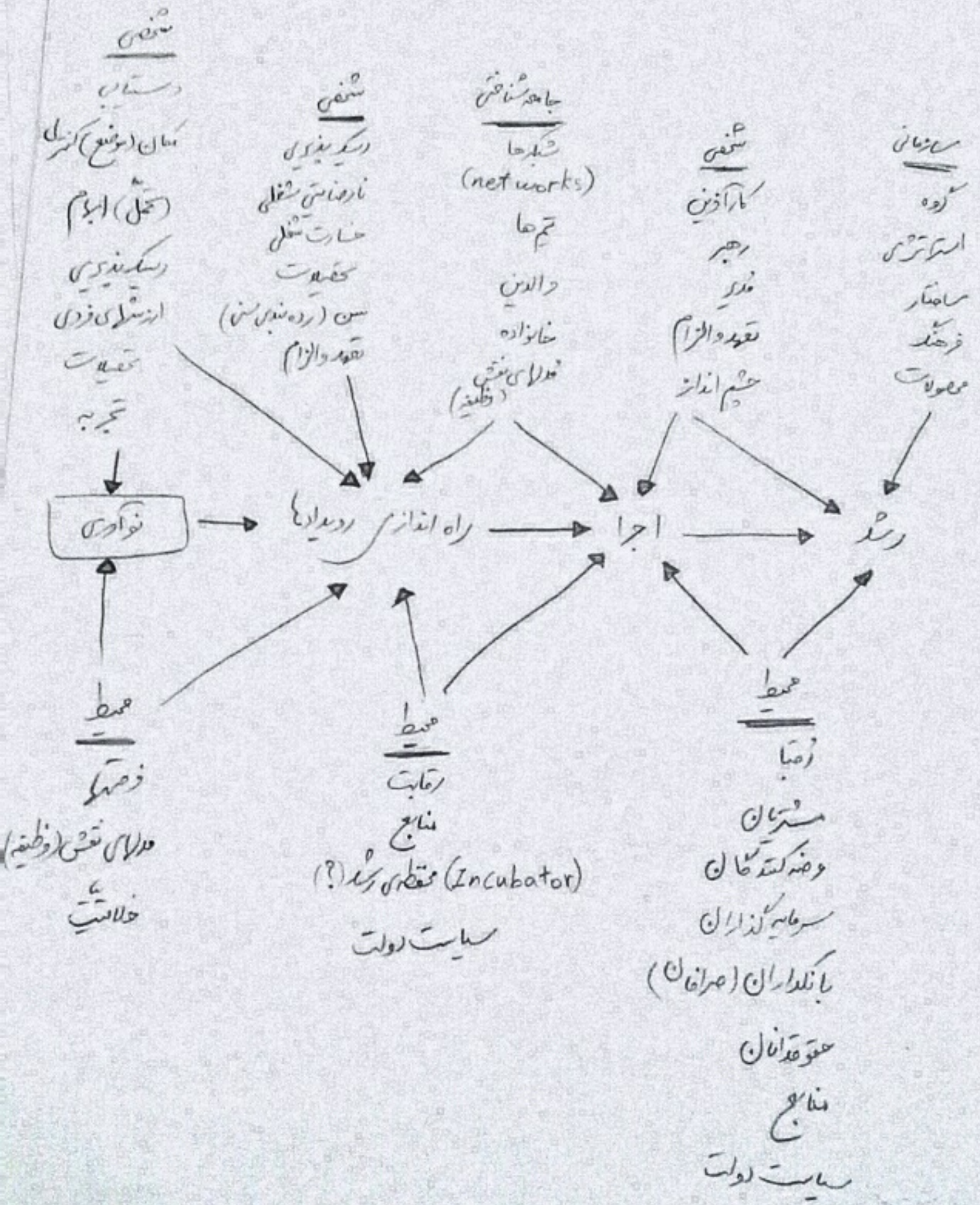
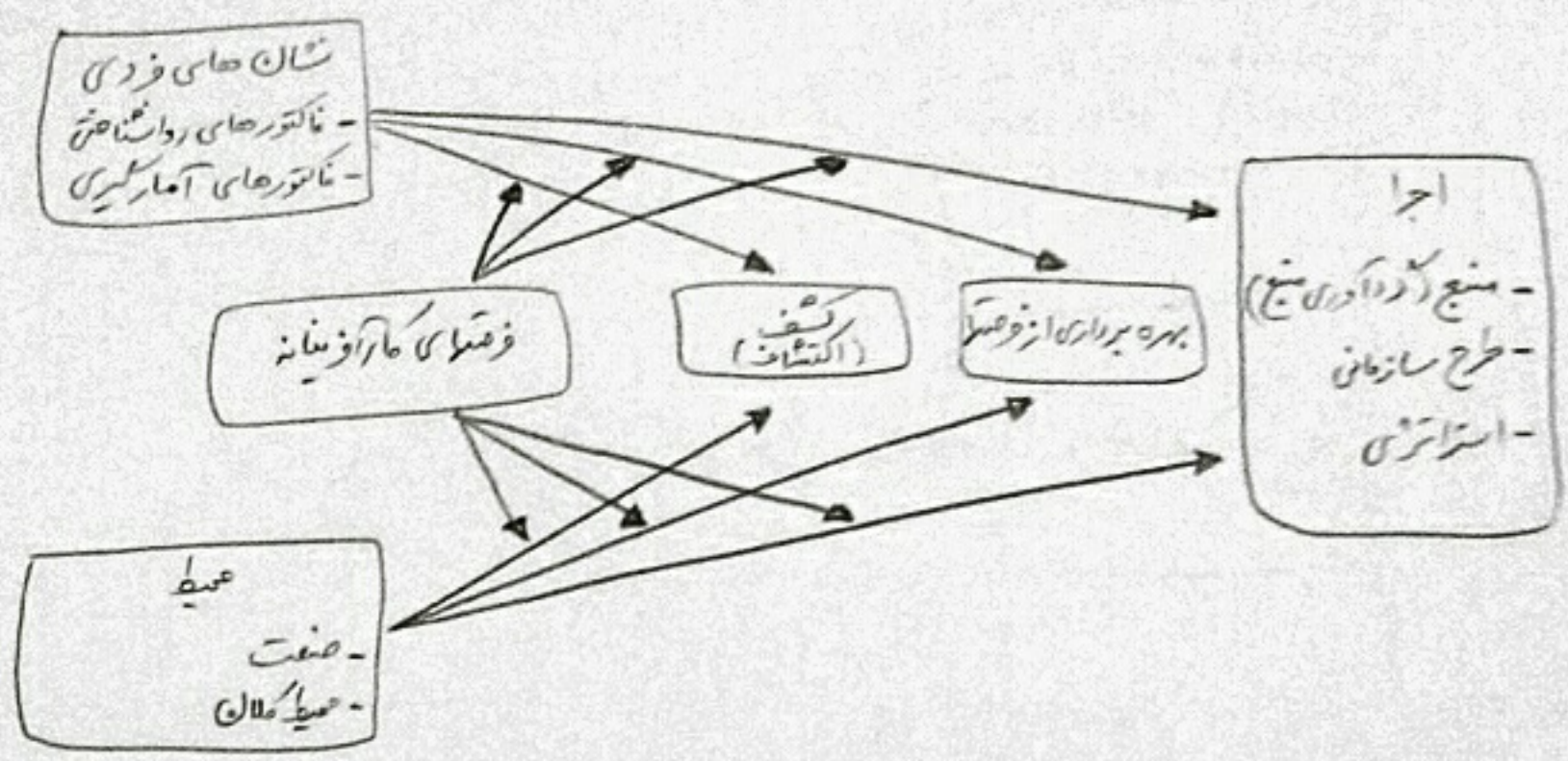
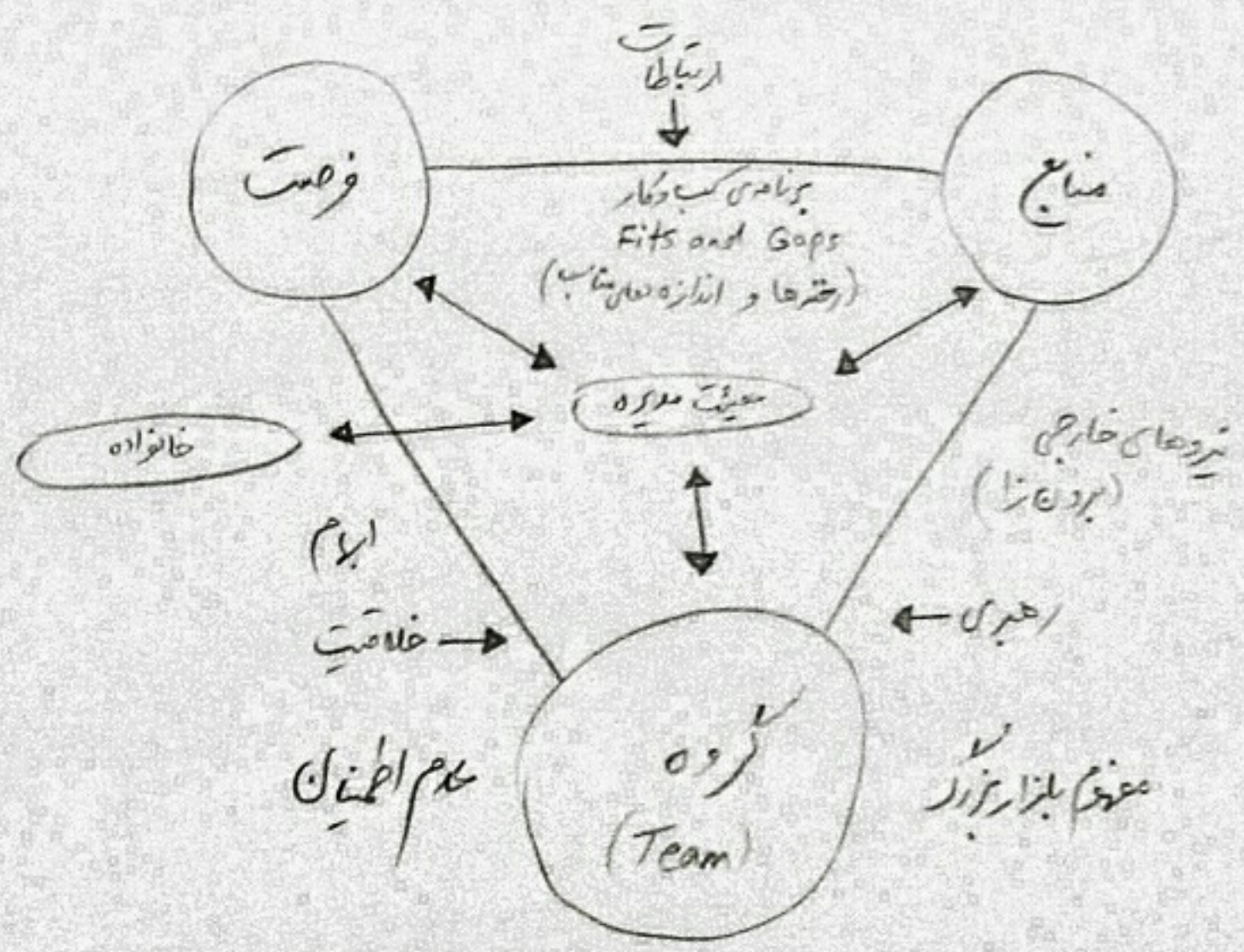




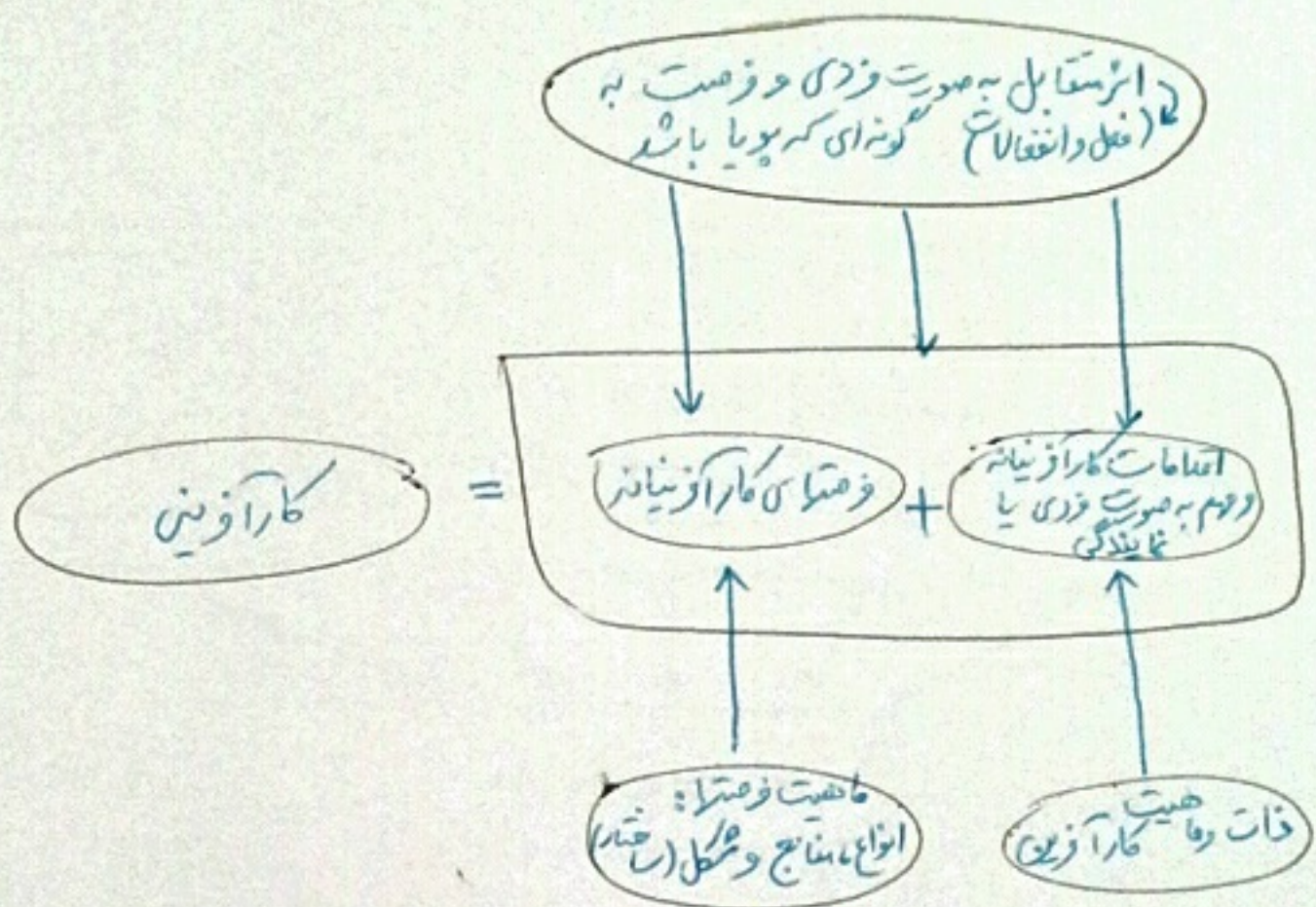
آلگوی فرآیند کارآفرینی شین (Shane)



آلگوی فرآیند کارآفرینی تیمیتر



اهمیت فرصت در رواند کارآفرینی



مفهوم فرصت کارآفرینی

اسم ۹

کارآفرینی فعالیتی است که شامل اکتشاف، انضباط، بهره برداری و استخراج فرصت به منظور معرفی کالاها و خدمات جدید، راههای سازمان یافته، فرآیندها و مواد اولیه از طریق سازماندهی منابع افراد بازارهای (که قبلاً وجود نداشته است)

فرصت‌های کارآفرینی، عبارتند از مجموعه‌ای از ایده‌ها، اعتقادات و فعالیت‌ها که خلق کالاها و خدمات
آتی (آینده) را در عین حال با زیرهای جاری (برای آن‌ها) مقصور می‌سازد.

۱۱۱-13 why, when and how do some people and not others
exploit the opportunities that they discover?

- چرا، چه زمانی و چگونه برخی از افراد (و نه دیگران) از فرصت‌هایی که می‌یابند، بهره‌برداران و
استفاده می‌کنند؟

✓ ماهیت فرصت
✓ تفاوت‌های فردی

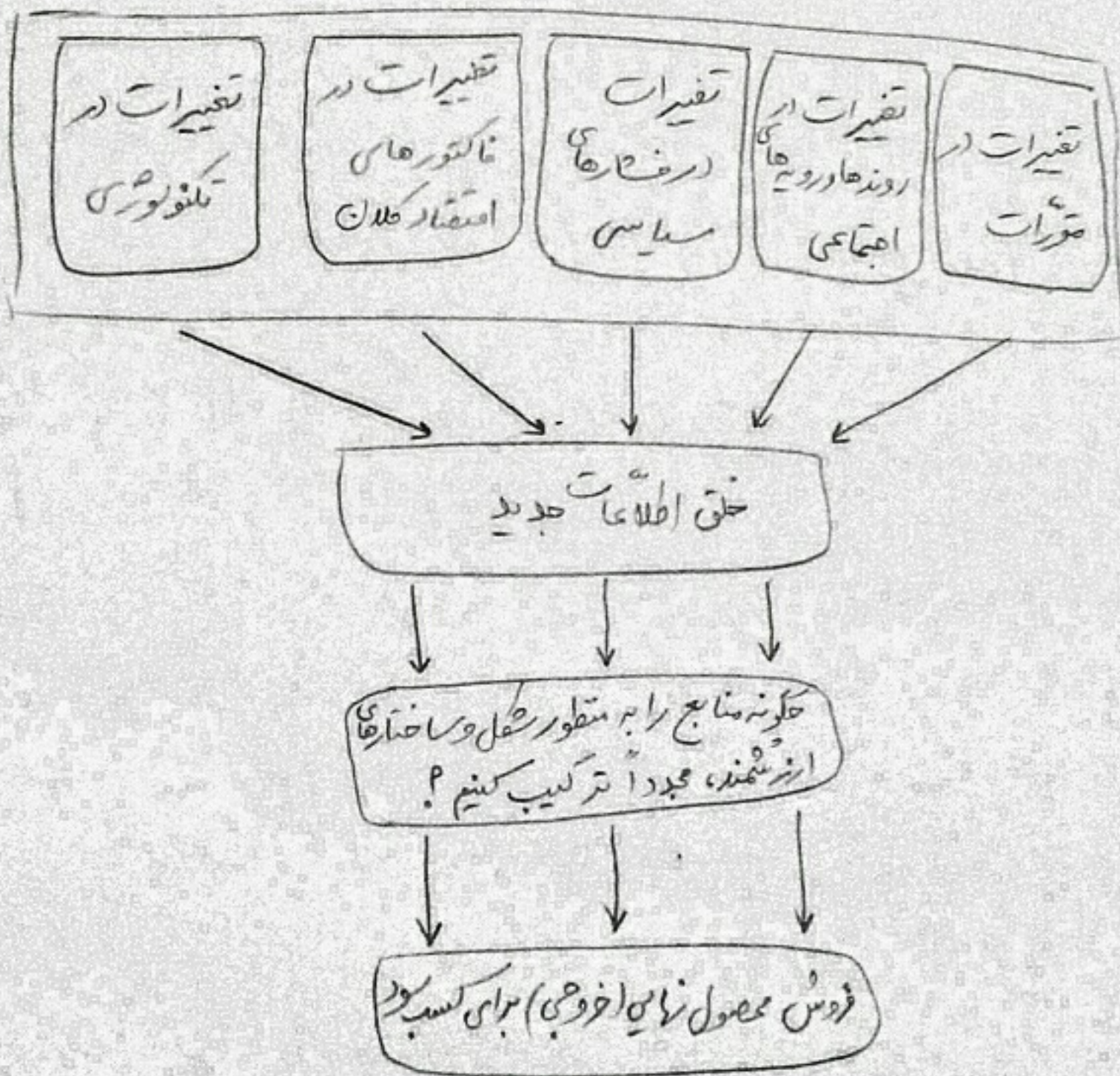
"فرصت" به چه معناست؟

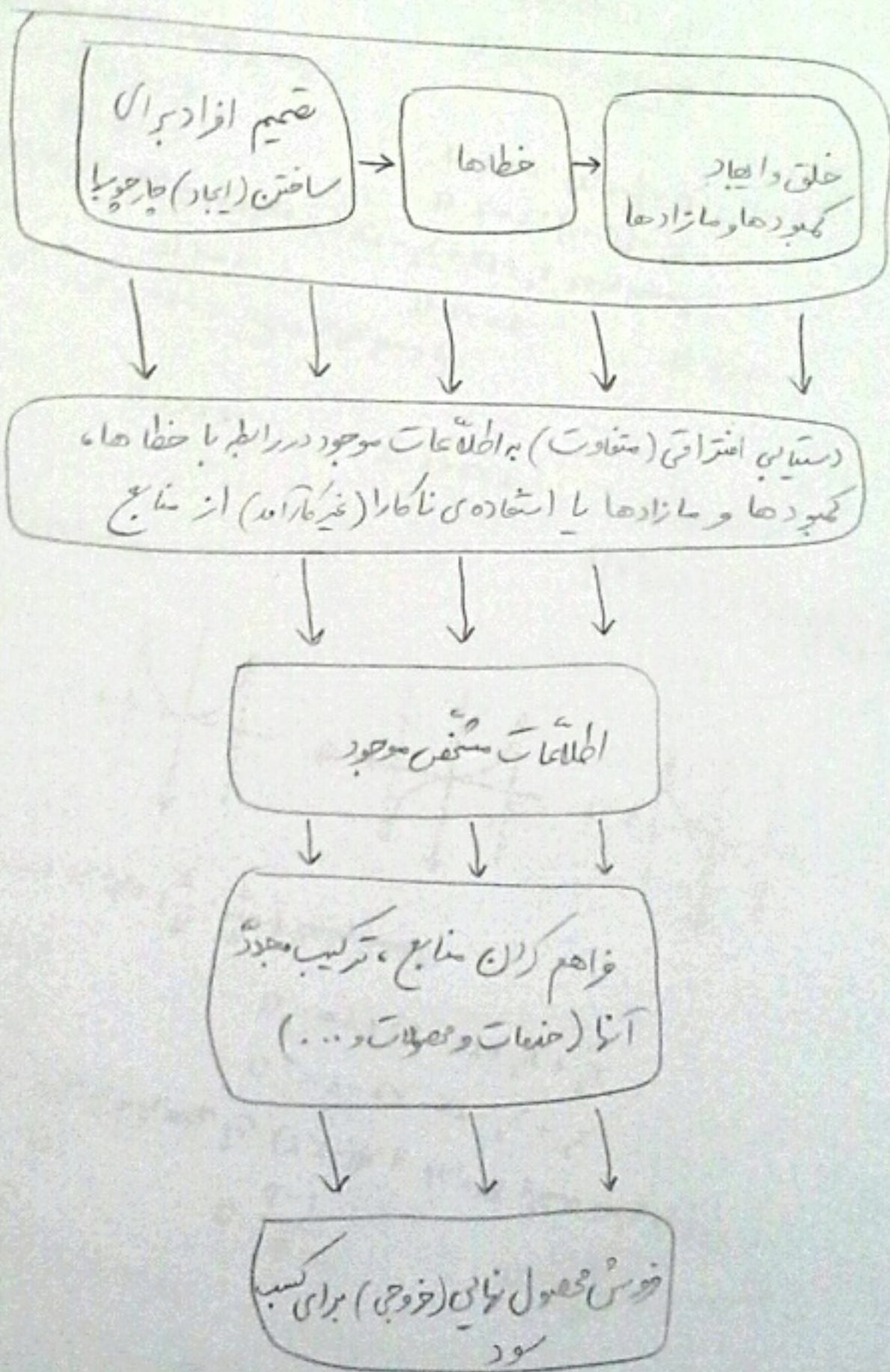
فرصت لغات آکسفورد، فرصت را بدین گونه معنای می‌دهد: زمان، درنگ (موقعیت ویژه) یا شرایطی که
همه چیز برای یک هدف، مساعد و مطلوب است و یا پذیرفتن چیزهایی که به نوعی دارای اثر هستند
(انجام شده و تأثیرگذارند)
چیزهایی که

بکشنز کسب و کار (Business dictionary): مجموعه‌ای از رویدادها و شرایط قابل استخراج و
قابل استفاده با نتیجه‌ای نامشخص (نامطمئن)، که نیازمند تعهد منابع و ریسک پذیری است.
(در معنی ریسک قرار گرفتن)

دیگه گاهه سوسائتی در باره ی وجود و منبع خوسرک

کار آفرینانه :





تعریف و ارزیابی فرصت

تعریف فرصت: خوانندگی که به صورت خودی مطرح می‌شود (به ذهن خطور می‌کند) همراه با فرصت
عناوین جدید (؟)

فرصت می‌تواند به وسیله استفاده از ورودی مصرف‌کنندگان، شرکای کسب و کار، اعضای
کانال‌ها و رسانه‌های متفاوت دیا "افراد تکنیکال (فنی)" نیز تعریف شود.

کارآفرین در باب علت فرصت را درک کند، تغییرات تکنولوژیکی است، اشغال بازاری است،
مقررات و نظامنامه‌ی دولت است یا مبتنی بر رقابت می‌باشد؟

صفحه ۱۳ راه تب، تشخیص و ارزیابی و فرصت ایده‌ها برای
فرصت، شامل:

- (۱) نوع فرصت (مصول یا خدمات جدید)
- (۲) شرح و توصیف فرصت (شناسایی نیازهای مناسب، چانه‌ی و تبیین اینکه چرا افراد می‌توانند
خدمات را خریداری می‌کنند؟ و برای یافتن در برخورد با نیاز، چه اقداماتی اخیراً انجام می‌دهند؟)
- (۳) تشخیص و ارزیابی فرصت (سنجش کمی و کیفی فرصت)

صفحه ۱۴ (۶ گام تجاری سازی که قبلاً ترجمه شده بود)



جلسه ۲۵ آذر

سوالی که هر کارآفرین می پرسد:

۱- چقدر می توانم کسب کاری را انجام بدهم چه ریسک هایی مرا تهدید خواهد کرد.

۲- آیا اهداف من درستی هستند و نه اند.

۳- آیا استعدادهای جدید در این زمینه وجود دارد.

۴- آیا من به تنهایی می توانم این کار را انجام بدهم.

سوال ۱ برای سرمایه گذاری جدید

۱- چقدر نیاز رضایتمندی را می توانم با این ایده های جدید پر کنم؟
چقدر نیاز به وجود دارد که هیچ کس نمی تواند آن را شک بازار را پیش ببرم.

۲- شرح کار و خدمات کار چیست چیست چیست

و این ها را خصوصیات آن چیست

آیا روش زندگی کار و کار افراد (تفسیر خواهد داد)



۳۔ پستریان این محصول و خدمت چوک بنی هستند
مهر کبیل از بازار طایب این محصول هستند
آیا مشتری از یک گره ستری وجود دارد؟

۴۔ چه منافعی از فروش محصول وجود دارد؟

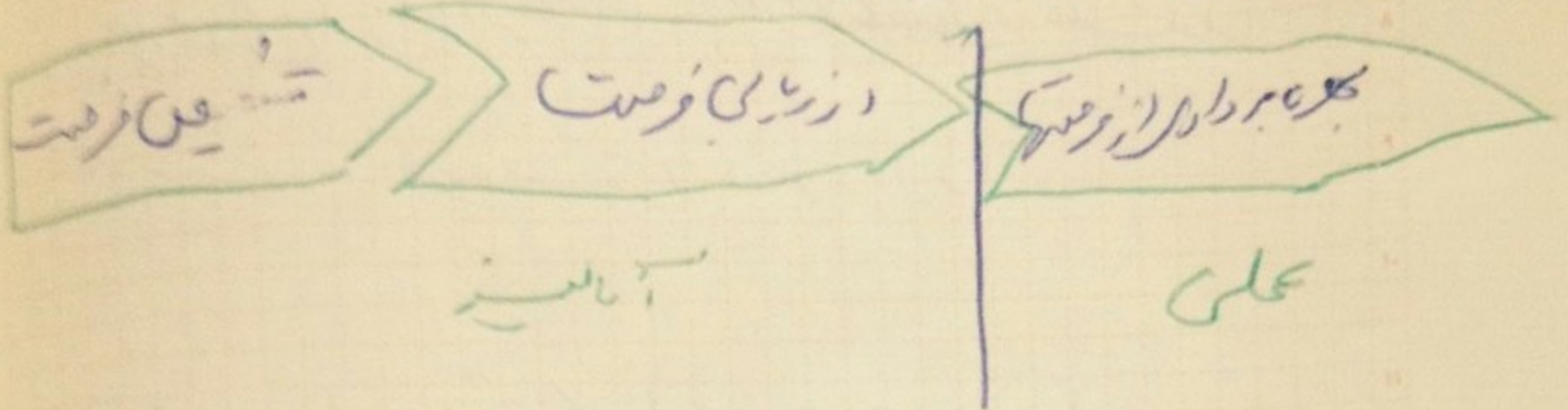
استبانات مداوم در انتخاب کسب و کار

۱۱۔ استبانه اول رایج می باشد. علاقی و خواسته های
کافی خود را در یک کسب و کار قرار می دهیم.

۱۲۔ استبانه دوم شروع یک کسب و کار بدون برنامه ریزی مناسب
بدون برنامه محتمل از بی برنامه بودن است.

۱۳۔ خطای سوم درخواست ملک بزرگ

فرایند کار آهن پایی



- ۱- **ارزیابی فرصت** → در این قسمت سوابق زیر بررسی می شود.
- ۲- آیا فرصت نیاز را بر می آید؟
- ۳- ارائه مدارک برای پذیرفته شدن محصول در بازار
- ۴- نشان به هم بازار یا فرصت مورد تقاضا دارد. (بازار برای محصول)
- ۵- محصول یا خدمتی خواصم انجام به هم معتبر از رفاهاست یا غیره
- ۶- نیازهای که برای کسب در آمد یا سود وجود دارد (نیازها)
- ۷- روش ها و عملیات قطعی باید بررسی شود
- ۸- هزینه ها باید برآورد شود. چه هزینه های مستقیم و غیر مستقیم!

چک لیست سرمایه گذاری جدید

۱. امکانات پایه ای سرمایه گذاری
- آیا محصول یا خدمت جدیدی تواند کار کند
- سرمایه قانونی می باشد

۲. مزایای رقابتی برای سرمایه گذاری
- چه مزایای رقابتی خاص محصول یا خدمت ما را می کند
- چه مزایای رقابتی آسان شرکت از دیگران دارد

سرپرست دفتر مدیریت (۱۰۰٪) - سایر روز تاسیس نهاد شورای نگهبان

۳. واکنش رقبای خواهد بود؟

- مزیت های رقابتی اولیه چه هستند

۴. تقسیم تیر خریدار د

۵. مشتریان نام گذاری خواهند بود

۶. میزان خرید مشتریان چه قدر خواهد بود / چه مقدار مشتری معود دارند؟

۷. این مشتریان از توانایی های کمی هستند / چگونه به کار می آیند

۸. رسانی خواهد بود

۴- بازاریابی کالاها و خدمات

- چه مقدار برای بازاریابی و فروش هزینه خواهد شد؟
- چه بخشی از بازار را شرکت خواهد گرفت (در چه مدت زمانی؟)
- عملیات فروش توسط چه کسانی انجام خواهد شد؟
- نحوه قیمت گذاری. قیمت گذاری رقیبان و تقاسیمه کن یا قیمت گذاری شرکت خودمان
- موثقت مکانی چه قدر اهمیت دارد. چگونه می توانیم آنرا تحقیق کنیم
موثقت مکانی محصول در تقاسیمه یا رقیبان
- چه کانال هایی برای توزیع کالا وجود دارد؟ مظهر فروش مجموعه فروش
اعمال - قیمت و ...
- بازره هدف ما کوانند؟ زبان تحقیق کن ها کی می باشد؟
- آیا بفاشی می توان قبل از شروع کمب و کار گرفت؟ چه مقدار؟
چه مقدار مجب



۵- تولید گاز و خدمات

- با شرکت حصول مورد نظرش را توافق خواهد کرد یا می‌تواند با شرکتش از این موردش را استفاده خواهد کرد

- آیا منابع عرضه کنندگان با قیمت‌های قابل قبول در دسترس است؟

- عمل‌کاران چه قدر زمان خواهند صرف؟ (منابع اولیه، گاز، ...)

- آیا تجهیزات مورد نیاز در دسترس داریم؟

- چگونه می‌توانیم به صورت مناسب از روش‌های تولید استفاده کنیم؟

- کیفیت حصول چگونه کنترل می‌شود؟

- برآورد حصول چگونه خواهد بود؟

I نیروی انسانی

- چه تعداد نیرو داریم؟ داریم؟ در چه بخش‌هایی؟ چه قدر طول

می‌کشد تا ضرب شود؟

- استخدام چگونه انجام می‌شود؟ در چه زمانی؟ چگونه می‌توانیم

- آیا به ما نیاز است؟ آیا به ما نیاز داریم؟

- تأمین نیروی کار چگونه انجام خواهد شد؟

برای تریا نقدی و غیر نقدی خاص مدت‌هاست در نظر
گرفته می‌شود و تریا کار

۴ کنترل

- به چه جهت های نیاز خواهیم داشت چگونه به وسم کار باید رگور
- آیا یک کنترل خاص مدت‌هاست داریم؟ تریا های آن چیست

۵ مسائل مالی

- چه مقدار برای تولید محصول ضرورت لازم است

- چه مقدار برای شروع لازم است

- منابع مالی از کجا تأمین خواهد شد؟ اگر تسهیلات لازم داریم از کجا
تأمین می‌کنیم؟

- چه نوع درجه‌بندی مالی می‌توانیم داشته باشیم؟
چه هزینه‌های غیر معمولی داریم؟

- برآورد سرمایه / عواید حاصل از فروش / تقاسیم با ربا

- سرمایه‌گذاران چگونه می‌توانند پولشان را پس می‌گیرند