

« »

کارآفرین موفق کیست؟ رمز موفقیت کارآفرینان چیست؟ معیارها و شاخص های موفقیت در کارآفرینی کدامند؟ پاسخ دادن به این پرسش ها بسیار دشوار است. گاهی اوقات تولید و عرضه محصولی جدید و گاهی نیز رشد نقدینگی موفقیت شمرده می شود؛ عموماً اشتغالزایی، گسترش بین المللی و مشارکت های گسترده و ... را از شاخص های رشد و موفقیت محسوب کرده اند اما باید توجه کرد که همه این دستاوردها تنها جلوه هایی از موفقیت و در حقیقت اجزای یک پاسخ جامع تر هستند که به دلیل شمول و جامعیت خود گاهی از قلم می افتد. شاخص اصلی موفقیت یک کارآفرین و نشانه موفقیت او در راهی که آغاز کرده در حقیقت چیزی نیست جز کسب جایگاهی معتبر در بازار تبادلات تجاری. آری، هنگامی یک کارآفرین می تواند خود را در ابتدای جاده موفقیت احساس کند که بتواند برای محصول خود مشتریانی پایدار دست و پا کند و همبازی رقیبان کهنه کار سهمی از بازار محصول را به خود اختصاص دهد. باید اذعان کرد که کلیه مشکلات و گرفتاری های کارآفرین تا قبل از ورود به مرحله بازار در مقابل مشکلات و دستاوردهای پس از آن ناچیز و بی اهمیت هستند.

مهم ترین عاملی که ورود به بازار را برای نوآوران و کارآفرینان دشوار می کند تغییر در معادلات اجرایی کار است. کارآفرینان که عموماً افرادی مبتکر، تیزهوش و توانمند هستند با درک نیازهای بازار می توانند محصولی ( کالا یا خدمات ) ارائه کنند که از نظر مصرف کننده نهایی دارای برتری نسبت به محصولات پیشین بوده و بدین لحاظ به سوی آن جلب شوند

کارآمدی بیشتر نسبت به محصولات پیشین

سهولت استفاده بیشتر  
سهولت دسترسی به محصول  
اطمینان از پشتیبانی محصول توسط عرضه کننده  
انطباق محصول با استانداردهای ایمنی و کیفیت  
در برخی موارد داشتن قیمت کمتر و زیبایی بیشتر نسبت به محصول مشابه  
اما باید توجه داشت که از دوران پارینه سنگی به این سو بین تولید کننده و مصرف کننده محصول ( یا خدمات ) عامل دیگری قرار گرفته که « » می باشد و از این رو باید علاوه بر معیارهای کیفیت و مرغوبیت قابلیت « » را نیز به محصول اضافه کرد تا آن محصول بتواند راه خود را به سوی مصرف کننده بگشاید. این قابلیت به معنای مجموعه امتیازاتی است که دست اندرکاران بازار را ترغیب می کند از عرضه محصولی حمایت کنند یا نه. برخی از این قابلیت ها به اختصار از این قرارند:

- سهولت فروش

- اطمینان از تداوم عرضه محصول

- تنوع در روش های خرید محصول از عرضه کننده

- تقاضای بالا برای محصول

- نسبت کم سرمایه مورد نیاز به کل سرمایه توزیع کننده

- قابلیت انحصارپذیری در عرضه ( نمایندگی انحصاری )  
اگرچه مواردی یافت شده که سرمایه گذاری بزرگ یا توزیع کننده ای مقتدر ریسک کرده و با تمام توان و امکانات از محصولی تازه و گمنام حمایت کرده اما چنین اقدامی از نظر قاطبه بازار اقدامی نابخردانه بوده و جزو استثناهای کمیاب محسوب می شود. معمولاً به زبان عامیانه گفته می شود « سرمایه تر سو است ! » و این نکته به حقیقتی اشاره می کند که اغلب کارآفرینان و نوآوران تلخی آن را با تمام وجود احساس کرده اند. بیشتر قابلیت هایی که در یک محصول از نظر توزیع کننده مطلوب شمرده می شود اشاره مستقیم به توانمندی مالی کارآفرین دارند که بتوانند در ابتدای کار خود حداکثر امتیازات مالی ممکن را به توزیع کننده داده تا محصولش از کانال های مطمئن به مصرف کننده عرضه شود. در حالی که اکثریت قریب به اتفاق کارآفرینان مجبور شده اند زیر بار بدهی رفته تا بتوانند محصول خود را آماده عرضه کنند و دیگر توانی برای سرمایه گذاری بیشتر ندارند و بلکه امیدوارند بتوانند هرچه زودتر از محل فروش محصول بدهی های خود را پرداخت کنند. به نظر می رسد در چنین شرایطی یا مجبورند محصول و امتیازات آن را به بهایی نازل واگذار کرده و از میدان خارج شوند یا اینکه ناچارند زمانی بسیار طولانی تر از آنچه پیش بینی می کردند را طاقت آورده و به قیمت ناراحتی های جسمی و روحی و دست و پنجه نرم کردن با مشکلات اجتماعی و خانوادگی به امید آینده بمانند. اما دو راه دیگر نیز وجود دارد، راه هایی که در کشور ما به شکل نظام مند کمتر بدان پرداخته شده و اگر هم کسی از این راه ها به جایی رسیده بشرط به یاری بخت و اقبال بلندش بوده تا عاملی دیگر.

تاریخ تحولات اقتصادی نشان می دهد که هر نوآوری یا اختراع بزرگی که بازارهای جهان را به تسخیر خود درآورد همزمان دارای رقیبانی بوده و در این میان آن کس رقابت را برده که توانسته با مهارت و شایستگی بیشتر بازاریابی بهتری برای کالای خود کرده و بیشتر از رقبا اعتماد بازار را جلب کند. این واقعیت دارد که سیستم عامل «MS-DOS» برگ برنده ای بود اما آنچه بیل گیتس را به مرتبه بزرگترین ثروتمند جهان رساند مهارت او در بازاریابی موفق برای محصولش و موقعیت شناسی و بهره گیری بهینه او از فرصت هایی بود که شاید در پیش روی همه بود. همه کارشناسان کامپیوتر متفق القولند که سیستم عامل کامپیوترهای «مکینتاش» بسیار کارآمدتر از سیستم عامل ویندوز است اما بازارها حکایت از این می کنند که بیش از ۸۵ درصد بازار سیستم عامل در دستان ویندوز و «مایکروسافت» متمرکز شده و این تنها به مدد مدیریت هوشمندانه بیل گیتس و توانمندی او در جلب بازارها حاصل شده است.

در کشورهای پیشرفته جهان و نیز کشورهای در حال رشد سرمایه گذارانی هستند که با درک فرصت های تجاری مستتر در ایده های نوآورانه و کارآفرینی قسمتی از سرمایه مورد نیاز برای تقویت این فعالیت ها در دوره آغازین عمرشان را تامین کرده و در مقابل از سودآوری قابل توجه فعالیت تحت حمایت در دوره رشد سریع استفاده کرده و پس از اینکه ارزش سهام بنگاه تحت حمایت در بالاترین نقطه تثبیت شد با فروش سهام خود به قیمت مناسب از آن بنگاه خارج می شوند. کارآفرین با بهره گیری از چنین فرصتی می تواند سرمایه کافی برای ورود به بازار و هزینه مانورهای بازاریابی خود را تامین کرده و شانس موفقیت خود را تا چند برابر افزایش دهد. اگرچه در این کار سرمایه گذار باید متحمل ریسک بالاتری نسبت به فعالیت های عادی شود اما چشم انداز سوددهی نهایی و نیز سرشکن شدن زبان احتمالی یک پروژه بین چند پروژه موفق انجام این سرمایه گذاری را توجیه پذیر می نماید. نهاد سرمایه گذاری خطرپذیر که می تواند دولتی یا خصوصی باشد در اغلب کشورهای جهان مشوق و حامی اصلی اغلب فعالیت های کارآفرینانه بوده و حتی بسیاری از بنگاه های بزرگ و تثبیت شده اقتصادی مانند « آی . بی . ام » و ایکروسافت موسسات خاص خود را به وجود آورده اند که از پروژه های همراستا با اهداف بنگاه حمایت می کنند. متأسفانه جای خالی چنین نهادی در مجموعه اقتصادی ایران به شدت به چشم می خورد و معدود موسسات دولتی که به حمایت از کارآفرینان یا نوآوران می پردازند آنچنان شرایط مشکلی دارند و تضمین های محکمی برای کمک خود مطالبه می کنند که بیش از هر چیز به بانک هایی که کهنسال و محافظه کار می مانند تا سرمایه گذار خطر پذیر! شورشختی آنجا تشدید می شود که تقریباً تمامی همین کمک ها نیز به مرحله تکمیل پروژه اختصاص دارد و در مرحله ورود به بازار کارآفرین و نوآور کاملاً بی دفاع و به امید بخت و اقبالش رها می شود.

اما باید گفت برای کشوری که می خواهد با چند جهش خود را به صف کشورهای توسعه یافته برساند این وضعیت مطلوبی نیست. اگر باور کرده ایم که باید از اقتصاد تک محصولی و وابستگی به نفت خارج شویم و اگر آموخته ایم که کارآفرینی موتور مولد اقتصاد سالم است پس باید کاری کرد که کارآفرین بتواند موفق شود. باید تمامی مسیر موفقیت در کارآفرینی مورد حمایت قرار گیرد، کارآفرین باید علاوه بر مهارت های شغلی مهارت های مدیریت و بازرگانی را نیز فرا بگیرد، باید مراکز به وجود بیاید که در مراحل بازاریابی و عرضه محصول نیز حمایت های خود را به کارآفرین ارزانی کند و ... هر زمان که این کار آغاز شود دیر نیست مهم شروع کردن است. ثروت انباشته در دست دولت امکان مناسبی به نهادهای دولتی می دهد که بتوانند جای خالی نهادهای سرمایه گذار بخش خصوصی را ( در آغاز چنین راهی ) پر کرده و پس از تثبیت مدعا اندک اندک سهم بیشتر را به بخش خصوصی واگذارند. در باب چنین تدبیری بیش از این سخن خواهیم گفت.

( )

به منظور افزایش توان مالی شرکت گسترش کارآفرینی در راستای حمایت های بیشتر مالی از کارآفرینان مذاکراتی بین مدیریت شرکت گسترش کارآفرینی ایران و مدیریت مهر رضا صورت پذیرفته و توافقات اولیه به منظور همکاری های مشترک حاصل شده است. اخبار جدید این موضوع را در ماهنامه های بعدی دنبال نمایید.



در ارتباط با موافقتنامه سازمان گسترش و توسعه صنایع ایران و وزارت کار و امور اجتماعی بر اساس مصوبه کارگروه اجرایی این موافقتنامه، شرکت گسترش کارآفرینی ایران به عنوان نقطه تماس و مسئول اجرایی کردن ده محور پیشنهادی موافقت شده بین سازمان گسترش و وزارت کار تعیین گردید. در شماره بعدی ماهنامه موضوعات ده محور پیشنهادی ارائه می شود

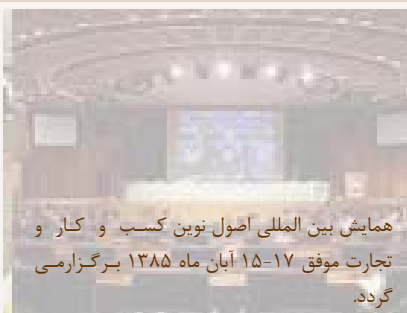
- سایت تخصصی سینما
- تولید شیر های هیدرولیکی سولونوئیدی
- راه اندازی سایت ارائه خدمات بازاریابی به کار آفرینان

از آغاز فروردین ماه ۸۵ الی مهر ماه ۸۵ تعداد ۳۸ طرح جدید به شرکت گسترش کارآفرینی ایران ارائه شده است.



- هفت طرح از پروژه های وارد مصوب شده است. (که شامل طرح های وارد سال ۸۴ و ۸۵ می باشد)
- قرارداد مربوط به چهار طرح جدید منعقد گردیده است.
- در حال حاضر ۲۰ طرح در دست بررسی می باشد.
- ۱۲ طرح مورد پذیرش قرار نگرفته است.

چهارمین همایش سالانه سیستم مدیریت امنیت اطلاعات ۱۴ و ۱۵ آذر ماه ۱۳۸۵ در مرکز همایش های صدا و سیما برگزار می گردد. جهت کسب اطلاعات بیشتر و محور های پیشنهادی جهت ارائه مقالات به سایت اطلاع رسانی همایش راجعه فرمایید.  
[www.isms-sominar.com](http://www.isms-sominar.com)



همایش بین المللی اصول نوین کسب و کار و تجارت موفق ۱۷-۱۵ آبان ماه ۱۳۸۵ برگزار می گردد.  
برای کسب اطلاعات بیشتر می توانید به سایت:  
[www.hamayeshfarazan.com](http://www.hamayeshfarazan.com)  
مراجعه فرمایید.

اولین همایش مدیریت منابع مالی تحقیق و توسعه در ایران در مقایسه با دیگر کشورهای جهان، ۲۸ آذر ماه ۸۵ در مرکز همایش های رازی (تهران) برگزار می گردد.  
متولی برگزاری این همایش: وزارت صنایع و معادن  
مجری: انجمن تخصصی مراکز تحقیق و توسعه