

تشخیص فرصت چیست: وجهی در موقعیت یک کسب و کار دارد؟

تعریف فرصت کسب و کار (چون می توانیم یک کسب و کار خوب را بشناسیم)

جموعه ای از شرایط مطلوب که نیاز به یک ارزش جدید برآورده نشده و اسباب مشتریان را ایجاد کند

شناسایی نیاز برای دریافت ارزش جدید در بخشی از بازار که البته آن بخش بازار باید عملی برای

برداشت و یا صرف هزینه برای آن را داشته باشد

فرصت ها سرایچی در محیط عمومی هستند نه به دست یافتن به مزیت رقابتی برای شرکت ها است
ی گفته

مزایای فرصت:

فرصت یک راهکار است برای یک مشکل و وقتی که می توانیم به یک نیاز دارند یا بخشی از بازار نیاز دارد

خوب به این معنی که مشکلی وجود دارد و حالا این مشکل وجود دارد پس چگونه می شود این مشکل را حل کرد

این یک فرصت است و مردم یک نیازی دارند یک خواستی دارند یک فرصت است

از طریق دیگر در محیط خارج از سازمان وجود دارد در نهایت ما فرصت های زیادی را داخل سازمان

داریم برای بهبود خودمان اما این تشخیص فرصتی که ما بر آن متمرکز هستیم فرصت هایی است که

در محیط فراهم می شود و از طریق آن می توانیم امکان بیشتری برای سودآوری فراهم کنیم با دسترسی

بازارمان یا ورود به یک بازار از طرفی یک نکته خیلی خیلی مهم: فرصت موقت و زمان بر است

فرصت هم مثل مزیت رقابتی موقت است تقریباً هیچ چیز در دنیا دائمی نیست بلی از آن

فرصت است. هیچ وقت یک فرصت یاد داری ماند، کمتر فرصتی عمر طولانی دارد

خواستنی است، درمستری بالقوه که باید آن را جواب داد یا نرسنی است درمستری بالقوه که باید آن را

ایمن کرد.

یعنی ممکن است خواستی باشد که باید جوابش را دینی وجود دارد و یا ممکن است آن را ایمن کرد

و نرسنی را پاسخ دارد و یا حتی آن را ایجاد کرد مثل خواست برای امنیت

فرصت حفاظت حساسی می شوند ساخته هم می شوند و قابل مدیریت، زمانی هستند آن ها قابل

توسعه هستند شما می توانید فرصت را توسعه دهید می توانید مدیریتش کنید

از طرفی فرصت ها برای بخشی از بازار از رهنه هستند و آن بخش به اندازه کافی برای آن فرصت پول

نیاز دارد و وقت و انرژی صرف می کند

فرصت ها زمان دار هستند و دائمی نیستند و برای آن ها باید مزایای و مزیت رقابتی داشت

سرور به کارگسب و کارها

چگونه گسب و کارها سرور به کار گرفته؟

مهل و گسب و کارهای کوچک و کار فرین به یکی از دو سبب به کار گرفته می شود:

زمانی هست که یک کار فرین تصمیم به راه اندازی یک شرکت کند و به دلیل مقتضای کار بودن شرکت

تا آنجا که پول را شش هفته تا هشتاد روز دیگر خیلی وقت ها است دیدیم که ی لیم من اولاً از کار خارج

شدیم بلا فاصله باید پول در بیاریم کار کنیم به جای هم که فرصت اشتغال ندارد به هر یک سر لقی راه

بندازیم خوب یک فرصت است که ما خیلی وقت ها در محیط واقعی آن را ببینیم

پس اول به دنبال یک شرکت میگردیم بعد به دنبال یک فرصت میگردیم حالا باید می کار کنیم و بیاییم خودی

و تم دنبال یک فرصت اطلاعاتی که درباره آن کار هست را به دست می آوریم بر اساس آن اطلاعات

و از محله به دست آوریم گسب و کار را آغاز می کنیم به این کار میگویند محرک داخلی یعنی یک محرکی

فرد را به سمت کار فرینی سوق داده مثلاً جوانی که تازه از سر بازی او شده و کار ندارد و پول نداشته باشد و کار کردن

مثلاً یک خانم که سرپرست زنی که شوهرش را از دست داده یا هر یک از تحت فشار مالی است

این را میگویند محرک خارجی

را با دینری است که فرد یک فرصت را تشخیص می‌دهد و نوین من امتداد جنه ان قصد کارا فرنی ذراست

شرکت خود را دارم یا جایی مستحکم است؟ اینجا جایی هستم دارم زندگی می‌کنم و یک فرصتی تشخیص

می‌دهم که نیست ارزش گذشته احساس می‌کنم که این فرصت خیلی شرایط خوبی برای من می‌تواند

مرا هم کند پس برای آن فرصت می‌رویم کسب و کار بسط می‌دهیم به این کار می‌رویم **حرکت خارجی**

پس ما دوفوق حرکت برای شروع کسب و کار داریم

۱- **حرکت خارجی**: حرکت خارجی را می‌توان فرصت یا محیطی آورد این که یک آشنای آید به شما یک

فرصتی را معرفی می‌کند که شما بدیده نمی‌توانید از وسوسه اش بیرون بیایید

۲- **حرکت داخلی**: یک کارفرما درین تصمیم به راه اندازی یک شرکت می‌گیرد (به دلایل مختلف) به دنبال

یک فرصت می‌گردد آن را تشخیص می‌دهد و سپس بر اساس آن کسب و کار را آغاز می‌کند

۳- **ویژگی‌های فرصت**: ۴ ویژگی دارد ۱- این کار را می‌توانست با سه نمی‌توانست فرصت شود

۱- **جذاب است**: برای خودتان باید جذاب باشد همانطور که تقسیم باید در صلاحیت شما باشد

۲- اگر یک فرصتی برای من جذاب نیست که بتوانم درگیر شوم این فرصت برای من نیست

۳- **تعریف جذابیت این است که** همین که در صلاحیت من باشد همین که در عزیت اصلی من باشد

تعاریف مال از جناب است این است که برای مایه عنوان فرد مجری فروخت جناب است کاری، عملی و اجرایی بودن

۱- دانسته باشد

۲- به اندازه کافی عمر دارد تا بتواند از آن بهره برد. اگر یک فروخت حتی یک روز است اما شما در این

یک روز بتوانید طی ارزش پول در بیاورید این یک فروخت است مثلاً یک جای توی یک آسانی اعلام مثلاً

بایک بویس خاص راه می دهند همای کوچید آخ طرف احتیاج داره من همین الان لباس هودی آورم بپوش

یا در هم پول ارزش گیری این یک فروخت است عرش کوتاه است ولی چون می شود از سن بهره برد

بنابراین طبع و نژاد این است که شما کوتاه بودن را حقد رد کنید و آن بهره بردن را هم توی آن لحاظ کنید

این نکته خیلی مهمی است

تعاریف مقولوس خیلی داریم

بنابراین وقتی مای تویم کوتاه بودنش نمی تواند باشد یعنی زمانش انقدر کوتاه است که اصلاً شما نمی توانید

از سن سود ببرید مثال: بهت کالن آقا فلاں کار را بکن مای تویم خوب من با بخواهم این کار را اجرا کنم کار پردی

از زمانی دیگر در تقارن و در تضاد با این Durable بودن و مدت دار بودن و زمان دار بودن باید

۳- Timely هم باشد در برابر باد موقت هم باشد دائمی نیست در کنار آن ما باید بگوییم نه انقدر

بلند است که دائمی باشد و به اندازه کافی عمر هم داشته باشد

۴- Durable: بودن یعنی مدت دار بودن و Timely: بودن یعنی زمانش الان است P4FC

و ما باید الان بپوش بر داریم

۴- با محصول، خدمت، یا کسب و کاری همراه است که از طریق آن یک ارزش برای خریداران و مصرف کننده‌شان فراهم می‌کند. (creates Value for End user)

جلسه سوم:

تفاوت بین ایده و فرصت:

ایده و فرصت مواردی هستند که در خیلی از مواقع مترادف هم استفاده می‌شوند.

تفاوت‌های زیادی بین ایده و فرصت وجود دارد.

ایده: یک اندیشه، شهود و یک الهام است. یا هر چیزی که به خاطر یک صاحب ایده متولد می‌شود.

مثال: خود شما می‌توانید یک ایده‌ای داشته باشید اما می‌توانید فکر کنید که آیا این ایده خوب است یا نه؟

ممکن است به یک محصول یا خدمت برسید ولی الزاماً بر اساس فرصت نیست. حقیقت این است که

بسیار کم فرصت‌ها اند. تقریباً هر کسب و کاری که شکست خورده هم بر پایه یک ایده بوده، هر کسب

و کار موفق هم بر پایه یک ایده بوده. خیلی از فعالیت‌های اجتماعی ما هم بر پایه یک ایده هستند.

بنابراین ایده الزاماً یک موجودیت علمی نیست و داشتن یک ایده عموماً چیزی نیست که ما را به

بیشتر موفقیت بکشد. بنابراین ایده الزاماً بر اساس یک فرصت نیست بدون تشخیص فرصت

همیشه سودایده و طایر کار کرد

خیلی از مایه بنیم که بلی کاوند آقا من یک ایده ای دارم فلان مورد است حالا بر می گزینم چه خوب
 چه بد بنیم که این ایده ممکن است از شن کار درست باشد یا خاسته باشد

و یک ایده که در تفحص فرصت کار افزینانم یخوینم این است که: اگر یک ایده مبتنی بر

فرصت باشد و آن را تبدیل به یک کسب و کار کنیم امکان شکست کسب و کار بسیار بالا است

چون آن چیزی که ما یاری گیریم به صورت علی در مورد کسب و کار و در مورد کار افزینی این است

که فرصت ها به ما کمک می کنند که در بازار محلی را از آن بهره مند زمان آن است و شانس موفقیت

بسیار بیشتری دارد بنابراین بسیار مهم است برای ما که بتوانیم ایده ها را با یک فرصتی بیان

کنیم این جا است که تفاوت بین ایده و فرصت مشخص می شود

فرصت چیزی است که از یک نیاز برآمده است. در حالی که ایده الزاماً از یک فرصت از یک

نیاز سرچشمه نگرفته است و صرفاً از یک طرز فکر سرچشمه نگرفته است ممکن است بسیار

خوب و موفق باشد و ممکن است بسیار بد و ناموفق باشد

برای ارزیابی یک ایده: وقتی یک ایده مطرح می شود به شما به عنوان یک فردی که بتانسیل کار افزینی را

داریم. این است که ایده را از ریاضی کنید. بنابراین برای ارزیابی ایده، آن را با این فرصت کسب و کار واقعی بررسی می‌کنیم و سعی می‌کنیم منطق کنیم. سعی می‌کنیم که ببینیم این ایده چقدر مشخص را رفع می‌کند؟ آیا ارزشی برای مصرف‌کننده ایجاد می‌کند که برایش حاضر به پرداخت هزینه باشد یا نه؟

یک نفر می‌آید و به شما می‌گوید یک ایده دارم که خواهم آن را ماسین تولید کنم که باد هوا را کند خوب این ایده خیلی فکر خوبی است اگر عمل باشد اما برای مردم خلاء می‌کند که امکان پذیر است سستی است یا ارزشی را برای مصرف‌کننده ایجاد می‌کند.

تحلیل فرصت:

تحلیل فرصت شامل دو بخش است:

بخش اول تشخیص فرصت بخش دوم ارزیابی فرصت

اجزای اصلی تحلیل فرصت شامل:

- ۱- رصد کردن Scanning
- ۲- نظارت Monitoring
- ۳- پیش‌بینی کردن Forecasting
- ۴- ارزیابی کردن Assessing

بنابراین تشخیص فرصت شامل رصد کردن، نظارت کردن و پیش‌بینی کردن است و

ارزیابی فرصت شامل ارزیابی کردن است

۱- رصد کردن یا Scanning: رصد کردن شامل شناسایی نخستین نشانه‌های تغییر در محیط، رصد کردن

توجه به روندها است، رصد کردن مطالعه همه بخش‌های محیط و جستجوی تغییراتی که در حال رخ

دادن است

۲- جستجوی گहन است در فاز رصد کردن ایجاد شود:

هنگام رصد کردن ما با اطلاعات مبهم، محسوس، و پراشده و پالانده مواجه می‌شویم؛ فرد وقتی با این

یک نفر در یک بازار است لذا اما تمام اطلاعات درست را به شما نمی‌دهد چه به شما چه به سایرین

اطلاعات مواجه می‌شود این که بتواند معنی بخشی کند آن‌ها را و بتواند یک تعبیر درست از آن‌ها را

استخراج کند این تأثیر بسیار زیادی که از ادب یک کارآفرین موفق است یا خیر

۳- مثال: هنگام رصد کردن فرد با اطلاعات مبهم، محسوس، ناقص و پالانده مواجه می‌شود و این معنی

بخشی را استخراج می‌کند بسیار هنر یک کارآفرین است. رصد کردن صیغ دست‌یابی به داده‌های موجود محیطی

و یا حتی جمع‌آوری این داده‌ها در محیطی همچون کشور ما که داده‌های به‌روز قابل اعتماد بسیار

وجود ندارد یک مهارت بسیار حیاتی است که موفقیت کسب کارها را تا حد زیادی تعیین می‌کند

وابستگی و محدودیت با محیط بیرونی :

وحدت در عیناً نوع محیطی شرکت در آن فعالیت تکنولوژی دارد، محیط کلن است شدیداً مبهم و

بیچیده باشد یا کلن است بسیار آشفتارنده این ویژگی یا آشفتارند از چند عامل است

همه‌های دانیم که کلن است مادر یک صنعتی باشیم که همه چیز در آن کاملاً مشخص است و صنعت کاملاً باثباتی

است و از طرف دیگر کلن است مادر برای بی باشیم که این صنعت به شدت نامطمئن و بی ثبات است

و محیط ما هم محیط بیثباتی است تمام این‌ها تا سیری ندارد در فرصتی که می‌شناسیم، کلن است بلویم

که این فرصت بسیار خوب است اما اطمینان محیطی نداریم چه تضمینی هست که سال دیگر هم همین

شرایط باشد. گوییم که دولت یک طریقی را عامل کرده خوب این خیلی خوب است هم مورد پرسود

است اما چه تضمینی است که این طرح ادامه پیدا کند و ما بتوانیم روی آن سرمایه‌گذاری کنیم. تمام این

موارد اصل بیثبات محیطی از علم مواردی هستند که بسیار در شرایط ما تا سیری ندارند بنابراین به این عدم
مورد تفتت کنیم

۱- ماهیت صنعت : مثلاً صنعت فولاد در این صنعت فناوری اطلاعات

های دانیم که صنعت فولاد یکی از کندترین صنایع است مثلاً ما هر ۱۵ سال یک بار نیاز داریم

به سیستم‌های تغییر کار صنعت فولاد ایجاد شده خوب نمی‌توانید داره در یک محیط امن کاری کنید تعداد

درودی ها و خروجه ها کم هستند. بای بایم که خیلی محیط مال نا امن نیست خریدارها تحت فشار نیستند و فروشنده های زیادی وارد نمی شوند پس مای نویسم در یک صنعت با بیانات اقدام کنیم از طرف دیگر کسانی که در فناوری اطلاعات و IT درگیرند. چنین افرادی که در صنعت IT درگیرند مرتبط با محصولات جدید مواجه هستند هر روز یک ویرایش جدید از آنها را هر روز یک امکانات جدیدی که اضافه می شود و باید سریع خوششان را به روز کنند در این نوع انتقال مشتریان خود به یک محصول جدید هستند. چنین افرادی به خاطر تغییرات سریع ناگزیرند که این فرآیند را در مدت کم شان را خیلی سریع تر کنند مای بایم افرادی که در صنعت اطلاعات هستند لازم است که هر روز بر سر یکی کنند که چه اتفاقی در بازار می افتد زیرا افراد دیگری که در محیط ها با بیانات تری هستند

۲- محیط اقتصادی: اقتصاد با بیانات در برابر اقتصاد در حال نوسان یا در حال رشد یا نزول است با این اقتصادها اقتصاد در حال نوسانی است و ما باید تغییرات ساختار را بایم بایم بعضی اقتصادهای دیگر هستند که کاملاً اقتصادهای با بیاناتی هستند و ما با آنها نمیتوانیم در یک سال ۱۰ سال آینده خودتقسیم گیری و برنامه ریزی کنیم تمام این ها مجدداً در مدت کم شما تا سری لازم دویم و نیز از همه مهم تر در شرایط تغییر و تحولات این خیلی مهم است مثال: مثلاً کسانی که در بازار مسکن ایران هستند و

تغییرات را عمدتاً مانند همسایه‌های نوین بازار مسکن را از نگاه گذر یک سری خطوط با ثبات هست که هر
سه سال یک بار یک جهش کند و دوباره بعد از آن جهش ثابت می‌شود این یک تعجب و مگنی بخشی است که
نشان می‌دهد

شرایط تغییر و عطف:

حالا شما در سه سال یک بار قیمت مسکن خان هونی بوده که بود یعنی شما الان یک مسکن بخیرید و در ابتدای
آن باز با ثبات باشید احتمال دارد که تا ۲ سال دیگر خیلی قیمت مسکن خان بالا نرود اما اگر شما بتوانید قبل
از این جهش بخیرید ممکن است سه ماه بتوانید با یک سود خیلی خوب خانه خود را بفروشید

بنابراین این که شما بتوانید شرایط تغییر و عطف را پیش‌بینی کنید و آن موقع اقدام کنید خیلی مهم است
این که شما در شرایط رکود باشید و رکودی که قرار است طولانی شود یا این که شما آن تغییر و تحول این
کار را صورت بدهید این که برای مثال: عدد یک تکنولوژی جدید آمده (تکنولوژی تلفن‌های جدید)

همه است. (خطاهای نسبی بین یک تغییر و وجود آمده تا الان مردم نمی‌توانند خیلی راحت اینترنیت
را همراه خود داشته باشند و تا سه ماه نظری که در آن ازش وی رفتند توی خانه وی به نظری رسد که الان

داره اینترنیت همراه رایجی شود خوب این یک فرصت است یک فرصت خیلی خیلی خوب برای
فصلی که رزب با سندی نوین شرایط تغییر و تحول ایجاد شده پس مای دانیم که باتوجه به تغییراتی که

ایجاد شود فرصتی دارد ایجاد شود برای ارائه محصولی که همیشه همراه باشند چه از نظر انزاهای بازاری و سایر موارد

۳. در شرایط تغییر و تحولات: زمانی که احتمال یک پیامد غیرمنتظره وجود دارد، یا همه نشانه‌های اطمینان را فراهم می‌کنند

* بنابراین شناخت این ۳ مورد که ماهیت منتهی جلوه است این که محیط اقتصادی چگونه است و این که در شرایط

تغییر و تحول بتوانیم به خوبی در این شرایط هستیم خیلی کم‌کی‌اند که ما روند در زمان را بتوانیم به یک معنا

بخشی درست در این اقبال دهیم

جلسه ششم:

دومین بخش از اجزای اصلی تحلیل فرصت:

۴. نظارت بر روند: Monitoring: همان بخشی که مشاهده روندها و تغییرات محلی است

در این فرایند نظارتی که در محلی بخشی که در روندها اثر و حرکت خود را نام سازان تا مشاهده روند

نظارت مردم، نظارت مخاطبان و تغییرات محلی که در جریان هست را معنی بخشی می‌کنند بنابراین در

این فرایند کار آفرین تغییرات محلی را مورد ملاحظه و توجه دائمی قرار می‌دهد تا ببیند چه روندهای مهمی در

حال وجود دارند و ظهور می‌کنند

بنابراین در شرایطی که مادر و پدر در داده‌های جدید را استخراج و حتی جمع‌آوری می‌کنیم و سعی می‌کنیم به روندهای

جدید دست یابی پیدا کنیم در واحد نظارت سعی کنیم آن ها را مورد مخابرتی دائمی هم قرار دهیم و هواره بتوانیم
بطوریم در این روندهایی که داده هسل تحلیل کرد احتمالاً چه بر سر این فرصت می آید. این فرصت رو به رسد است
این فرصت رو به زوال است، این فرصت احتمال دارد که در یک بازه زمانی مشخص ناهران به یک فرصت
بول نیاز تبدیل شود یا هر چیزی دیگر

توانایی مخابرتی به داده ها، رویدادها و داده های جمع آوری شده یک مهارت مهم در اجرای صحیح فاز نظارت
است.

۳- پیش بینی کردن : Forecasting

تاکتیک ما از وضعیت گذشته و حال اطلاعاتی جمع کرده ایم و یک تحلیلی نسبت به فرصت ارائه آورده ایم
پیش بینی نتایج احتمالی ناشی از روندهای کنونی و تفسیرات سناسایی شده طی فرایند نظارت این می شود.
میان پیش بینی • فازهای قبلی یعنی بعد از نظارت کردن با رویدادهای زمان های حال گزارشته در
مجموعه مواج هستند، اما در پیش بینی، کاراکترین پیش بینی های مقول از سناریوهای آینده و آنچه ممکن
است صورت پذیرد و نیز سرعت آن و نتایج آن ها ارائه می دهد.

• این پیش بینی بهتر است به صورت سناریوهای متقبل باشد.

در این توضیحات برای پیش بینی کردن چند واژه است که یکی از آن ها **سناریو** است

سناریو چیست؟ پیش بینی یک سری مجموعه های مشخص از رویدادهای احتمالی

مثال: وقتی ما یو پی سی خواهیم تاس بیاوریم شش تا سناریو داریم، ۱ بیاوریم، ۲ بیاوریم، ۳ بیاوریم، ۴ بیاوریم، ۵ بیاوریم، ۶ بیاوریم.

تمام وضعیت های احتمالی آینده را تشخیص می دهیم

بنابراین سناریو عبارتست از تعریف وضعیت های مشخص ممکن در آینده

در سناریو ما نه ای داریم تمام شرایط ممکن را می سنجم حالا زمانی است که این سناریو پوزاری به دانش های

مالیت یو پی سی خوب این اتفاق افتاده ما چند سناریو داریم این که ما فیلان اقدام را انجام بدهیم یا اقدام

نوع دوم را انجام بدهیم، یا هیچ اقدامی نداریم. به چه سناریوهایی پیش می آید؟ در صورت اقدام

اول، سناریوی یک و سناریوی دو، در صورتی که اقدام دوم را انجام بدهیم احتمال سناریوی سه و چهار پیش

می آید و این هیچ کاری هم نداریم قطعاً این سناریو پیش خواهد آمد

بنابراین وقتی که ما از آینده چیزی صحبت می کنیم آن هم به صورت علمی، شبه علمی یا بدون هیچ

چیز این درست است که حالت های ممکن را استخراج می کنیم در مثال اول بهترین نوع برای این مثال

همان تاس انداختن است. یو پی سی وجه دارد پس ما با شش سناریوی مختلف روبه روستیم

اقدامات مختلف ما با چند سناریوی مختلف روبه روست

* با توجه به آزاره سناریو در پیش بینی کارافزین پیش بینی های مقوقی از سناریو های آینده و آنچه ممکن است صورت

پذیرد و نیز سرعت و نتایج آن ها صورت می دهد، پس با اول این است که پیش بینی ها مقوقی

با کارافزین سناریو های آینده است آنچه ممکن است صورت پذیرد و بعد از آن سرعت و نتایج آن ها است

سرعت آن در طول یک سال است، می نویسم ما در طول این یک سال فکری کنیم که این جدیدها اتفاق

ی افتد و نتایج آن به این شرح خواهند بود پس ما بوجه مان را بر اساس آن ی بنویسم این پیش بینی برای

یک کارافزین در مورد فرصت هم به همین ترتیب است یک کارافزین نهایی که خوب این روندها به

این ترتیب هستند اما عقیده یا دیدارند، چه سناریو های احتمالی را در آینده پیش خواهند آورد نتایج آن ها

چه خواهد بود و با چه سرعتی آن ها را خواهیم داشت. بنابراین این بخش پیش بینی است

۴- ارزیابی مدل : Assessing

تعیین اهمیت روندها و تغییرات محیطی در ریسک و قیاس کسب و کار

• زمان بندی یکی از بخش های مهم ارزیابی است

• هدف از ارزیابی تعیین زمان بندی و اهمیت اثرات تغییرات است (در اکثر اثری های شرکت و

مدیریت آن چیست آیا این ارزش را دارد که ما با توجه به این فرصت های که شناسایی کردیم و برای

آن‌ها اهمیت قابل‌ی‌شود استراتژی‌های شرکت را تغییر دهیم یا نه، و این که حالا در نظر داریم جمع این
 جهات‌نگار کلی از این فرصت‌ها را در نهایت برای یک کسب و کار استفاده کنیم، حتی ممکن است ما بینیم
 فرصتی بر بیل را از اولویت دار اما یک هزینه برای ما شامل می‌شود و این تغییر در استراتژی شرکت است
 و اگر چه زمینه‌های بینیم که فرصت‌هایی که شناختیم چه از نظر جمع آوری داده، چه از نظر نظارت، و چه از
 نظر ارزیابی اولویت بیشتری بر سایر فرصت‌ها دارند، اما یک عامل مهم است و آن این که ما تا نرسیم جهت
 وضوح و سوی شرکت را عوض نکنیم بنابراین باقی چه به تغییر استراتژی و جهت و سوی شرکت ما در نهایت
 فرصتی را در نظر داریم که برای ما به صرفه‌ترین باشد چه از نظر ریسک که فراهم می‌کند، چه از نظر مدت زمانی
 که برای ما فراهم می‌کند و چه در نهایت تغییرات احتمالی مثل استراتژی شرکت و مدیریت شرکت و در نظر
 گرفتن افراد جدید، استفاده‌های جدید و تغییراتی که باید در طبیعت شرکت لحاظ شود

وقوع فعالیت کارآفرینی

وقوع فعالیت کارآفرینی هنگامی است که حداستعدادی بین فرصت و مزیت رقابتی ایجاد شود
 یعنی هنگامی که یک فروخورش را یک کاره می‌دانیم یعنی می‌توانیم من یک تحلیل در خودیم، من یک فروشنده خوب،
 من یک تخصص مشخصی را دارم و از طرفی دیگر در آن تخصص فرصت‌های خوبی را شناسایی می‌کنم آن‌ها است که ما

انتظار داریم فعالیت کارا فرینی شکل بگیرد. بر چهار مزی‌های است منابع لازم است، زیرساخت‌ها و زیر یک‌ها لازم است اما ما به عنوان مواردی که فارغ از منابع منجر به فعالیت کارا فرینی می‌شوند داخل این دمو در دام کنار هم گذاشته‌ایم پس در هم نشن و داخل فرصت‌ها و مزیت‌ها و رقابتی منجر به وقوع فعالیت کارا فرینی می‌شود.

مزیت رقابتی: آنچه که ما در اینجا آن بهترینیم

فرصت: آنچه که انتخاب کرده‌ایم تا انجام دهیم

معیارهای مزیت رقابتی چیست:

مزیت رقابتی چیست؟ می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد؟ زمانی نه

۱- ارزشمند باشد: یعنی از آن ارزش قابل توجهی را می‌توان بیرون کشید مثال من می‌توانم بلویم مزیت

رقابتی من این است که خوب حرف می‌زنم یک نفر دیگر که می‌تواند مزیت رقابتی من این است که من خوب

هزاره می‌دهم خوب نه‌ای می‌توانم بیستم از آن یک از این‌ها ارزش قابل توجهی می‌توان بیرون کشید از

حرف زدن من چیزی نمی‌شود بیرون کشید قطعه در دایره می‌خورده من تو که یک مهای حرف می‌زنم اما او نمی‌تواند

می‌تواند من می‌توانم خوب یک مطلبی را از آن بیستم در یک جمع، پس این می‌تواند از ریشه باشد در یک شغلی

مثل استادی یا در روانه عوی

۲- **کمیاب باشد:** اخذ زیادی آن را خواسته باشند. مثال این خوب حرف بنم اما هم خوب حرف می زند

مزیت خیلی خاصی نیست اما در جای که افراد زیادی آن تخصص را ندارند کمی مزیت رقابتی که ممکن است خیلی هم خاص نباشد که بتواند بسیار ارزشمند باشد

۳- **باید تقلید از آن دشوار و هزینه بر باشد:** خیلی وقت ها یک فرصت رای مناسیم و برای آن یک ایده عالی هم داریم درستش هم کنیم اما تا حدی بیرون هم از آن تقلید کنند و این هیچ کاری که نمی توانیم بکنیم. این مزیت رقابتی شما تقلید از آن دشوار باشد ارزشمند است

مثال: یک فروشگاه در یک مکان خاص خیابان، فروشگاهی که روی استیماه مرکزی است و تقریباً کمی مزیتی است که تقلید از آن خیلی دشوار و هزینه بر است کس دیگری نمی تواند همان جابا باشد و اگر کس دیگری بخواهد از آن تقلید کند و بخواهد جای خوبی داشته باشد ناچار است برود دو قدم آن و رتباً بهترینه خیلی بیست و کالنه و بخار و مزیتی از آن را بنده پس خیلی اوقات تقلید از آن بسیار دشوار یا حداقل بسیار هزینه بر است و وقت و سرمایه زیادی برد

۴- **جایگزین نپذیرد باشد:** مثلاً این که لایم من یک دانشی داریم که هیچ شخص دیگری نمی تواند آنجلس

هرگاه از ماه عنوان یک هره هم مزیت رقابتی داریم که دربارش نقل، دربارش عرضه خودتان به عنوان یک مزیت

روبروی یک گروه و دهر چیز دیگری ممکن است شمارا خلع کند. این که شما بقی این مزیت های رقابتی خودتان

نگه کنید به شما یک قابلیت بزرگ رای دهه در کارفرینی هم همین است، باید ببینیم که برای چه کاری می تونی داریم

مزیت رقابتی مشخص و خاصی داریم آن مزیت رقابتی ما با فرضیت ها منطبق بودن توقع است که ما

می توانیم برویم بگویم فعالیت کارفرینی شکل گرفت است، اما این که همین الان در اطراف ما هزاران

فرضیت است که ما این کاره نبینیم، کانویم آخر در فرضیت رقابتی من نیست من این کار را انجام

یک چه چیز خاصی داریم؟ دانش آن را داریم؟ قدرتش را داریم؟ و یا حتی آن برویم و ایجادش هم کنیم، خوب

اقتالا دیگران هم به همین راحتی آن را توانسته برای من ایجاد کنند به همین خاطر بسیار مهم است که بتوانیم

مزیت رقابتی را با فرضیت ها منطبق کنیم

مزیت رقابتی

ما در مزیت رقابتی ۲ حوزه داریم: ۱- مزیت صلاحیت بسیاری ۲- مزیت رقابتی

مزیت صلاحیت بسیاری

باهره ۱۲ CORE competencies چیست؟ صلاحیت اساسی ما است.

صلاحیت اساسی من چیست؟ این است که بعد سال تجربه تدریس دارم ۲- مدرک دکترا دارم ۳- توانایی تدریس

بعضی است که در نوشتن

دانشگاه من روی شناسایی این core competencies من این است که می توانم تدریس کنم خوب حالا

چی نیاز دارم Resources منابعی را من دارم ملموس و غیر ملموس مثل مدارک منابع ملموس من حساب

کامیونتهای دانشگاهها، وبسایتها و سوابق. حالا Tangibles دانش من است و همین طور

منابعی است که من می شناسم و ممکن است خیلیها خوانده باشند یا از کجا پیدا کنند. خوب اینها را در کنار

capabilities های زانم به این که دوست دارم، احتمالاً توانایی بدنی این را دارم که ۴ ساعت یک جا

صحت کنم بعد ۲ ساعت به جای دیگه صحبت کنم اینها هم می شود core competencies من است

تک نفر دیگر برنامه نویسی است یا نویسنده خوب قابلیت های من می باشد من خوش و بنامه نویسی

دارم چند تا زبان را بلدیم و خوب هم می توانم این کار را انجام بدهم این می شود capabilities ها

خوب منابع من می باشد خوب منابع حق استراب استفاده از فعال برنامه را دارم، دانش و هوش

را دارم و به خاطر تجربه کاری Intangibles را هم می شناسم این می شود core competencies این شخص

پس برای core competencies یا مزیت صلاحیت بنیادی در تمام اول نگاه می کنیم ببینیم یک

چیزی در صلاحیت ما است یا نه خارج از این که آن را از سایرین بهتر انجام می دهیم یا خیر در تمام

ببینیم این کاری که خوب انجام می دهیم مزیت رقابتی هم داریم یا نه در واقع هر یک از ما core competencies

و داریم هر فردی یک کاری را می تواند خوب انجام دهد چون هر فردی قابلیت هایی دارد و منابعی دارد. اما

competitive advantage یا همان مزیت رقابتی را هم ندارند بسیاری از مواقع هستند که هم علاوه بر

دانش *core competencies* در هیچ کدام از مواردی که *core competencies* و صلاحیت

بنیادی را دارند، مزیت رقابتی نسبت به سایرین که همون *core competencies* دارند ندارند.

* بنابراین اول باید صلاحیت اساسی خود را بداند اما این که قدرت در آن صلاحیت اساسی بتواند

به اندازه سایرین باشد و یا این که چه بخش هایی را بتواند که در آن ضعیف هستند *outsource* و

برون بسیاری کنند و بتواند از قدرت و توان دیگران استفاده کنند در کنار صلاحیت خودشان به شما

مزیت رقابتی می دهد

مثال می نویسم مالک شرکت هستیم (یک شرکت برنامه نویس هستیم) خوب این شرکت برای این که بتواند

برنامه بنویسد ۱. *Resources* منابعی خواهد بود ۲. *Tangibles* نیروی انسانی دارد ۳. *Intangibles*

صفت دارد ۴. قابلیت ها پس می آید ۵. دانش را دارد ۶. مدیر خوب دارد این ها *core competencies*

برای این که در یک کارخانه یا کارخانه از کتب های خوبی برای برون بسیاری کردن فعالیتش هم

استفاده کند پس می گوید که آقا مزیت رقابتی من عبارتست از مجموع صلاحیت رقابتی من در داخل

۱. شرکت (core competencies) + توان بر روی بسیاری از خارج از شرکت (outsource)

۲. مزیت رقابتی (competitive advantage)
 * بنابراین Core competencies یا همان مزیت صلاحیت بسیاری راه‌ها ما داریم که داخلی ما هست و طولانی

اتصال core competencies و صلاحیت‌های انسانی خودمان با آشنایان با دوستان

۴. از خارج (outsource)

۵. * یا توانمندی‌های داخلی شرکت ما (core competencies) یا توانمندی‌های بازار (outsource)

ایجاد یک تبادل تبدیل می‌شود به مزیت رقابتی (competitive advantage) که به ما این قدرت را
 داده که بتوانیم برتر از دیگران می‌توانیم از یک فرصت استفاده کنیم

۸. موانع ورود به بازار و اجرای فرست

• صرفه ناشی از مقیاس : هر چه بیشتر تولید کنیم هزینه تولید هر واحد کاهش می‌یابد و پس سودآوری

۱۰. ما داریم است که بتوانیم به اندازه‌ی دیگری تولید کنیم مثلاً برای خیلی از ما لایحه، مثل کارهای رسانه‌ای صرف

۱۱. کارکن و عمل است برای خیلی از کارهای دیگر و نیز کارهای که سفارش می‌دهند و سفارش‌های خاصی را

۱۲. می‌طلبند صرفه ناشی از مقیاس جواب ندهد تا لایحه خوب این تعداد خواهند داشت انقدر کم هستند که

۱۳. آن به آن به احتمال می‌رسد ما نمی‌توانیم

• **مهمانین معمول:** عمل است که ما بتوانیم محصولان را علیه غم هم مواری که داریم می‌فروشیم به شکل

قابل توجهی مهمانان را به این لحاظ کنیم خیلی مواقع ما محصولات جدیدی را می‌فروشیم تفاوت ریزی هم دارد

اما انقدر زیاد نیست که سایرین حاضر شوند و هالته آن چیزی را که از آن استفاده می‌کنند و به دیگری اسباب

لباسی بکنند
• **نیاز به سرمایه قابل توجه:** عمل است نیاز به سرمایه قابل توجهی داشته باشد که طبیعتاً نیازمند یک

مالی ما نیازمند یک‌های خاصی هستند که به آن‌ها کامل نیاز داریم و عمل است مانع ورود ما به بازار شوند

• **مزین‌های انتقال به بازار جدید:** در خیلی مواقع وارد شدن به یک بازار جدید بر اساس تغییراتی که در

مدیریت و استراتژی‌های ما ایجاد می‌کند انتقال به یک بازار جدید را نیاز دارد برای ما همین هزینه

ی تواند بسیار مانع باشند و مهاجرت کنند از ورود ما به بازار

• **دسترسی به بازارهای توزیع:**

عدم مزیت ناشی از هزینه: هزینه‌ها بیشتر از سود باشند و هنوز

• **خط مش‌های دولتی:** خط مش‌ها و قوانین دولتی می‌توانند مهاجرت کنند علیه غم این که ما تمام

مشخص فرست کارکنان را در دست انجام داده ایم

مدل توسعه محصول جدید:

چگونه این خدمت جدیدی بتواند با فرایند تشخیص فرصت مرتبط باشد؟

مدل توسعه محصول جدید به عنوان یکی از بخش های اساسی فرایند کارآفرینی که منجر به تولید خدمت،

محصول، ارزش و خروجی نهایی کارآفرینی می شود شامل این فرایند است

این مدل توسعه محصول جدید مرصاً برای این است که بخش های مختلفی را که مادرزاد خود انجای دهیم

برای توسعه یک محصول جدید که خروجی نهایی کارآفرینی را به نشان دهد

شروع این مدل توسعه محصول جدید از ایده است (که البته باید مبتنی بر یک فرصت باشد)

۱- بعد از آن دوباره صدایده است (یعنی ایده را مجدداً مورد بررسی قرار دادن) ۲- بعد از آن تحلیل اولیه صنعت

و شرکت است که در حقیقت دو سطح مختلف مالک و مالک را شامل می شود یک تحلیل اولیه از صنعت

تورسمی تواند خیلی متفاوت باشد از یک تحلیل اولیه از صنعت ساختار و بعد از آن یک تحلیل

اولیه از شرکت اگر دیدیم این کار خوب دارد جواب می دهد هر چند از این مدل ها در صورت موفقیت

به مرحله بعدی منجر می شود که ما وارد تحلیل جزئی تر و دقیق شرکت می شویم مجدداً دو سطح مالک و مالک

مورد بررسی قرار می دهیم ۳- بعد از آن تحلیل پس از ارائه محصول و الحاح کنیم یعنی بعد از این که فرصت مالک

Subject _____

Date _____

از طریق به کار گیری منابع و سایر موارد راهبری و عملیاتی و همین طور استراتژی

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13