

آقای کریگ. دبلیو جانسون، رئیس گروه Venture Law ، در جایی گفته است که ایجاد یک شرکت بیشتر شبیه به موشک هوا کردن است. اگر به هنگام پرتاب موشک شما فقط به اندازه کمتر از یک درجه خطا داشته باشید ممکن است هزاران مایل از مسیر منحرف شوید. درک چرخه عمر کارآفرینی به کارآفرین کمک می کند که در مسیر صحیح پیش برود و موفق شود.

تشخیص فرصت های کارآفرینی

بررسی فرصت های کسب و کار

کارآفرینی، شامل جست و جوی فرصت و سپس جست و جوی منابع مورد نیاز است. فرصت ها پیدا نمی شوند؛ پنجره های فرصت، همیشه باز نیست. بلکه هنگامی که باد، وزیدن می گیرد، باز و سپس بسته می شود! تصور کنید که شما در حال انجام یک بازی هستید که طی آن توپ هایی را از یک پنجره که به صورت تصادفی باز و بسته می شود، پرتاب می کنید. برای هر توپی که از پنجره ی باز رد می کنید، پاداش می گیرید و اگر توپ به پنجره ی بسته اصابت کند، تنبیه می شوید. برای این که پاداش بگیرید، باید منتظر بمانید و زمانی که پنجره شروع به باز شدن می کند، توپ را با هدف گیری مناسب، پرتاب کنید. تعیین این که پنجره ی کارآفرینانه، چه موقعی در حال باز شدن است و چه موقعی در حال بسته شدن، در بسیاری از موارد، کاری مشکل است.

۱- شناسایی یا ایجاد فرصت ،

۲- شکل دهی و تغییر "فرصت" به " ایده" که در آن جایگاه مخاطبین اصل کسب و کار یعنی "مشتری" و کانالهای ارتباطی با آن مشخص و معین می شود ،

۳- بازشناسی و بازننگری درخصوص میزان توان و پتانسیل اقتصادی خود ازجمله قدرت و موقعیت مالی و مهمتر از همه میزان (قابلیت) ریسک پذیری مورد نیاز در این حوزه ،

- ۴- جستجو و کشف منابع مربوط به : سرمایه ، نیروی انسانی ، تکنولوژی ، دانش فنی ، سایر منابع مورد نیاز یک سازمان کارآفرینی و نهایتاً کسب و یا حداقل کنترل بر منابع کمیاب ،
- ۵- برخورداری از قابلیت ، توانمندی و انگیزه لازم برای پروسه کردن منابع و تبدیل آنها به ارزش ،
- ۶- برخورداری از هنر مدیریت قبض و بسط فرصتها ،
- ۷- تقسیم عادلانه سود حاصل از ارزش به حلقه های تولید کننده ارزش ،
- ۸- عدم خود باختگی در صورت کسب درآمد فوق العاده در مراحل شروع و تقویت روحیه کارآفرینی در خود و همکاران
- ۹- برخورداری از استراتژی پیشرو در کسب موفقیت‌های بیشتر نوآوری و اقتصادی .

تعریف و معرفی ایده و ایده یابی

تعریف و معرفی ایده:

شرح ایده، شامل معرفی محصول مورد نظراست و اینکه چرا فکر می‌کنیم که ایده‌ی خوبی است؟ چه تفاوتی با کسب و کارهای مشابه دارد؟ مشتریان ما چه کسانی هستند؟ ویژگی‌های محصول چیست؟ کارآفرین باید با واژه‌های مناسب و حتی با استفاده از شکل و نقشه، معرفی محصول را طوری بیان کند تا هرکسی که متن را می‌خواند، بداند که او چه می‌گوید.

ایده‌یابی:

ایده‌یابی، عبارت است از پژوهش و تحقیق سیستماتیک برای پیدا کردن ایده‌های جدید. یک کارآفرین برای دسترسی به تعدادی ایده‌های مناسب و خوب، باید ایده‌های بسیاری را جمع کند و در اختیار داشته باشد. جستجو برای ایده‌ی تولید محصول جدید باید به طور سیستماتیک انجام گیرد.

روش‌های خلق ایده:

منابع اصلی برای به دست آوردن ایده‌های جدید عبارتند از:

۱- **تحقیق و توسعه:** با تحقیق و توسعه درباره‌ی یک محصول، یک نیاز، یک منبع و یک فناوری

می‌توان ایده‌های جدیدی بدست آورد.

۲- **نظرخواهی از افراد مطلع:** برای به دست آوردن ایده‌های جدید می‌توان به افراد با تجربه و فعال در

طراحی، تولید، بازاریابی، فروش و تحقیقات بازار مراجعه نمود.

۳- **مشتریان:** با بررسی خواسته‌های مشتریان می‌توان به نیازها و خواسته‌های آنها پی برد. کارآفرین

می‌تواند با انجام تحقیقات بازار در بازار هدف و یا با تجزیه و تحلیل نظرات مشتریان در خصوص کالاهای

مصرفی به ایده‌های جدید برسد.

۴- **شرکت‌های موفق:** می‌توان از تجزیه و تحلیل رفتار شرکت‌های موفق از جمله تبلیغات آنها،

اولویت‌های تحقیق و توسعه‌ی آنها و سیاست بازاریابی آنان به ایده‌های جدیدی دست یافت.

۵- **کانال‌های توزیع:** فروشندگان و واسطه‌ها به دلیل نزدیکی به بازار اطلاعات ارزشمندی را در اختیار

دارند. استفاده از تجارب افراد فعال در کانال‌های توزیع، کارآفرین را به ایده‌های جدید رهنمون می‌کند.

۶- **منابع مواد اولیه:** دسترسی مناسب و ارزان به منابع مواد اولیه، برای محصولات مصرف‌کننده‌ی آن

مواد اولیه، مزیت رقابتی ایجاد می‌کند.

۷- **فناوری‌های در دسترس:** فناوری‌ها با تحولات سریعی که دارند، جهت تغییرات در بازار محصولات

را نیز تعیین می‌کنند. تحلیل فناوری‌های موجود و بررسی ترکیبات ممکن آنها، کارآفرین را به ایده‌های جدید

می‌رساند.

۸- **منابع اطلاعات بازار:** مجلات بازرگانی، نمایشگاه‌ها، مؤسسات پژوهشی، آزمایشگاه‌ها، آژانس‌های

تبلیغاتی، اطلاعات زیادی را عرضه می‌کنند. این اطلاعات منابع ایده‌های جدید است.

در مرحله‌ی بعدی برای انتخاب بهترین ایده، ایده‌ها می‌بایست غربال شوند.

غربال کردن ایده‌ها

هدف از غربال کردن ایده‌ها، به حداقل رساندن تعداد ایده‌های جمع‌آوری شده است. در غربال کردن، ایده‌های خوب از ایده‌های ضعیف، جدا می‌شوند. برای غربال کردن ایده‌ها از روش مرحله‌ای استفاده می‌شود. ابتدا شرایط و عوامل اصلی و مهم که فقدان آنها باعث عدم موفقیت ایده می‌شود، کنترل می‌گردد. شرایط و عوامل اصلی محدودکننده‌ی ایده‌ها به ترتیب اهمیت، بررسی می‌شود و با بررسی هرکدام از آنها، تعدادی ایده، حذف می‌شود. یکی از کاربردهای تحلیل SWOT، در غربال کردن ایده‌هاست. در این تحلیل، ایده‌های غیرممکن، حذف می‌شوند. پس از حذف ایده‌هایی که در نگاه اول، نامناسب به نظر می‌رسند، در مورد سایر ایده‌ها تحلیل امکان‌سنجی محدود، انجام می‌شود. در امکان‌سنجی محدود، برخی جنبه‌های کلی مانند وجود مشتری، دسترسی به منابع، دسترسی به فناوری، محدودیت‌های قانونی، نیاز سرمایه‌ای و غیره بررسی می‌شود. در این تحلیل، ایده‌های ضعیف‌تر، حذف می‌شوند و ایده‌های بهتر، اولویت‌بندی می‌شوند. از بهترین ایده‌ها، ایده‌ای است که به نظر کارآفرین، جذاب‌تر است و برای تهیه و تدوین طرح کسب و کار، انتخاب می‌شود.

امکان‌سنجی اولیه و انتخاب ایده

مطالعه‌ی امکان‌سنجی برای روشن کردن این است که آیا یک پروژه یا یک کسب و کار، قابل اجراست یا نه؟ به عبارت دیگر، ایده‌ی مورد بررسی، ارزش صرف زمان، هزینه و سایر منابع را دارد یا باید رها شود؟ مطالعه‌ی امکان‌سنجی، عدم اتلاف منابع و سرمایه‌گذاری‌های بعدی را تضمین می‌کند.