶۴۰۸۸۹۱



17167164531000211111

فروش اینترنتی: www.iup.ac.ir

حق چاپ برای دانشگاه جامع علمی کاربردی و مرکز نشر دانشگاهی محفوظ است
فهرست‌نویسی پیش از انتشار کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه: احمدپور، محمود، ۱۳۳۵-
هوان و نام پدیدآور: کارآفرینی [کتاب] / تألیف محمود احمدپور داریانی، آصف کریمی.
مشخصات نشر: دانشگاه جامع علمی کاربردی: تهران: مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۹۸
مشخصات ظاهری: چهارده، ۳۳۳ ص: مصور، جدول، نمودار.
فروست: مرکز نشر دانشگاهی: ۱۵۵۳، مدیریت: ۱۵.
شابک: 978-600-5607-41-3 978-964-01-1553-4

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
یادداشت: کتاب حاضر در سال‌های مختلف توسط ناشران متفاوت منتشر شده است.
یادداشت: کتابنامه: ص، ۳۸۹-۳۷۳.

موضوع: کارآفرینی

Entrepreneurship

موضوع: موفقیت در کسب و کار

Success in business

موضوع: شناسه افزوده: کریمی، آصف، ۱۳۶۰ -

شناسه افزوده: دانشگاه جامع علمی کاربردی

شناسه افزوده: مرکز نشر دانشگاهی

شناسه افزوده: Iran University Press

رده‌بندی کنگره: ۶۱۵ HB

رده‌بندی دیویی: ۳۳۸/۰۴

شماره کتابشناسی ملی: ۴۸۰۲۲۸۱

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرست

صفحه	عنوان
سیزده	پیشگفتار ناشر
۱	مقدمه مؤلفان
۳	*فصل ۱
۳	مبانی و مفاهیم موفقیت و برنامه‌ریزی مسیر شغلی
۳	مقدمه
۴	۱. موفقیت
۶	۱.۱ معنی و مفهوم موفقیت
۷	۲.۱ چراهای موفقیت
۱۱	۲. برنامه‌ریزی مسیر شغلی
۱۲	۱.۲ ضرورت تعیین هدف‌های شغلی
۱۹	۲.۲ هدف و آرزو
۲۰	۳.۲ چشم‌انداز
۲۱	۴.۲ کارآفرینی به عنوان یک شغل
۲۷	۳. تعریف واژگان کارآفرینی و کسب‌وکار
۲۷	۱.۳ کسب‌وکار

۲۹	۲.۳ کارآفرینی
۳۰	۳.۳ کارآفرین
۳۰	۴.۳ طرح کسب و کار
۳۰	۵.۳ طرح امکان‌سنجی
۳۰	۶.۳ الگوی کسب و کار
۳۱	۷.۳ شرکت‌های نوپا
۳۱	۸.۳ فرشتگان کسب و کار
۳۱	۹.۳ سرمایه‌گذاری خطرپذیر
۳۲	۱۰.۳ کارآفرینی فناورانه
۳۳	۱۱.۳ کارآفرینی اطلاعاتی (اطلافرینی)
۳۳	۱۲.۳ شرکت‌های دانش‌بنیان
۳۳	۴. نتیجه‌گیری
۳۴	تکالیف
۳۵	فصل ۲
۳۵	مبانی، مفاهیم و انواع کسب و کار
۳۶	مقدمه
۳۶	۱. مفهوم همگانی کسب و کار
۳۷	۲. اهمیت کسب و کار
۳۹	۳. اصول چهارگانه کسب و کار
۴۰	۴. پنج مهارت آینده‌ساز کسب و کار
۴۱	۵. نگاه کسب و کارانه
۴۲	۶. حوزه‌های اصلی کسب و کار
۹۱	۷. ماتریس کسب و کار
۱۰۱	۸. نتیجه‌گیری
۱۰۱	تکالیف
۱۰۳	فصل ۳
۱۰۳	تعریف‌ها، مفاهیم و مبانی کارآفرینی

صفحه	عنوان
۱۰۴	مقدمه
۱۰۵	۱. واژه کارآفرینی
۱۰۶	۲. تعریف‌های کارآفرینی
۱۰۶	۱.۲ تعریف عام کارآفرینی
۱۰۷	۲.۲ تعریف ویژه کارآفرینی
۱۰۹	۳. اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصاد
۱۱۳	۴. نقش کارآفرینی در اشتغال
۱۱۳	*۵. سیر تاریخی دگرگونی کارآفرینی
۱۱۵	*۶. سیر دگرگونی مفهوم‌سازی کارآفرینی در علوم گونه‌گون
۱۱۹	۷. چیستی کارآفرینی
۱۲۰	۸ نگاه کارآفرینانه
۱۲۱	۹. کارآفرین کیست؟
۱۲۵	۱۰. تفاوت کارآفرین با خلاق، مخترع، نوآور، سرمایه‌گذار و مدیر
۱۲۵	۱.۱۰ خلاق
۱۲۵	۲.۱۰ مخترع
۱۲۶	۳.۱۰ نوآور
۱۲۶	۴.۱۰ سرمایه‌گذار
۱۲۶	۵.۱۰ مدیر
۱۲۷	۱۱. ویژگی‌های کارآفرینان
۱۳۳	۱۲. ایده‌های کارآفرینان موفق
۱۳۵	*۱۳. ایده‌های بزرگ چگونه به ذهن کارآفرینان می‌رسد؟

۱۳۸	۱۴. توسعه کارآفرینی در نهاد خانواده‌ها
۱۳۸	۱.۱۴. نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی
۱۳۸	۲.۱۴. تعیین مسیر شغلی
۱۳۹	۳.۱۴. توانمندسازی (یادگیری فناوری‌های نو)
۱۳۹	۴.۱۴. راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار اقتصادی
۱۴۰	۱۵. شایستگی‌های همیشگی مورد نیاز یک کارآفرین
۱۴۲	۱۶. مهارت‌های لازم برای موفقیت یک کارآفرین
۱۴۴	*۱۷. کارآفرینی و برند
۱۵۲	۱۸. نتیجه‌گیری
۱۵۳	تکالیف
۱۵۵	فصل ۴
۱۵۵	انواع کارآفرینی و فرایند آن
۱۵۶	مقدمه
۱۵۶	۱. انواع کارآفرینی
۱۵۶	۱.۱. طبقه‌بندی برحسب هدف
۱۵۷	۲.۱. طبقه‌بندی برحسب اقدام‌کننده
۱۵۷	۳.۱. طبقه‌بندی برحسب مقایسه
۱۶۰	۲. کارآفرینی مستقل
۱۶۱	۳. کارآفرینی سازمانی
۱۶۳	۱.۳. ضرورت و اهمیت کارآفرینی سازمانی
۱۶۴	۲.۳. تعریف‌ها و مفاهیم کارآفرینی سازمانی
۱۶۵	۳.۳. تفاوت‌های کارکردی کارآفرینی سازمانی با کارآفرینی مستقل
۱۶۶	۴.۳. الگوهای پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها
۱۷۱	۴. کارآفرینی اجتماعی
۱۷۴	۱.۴. تعریف‌های کارآفرینی اجتماعی
۱۷۵	۲.۴. عناصرها و مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی
۱۸۰	۳.۴. فرایند کارآفرینی اجتماعی
۱۸۱	*۴.۴. کارآفرینان اجتماعی

۱۸۳	*۵.۴ انواع کارآفرینان اجتماعی
۱۸۴	*۶.۴ پیامدهای کارآفرینی اجتماعی برای سازمان‌ها
۱۸۹	۵. جمع‌بندی
۱۸۹	۶. فرایند کارآفرینی
۱۹۱	۷. اجزای فرایند کارآفرینی از نظر بای گریو
۱۹۲	۸. عنصرهای فرایند کارآفرینی
۱۹۵	۹. نتیجه‌گیری
۱۹۶	فصل ۵
۱۹۶	فرصت‌ها و ایده‌های کارآفرینانه
۱۹۶	مقدمه
۱۹۷	۱. مقدمه‌ای بر فرصت
۱۹۸	۲. تعریف فرصت
۲۰۰	۳. ایده
۲۰۰	۴. تفاوت مفهوم ایده و فرصت
۲۰۲	۵. انواع فرصت
۲۰۲	۶. فرصت‌های کارآفرینانه: دیدگاه شومپتر
۲۰۳	۷. فرصت‌های کارآفرینانه: دیدگاه کرزنر
۲۰۴	۸. تفاوت دیدگاه‌ها
۲۰۴	۹. مقایسه دیدگاه‌های کشف فرصت و خلق فرصت
۲۰۴	۱.۹ کشف فرصت
۲۰۵	۲.۹ خلق فرصت
۲۰۶	۱۰. تشخیص فرصت
۲۰۷	۱۱. عوامل کارا در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه
۲۰۹	۱۲. منابع فرصت
۲۱۲	۱۳. انواع فرصت
۲۱۲	۱۴. راهبرد جست‌وجوی فرصت
۲۱۳	۱۵. ارزیابی فرصت
۲۱۵	۱۶. بهره‌برداری از فرصت‌ها

۲۱۶	۱۷. ایده‌یابی
۲۱۶	۱.۱۷ روش‌های خلق ایده
۲۱۷	۲.۱۷ غربال کردن ایده‌ها
۲۱۸	۳.۱۷ فرم ارزیابی ایده‌های کسب‌وکار و حذف ایده‌های نامناسب
۲۱۸	۴.۱۷ پرسش‌ها
۲۱۹	۵.۱۷ اولویت‌بندی ایده‌های ابقاشده
۲۲۰	۶.۱۷ مرتب کردن ایده‌ها
۲۲۱	۷.۱۷ امکان‌سنجی آغازی و گزینش ایده
۲۲۱	۱۸. خلاقیت
۲۲۱	۱.۱۸ تعریف خلاقیت
۲۲۳	۲.۱۸ عناصر خلاقیت
۲۲۳	۳.۱۸ مهارت‌های مربوط به موضوع
۲۲۴	۴.۱۸ مهارت‌های مربوط به خلاقیت
۲۲۴	۵.۱۸ ویژگی‌های افراد خلاق
۲۲۶	۶.۱۸ فرایند خلاقیت
۲۲۷	*۷.۱۸ الگوی آلبرشیت
۲۲۸	*۸.۱۸ الگوی آمابلی
۲۲۸	*۹.۱۸ فن‌های خلاقیت
۲۳۰	*۱۰.۱۸ فن توفان فکری
۲۳۱	*۱۱.۱۸ کاربرد های توفان فکری
۲۳۱	*۱۲.۱۸ معایب توفان فکری
۲۳۱	*۱۳.۱۸ مزایای توفان فکری
۲۳۲	*۱۴.۱۸ اصول نشست‌های توفان فکری
۲۳۲	*۱۵.۱۸ عضوهای گروه توفان فکری
۲۳۲	*۱۶.۱۸ مراحل توفان فکری
۲۳۵	*۱۹. فن چرا؟
۲۳۵	*۲۰. فن Do IT

صفحه	عنوان
۲۳۶	* ۲۱. فن چه می‌شود اگر ...؟
۲۳۶	* ۲۲. فن اسکمپر (SCAMPER)
۲۳۶	* ۲۳. فن دلفی
۲۳۷	* ۲۴. چه موقع از فن دلفی استفاده می‌شود؟
۲۳۷	* ۲۵. فن گروه اسمی
۲۳۸	* ۲۶. نمونه‌سازی و آزمون فرآورده
۲۳۹	* ۲۷. نتیجه‌گیری
۲۴۰	تکالیف
۲۴۱	فصل ۶
۲۴۱	طراحی و تدوین طرح کسب‌وکار
۲۴۲	مقدمه
۲۴۲	۱. طرح کسب‌وکار
۲۴۳	۲. کارکردهای طرح کسب‌وکار
۲۴۴	۳. طرح کسب‌وکار در چه مواردی تهیه می‌شود
۲۴۵	۴. مخاطبان طرح کسب‌وکار
۲۴۵	۵. اهمیت طرح کسب‌وکار
۲۴۷	۶. مقایسه طرح کسب‌وکار و طرح امکان‌سنجی
۲۴۷	۱.۶ طرح امکان‌سنجی
۲۴۷	۲.۶ تفاوت BP با FS
۲۴۸	۷. اجزای یک طرح کسب‌وکار
۲۴۸	۱.۷ خلاصه مدیریتی
۲۴۹	* ۲.۷ توصیف کسب‌وکار
۲۵۶	۳.۷ تجزیه و تحلیل صنعت
۲۶۲	۸. تشریح فرآورده یا خدمت
۲۶۳	۱۸ معرفی و ویژگی‌های فرآورده
۲۶۳	۲۸ موردهای کاربرد
۲۶۳	۳۸ وضعیت تولید فرآورده
۲۶۳	۴۸ گزینه‌های جایگزین

۲۶۴	۵۸ وضعیت‌های رقابتی فرآورده
۲۶۴	۶۸ معرفی آمیخته بازاریابی فرآورده‌ها
۲۶۵	۹. برنامه عملیاتی و تولید
۲۷۲	۱۰ ساختار سازمانی
۲۷۲	۱.۱۰ نیروی انسانی و هزینه‌های مورد نیاز
۲۷۳	۲.۱۰ آموزش کارکنان
۲۷۴	۳.۱۰ تحلیل بازار و رقبا
۲۷۵	۴.۱۰ برنامه بازاریابی و فروش
۲۷۶	۱۱. پژوهش و تحلیل بازار
۲۷۶	۱.۱۱ مشتریان
۲۷۶	۲.۱۱ اندازه بازار
۲۷۶	۳.۱۱ تخمین سهم بازار و فروش
۲۷۶	۴.۱۱ ارزیابی آینده بازار
۲۷۷	۵.۱۱ رقابت، حساسیت‌ها و تهدیدها
۲۷۷	۱۲. راهبردهای بازاریابی
۲۷۷	۱.۱۲ بهاگذاری
۲۷۷	۲.۱۲ تبلیغات
۲۷۷	۳.۱۲ شیوه فروش
۲۷۷	۴.۱۲ پخش
۲۷۸	۵.۱۲ خدمات پس از فروش و گارانتی
۲۷۸	۱۳. برنامه مالی
۲۷۸	۱۴. هزینه‌های شرکت
۲۸۲	۱۵. ترازنامه
۲۸۴	۱۶. صورت جریان نقدی
۲۸۵	۱۷. صورت سود و زیان
۲۸۵	۱۸. ارزیابی ریسک
۲۸۶	۱۹. پیوست‌ها، اسناد و مکتوبات تکمیلی
۲۸۷	۲۰. دلایل شکست برخی از طرح‌ها

صفحه	عنوان
۲۸۷	۲۱. نکته‌هایی دربارهٔ چگونگی ارائهٔ طرح
۲۸۸	۲۲. نتیجه‌گیری
۲۸۸	تکالیف
۲۸۹	✽ فصل ۷
۲۸۹	روش‌های تأمین مالی و گردآوری منابع
۲۸۹	مقدمه
۲۹۱	۱. روش‌های تأمین مالی داخلی
۲۹۸	۲. روش‌های تأمین مالی خارجی
۲۹۸	۱.۲ روش‌های قرضی (استقراضی)
۳۰۳	۲.۲ روش‌های غیرقرضی (سرمایه‌گذاری)
۳۰۵	۳. سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در مرحله‌های گونه‌گون ایجاد و ...
۳۰۶	۴. نتیجه‌گیری
۳۰۶	تکالیف
۳۰۷	منابع و مأخذ

پیشگفتار ناشر

جهان معاصر عرصه رقابت در زمینه کیفیت بخشی و ارائه خدمات مطلوب است. اصلی ترین عامل موفقیت در این رقابت، مطلوبیت نهایی محصولات و خدمات است که جز با تحقیق و پژوهش علمی کاربردی و توجه خاص به مؤلفه های استانداردسازی، کیفیت بخشی، نیازهای بازار کار و پاسخگویی به مطالبات عمومی میسر نمی شود.

از آنجا که ارتقای کمی و کیفی نظام آموزش های علمی کاربردی و اعتلای امر آموزش و پژوهش مهارتی، یکی از اهداف اساسی نظام آموزش عالی در توسعه علمی کشور به شمار می رود، دانشگاه جامع علمی کاربردی با هدف اصلاح هرم شغلی و تربیت نیروی انسانی ماهر در بخش های مختلف تأسیس و مشغول فعالیت شد. با توجه به رسالت این دانشگاه، مبنی بر آموزش و پژوهش در مرزهای فناوری و ایجاد اشتغال، با به کارگیری استانداردهای لازم دانش آموختگانی تربیت می شوند که علاوه بر تأمین نیاز بازار کار، در کارآفرینی نیز خلاق و توانمند باشند.

گستره مخاطبان دروس مهارت های مشترک، فقر منابع درسی در این زمینه و نیز تأکید رئیس محترم دانشگاه جامع علمی کاربردی مبنی بر اجرای برنامه های ارتقای کیفیت آموزش های عالی علمی کاربردی، انتشارات دانشگاه را بر آن داشت تا با همکاری مرکز نشر دانشگاهی، به عنوان یکی از مراکز مهم در عرصه نشر علم و تأمین محتوای علمی، به تولید و نشر منابع مورد نیاز این دروس اقدام کند. حاصل این تعامل، مجموعه کتاب هایی است که با یاری خداوند متعال و همت استادان، مدرسان، مؤلفان، و دست اندرکاران این دو مجموعه مطابق با سرفصل های دروس مهارت های مشترک آماده شود و در دسترس دانشجویان قرار گیرد. بی تردید، انتقادات و

پیشنهادهای صاحب‌نظران و مدرسان در راستای توسعه نظام آموزش‌های علمی کاربردی در ارتقای کیفیت این کتاب‌ها تأثیرگذار خواهد بود. به همین منظور می‌توانید نظرات خود را از طریق ایمیل daftaretamin1397@gmail.com با ما در میان بگذارید.

در پایان، مراتب قدردانی خود را از مؤلفان محترم کتاب و دیگر عزیزانی که زحمات بی دریغ آنها نقش مهم و اساسی در شکل‌گیری و چاپ این مجموعه داشته‌اند، اعلام می‌کنیم.

مرکز اسناد و انتشارات دانشگاه جامع علمی کاربردی

و مرکز نشر دانشگاهی

زمستان ۱۳۹۷

مقدمه مؤلفان

شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و نیز نوسان بهای نفت سه عامل عمده‌ای هستند که موجب می‌شوند سیاست‌گزاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد سهل‌الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند و بی‌شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست. اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و از آنها نیز به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. چرخ‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی‌آید. در اهمیت کارآفرینی همین بس که طی بیست سال (۱۹۸۰-۱۹۶۰) در یکی از کشورهای جهان سوم (هند) تنها ۵۰۰ مؤسسه کارآفرینی شروع به کار کرده‌اند و حتی بسیاری از شرکت‌های بزرگ جهان برای حل مشکلات خود به کارآفرینان روی آورده‌اند. امروزه نیروی انسانی به‌عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه مطرح است. در این بین کارآفرینان به‌طور خاص دارای نقشی مؤثرتر در فرایند توسعه اقتصادی‌اند. تحقیقات نشان داده است که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور همبستگی مثبت وجود دارد؛ زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرک‌های تجاری و اقتصادی قوی‌تری برخوردار است. آموزش و پرورش کارآفرینان نیازمند یک متدولوژی آموزشی اجرایی برای همکاری تنگاتنگ بین صنعت و دانشگاه به‌منظور رویارویی با فشارهای

شدید اجتماعی حاصل از رشد سریع فناوری و کمبود نیروی انسانی متخصص در جهان امروز است. در سال‌های اخیر موضوع کارآفرینی و خصوصاً آموزش آن توسط دانشگاه‌ها، مدارس و سازمان‌های مختلف دولتی کشور مورد توجه قرار گرفته و در حال حاضر یکی از مشکلات و چالش‌های اساسی آموزش کارآفرینی، کمبود منابع آموزشی و درسی مناسب و کامل است. کتاب حاضر با هدف تدوین یک منبع آموزشی کامل و جامع نگاشته شده و حاصل مطالعه و جمع‌بندی منابع مناسب و تجربیات عملی در حوزه‌های مرتبط است.

محمود احمدپور داریانی-آصف کریمی

قدر الرجل قدر همته

ارزش هر فرد به اندازه همت اوست

امام علی (ع)

فصل ۱

مبانی و مفاهیم موفقیت و برنامه‌ریزی مسیر شغلی

هدف‌های رفتاری

هدف کلی این فصل، این است که برای خوانندگان در رابطه با موفقیت و برنامه‌ریزی مسیر شغلی مطالبی را فراهم کند. بنابراین پس از خواندن این فصل، از خواننده انتظار می‌رود:

- موفقیت چیست، چه ابعادی دارد و چگونه به دست می‌آید؟
- افراد موفق و کارآفرینان چگونه موفقیت‌های خود را به دست می‌آورند؟
- برنامه‌ریزی مسیر شغلی چیست و چگونه میسر می‌شود؟
- ملزومات راه‌اندازی کسب و کار کدام‌اند و چگونه مورد استفاده قرار می‌گیرند؟

مقدمه

همان‌گونه که می‌دانیم، یکی از ویژگی‌های بارز افراد موفقیت‌های چشم‌گیر آنان است. همه افراد جوامع متفاوت به کارآفرینان به عنوان نماد موفقیت خود می‌نگرند. اما آیا

تاکنون با خود اندیشیده‌اید که آنان چگونه به این موفقیت‌ها دست می‌یابند؟ و آیا این موفقیت‌ها، تصادفی است یا اینکه از منطقی ویژه پیروی می‌کند؟ به منظور درک بهتر این موضوع در این فصل ابتدا با تعریف‌ها و مفاهیم متفاوت موفقیت آشنا خواهیم شد. سپس می‌کوشیم تا برنامه‌ریزی مسیر شغلی ایشان را مدنظر قرار داده و در انتها به ملزوماتی پردازیم که کارآفرینان برای راه‌اندازی کسب و کار خود در نظر دارند. ملزوماتی که به کمک ایشان آمده، مسیر شغلی شان را معین کرده، آنان را به موفقیت می‌رساند.

۱. موفقیت^۱

آیا می‌دانید به چه کسانی موفق می‌گویند؟ آیا تا کنون از خود پرسیده‌اید چرا برخی افراد از برخی دیگر موفق‌ترند؟ یا حتی چرا برخی کشورها از کشورهای دیگر پیشرفته‌ترند؟^۲ موفقیت شما چه تأثیری در موفقیت جامعه یا کشور دارد؟ برای نمونه برخی می‌پندارند که یک مأمور شهرداری نمی‌تواند موفق باشد؟ چرا یک شاگرد تنبل نمی‌تواند موفق باشد؟ آیا می‌اندیشید کسی که ورشکست شده دیگر نمی‌تواند مزره موفقیت را بچشد؟ به نظر شما کفاش سر کوچه موفق نیست؟ هر کسی تعبیری از موفقیت در ذهن خود دارد که زندگی وی براساس همان تعبیر شکل می‌گیرد. بسیاری از افراد می‌پندارند که موفقیت تنها به معنی رسیدن به اوج و نوک قله است، در هر رشته‌ای که هستند. برای نمونه در رشته کفاشی، کسی موفق است که یک کارخانه بزرگ تولید کفش در کشور داشته باشد یا در رشته سوپرمارکت، کسی موفق است که بزرگترین سوپرمارکت محله را داشته و به‌صورت شبانه‌روزی کار کند. نمونه‌هایی که در بالا اشاره شد، نوعی شیوه اندیشیدن است که متأسفانه در برخی افراد سبب کاهش سرعت رشد و گاهی سبب یأس و ناامیدی می‌شود. در کل از موفقیت تعابیر متفاوتی ارائه شده است و نیز هر کسی تعریفی از این واژه در ذهن خود دارد. اما می‌توان گفت که «زندگی نردبانی است بی‌پایان که هر پله این نردبان نوعی از موفقیت است و هر کدام از پله‌ها امتیاز ویژه خود را دارند.» شاید گاهی امتیاز پله سوم از امتیاز پله هفتم بیشتر

1. Success

۲. برای مطالعه بیشتر به کتاب‌های تجارب کارآفرینی، نوشته دکتر احمدپور داریانی (۱۳۸۳)، انتشارات امیرکبیر و کارآفرینی پیشرفته، نوشته دکتر محمود احمدپور داریانی (۱۳۹۰) انتشارات راه دانش مراجعه نمایید.

باشد و نیز برعکس. هر رویدادی که در زندگی ما سبب پیشروی و جلو رفتن، حتی به اندازه یک گام نیز شود، نوعی موفقیت است. هر رویدادی که سبب دگرگونی ما، حتی به اندازه یک دست شستن شود، موفقیت است. موفقیت چیزی نیست که بتوان برای آن معیار معین کرد. مأمور شهرداری اگر بتواند پس از مدتی مسئول مأموران شهرداری محل خود شود، موفق شده است. کفاش سرکوجه اگر بتواند یک مغازه بزرگتر برای خود فراهم کند، به موفقیت دست یافته است و به همین ترتیب. این موفقیت‌ها اگر به صورت زنجیروار به یکدیگر متصل شوند، موفقیتی بزرگ را رقم می‌زنند. از قدیم می‌گفتند «پول، پول می‌آورد» اما بهتر است که امروز به جای این عبارت بگوییم «موفقیت، موفقیت می‌زاید». زیرا هنگامی که شما پیشرفت خود را، هرچند کوچک، به عنوان یک موفقیت قلمداد کنید، آنگاه از عملکرد خود راضی شده و بنابر اصول فکری، این موفقیت نوعی تجربه سودمند را برای شما رقم می‌زند. این تجربه سودمند خودبه‌خود سبب می‌شود که شما بخواهید این تجربه را دوباره تکرار کنید و این چنین زنجیره موفقیت‌ها رقم می‌خورد.

تصور کنید هنگامی که آن کفاش سرکوجه، از اینکه مغازه‌ای کمی بزرگتر اجاره کرده و کمی کار خود را گسترش داده است، احساس موفقیت کند، سپس از اینکه یک شاگرد برای خود گرفته، احساس موفقیت کند، پس از ۲ سال که مشتریان او زیاد شدند و مجبور شد مغازه‌ای بزرگتر بگیرد باز هم احساس موفقیت کند، در آخر این کفاش، یک کفاشی بزرگ در حاشیه یکی از خیابان‌های مهم شهر خواهد داشت. این کفاش هرگز با خود نگفت که «ای بابا... کفاشی هم شد شغل؟ من تا آخر عمرم باید کفش‌های بوناک^۱ مردم رو بدوزم» و همچنین هرگز با خود این‌گونه نیندیشید «من هرگز به محمدآقا کفاش نمی‌رسم... او با ارثیه پدرش پولدار شد». این کفاش همیشه با خود می‌گفت که «من سرانجام یک روزی بزرگترین کفاشی شهر را خواهم داشت؛ با ۵ نفر کارگر و ۱ نفر آبدارچی، با یک مغازه ۵۰ متری که تازه در کنار کفاشی، کیف و کمر بند هم تعمیر خواهم کرد (اگر هم سفارش روکش ماشین برایم آمد، می‌پذیرم) این همان نقشه موفقیت است که در ذهن افراد شکل گرفته و به آنان هرآنچه را که بخواهند، می‌دهد. کسی که نقشه موفقیتش تنها در راه رسیدن ارث شکل گرفته یا کسی که نقشه موفقیتش تنها با برنده

شدن در قرعه کشی بانک شکل می‌گیرد، هرگز موفق نخواهد شد. هر کسی می‌تواند موفق باشد؛ حتی گدای سر کوچک.

شاید شما خودتان نیز این را تجربه کرده باشید، تنها پله اول نیاز به کمی تلاش دارد و مابقی پله‌ها خودبه‌خود طی می‌شوند. تنها کافی است که روش (قِلِق) موفقیت به دستتان بیاید. همین که نقشه موفقیت را در سرتان داشته باشید و تنها متکی به خودتان باشید. به کمک هیچ‌کس حساب نکنید و مطمئن باشید که روزی به همان نقطه‌ای که می‌خواهید، می‌رسید. تنها مطلب مهم این است که رسیدن به آن نقطه مورد نظر نیاز به رسیدن به چند ایستگاه دارد. پس آن ایستگاه‌ها را با صبر و شکیبایی طی کنید. هیچ‌کس یک‌شبه به هدف مورد نظرش نرسیده است. موفقیت، نسبی است. این شما هستید که موفقیت را معنا می‌کنید.

در این فصل، ضمن آشنایی با موفقیت و مفهوم آن، به دلیل‌هایی که سبب موفقیت افراد می‌شوند، اشاره می‌کنیم و یاد می‌گیریم که برای خود برنامه‌ریزی کنیم تا موفق شویم.

۱.۱ معنی و مفهوم موفقیت

هرچند بیشتر نویسندگان و اندیشمندان کوشیده‌اند تعریف جامعی از موفقیت ارائه کنند تا شنوندگان و خوانندگان سردرگم نباشند، اما تا کنون تعریف دقیق و توصیف مشخص و قابل اعتمادی از این واژه (موفقیت) به دست نیامده است. پیش از آوردن نمونه‌هایی از توصیف‌ها و تعریف‌های نامداران جهان، از شما می‌پرسیم: شما چه تعریف و برداشتی از موفقیت دارید؟

آیا موفقیت، گذراندن مدارج تحصیلی و دریافت مدرک علمی است یا رسیدن به مقام و ثروت؟

آیا موفقیت، به دست آوردن شغل و همسر مناسب و محیط خانوادگی آرام و فرزندان شایسته است؟

آیا انجام وظیفه‌های دینی و انسانی و قرار گرفتن در جاده مستقیم و راه هدایت را می‌توان موفقیت تلقی کرد؟

تلقی شما از موفقیت و برداشت شما از آن، فضا را برای فهم بیشتر و بهتر این واژه آماده می‌سازد.

اکنون می‌خواهیم بدانیم که این افراد موفق، چه کسانی‌اند. از این رو، ابتدا می‌کوشیم معنی و مفهوم موفقیت را دریابیم. برای موفقیت، تعریف‌های زیادی وجود دارد. در اینجا برای شناخت بیشتر، تنها به مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود:

- آلفرد اوست باور دارد: «آرامش و امنیت بهترین نوع موفقیت است».
- در فرهنگ وبستر موفقیت، به مفهوم «رسیدن رضایت‌بخش به هدف» تعریف شده است.
- در نگاه بیشتر مردم، فرد موفق کسی است که به آرزوهای خود برسد و در درون خویش، احساس رضایت کند و از اینکه بر اثر تلاش و کوشش پیوسته در زندگی به این احساس (رضایت خاطر) رسیده است، احساس خشنودی و موفقیت کند.
- موفقیت عبارت است از به انجام رساندن استعدادها و پایانی^۱ که در وجود هرکس نهفته است. آدمی با این استعدادها زاده می‌شود، بزرگ می‌شود و باید آنها را تمام و کمال در راه هدف و منظوری که او را شاد و خرسند می‌کند، به کار برد.

به گونه کلی می‌توان گفت که فرد موفق، کسی است که به آرزوهای خود برسد و در درون، رضایت خاطر احساس کند که این امر، خود دستاورد تلاش و کوشش پیوسته در زندگی است.

از تعریف‌های بالا نتیجه می‌گیریم که موفقیت، حوزه گسترده‌ای را دربر می‌گیرد. برای نمونه، ممکن است در نظر یکی، رسیدن به پول و سرمایه بیشتر موفقیت تلقی شود و در نظر دیگری، کشف و پرورش استعدادها و خود برای خدمت بیشتر به دیگران موفقیت به حساب آید یا در نظر دیگر رسیدن به مقام و موقعیت مهم، موفقیت قلمداد شود، به گونه کلی، موفقیت را می‌توان از ۲ بُعد بررسی کرد.

۲.۱ چراهای موفقیت

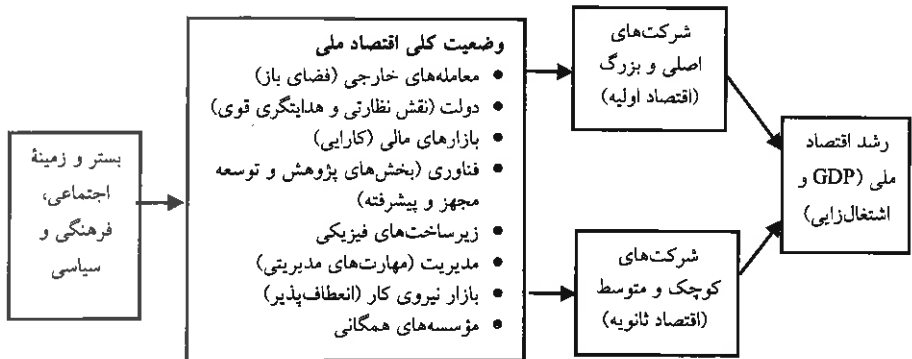
در بحث موفقیت مجموعه‌ای از پرسش‌ها مطرح است؛ از جمله می‌توان به موردهای زیر اشاره کرد:

- چرا یک مدیر از مدیر دیگر موفق‌تر است؟
- چرا یک شرکت از شرکت دیگر عملکردی بهتر دارد؟

- چرا یک سازمان از سازمان دیگر عملکردی بهتر دارد؟
- چرا یک کشور از یک کشور دیگر موفق تر است؟

در پاسخ به این پرسش‌ها می‌توان گفت که کشوری توسعه یافته است که دارای اقتصاد موفق باشد و باید پذیرفت که اقتصاد موفق یک کشور نیز در گرو شرکت‌ها و کسب‌وکارهای موفق آن کشور است (شکل شماره ۱.۱) و افراد موفق عامل موفقیت شرکت‌های موفق هستند. اما پرسش‌هایی که در اینجا مطرح می‌شود عبارتند از:

- چگونه می‌توان شرکت‌های موفق را ایجاد کرد؟
- چگونه این شرکت‌ها با تغییرهای محیط بین‌الملل خود را وفق می‌دهند؟
- آفرینندگان این شرکت‌ها چه کسانی هستند؟



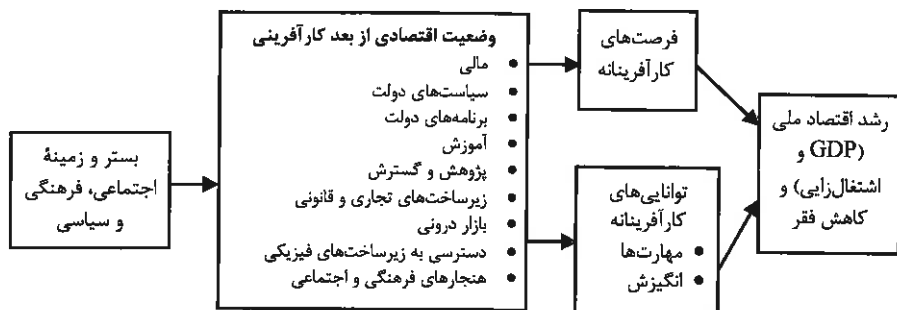
شکل ۱.۱ نقش شرکت‌های بزرگ و کوچک در رشد اقتصادی.

در واقع شکل بالا بیان می‌کند که بستر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه بر وضعیت کلی اقتصاد آن جامعه تأثیرگذار خواهد بود. بسته به وضعیت اقتصادی جامعه نیز شرکت‌های بزرگ (اقتصاد آغازی^۱) و کوچک یا متوسط (اقتصاد ثانویه^۲) در آن فرصت ظهور خواهند یافت که این نیز منجر به رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال در جامعه می‌شود. گفتنی است که نرخ راه‌اندازی و ایجاد شرکت‌ها^۳ در کشور یک عامل بسیار مهم و قابل توجه است؛ تا آنجا که گاهی به عنوان شاخصی برای میزان

1. Primary Economy
2. Secondary Economy
3. Business Formation

توسعه‌یافتگی اقتصادی مورد توجه قرار می‌گیرد.

از سویی دیگر یکی از چراهای موفقیت بعد فردی آن است که چرا یک مدیر از مدیر دیگر موفق‌تر است؟ یا خالقان شرکت‌های موفق چه کسانی هستند؟ افراد موفق می‌بایست از یک سری ویژگی‌های کارآفرینانه پیروی کنند و درنهایت این فرایند کارآفرینانه است که منجر به رشد و توسعه کشور می‌شود (شکل ۲.۱).



شکل ۲.۱ فرایند کارآفرینانه در رشد اقتصادی.

در واقع، شکل بالا بیان می‌کند که بستر و زمینه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بر پیش‌نیازها و پیش‌شرط‌های کارآفرینی تأثیر خواهد داشت. به این ترتیب در صورتی که شرایط اقتصادی از بُعد کارآفرینی مهیا باشد، یک مجموعه با فرصت‌های کارآفرینانه و نیز توانایی‌های مرتبط با آن در جامعه شکل خواهد گرفت. فرصت‌ها و توانایی‌های کارآفرینانه نیز چنانچه با یکدیگر ترکیب شوند به رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال منجر خواهند شد.

الگوی نظارت جهانی کارآفرینی^۱ رابطه میان گسترش اقتصادی و کارآفرینی را در دنبالهٔ مباحث چراهای موفقیت بیان می‌کند. برنامه پژوهش‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی، یک ارزیابی سالانه از سطح ملی فعالیت‌های کارآفرینی است. یک کار مشترک از مدرسه کسب‌وکار لندن و دانشکده بایسون^۲ که در ۱۹۹۹م با ۱۰ کشور آغاز شد و در ۲۰۰۰م به ۲۱ کشور و در ۲۰۰۱م به ۲۹ کشور و در ۲۰۰۲م به ۳۷ کشور و در ۲۰۰۶م به ۳۹ کشور ارتقا یافت.

۱. جی ای ام GEM کوتاه شدهٔ Global Entrepreneurship Monitor = نظارت جهانی کارآفرینی.

برنامه پژوهش بر مبنای ارزیابی هماهنگ از سطح فعالیت‌های کارآفرینی ملی همه کشورهای شرکت کننده است که این برنامه شامل جست‌وجوی نقش کارآفرینی در رشد اقتصاد ملی است.

آنچه که در این پژوهش‌ها شگفت‌آور است مقایسه جهانی کشورها از نظر سطح فعالیت‌های کارآفرینانه است. بیشتر از ۱۲۰ پژوهشگر در طرح GEM فعال هستند. پژوهشگرانی که دارای نام کاربری و گذرواژه هستند به برنامه مصاحبه‌ها، رویه گردآوری داده و دیگر جزئیات مورد نیاز برای تجزیه و تحلیل سامان‌مندی دسترسی دارند. مهم‌ترین هدف GEM تشریح رابطه میان رشد اقتصادی کشورها و کارآفرینی است که برای رسیدن به آن پاسخ به ۳ پرسش ضروری است:

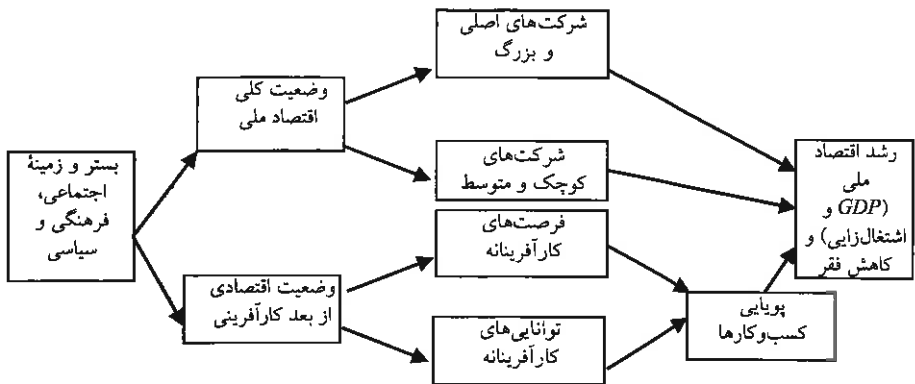
تا چه میزان سطح فعالیت‌های کارآفرینانه میان کشورهای مختلف، متفاوت است؟

آیا فعالیت‌های کارآفرینانه منجر به رشد اقتصاد و دارایی‌های ملی می‌شود؟

چه چیزی سبب می‌شود که کشوری کارآفرین شود؟ چه عامل‌هایی سبب افزایش یا

کاهش فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شوند؟

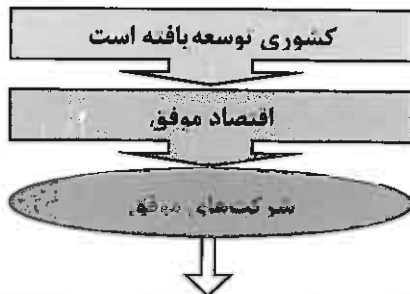
GEM^۱ (نظارت جهانی کارآفرینی) از ترکیب شکل‌های ۱.۱ و ۲.۱، شکل زیر را به عنوان الگویی برای دستیابی به توسعه اقتصادی معرفی می‌کند. در واقع در شکل زیر نقش شرکت‌های کوچک و بزرگ و کارآفرینی به صورت توأمان، در رشد و توسعه اقتصادی نشان داده شده است:



شکل ۳.۱ نقش شرکت‌های کوچک و بزرگ و کارآفرینی در رشد و گسترش اقتصادی.

با جمع‌بندی همهٔ مورد‌های یاد شده می‌توان نقش افراد موفق یا کارآفرینان را در گسترش جامعه به صورت شکل زیر چکیده کرد:

نقش افراد موفق در توسعهٔ کشور



- ❖ چگونه می‌توان شرکت‌های موفق ایجاد کرد؟
- ❖ آفرینندگان این شرکت‌ها چه کسانی هستند؟
- ❖ چگونه این شرکت‌ها خود را با تغییرهای محیط درونی و بین‌المللی وفق می‌دهند؟
- ❖ اما پرسش اصلی چرا تا کنون هیچ‌یک از شرکت‌های ایرانی نتوانسته‌اند در میان ۵۰۰ شرکت برتر جهان جای بگیرند؟

شکل ۴.۱ نقش افراد موفق در توسعهٔ کشور.

۲. برنامه‌ریزی مسیر شغلی^۱

هنگامی که در مورد برنامه‌ریزی شغلی می‌اندیشید، چه چیز به ذهنتان می‌رسد؟ افراد زیادی نمی‌دانند که برنامه‌ریزی شغلی چه مفهومی دارد. ما برنامه‌ریزی شغلی را این‌گونه معنی می‌کنیم: «هدفی که در یک زمینه یا شغل ویژه که فرد آرزوی رسیدن به آن را دارد و برای دست یافتن به آن برنامه و طرح فکر شده‌ای دارد.»

چرا باید هدف شغلی داشته باشیم؟ هدف شغلی به شما کمک می‌کند تمرکز داشته باشید و تصمیم بگیرید که در زندگی چه می‌خواهید بکنید. این هدف شما را راهنمایی می‌کند، به شما انگیزه می‌دهد، و به شما کمک می‌کند به آنچه که می‌خواهید برسید. هدف شغلی می‌تواند یک شغل ویژه باشد — برای نمونه کارمند یا معلم — یا می‌تواند زمینه ویژه‌ای باشد که دوست دارید در آن فعالیت کرده و کار کنید برای نمونه آموزش یا

۱. برای مطالعهٔ بیشتر به کتاب کارآفرینی، نوشته دکتر احمدپور داریانی (۱۳۸۸)، انتشارات محراب قلم مراجعه نمایید.

ترابری (حمل و نقل).

هدف شغلی به شما کمک می‌کند استعدادها و توانایی‌های خود را کشف کنید و به مهارت‌هایی در خودتان پی ببرید که فکرش را هم نمی‌کردید. در هر شغلی که گزینش می‌کنید، امکانات گونه‌گونی وجود دارد. هدف شغلی در راه رسیدن به چیزی که از زندگی می‌خواهید شما را راهنمایی و راهنمایی می‌کند.

هنگامی که یک شغل را گزینش کردید، باید بسیار خوب در خصوص گام‌هایی که می‌توانید در مسیر رسیدن به هدفتان بردارید، بیندیشید. آینده غیرقابل پیش‌بینی است. اما با وجود این، باز هم می‌توانید در زندگی کاری خود هدف داشته باشید و برای رسیدن به آن برنامه‌ریزی کنید.

برنامه‌ریزی شغلی یک برنامه‌ریزی برای هدف است که در آن ما برای رسیدن به هدف‌های ویژه کاری برنامه‌ریزی می‌کنیم. اما تنها برنامه‌ریزی شغلی که شما به آن نیاز دارید، برنامه‌ریزی است که به درد شما و نیازهایتان بخورد.

در برنامه‌ریزی شغلی ما به دنبال اطلاعات هستیم و به وسیله آن اطلاعات، هدف‌سازی می‌کنیم و سپس گام‌ها و مرحله‌های لازم برای رسیدن به آن هدف را طرح‌ریزی می‌کنیم. جهانی که در آن زندگی می‌کنیم، به راه‌های گونه‌گون کار می‌کند. هرچقدر بیشتر در مورد عملکرد آن بدانیم، بهتر می‌توانیم به هدف‌هایمان برسیم.

برای ایجاد حس رقابت باید تا می‌توانیم قابل انعطاف باشیم و تا می‌توانیم مهارت‌هایمان را گسترش دهیم. اینها از جمله کارهایی است که می‌توانید انجام دهید: به مدرسه بروید، در هم‌اندیشی‌ها یا کارگاه‌های آموزشی شرکت کنید، مجله‌ها و روزنامه‌های روز را مطالعه کنید، و با افرادی که در این زمینه اطلاعات دارند صحبت کنید.

هنگامی که درباره آموزش یا مهارت حرف می‌زنیم، منظور تنها چیزهایی مانند سازماندهی یا مدیریت زمان نیست، گرچه اینها نیز خود مسئله‌های بسیار مهمی هستند؛ اما کنترل تنش (استرس)، گشودن دشواری، خطر کردن، و غلبه بر اتلاف وقت، به همان اندازه برای رسیدن به هدف مهم هستند.

۱.۲ ضرورت تعیین هدف‌های شغلی

فرض کنیم شما یک زمینه کاری را گزینش می‌کنید. برنامه‌ریزی این نیست که تنها در یک بُرهه از زمان برای آن کار طرح‌ریزی کنید، این یک روند پیوسته است؛ در واقع،

می‌توانید آن را یک روند همیشگی بدانید. ما همیشه در حال رشد و یادگیری هستیم و به این وسیله، علاقه‌ها و نیازهای ما نیز تغییر می‌کنند. برنامه‌ریزی شغلی تنها برای به دست آوردن شغل دلخواهتان نیست، این کار به شما کمک می‌کند در طول زندگی و در مسیر این آموختن‌ها، تغییر و تعدیل‌های لازم را در زندگیتان ایجاد کنید.

در برنامه‌ریزی شغلی شما همهٔ مرحله‌های لازم برای رسیدن به هدف‌هایتان را پیش‌بینی کرده و محاسبه می‌کنید. در این روند، همیشه در حال گزینش هستید. هنگامی که چیزی را به چیز دیگری برتری می‌دهید و آن را جایگزین می‌کنید، به آن ارزش و بهای فرصت گفته می‌شود. افرادی که زندگی شغلی موفق دارند می‌دانند بازی کار را چگونه باید آغاز کنند. همان‌گونه که می‌بینید، برنامه‌ریزی شغلی چیزی فراتر از این است که تنها به فرصت‌های شغلی گونه‌گون نگاهی بیندازید و سخت کار کنید. روند برنامه‌ریزی شغلی را می‌توان به ۶ مرحله تقسیم کرد:

۱. ارزیابی خود

۲. کشف شغل خود

۳. هدف‌یابی

۴. آمادگی شغلی

۵. عرضه کردن محصول خود به بازار

۶. مدیریت شغلی

برنامه‌ریزی شغلی یک روند است و همیشه به صورت چرخه‌ای در حال حرکت است. هنگامی که می‌خواهید در زندگی شغلی خود تغییر ایجاد کنید، این روند ممکن است بارها و بارها تکرار شود.

در برنامه‌ریزی شغلی، باید بکوشید افرادی را پیدا کنید که می‌توانند مربی و مرشد شما باشند و به شما در این مسیر کمک کنند. برنامه‌ریزی شغلی، هیچ تفاوتی با هدف‌یابی‌ها و برنامه‌ریزی‌های دیگر ندارد. تفاوت آن در این است که شما به گونه‌ای ویژه روی جدا کردن هدف کار و شغل خود از دیگر هدف‌هایتان کار می‌کنید. دلیل اینکه بیشتر افراد توانایی رسیدن به آرزوها و آمال خود و بدل کردن آن به واقعیت را ندارند، این است که این آرزوها را به هدف خود در زندگی بدل نمی‌کنند. هدف، آرزویی است که فرجه و تعیین وقت دارد. دلیل‌های گونه‌گونی وجود دارد که مردم نمی‌توانند برای خود هدف‌سازی کنند. بزرگترین این دلیل‌ها این است که آنان

نمی‌فهمند که روند هدف‌یابی یک مهارت است. همه ما در زندگی خود هدف‌هایی برای خودمان معین کرده و به آن دست یافته‌ایم. اما بیشتر این هدف‌ها آنقدر بزرگ نبوده‌اند که زندگی ما را تغییر دهند.

افراد موفق برای خود هدف معین می‌کنند؛ برنامه‌ریزی می‌کنند، نقشه می‌کشند و آن را دنبال می‌کنند. تعیین هدف روندی است که نیاز به مهارت دارد. ما هدف‌های ساده و کوتاه‌مدت را در ذهنمان ایجاد می‌کنیم اما هدف‌های بزرگ و طولانی‌مدت را باید بنویسیم، ارزیابی کنیم و هر چند وقت یک بار کنترل کنیم. هرچه رسیدن به هدف زمان بیشتری ببرد، با دشواری‌ها، تغییرها و خستگی‌های بیشتری روبه‌رو خواهیم بود.

هدف‌یابی به همان اندازه که یک علم است، نوعی هنر است. هرچه بیشتر این روند را بفهمید و مهارت‌های بیشتری کسب کنید، تغییرهایی که در راه رسیدن به آن هدف ایجاد می‌کنید، بهتر خواهند بود. با دنبال کردن هدف‌تان می‌توانید در خود عزت و اعتماد به نفس ایجاد کنید.

دنبال کردن هدف، باعث رشد شما می‌شود و هنگامی که هدف‌تان را تعریف می‌کنید، دیگر آن هدف است که شما را تعریف می‌کند. در طول زندگی رویدادها و پیشامدهای غیرمنتظره زیادی برای ما روی می‌دهند، به همین دلیل هنگامی که هدفی را برای خود گزینش می‌کنیم، باید درک کنیم که ممکن است موانع زیادی در راه رسیدن به آن هدف در مسیرمان قرار گیرد. موانعی که در راه رسیدن به هدف جلو فرد سبز می‌شود، به گونه معمول سبب می‌شود فرد آن هدف را کنار بگذارد و از آن دست بکشد. بسیاری از افراد می‌اندیشند که با نوشتن هدف‌هایشان روی کاغذ، قابلیت انعطاف خود را از دست بدهند. هدف‌ها آنقدر سخت و محکم نیستند که هنگامی که نوشته شوند دیگر نتوان آنها را تغییر داد. هیچ‌کس نمی‌داند در آینده چه پیش می‌آید. آنچه امروز برنامه‌ریزی می‌کنید ممکن است در آینده به کلی تغییر کند.

اما هدفی که خوب روی آن اندیشه شده باشد می‌تواند بسیاری از موانع و دشواری‌های ممکن را پیش‌بینی کند. موانعی که سر راه شما قرار می‌گیرند، سبب می‌شود که افراد از آن هدف دست بکشند. مانند اینکه به سمت یک دیوار آغاز به دویدن کنید و یکباره مسیرتان را تغییر داده و از آن دور شوید.

تصور کنید که می‌خواهید از یک کارمند به مقام مدیر ترفیع پیدا کنید. پیش از اینکه هیچ کاری انجام دهید، از خودتان پرسید، چرا می‌خواهم به چنین هدفی برسم؟ ممکن

است بگویند، می‌خواهم به این هدف برسم چون دوست دارم مقام بالاتری پیدا کنم یا می‌خواهم حقوقم بیشتر شود یا اینکه من فکر می‌کنم می‌توانم رهبر خوبی باشم و این به من کمک می‌کند به هدف بلندمدت خود که دست یافتن به مقام مدیرکل شرکت است برسم.

اکنون از خودتان پرسید، چرا این مسئله اینقدر برای من اهمیت دارد؟ ممکن است بگویند، برای من مهم است چون می‌خواهم از نردبان ترقی تا اندازه‌ای که استعدادها و توانایی‌هایم اجازه می‌دهد، بالا بروم. پس از خودتان پرسید، این چرا برایم مهم است، و ممکن است پاسخ دهید که چون می‌خواهم به خودم و دیگران ثابت کنم که قدرت به دست آوردن چیزی که می‌خواهم را دارم.

باز دوباره از خودتان پرسید که این چرا برایتان مهم است؟ و این پرسش را تا جایی که می‌توانید ادامه دهید. با این کار شما کوشش می‌کنید به دلیل اصلی اینکه چرا می‌خواهید فلان کار را انجام دهید برسید. این کار به شما کمک می‌کند هدف‌ها و قصد خودتان را روشن کنید. به شما کمک می‌کند انگیزه‌های خود را بشناسید و تشخیص دهید و بفهمید که در واقع چه می‌خواهید. با این کار می‌فهمید که راه‌های دیگری هم برای رسیدن به هدفتان وجود دارد. گاهی آسان است که بگوییم، «من این را می‌خواهم» درحالی که ممکن است چیز دیگری را بخواهید. این کار به شما کمک می‌کند از تلاش بیهوده در راه رسیدن به هدفی که در واقع خواست قلبی‌تان نیست جلوگیری کنید. همچنین به شما کمک می‌کند انگیزه اصلی خود را بشناسید و بفهمید که در واقع چه می‌خواهید.

به گونه‌ی چکیده باید بگوییم که بسیاری از افراد از کار و شغلی که دارند راضی نیستند. برنامه‌ریزی شغلی به شما کمک می‌کند توانایی‌هایتان را به بیشینه برسانید و از کارتان رضایت کامل پیدا کنید.

داشتن یک برنامه کاری شما را روی کارتان متمرکز می‌کند و به شما انگیزه می‌دهد. به شما کمک می‌کند دشواری‌ها و موانعی که سر راهتان ممکن است قرار گیرد را از قبل پیش‌بینی کنید، ضعف‌هایتان را بشناسید و در راه بهبود آنها بکوشید.

برنامه‌ریزی شغلی اعتماد به نفس لازم برای متعهد شدن به کارتان را در شما ایجاد می‌کند و به شما توانایی تصمیم‌گیری می‌دهد و شما را در راه رسیدن به هدف‌هایتان یاری می‌کند.

برنامه‌ریزی مسیر شغلی، یعنی پیش‌بینی و گزینش شغل برای آینده خویش. تعیین هدف‌های شغلی، گامی هوشمندانه به سوی موفقیت است. در واقع هدف‌های شغلی، هدف پایانی همه فعالیت‌هایی است که شما انجام می‌دهید. هنگامی که نمی‌دانید به سمت چه هدفی حرکت می‌کنید، همه مسئله‌ها، معنای خود را از دست می‌دهند. در عوض، اگر از هدف‌های شغلی آینده خود آگاه باشید و بدانید کارهای کنونی شما چه ارتباطی با هدف‌های پایانی‌تان دارد، انگیزه لازم را برای فعالیت‌های خود پیدا می‌کنید. برای اینکه هدف‌های شغلی خود را مشخص کنید، از خود بپرسید:

- در ۵ سال آینده می‌خواهم کجا باشم؟
- در ۱۰ سال آینده به کجا خواهم رسید؟ و تا آخر...
- رشته تحصیلی من، چگونه مرا به نقطه و هدف مورد نظر نزدیک خواهد کرد؟
- چه رویدادهایی ممکن است مانع رسیدن من به هدف‌هایم شود؟
- چه کارهایی را باید انجام دهم تا بر این موانع چیره شوم؟

تربیت فرد و زندگی خانوادگی و اجتماعی، در این تصویرها، کاراست. انسان براساس تجربه‌های خود، مشاهده موفقیت‌های بزرگ انسان‌ها، امکانات و فرصت‌های در دسترس و محدودیت‌ها و تهدیدهای موجود در جهان رؤیاهای خود را به آرامی، ارزیابی می‌کند و امکان‌پذیری تحقق آنها را مورد توجه قرار می‌دهد. در این فرایند، هم رؤیاهای گذشته خود را غربال می‌کند و هم رؤیاهای تازه‌ای می‌سازد. همه خواسته‌های خود را در یک تصویر هماهنگ و مطلوب جمع می‌کند و آن تصویر را به عنوان چشم‌انداز خود تعریف می‌کند.

بسیاری از افراد تصمیم‌های شغلی خود را از راه مشاهده جهان اطراف و تلاش برای تطابق خود با این جهان اتخاذ می‌کنند. این امر مخالف کاری است که در واقع باید انجام شود.

بهترین مسیر شغلی فرایندی است که از درون آغاز می‌شود (یک نوع تکامل خودآگاهی). شما می‌بایست از مهارت‌ها، استعدادها، توانایی‌ها، امکانات و ویژگی‌های منحصر به فردتان آگاه شوید چون این خودآگاهی چرخه‌ای است که فرد را به سمت یک شغل رضایت‌بخش راهنمایی می‌کند. شناخت مهارت‌های قابل انتقال یک گام اساسی در برنامه‌ریزی شغلی است.

مهارت‌ها را می‌توان به عنوان سرمایه منحصر به فرد هر شخص تعریف کرد. ۳

گروه از مهارت‌ها وجود دارند:

۱. مهارت‌های فنی که تخصص‌گرایی درون یک رشته ویژه را مطرح می‌کند و فرد را توانا می‌سازد که یک شغل ویژه داشته باشد؛ مانند طراحی یک فرایند شیمیایی، عملیات ساخت تجهیزات و ...

۲. مهارت‌های اکتسابی که ریشه در ویژگی‌های شخصی یک فرد مانند انعطاف‌پذیری، کنجکاوی، قدرت تصمیم‌گیری و بهینه‌سازی دارد.

۳. مهارت‌های قابل انتقال که مهم‌ترین نوع مهارت‌ها در گسترش مسیر شغلی است.

این مهارت‌ها را می‌توان از حرفه‌ای به حرفه دیگر و از یک حوزه صنعت به حوزه دیگر منتقل کرد. شناخت مهارت‌های قابل انتقال نخستین گام در خودآگاهی و برنامه‌ریزی شغلی است.

این مهارت‌ها در ۷ مقوله جای می‌گیرند:

- ارتباطات: نگارش، گفت‌وگو، گوش دادن، آموزش، مشورت، متقاعدسازی، مدیریت، تبلیغ و بیان احساس‌ها؛
- خلاقیت: تجسم، ذهنی‌سازی، ابداع، ایجاد، بداهه‌پردازی، تعبیر و تفسیر و استفاده از توانایی‌های هنری؛
- پژوهش: گردآوری، ارزیابی و طبقه‌بندی اطلاعات؛
- تشریح: استفاده از تحلیل‌های منطقی، گسترش چارچوب‌های کاری، تشخیص ضعف‌ها و شناخت شباهت‌ها؛
- حل مسئله‌ها: تعریف یک مسئله، ارزیابی گزینه‌ها، تسلط بر راه حل‌ها و بهبود یک موقعیت؛
- سازماندهی: از راه دنبال کردن برنامه‌ها و دستور کارها، توجه به جزئیات، بایگانی، جست‌وجو و طبقه‌بندی؛
- ترکیب: تلفیق قطعه‌های اطلاعات در یک کل به‌هم‌پیوسته، بررسی اطلاعات و بیان آنها در یک شکل واضح آگاهی از مهارت‌های قابل انتقال کمک می‌کند دریابید چه توانایی‌های ویژه‌ای دارید و در ضمن امکانی برای واضح‌سازی آن توانایی‌ها به شما می‌دهد.

منبع مهارت‌های قابل انتقال بیشتر در زندگی روزانه وجود دارد؛ در تجربه‌های زندگی، کارهایی که در هر دوره زندگی انجام داده‌اید و از انجام آن لذت برده‌اید، باور داشته‌اید که به‌خوبی از عهده آن برآمده‌اید و سبب غرور و خوشحالی شما شده است. این مهارت‌ها باید بسیار زود در زندگی آشکار شود تا محملی باشد برای معرفی فرد.

مهارت‌های قابل انتقال همگی در موفقیت‌ها و تجربه‌های مثبت زندگی پیدا می‌شوند. خاطره‌هایتان را مرور کنید و دربارهٔ مواقعی که برایتان بسیار ارزشمند بوده، بنویسید؛ چون از راه نوشتن درک جامع‌تری از خودتان خواهید داشت. تمرین ۲ مرحله‌ای زیر کمک می‌کند که مهارت‌های قابل انتقال را بشناسید:

- موفقیت‌های خود را فراخوانی کنید. یک سفر در خاطره‌هایتان (از کودکی تا زمان حاضر) داشته باشید. تا جایی که می‌توانید تجربه‌هایی را که به شما احساس رضایت می‌دهد به یاد بیاورید. بکوشید تجربه‌ها را در زمان‌های متفاوت زندگی مرور کنید. این تجربه‌های رضایت‌بخش می‌تواند طیفی از مسئله‌ها مانند کمک به برادر یا خواهرتان در یادگیری خواندن، ساختن یک اسباب بازی مکانیکی، گسترش یک سامانهٔ تجهیزاتی تا سازماندهی یک رخدادهای سیاسی را در بر گیرد. این طیف باید شامل کارهایی باشد که شما انجام داده‌اید نه رویدادهایی که برایتان روی داده است. اصل لذت یا رضایت بسیار مهم است. ممکن است این قضیه برای بقیه جهان، اهمیتی نداشته باشد، اما در چشمان شما باید ارزشمند جلوه کند و یک رخداد زیستی و معنادار در زندگی‌تان قلمداد شود.

- خاطره‌هایتان را تحلیل کنید. همان‌گونه که رویدادهای رضایت‌بخش زندگی را به خاطر می‌آورید، جزئیات آن را مشخص کنید. به موقعیت‌ها، موضوع‌ها، افراد درگیر و نقشی که بازی کرده‌اند، توجه داشته باشید. گردآوری جزئیات را کامل کنید تا جایی که می‌توانید دربارهٔ فعالیتی که خودتان در این فرایند انجام داده‌اید و شیوهٔ اجرای آن بنویسید: چگونه کار را سازماندهی کرده‌اید، دیگران را متقاعد کرده‌اید، مسئله‌ها را گشودن کرده‌اید و ...

این تمرین کمک خواهد کرد که مهارت‌هایتان را با بررسی تجربه‌های واقعی در زندگی مشخص کنید. بخش عمده‌ای از کارهای پنهان در تجربه‌ها (چیزی بیش از آنچه که از خودتان انتظار دارید یا قادر به درکش هستید) مهارت‌ها و استعدادها را شما هستند. برای نمونه، موضوع خاطره‌ها چه بود؟ آیا دربارهٔ مردم بود یا دربارهٔ

مفاهیم کلی، هنر، علوم یا پزشکی؟ از چه قابلیت‌هایی استفاده کردید؟ نگرارش، آموزش، پژوهش، طراحی و یا اقلان؟ چه وضعیتی به گونه مکرر رخ داد؟ گشودن مسئله، نیازهایی که باید برآورده می‌شد یا یک وضعیت بحرانی؟ چه چیز سبب دستیابی شد؟ چه نیازی آشکار شد؟ سازماندهی هدف‌ها، نیاز برای کمک رسانی، نیاز برای کامل کردن یک فعالیت ویژه؟ شرایط انجام کار چگونه بود؟ آیا مجبور به رعایت زمان‌های معین شده بودید یا آزاد و جداگانه کار می‌کردید و فرصت کافی برای آموختن و تجربه‌اندوزی داشتید؟

هنگامی که محدوده گسترده‌ای از تجربه‌ها را مرور می‌کنید به رخدادهای کوچکی که در پس این محدوده قرار می‌گیرد، دقت کنید. آنها نشانه‌هایی برای راهیابی به معانی ژرف‌تر هستند. به فعالیت‌هایی که در زندگی روزانه به شما انرژی می‌دهد و نشانی از استعدادهایتان است، توجه کنید: گل کاری در باغ، فعالیت‌های مالی، خواندن نقشه‌های پیچیده یا تمرکز کردن روی یک مورد کاری ویژه.

استعدادها ممکن است به اندازه‌ای طبیعی در شما پدیدار شوند که آنها را بی‌اهمیت تلقی کنید. اما این ویژگی‌ها شما را از دیگران جدا می‌کنند و دارایی ارزشمندی هستند. به همین لحاظ مهم‌ترین کارکرد پاداش این است که به عنوان یک محرک عمل می‌کند و مجالی به بروز استعدادها می‌دهد.

دانستن اینکه در بسیاری از فعالیت‌ها خوب هستید به شما شاهدهی از مجموع مهارت‌ها ارائه می‌دهد و به اصولی که در زندگی اجرا می‌کنید، تأکید می‌کند. برای نمونه، مهارت‌های شما مربوط به کدام یک از کارهای زیر است: مدیریت، رهبری، پژوهش، طراحی و برنامه‌ریزی، ارتباطات میان‌فردی یا تحلیل مسئله‌ها؟ پس از انجام این تمرین شما باید درک بهتری از مهارت‌های قابل انتقال یا به عبارتی مهارت‌های شخصی و میزان مهارت‌ها داشته باشید.

۲.۲ هدف و آرزو

هرکسی در زندگی برای خود آرزوهایی دارد. گاهی در عالم خیال سیر می‌کند و خود را در شرایطی می‌بیند که به آرزوهایش رسیده است. رؤیا وضعیت خیالی و غیرواقعی است که تنها در ذهن انسان است. انسان، هنگام رؤیاپردازی، خود را رها می‌کند و بدون مرز و محدودیت در جهان سیر می‌کند و هرچه می‌خواهد را به‌دست‌آورده تلقی می‌کند. اگر انسان

تنها به خواسته‌های خود فکر کند و از وضعیت حال خود، خارج نشود، آرزو کرده است؛ در حالی که در رؤیا انسان تصور می‌کند به خواسته‌های خود رسیده است. رؤیاپردازی، زمانی، سودمند است که با انگیزه و تلاش، همراه باشد.

در این مرحله، کارآفرین، آینده مطلوب خود را ترسیم می‌کند. چگونگی تصویر آینده فرد از دید خودش به عامل‌های زیادی وابسته است؛ مانند: آمال و آرزوهای فرد، آگاهی و اطلاع از اوضاع جامعه، وجود استعدادها و ویژه در فرد، کمبودهای برجسته در زندگی وی، اوضاع همگانی جامعه، خواست خانواده، کیفیت آینده‌نگری در جامعه و

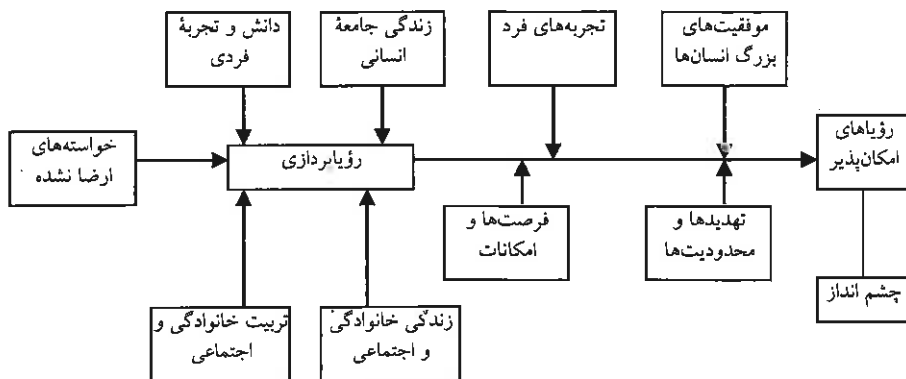
در تعریف نخستین از چشم‌انداز، کارآفرین بدون محدودیت در عالم خیال پرواز کرده و آرزوهای خود را بیان می‌دارد. این آرزوها تصویر وضعیتی است که فرد می‌خواهد در آینده داشته باشد. نمونه: جوانی می‌خواهد در آینده در یکی از زمینه‌های علمی، هنری، ورزشی در کشور، منطقه یا جهان برترین باشد. دیگری می‌خواهد در یکی از حرفه‌ها بهترین باشد و رؤیاپردازی، فواید زیادی دارد مانند:

۱. نارضایتی از وضع موجود و ایجاد تمایل به تغییر؛
۲. تصور شرایط بسیار ایده‌آل که می‌تواند مبنایی برای هدف‌های انسان باشد؛
۳. گستردن راه‌های نو به روی انسان و کمک به خروج وی از چارچوب ذهنی موجود.

انسان در رؤیاپردازی، بیشتر سراغ تصوره‌های غیرعملی و غیرواقعی می‌رود و همین ویژگی رؤیاست که به جهش و تغییر ناگهانی در زندگی انسان کمک می‌کند. اگر تصوره‌های انسان، پس از مدتی به سمت امکان‌پذیری میل کند و به عبارت دیگر، وی رؤیاهای خودش را غریب و به رؤیاهایی فکر کند که می‌تواند برای رسیدن به آنها چاره‌ای بیندیشد، کم‌کم سراغ هدف‌گذاری می‌رود و هدف‌هایی را در رؤیاهای خود متبلور می‌کند و این مبنایی می‌شود برای رسیدن به بصیرت نسبت به آینده که به آن چشم‌انداز نیز گفته می‌شود.

۳.۲ چشم‌انداز^۱

چشم‌انداز، عبارت است از ترسیم و تعریف شرایط مطلوب به زبان حال و قابل



نمودار ۱.۱ فرایند تعریف چشم‌انداز

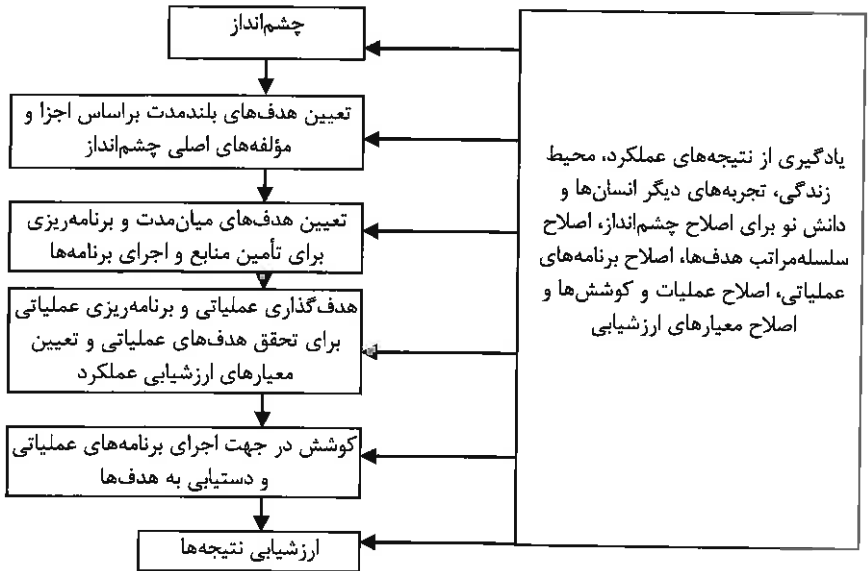
هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی، به گونه‌ای که دستیابی به آن از نظر وی امکان‌پذیر است. چشم‌انداز، عبارت است از تصور انسانی از وضعیت مطلوب و دلخواه وی در آینده به گونه‌ای که وی تصور می‌کند که به آرزوهای خود رسیده است و تصویر روشنی از ایده‌آل‌های خود به دست می‌آورد.

چشم‌انداز، مبنای هدف‌گذاری، حرکت و تلاش انسان است. انسان برای رسیدن به چشم‌انداز تلاش می‌کند؛ نتیجه تلاش خود را براساس چشم‌انداز، ارزش‌یابی و در یک فرایند پویای یادگیری، چشم‌انداز، برنامه‌ها و کوشش‌های خود را اصلاح می‌کند.

انسان‌ها برای جنبه‌های گونه‌گونی از زندگی خود چشم‌انداز معین می‌کنند، تشکیل خانواده، جایگاه زندگی و مسیر شغلی. اما شاید مهم‌تر از تعیین چشم‌انداز مسیر شغلی اجرای این چشم‌انداز است. اجرای چشم‌انداز طی یک فرایند انجام می‌گیرد که در نمودار ۲-۱ دیده می‌شود.

۴.۲ کار آفرینی به عنوان یک شغل^۱

همه شما می‌دانید که امروزه مشاغل متفاوتی در جامعه وجود دارد. نمونه‌ای از این مشاغل، عبارت‌اند از: کارگر، مدیر، مهندس، پزشک، خلبان، وکیل، سرمایه‌گذار، کشاورز، جوشکار، کارشناس (برای نمونه کارشناس دادگستری، کارشناس آموزش، کارشناس بانک) و ...



نمودار ۲.۱ فرایند پویای اجرایی چشم‌انداز مرحله‌های شغلی

اما آیا می‌دانید که افزون بر این مشاغل، شما می‌توانید با استفاده از توانایی‌ها و مهارت‌هایی که دارید؛ برای خود نیز شغل ایجاد کنید و کارآفرین باشید؟

با نگاهی به گذشته متوجه می‌شویم که بسیاری از شغل‌هایی که در قدیم وجود داشتند، امروزه وجود ندارند و به جای آنها مشاغل تازه‌ای ایجاد شده‌اند. برای نمونه در قدیم آسیابان، مسگر و درشکه‌چی وجود داشت. اما این شغل‌ها به مرور زمان از میان رفته‌اند و به جای آنها مشاغل تازه‌ای به وجود آمده است؛ شغل‌ها و حرفه‌هایی مانند تخصص‌های گونه‌گون رایانه (برنامه‌نویس، مونتاژکار، طراح سایت اینترنت و...). این مسئله ناشی از سرعت تغییر، پیشرفت در امکانات، فناوری و دگرگونی در نوع نیاز و نیازهای مردم است. به دلیل همین تغییرها، دگرگونی‌ها و انتشار اطلاعات، دوره کنونی به دوره اطلاعات و جامعه اطلاعاتی معروف شده و مشاغل نیز متناسب با آن به وجود آمده است. برای نمونه، اگر در گذشته (آخرین دهه سده بیستم) استفاده‌کنندگان از اینترنت در جهان ۱۵۰ میلیون نفر بودند، در ۲۰۱۰م این شمار به ۱/۹۶۶ میلیارد نفر رسیده است. در مقابل، از شمار مشاغل صنعتی به شدت کاسته می‌شود. برای نمونه، از ۱۹۸۴ تا ۱۹۸۸م هنگ‌کنگ و چین بیش از نصف مشاغل صنعتی خود را از دست

داده‌اند. همچنین در کشور ما استفاده‌کنندگان از اینترنت در ۱۳۸۹ هـ.خ به ۳۳.۲۰۰.۰۰۰ نفر رسیده است که نزدیک به نیمی از جمعیت ۷۶.۹۲۳.۳۰۰ نفری ایران را در برمی‌گیرد. این میزان رشد خود سبب ایجاد کسب‌وکارها و مشاغل تازه‌ای (فروش فرآورده‌ها و خدمات رایانه‌ای و...) شده است. از این رو در گزینش شغل آینده خویش به گونه کامل هوشیار باشید. این تغییر و دگرگونی‌های مشاغل در جدول ۱-۱ نمایش داده شده است. شما هم چند نمونه از مشاغلی را که در دوره‌های متفاوت وجود داشته‌اند یا در آینده به وجود خواهند آمد در اینجا بیاورید.

افزون بر آن، تغییر و دگرگونی‌هایی نیز در ماهیت کار و شغل در سازمان‌ها و شرکت‌ها به وجود آمده است؛ به گونه‌ای که دیگر مانند گذشته امکان استخدام همیشگی برای افراد وجود ندارد و بسیاری از کارهای تکراری را که در سازمان‌ها و شرکت‌ها پیش از این انسان‌ها با نیروی بازوی خود انجام می‌دادند، امروزه ماشین‌ها و ربات‌ها انجام می‌دهند. با در نظر گرفتن این تغییرها و دگرگونی‌ها، یکی از گزینه‌های مهم در گزینش شغل، ایجاد کسب‌وکار برای خود است، به همین دلیل، شمار کسب‌وکارهای ایجادشده در مقایسه با گذشته افزایش یافته است.

هر یک از شما نیز می‌توانید به فکر آن باشید که برای خود کسب‌وکار ایجاد کنید. شاید بپرسید که در آن صورت چه مزایا و سودهایی نصیبتان خواهد شد؟ به عبارت دیگر، افرادی که برای خود کسب‌وکار ایجاد کرده‌اند، چه دلیل یا دلایل‌هایی برای راه‌اندازی کسب‌وکار داشته‌اند؟

جدول ۱-۱ تغییر و دگرگونی‌ها در مشاغل

مشاغل عصر اطلاعات	مشاغل دوران صنعتی	مشاغل دوران قدیم
کارشناس زیست‌فناوری، مهندسی پزشکی، مهندس رایانه (با گرایش‌های مختلف)، طراح سایت، بازاریاب اینترنتی، کارشناس جرایم اینترنتی، مدیر توسعه فرآورده، ...	مهندس مکانیک، مهندس ساختمان، مهندس نساجی، مهندسی مواد، بازرگان ...	مسگر، آسیابان، سفالگر، کشاورز، دامدار، پینه‌دوز...

- در اینجا به دلیل‌های مهم راه‌اندازی کسب‌وکار توسط افراد متفاوت اشاره می‌کنیم:
- شاید مهم‌ترین و ابتدایی‌ترین پاسخ صاحبان کسب‌وکار آن باشد که افراد ترجیح می‌دهند به جای آنکه برای دیگران کار کنند، برای خودشان کار کنند و رفاه بیشتری به دست آورند. این موضوع، یعنی به دست آوردن پول بیشتر، پاسخ معقولی به نظر می‌رسد، اما کافی نیست. شاید پاسخ بهتر آن باشد که صاحبان کسب‌وکار می‌خواهند برای خود زندگی و شغل جداگانه‌ای ایجاد کنند. ایجاد شغل برای خود، گیراترین گزینه ممکن برای هرکس است.
 - یکی از ویژگی‌های افراد کارآفرین این است که برای آنان کار کردن در محیط اداری یا شرکت دیگران، سخت و دشوار است. این افراد باور دارند که هنگامی که برای خودشان کار می‌کنند، بهتر از هنگامی که برای رئیس یا کارفرمایشان کار می‌کنند، به نتیجه می‌رسند.
 - هنگامی که فرد به کسب‌وکار خود مشغول است، کارهای گونه‌گونی می‌کند و این موضوع، یعنی تنوع در انجام کار (که در برابر کارهای تکراری و ثابت قرار دارد) سبب رضایت درونی فرد می‌شود.
 - راه‌اندازی کسب‌وکار برای خود سبب می‌شود که فرد از همهٔ مهارت‌ها و دانشی که در دوران دانش‌آموختگی (تحصیل) و زندگی خود کسب کرده است، استفاده کند. در حالی که استفاده از همهٔ دانش و مهارت خود در محیط سازمان یا شرکت، ممکن نیست.
 - افراد کارآفرین ترجیح می‌دهند به جای آنکه کارفرما از نتیجهٔ کارشان سود ببرد، خود از نتیجه کارشان استفاده کنند.
- مسئله‌هایی که در راه‌اندازی کسب‌وکار باید به آنها توجه کنید:
- همان‌گونه که پیش از این اشاره شد، مهم‌ترین مزیت راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی آن است که برنامهٔ مربوط به شغل و کسب‌وکارشان به عهدهٔ خودتان قرار می‌گیرد و خودتان تصمیم می‌گیرید که چه کار کنید. با وجود این، مسئله‌ها و دشواری‌های زیر را نیز در نظر داشته باشید:
- ممکن است برای سودآوری در کسب‌وکار تازه راه‌اندازی‌شده، به زمان زیادی نیاز داشته باشید و درآمدتان در سال‌های اول کم باشد. همچنین ممکن است درآمد متغیر باشد.

- اگر در راه‌اندازی کسب‌وکارتان اشتباهی مرتکب شوید، کس دیگری مسئولیت آن را به عهده نمی‌گیرد و همه مسئولیت‌ها متوجه صاحب کسب‌وکار است.
- به گونه کلی صاحبان کسب‌وکار (به‌ویژه کسب‌وکارهای نو) در مقایسه با صاحبان دیگر مشاغل، باید زمان بیشتری را به کار خویش اختصاص دهند. بیشتر کارآفرینان این مورد را عامل اصلی موفقیت‌شان خوانده‌اند.
- با رشد و توسعه کسب‌وکارتان، باید یاد بگیرید بخشی از مسئولیت‌ها و وظیفه‌ها را به دیگران بسپارید، زیرا اداره همه کارهای کسب‌وکار گسترش‌یافته برای یک نفر مقدور نیست.

پس با توجه به اهمیت و ضرورت راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی، شغل آینده خویش را با تأکید بر ایجاد کسب‌وکار شخصی برنامه‌ریزی کنید.

برنامه آینده شغلی (مسیر شغلی) شما چیست؟ استخدام در سازمان یا شرکت ویژه‌ای یا ایجاد کسب و کار شخصی؟

این گزینه‌ها در شکل زیر که ما آن را درخت تصمیم‌گیری شغلی می‌نامیم، ترسیم شده است. این شکل شما را در راه رسیدن به هدف‌های شغلی یاری می‌کند.

شما پس از پایان آموزه‌ها، ۴ گزینه در پیش‌روی خود دارید:

۱. ادامه تحصیل^۱: اگر بخواهید گزینه ادامه دانش‌آموختگی را گزینش کنید، باز هم به فکر برنامه شغلی آینده خویش باشید. یعنی تصمیم بگیرید که پس از پایان آموزه‌ها، وضعیت شغلی شما چگونه خواهد بود؟ استخدام یا ایجاد کسب‌وکار برای خویش؟

۲. استخدام^۲: ممکن است پس از اخذ مدرک کارشناسی یا کارشناسی ارشد، در پی استخدام در سازمان یا شرکت ویژه‌ای باشید؛ یعنی بخواهید بی‌درنگ وارد بازار کار شوید. گفتنی است که قوانین استخدام در بسیاری از مراکز تغییر کرده و بسیاری از سازمان‌های دولتی و خصوصی و شرکت‌ها تمایلی به استخدام همیشگی افراد نشان نمی‌دهند، بلکه می‌کوشند کارهای خویش را به صورت تأمین منابع به بیرون از سازمان و شرکت بسپارند. پس به خاطر داشته باشید که گزینه استخدام در شرکت‌ها و سازمان‌ها نمی‌تواند از نظر شغلی گزینه مطمئنی باشد. یعنی ممکن است با کوچک‌ترین

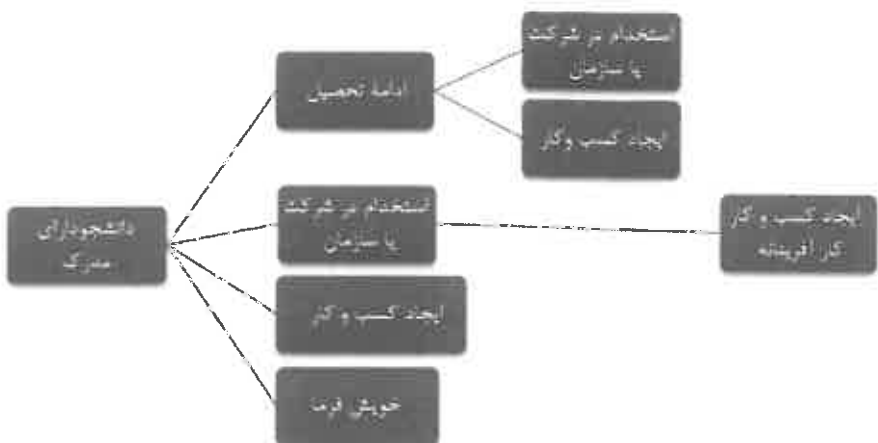
1. Education

2. Employment

تغییر و دگرگونی شغل خود را از دست بدهید. در هر صورت، کار کردن و کسب تجربه‌های کاری در یک سازمان و شرکت نیز می‌تواند مجرای برای ایجاد کسب‌وکار شخصی باشد. یعنی با کار کردن در یک مرکز و کسب تجربه و منابع مالی لازم، متوجه شوید که می‌توانید آن کار را برای خودتان انجام دهید و سود و سودهای به‌دست‌آمده از آن را خودتان به دست آورید. به بیانی ساده‌تر، می‌توانید از راه کار کردن برای دیگران یاد بگیرید که برای خود کسب‌وکار ایجاد کنید و در صورت لزوم، از آن سازمان یا شرکت به قصد ایجاد کسب‌وکار برای خویش خارج شوید.

۳. **ایجاد کسب‌وکار:** اگر گزینه ایجاد کسب‌وکار مد نظر شما باشد، یعنی تصمیم بگیرید بی‌درنگ پس از پایان آموزه‌ها برای خود کسب‌وکار ایجاد کنید، باید بسیار شجاع باشید و تجربه‌های لازم را نیز به دست آورید.

۴. **خویش‌فرما:** خویش‌فرما، کسی است که برای خودش کار کند و در استخدام شرکت یا سازمانی نباشد. برای نمونه، کسی که شغلش لوله‌کشی ساختمان است، بدون اینکه در استخدام جایی بوده، یا برای خود کسب‌وکاری داشته باشد، مشغول کار لوله‌کشی است.



شکل ۴.۱ درخت تصمیم‌گیری شغلی

1. Business establishment
2. Self-employment

۳. تعریف واژگان کارآفرینی و کسب‌وکار

گاهی برخی موضوعها آن اندازه بدیهی به نظر می‌رسند که آدمی احساس می‌کند که با نوشتن در مورد آنها و یادآوری آن چنان مطلب‌هایی، به شعور مخاطبش توهین کرده است. اما با گشت‌وگذاری مختصر، در کوچه پس کوچه‌های اجتماع‌های متفاوت، اعم از مجازی و حقیقی، به سادگی می‌توان دریافت که به تقریب هیچ‌چیزی را نمی‌توان بدیهی فرض کرد و هنوز هستند افرادی که بسیاری از بدیهیات را نمی‌دانند. بنابراین قصد داریم به تکرار یکی از آن بدیهیات پردازیم که پیش‌تر هم بارها و بارها تکرار شده است، اما عدم توجه به این نکته‌ها، سبب شده است کشمکش‌های بی‌نتیجه و بی‌فایده‌ای میان افراد گونه‌گون و با دیدگاه‌های متفاوت شکل بگیرد.

در اجتماع‌های حقیقی و مجازی آدم‌های متفاوتی را دیده‌ایم که بر سر مسئله‌هایی مانند کارآفرینی، کسب‌وکار، شرکت و ... بحث و جدل می‌کنند و سرانجام هم هیچ نتیجه‌ای جز اتهام خشک‌مغزی برای خود و طرف مقابل‌شان تحصیل نمی‌کنند. این به آن اتهام خشک‌مغزی می‌زند و آن به این! البته این مسئله می‌تواند دلیل‌های متفاوتی داشته باشد، اما به گونه معمول یک دلیل شایع این مسئله، آن است که در وهله نخست، از موضوع مورد بحث فهم مشترکی ندارند، و این نبود فهم مشترک، منجر به بی‌نتیجگی بحث می‌شود و بحث را هم به جدل بدل می‌کند.

به همین دلیل در این انتهای این فصل برآنیم که به منظور ایجاد توافق میان خوانندگان در خصوص مفاهیم و واژگان کارآفرینی و کسب‌وکار برخی از این واژگان را مفهوم‌سازی کنیم تا در ادامه، در فصول دیگر هماهنگی و انسجام لازم در ذهن خواننده به منظور درک درست مطلب‌ها به وجود بیاید.

۱.۳ کسب و کار^۱

کسب‌وکار عبارت است از تولید، عرضه یا خرید و فروش کالاها و خدمات به منظور به دست آوردن سود؛ کسب‌وکار انواع مختلف دارد که عبارت‌اند از:

۱.۱.۳ کسب‌وکارهای خانگی^۲: به هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی

1. Business

2. Home Business

که با استفاده از وسیله‌ها و امکانات خانه راه‌اندازی شود، کسب‌وکار خانگی می‌گویند.

۲.۱.۳ کسب‌وکارهای خانوادگی^۱: به کسب‌وکارهایی گفته می‌شود که افراد یک خانواده و خویشاوندان اقدام به تشکیل کسب‌وکاری می‌کنند. این نوع کسب‌وکارها را می‌توان در بسیاری از کشورها نظیر ایتالیا مشاهده کرد.

۳.۱.۳ کسب‌وکارهای روستایی^۲: این کسب‌وکارها با توجه به اندازه کوچک روستاها، در مقیاس کوچک هستند و با توجه به غالب بودن فعالیت‌های کشاورزی و کارگاهی از کارآیی ویژه‌ای برخوردارند.

۴.۱.۳ کسب‌وکارهای مجازی^۳: کسب‌وکاری است که از ابزارهای غیرحضوری برای انجام کسب‌وکار بهره می‌گیرد و برخلاف کسب‌وکارهای سنتی است که بر دادوستدهای چهره به چهره به همراه مستندات فیزیکی و مانند آن استوارند. کسب‌وکار مجازی دارای انواع متفاوتی است که ۲ نوع عمده آن عبارت‌اند از: کسب‌وکار الکترونیک، و کسب‌وکار بدون کارخانه:

۱.۴.۱.۳ کسب‌وکارهای الکترونیک^۴: این نوع کسب و کار نو بوده و با پیدایش رایانه، اینترنت، و توسعه جامعه خدماتی به عنوان یکی از سریع‌ترین کسب‌وکارها از نظر شمار، سود و حجم در عرصه تجارت جهانی مطرح هستند. به گونه کلی کسب‌وکار اینترنتی به فروش فرآورده‌ها یا خدمات در اینترنت گفته می‌شود.

۲.۴.۱.۳ کسب‌وکارهای بدون کارخانه^۵: این دسته از کسب‌وکار، شامل کسب‌وکارهایی است که در آنها همه مرحله‌های فرایند ایده تا تولید طی می‌شود، با این تفاوت که مرحله تولید کارخانه‌ای آن برون‌سپاری می‌شود.

۵.۱.۳ کسب‌وکارهای کوچک^۶: کسب‌وکارهایی هستند که کمتر از ۵۰ نفر در استخدام دارند. بانک مرکزی ایران نیز کسب‌وکارهای زیر ۱۰۰ نفر نیروی کار را به عنوان بنگاه‌های کوچک و متوسط تلقی می‌کند.

1. Family Business
2. Rural Business
3. Virtual Business
4. E Business
5. Business without factory
6. Small Enterprise

۶.۱.۳ کسب‌وکارهای متوسط^۱: به کسب‌وکاری گفته می‌شود که شمار افرادی که در آن کار می‌کنند، میان ۵۰ تا ۵۰۰ نفر باشند. تقسیم‌بندی بنگاه‌های کوچک و متوسط بدین قرار است: بنگاه خرد (۱ تا ۹ نفر)؛ بنگاه کوچک (۱۰ تا ۴۹ نفر)؛ بنگاه متوسط (۵۰ تا ۲۴۹ نفر).

۷.۱.۳ کسب‌وکارهای بزرگ^۲: به آن دسته از کسب‌وکارهایی گفته می‌شود که بیش از ۵۰۰ نفر کارمند داشته باشند و از نظر اندازه، سود و فروش، به گونه معمول ارقام بالایی را به خود اختصاص می‌دهند.

۲.۳ کارآفرینی^۳

سرمایه هرگز ایده‌ای را به حرکت در نمی‌آورد، بلکه این ایده است که محرک سرمایه است و موفقیت در کسب‌وکار، با ایده نوآورانه و خلاق که به همراه سرمایه منجر به ارائه فراورده نو در بازار می‌شود، رقم می‌خورد که این خود کارآفرینی است.

۱.۲.۳ کارآفرینی مستقل^۴: فرایندی است که در آن کارآفرینان از ایده آغازی تا ارائه فراورده خود به جامعه، همه فعالیت‌های کارآفرینانه را با ایجاد یک بنگاه اقتصادی نو به گونه مستقل طی می‌کند. کارآفرین مستقل نیز فردی است که مسئولیت آغازی گردآوری منابع لازم برای آغاز یا رشد کسب‌وکاری را بسیج می‌کند و تمرکز او برنوآوری و گسترش فرایند، فرآورده یا خدمات نو است. به عبارت دیگر کارآفرین فردی است که یک شرکت را ایجاد و اداره می‌کند و هدف اصلی‌اش سودآوری و رشد است.

۲.۲.۳ کارآفرینی سازمانی^۵: فرایندی است که در آن فرآورده‌ها یا فرایند نوآوری شده از راه القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از پیش تأسیس شده، به ظهور می‌رسند. به تعریفی دیگر کارآفرینی سازمانی فرایندی چند بعدی است که سازمان را به سمت و سوی نوآوری، بی‌پروایی و پیشگامی پیش می‌برد.

۳.۲.۳ کارآفرینی اجتماعی^۶: کارآفرینی در یک زمینه اجتماعی برای سازمان‌های غیر تجاری و اقتصادی را دربر می‌گیرد.

-
1. Medium Enterprise
 2. Large Business
 3. Entrepreneurship
 4. Independent entrepreneurship
 5. Corporate Entrepreneurship
 6. Social Entrepreneurship

۳.۳ کارآفرین^۱

کارآفرین، فردی است که با تشخیص فرصت و بدل ایده و اندیشه نو به یک کسب‌وکار (کسب‌وکار خانگی، کسب‌وکار اینترنتی، کسب‌وکار خانوادگی، کسب‌وکار کوچک و متوسط...) و با بسیج منابع که توأم با مخاطره مالی، اجتماعی آبرویی و حیثیتی است فرآورده و خدمت نو به بازار ارائه می‌کند.

۴.۳ طرح کسب‌وکار^۲

طرح کسب‌وکار، سندی مکتوب که جزئیات کسب‌وکار پیشنهادی را مشخص می‌سازد. این سند باید ضمن تشریح موقعیت فعلی، نیازها، انتظارات و نتیجه‌های پیش‌بینی‌شده را شرح دهد.

۵.۳ طرح امکان‌سنجی^۳

امکان‌سنجی، سندی است که هر طرح را از ۲ جنبه اقتصادی و فنی مورد بررسی قرار می‌دهد و میزان سودآوری و قابل اجرا بودن طرح را اندازه‌گیری می‌کند. طرح امکان‌سنجی نمایش جایگزین طرح را نیز معرفی می‌کند و در نهایت به ۲ پرسش اساسی پاسخ می‌گوید:

آیا طرح قابلیت اجرا دارد؟

آیا منجر به سود خواهد شد؟

۶.۳ الگوی کسب‌وکار^۴

یک الگوی کسب‌وکار ساده‌ترین راه برای فهم شیوه بهره‌مندی از فرصت‌های بازار است. به عبارت دیگر الگوی کسب‌وکار چیزی جز نمایش شیوه درآمدزایی یک کسب‌وکار نیست.

-
1. Entrepreneur
 2. Bueiness Plane
 3. Feasibility Study
 4. Business Modle

۷.۳ شرکت‌های نوپا^۱

شرکت‌های نوپا یا استارت‌آپ به شرکت‌هایی گفته می‌شود که با یک ایده ساده و نخست آغاز می‌کنند و به سرعت رشد می‌یابند و به درآمد می‌رسند. از بهترین نمونه‌ها و موفق‌ترین استارت‌آپ‌های جهان می‌توان به گوگل، مایکروسافت، اپل و... اشاره کرد. شرکت‌هایی که با یک ایده ساده آغاز به کار کرده و به درآمدهای میلیاردی رسیده‌اند و امروز بر جهان تأثیر می‌گذارند. استارت‌آپ‌ها به گونه معمول نیاز به سرمایه‌آغازی هنگفتی ندارند و به کمک فناوری گسترش پیدا می‌کنند، برای موفقیت استارت‌آپ فن‌های متفاوتی مورد نیاز هست که باید آموخته شود.

۸.۳ فرشتگان کسب‌وکار^۲

فرشتگان کسب‌وکار: یعنی آن دسته از سرمایه‌گذارانی که سرمایه‌آغازی شرکت‌های پرریسک که در مرحله آغازین خود قرار دارند را فراهم می‌کنند. فرشته سرمایه‌گذار فردی است که در سرمایه‌گذاری‌های نقدی شرکت می‌کند و اگر شما تصمیم به آغاز تجارت داشته باشید برای گسترش تجارت، نیاز به سرمایه دارید فرشته سرمایه‌گذار می‌تواند در آغاز کسب‌وکار نو به شما کمک کند و سرمایه را برای شما فراهم سازد که بازدهی سرمایه‌آغازی شما سریع‌تر باشد. آنها یکی از مشهورترین گزینه‌های مالی و سرمایه‌گذاری در تجارت امروزی شما هستند. این گونه افراد که فرشتگان سرمایه‌گذاری هستند در ابتدا الگوی کسب‌وکار شما را مطالعه می‌کنند و پس از مطالعه مطمئن می‌شوند که ارزش پول و وقت و ریسکی که انجام می‌دهند و بابت آن هزینه و سرمایه‌گذاری کرده‌اند چقدر است. فرشته سرمایه‌گذار شخصی است که یک سرمایه نقدی در تجارت را در اختیار شما قرار می‌دهد در حالی که می‌توانید انتظار یک نرخ سوددهی بالا در سرمایه خود را داشته باشید.

۹.۳ سرمایه‌گذاری خطرپذیر^۳

که از آن با عنوان‌های «سرمایه‌گذاری جسورانه» یا «سرمایه‌گذاری کارآفرینی» نیز نام

-
1. Start up
 2. Business angels
 3. Venture Capital

می‌برند، عبارت است از تأمین سرمایه لازم برای شرکت‌ها و کسب‌وکارهای نوآور و کارآفرین که مستعد جهش و رشد ارزش و البته ریسک فراوانی است. این شرکت‌ها در مرحله‌های ابتدایی رشد و تکامل اقتصادی خود، مورد توجه سرمایه‌گذارانی هستند که با ارزیابی موشکافانه خود، شکاف سرمایه و کمبود نقدینگی شرکت‌های کارآفرین را جبران می‌کنند و در گروه سهام‌داران آنان قرار می‌گیرند. سرمایه‌گذار ریسک‌پذیر با مدیریت کوشا و برنامه‌ریزی در گسترش الگوهای راهبردی، در کسب‌وکار هدف و ارزش افزوده و افزایش بهای سهام این شرکت‌ها نقش مهمی ایفا می‌کند.

۱۰.۳ کارآفرینی فناورانه^۱

کارآفرینی فناورانه مربوط به فناوری حوزه تازه‌ای است که از کارآفرینی ریشه گرفته است. هدف کارآفرینی مربوط به فناوری این است که ویژگی‌های رفتارهای کارآفرینانه را در محیط‌های متمرکز بر فناوری و فناوری‌های نو مورد مطالعه قرار دهد. مطالعه کارآفرینی مربوط به فناوری اهمیت دارد، چون ترکیبی از عامل‌های ریسک همراه کارآفرینی را دربر می‌گیرد؛ در سال‌های اخیر تکنوپروانورشیپ در اروپا به عنوان یکی از مهم‌ترین منابع ایجاد ارزش اقتصادی و گسترش مطرح شده است. کارآفرینی فناورانه در سطحی بالاتر از کارآفرینی قرار دارد و عبارت از تحویل یک فرآورده نو یا ارائه نوآوری در خدمات در بخش فناوری‌های نو است. یا به تعبیری فرایندی از ساخت مهندسی آینده یک فرد، سازمان یا ملت است. تکنوپروانور^۲ کارآفرینی است که فهم و درک فناورانه دارد و خلاقیت، نوآوری، پویایی و شهامت متفاوت بودن از ویژگی‌های اوست. کارآفرینان مربوط به فناوری به گونه معمول دانش، مهارت‌ها و ویژگی‌هایی متفاوت از دیگر کارآفرینان دارند. آنان همگی دانش فنی کافی دارند اما دارای کمبود مهارت‌های همگانی مرتبط با کسب‌وکار هستند. اسکات شین و ونکاتارامان فرایندی را که کارآفرینان منابع سازمانی، سامانه‌های فناوری و راهبردهایی که توسط شرکت‌های کارآفرین برای تعقیب فرصت‌ها استفاده می‌شود را یکپارچه می‌کنند، کارآفرینی فناورانه می‌نامند.

1. Technopreneurship

2. Technopreneur

۱۱.۳ کارآفرینی اطلاعاتی (اطلافرینی)^۱

اطلافرین به فردی گفته می‌شود که کسب‌وکار اصلی وی گردآوری و فروش اطلاعات الکترونیکی است. این اصطلاح یک اصطلاح مرکب است که از ترکیب دو واژه اطلاعات و کارآفرین به دست آمده است. اطلافرین یا کارآفرینی اطلاعاتی به طور کلی به کارآفرینی گفته می‌شود که با فروش اطلاعات در اینترنت درآمدزایی می‌کند.

۱۲.۳ شرکت‌های دانش‌بنیان^۲

شرکت‌ها و مؤسسه‌های دانش‌بنیان شرکت یا مؤسسه خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، گسترش اقتصاد دانش‌محور، تحقق هدف‌های علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتیجه‌های پژوهش و گسترش (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان به ویژه در تولید نرم‌افزارهای مربوط تشکیل می‌شود.

۴. نتیجه‌گیری

جهان کسب‌وکار امروز، با چالش‌های بسیاری روبه‌روست. تنها افراد تیزهوش و انعطاف‌پذیر می‌توانند به‌خوبی از عهده مسئله‌ها و پیچیدگی‌های موجود برآیند. لازمه کسب موفقیت، آگاهی از معنای موفقیت و دانستن راهی است که باید پیموده شود. باید در نظر داشت که هیچ موفقیتی بدون داشتن برنامه، هدف و پشتکار به دست نمی‌آید. همان‌گونه که طی این فصل اشاره شد، افراد موفق ویژگی‌های برجسته‌ای دارند که از میان آنها می‌توان به داشتن برنامه‌ریزی پیشرفت شغلی اشاره کرد. کارآفرینان در آغاز هر کسب‌وکاری به مرحله‌ها و پایان آن می‌اندیشند و همان نیروی اندیشیدن به آینده و هدف، آنان را به موفقیت می‌رساند. همچنین کسب‌وکار دارای اصولی است که با در نظر گرفتن هرچه بهتر آنها می‌توان موفقیت را دست‌یافتنی‌تر و ممکن ساخت. برخی از اساسی‌ترین اصول در این فصل بررسی شد.

1. Infopreneurship

2. Knowledge-Based Enterprise

تکالیف

۱. از نظر شما به چه کسانی موفق می‌گویند؟
۲. عامل‌های موفقیت افراد موفق چیست؟
۳. نقش افراد موفق در پیشرفت و گسترش چیست؟
۴. نقش تعیین هدف‌های شغلی در موفقیت چیست؟
۵. یک چکیده (رزومه) از سابقه‌های آموزشی و حرفه‌ای خود تهیه کنید.
۶. فهرستی از آرزوهای خود تهیه کنید.
۷. یک برنامه مسیر شغلی برای ۲۰ سال آینده خود در ۴ مقطع ۵ ساله تهیه کنید.
۸. ۵ فرد موفق و ۵ شرکت موفق ایرانی از دیدگاه خودتان را با آوردن دلیل نام ببرید و در مورد آنها اطلاعات کوتاهی برای کلاس درس تدارک ببینید.
۹. در مورد ۵ فرد یا شرکتی که از نظر شما در دستیابی به موفقیت ناکام بوده است، پژوهش کنید.
۱۰. ۵ ایده خوب که به نظرتان برای راه‌اندازی کسب‌وکار مناسب است را بنویسید. آنها را نگه دارید و ببینید پس از مطالعه این کتاب آنها را چگونه ارزیابی می‌کنید.
۱۱. فهرست ۱۰۰ شرکت برتر ایرانی را تهیه کنید.
۱۲. فهرست ۵۰۰ شرکت برتر و افراد ثروتمندترین جهان را از ۲ منبع معتبر جهانی تهیه کنید*.