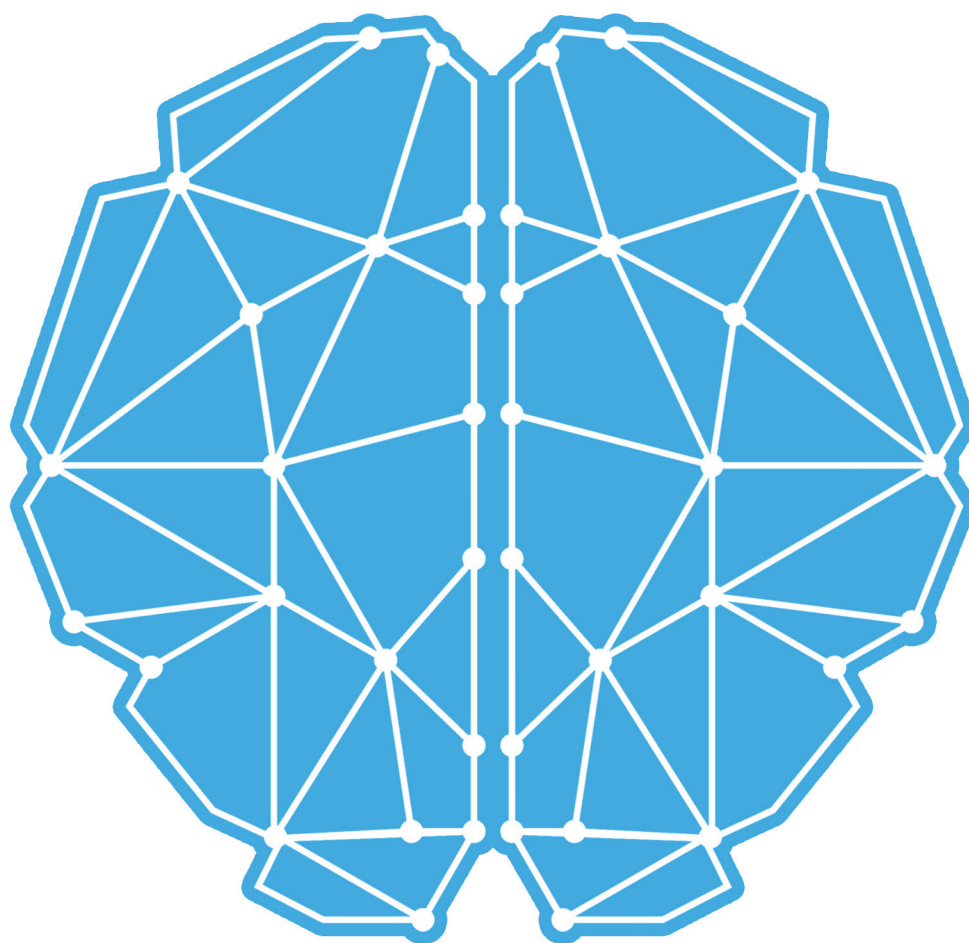




هوش کارآفرینی

مهارت‌های ضروری برای شروع کارآفرینی



حسن زارعی

مدرس و مربی کارآفرینی و کسب و کار

آموزش کارآفرینی و کسب و کار

WWW.HASSANZAREI.COM

[INSTAGRAM.COM/HASSANZAREI_COM](https://www.instagram.com/HASSANZAREI_COM)

www.ketabha.org

بِه نام خداوند کار آفرین

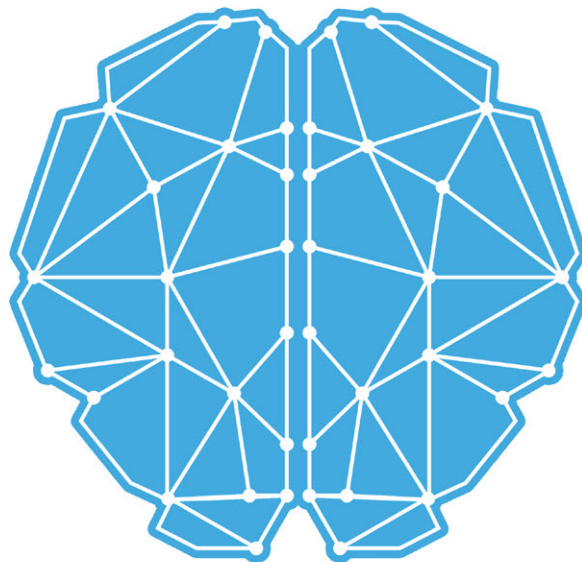
تقدیم می‌کنم به

پدرم

که سالها دلاور مردانه از جان خود گذشت برای حفظ صلابت این مرز و بوم
تا اکنون کار آفرینان در آرامش و امنیت کار آفرینی کنند

و مادرم

که به من یاد داد هر چه هست از خداست



هوش کارآفرینی

مهارت‌های ضروری برای شروع کارآفرینی

نویسنده: حسن زارعی

طراح جلد و صفحه‌آرا: حسین زارعی

ویراستاری: شیرین قادری‌آذری

سال انتشار: ۱۳۹۷

مبلغ سرمایه‌گذاری: ۱۰۰/۰۰۰ ریال

تلفن مرکز پخش: ۸۸۳۰۵۵۳۹

فروش اینترنتی: www.HassanZarei.com

از این که با اشتراک‌گذاری و انتشار مطالب این کتاب به همراه منبع به ترویج مباحث آموزش کارآفرینی کمک می‌کنید از شما سپاسگزارم.

آموزش کارآفرینی و کسب و کار

WWW.HASSANZAREI.COM

[INSTAGRAM.COM/HASSANZAREI_COM](https://www.instagram.com/HASSANZAREI_COM)

www.ketabha.org



هوش کارآفرینی چه پیشنهادهایی داره؟ (۳۳)



- دید مهارتی (۳۳)
- پرورش مهارت‌ها (۳۴)
- مطالعه روزانه (۳۵)
- مثل آفتابپرست (۳۶)
- مهندسی معکوس (۳۷)
- تمرکز، تمرکز، تمرکز (۳۷)
- غذا حاضری ممنوع! (۳۹)
- ماهگیری مهارته! (۴۰)
- تجسم هوشیارانه (۴۱)
- اقدام، بهترین راهکار (۴۲)
- دوری و عدم دوستی (۴۳)
- دید مثبت به جای منفی (۴۴)
- چوب جادویی هری پاتر (۴۵)

چه مهارت‌هایی باید یاد بگیریم؟ (۴۷)



- من شناسی! (۴۷)
- مقصد‌گزینی (۴۸)
- خود مدیریت (۴۹)
- گذر از پیچیدگی‌ها و ابهامات (۵۰)
- خوب نوشتن (۵۰)
- خوب صحبت کردن (۵۱)
- شبکه‌سازی (۵۲)
- حل مسئله (۵۴)
- مذاکره کردن (۵۶)
- کار کردن در تیم (۵۷)
- کارالوژی (۵۹)

هوش چی هست؟ (۶)



- هوش یعنی فرآیند ... (۶)
- هم چیز از اینجا شروع می‌شود (۷)
- یک باور اشتباه درباره هوش و مغز (۸)
- انعطاف‌پذیری عصبی (۹)
- مسیر عصبی (۱۰)

کارآفرینی چیست؟ (۱۲)



- تعریف من از کارآفرینی (۱۲)
- دو نوع مهارت برای کارآفرین شدن (۱۴)
- کدام یکی مهم‌تر است؟ (۱۶)

هوش کارآفرینی چیست؟ (۱۹)



- هوش کارآفرینی یعنی ... (۱۹)
- حوزه‌های هوش کارآفرینی (۲۰)

هوش کارآفرینی چرا مهمه؟ (۲۱)



- عامل شکست کسب‌وکارها (۲۱)
- عدم توجه به توانمندی‌ها (۲۲)
- عدم تصمیم‌گیری‌های درست (۲۳)
- عدم ابتکار عمل (۲۴)
- عدم خلاقیت و نوآوری (۲۵)
- عدم ارتباط مؤثر با دیگران (۲۶)
- عدم هدف‌گذاری هوشمندانه (۲۷)
- عدم برقراری ارتباط با دیگران (۲۸)
- عدم توانایی ارائه خود به دیگران (۲۸)
- یک اشتباه بزرگ در کارآفرینی (۲۹)

هدف نهایی هوش کارآفرینی (۶۱)



آیا هوش کارآفرینی فقط برای کارآفرین‌ها



است؟ (۳۱)



هوش چی هست؟

هوش یعنی فرآیند ... 

به مجموعه‌ای از پژوهش‌های علمی در زمینه ذهن و مغز انسان، علوم شناختی گفته می‌شود. این علم از مجموعه رشته‌های مختلف مانند روان‌شناسی، فلسفه ذهن، عصب‌شناسی، زبان‌شناسی، انسان‌شناسی، علوم رایانه و هوش مصنوعی تشکیل شده است.

تمرکز این علم در زمینه بینایی، تفکر و استدلال، حافظه، توجه، ادراک، یادگیری و زبان می‌باشد. در این علم یک تعریف کامل و جامع از هوش وجود دارد که می‌گوید: هوش، فرآیندی ذهنی و دربرگیرنده‌ی ظرفیت منطقی، درک خودآگاهی، یادگیری، مهارت حل مسئله، برنامه‌ریزی، خلاقیت، دانش فردی، زبان و ... است. هوش، توانایی یادگیری از تجربه‌ها، تفکر انتزاعی و برخورد کارآمد با محیط و افراد پیرامون خود است.

به زبانی دیگر می‌توان این‌گونه گفت که تمامی اعمال و رفتار انسان که نتیجه مجموعه‌ای از اطلاعات به‌دست‌آمده از آموخته‌ها و تجربیات انسان است که ابتدایه‌ساکن در مغز انسان پدیدار شده است.



هم چیز از اینجا شروع می‌شود

با توضیحاتی که در بخش قبل ارائه شد، کاملاً واضح است که در واقع اعمال انسان نتیجه فرآیندی است که از تفکر آغاز شده و به رفتار منتهی می‌شود. در واقع اول فکر و تجسم می‌کنیم، بعد اقدام می‌کنیم و با تکرار، آن را تبدیل به یک عادت و رفتار می‌کنیم. یعنی هر چیزی که در این دنیا به دست انسان خلق شده، ابتدا به ساکن در ذهن او پدیدار شده است. در واقع شروع همه چیز از مغز انسان است.

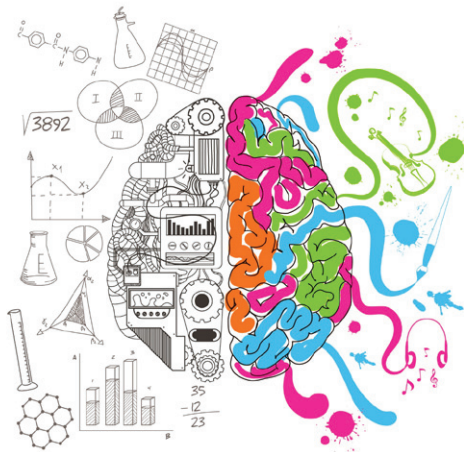
مغز انسان به دو نیمکره تقسیم شده است، نیمکره چپ و نیمکره راست. تمامی رفتار، گرفتار و اعمال انسان نتیجه فعل و انفعالاتی است که در این دو نیمکره انجام می‌شود.

وظیفه ایجاد هر یک از اعمال ما بر عهده یکی از این دو نیمکره می‌باشد. محققان به این نتیجه رسیده‌اند که نیمکره راست که به اصطلاح شهودی نامیده می‌شود، مواردی مانند خلاقیت، تصویرسازی، احساسات و خیال‌پردازی را بر عهده دارد و نیمکره چپ مواردی مانند منطق، آنالیز، محاسبات و هر آنچه مربوط به اعداد و منطق می‌باشد را بر عهده دارد برای همین به آن نیمکره منطقی می‌گویند.

در واقع می‌توان گفت که هر یک از مهارت‌ها و علومی که انسان با آن آشنا می‌شود در بخشی مشخص از این دو نیمکره به وجود می‌آید.

منطقی

منطق
آنالیز
تفکر جزئی‌نگر
مهارت‌های کلامی
حقایق
محاسبات



شهودی

خلاقیت
تصور
تفکر کلی‌نگر
مهارت‌های غیرکلامی
احساسات
خیال‌پردازی



بسیاری از افراد تصور می‌کنند که انسان‌ها یا راست مغز هستند یا چپ مغز! که از دیدگاه دانشمندان کاملاً اشتباه است. زیرا شخصیت، افکار و رفتار هر فرد متشکل از مجموعه‌ای از فعالیت‌های مغزی است.

هیچ فردی نمی‌تواند بگوید که فقط احساسات در او وجود دارد و جایی برای منطق وجود ندارد. ولی می‌تواند بگوید که احساسات او قوت بیشتری نسبت به منطقش دارد و تصمیم‌گیری‌هایی که در زندگی انجام می‌دهد بیشتر با احساساتش است.

در واقع هر دو نیمکره به یک نسبت در فعالیت‌های انسان نقش دارند و یکی بر دیگری غالب نیست. به بیانی دیگر فعالیت مغزی افراد بنا به کاری که انجام می‌دهند متفاوت خواهد بود. یعنی گاهی از نیمکره چپ و گاهی از نیمکره راست استفاده می‌کند.

یک باور اشتباه درباره هوش و مغز

یک باور کاملاً اشتباه در میان مردم وجود دارد. آن‌ها باور دارند که مغز و هوش انسان بالغ همان چیزی است که از بدو تولد با او متولد شده است و هیچ‌وقت تغییر نکرده و نخواهد کرد.

یعنی هر آن چیزی که در بدو تولد به عنوان هوش در ما وجود داشته غیر قابل تغییر است و امکان رشد وجود ندارد که کاملاً اشتباه است!

همان‌طور که گفتیم در علوم شناختی هوش را فرآیندی ذهنی می‌دانند که بخشی از آن به موضوع یادگیری پرداخته شده است. با این تعریف می‌توان گفت که مغز انسان از بدو تولد در حال رشد است و این رشد به واسطه یادگیری صورت می‌گیرد.

در ادامه به این موضوع می‌پردازیم که محققان به چه نتایج شگرفی در زمینه مغز انسان دست‌یافته‌اند. آن‌ها فهمیده‌اند که مغز انسان مدام در حال تغییر و بازسازی است. یعنی مغز انسان خاصیت سازندگی دارد و می‌تواند رشد و نمو داشته باشد. پس این‌گونه می‌توان نتیجه گرفت که این باور کاملاً اشتباه است و می‌توان هوش را تقویت کرد.



انعطاف‌پذیری عصبی

به‌غیر از مردم عادی، حتی دانشمندان هم تا چند سال پیش فکر می‌کردند که مغز انسان فقط در دوران کودکی تغییر می‌کند و بعد از آن همان‌گونه ثابت خواهد ماند. اما علم متوقف نماند و دانشمندان با تحقیقات مجدد به این نتیجه رسیدند که این موضوع کاملاً اشتباه است. زیرا مغز می‌تواند در گذر زمان تغییرات بسیار فراوانی داشته باشد.

آن‌ها مغز را به یک پلاستیک تشبیه کردند که می‌تواند حالت‌های مختلف را به خود بگیرد و قابل‌انعطاف باشد.

همین موضوع باعث شد که عنوان انعطاف‌پذیری مغز را برای این حالت مغز در نظر بگیرند. در واقع مغز مانند یک شبکه الکتریکی پویا و به‌هم‌پیوسته است که در هر لحظه که فکر می‌کنیم یا عملی انجام می‌دهیم یک مسیر ارتباط فعال می‌گردد.

برخی از این مسیرها که به راحتی در آن ارتباطات جریان دارد در واقع همان عادت‌هایی است که پیش از این در ما ایجاد شده است. در واقع هر کاری که ما در حال انجام آن هستیم، مانند نفس کشیدن، فکر کردن، راه رفتن و بسیاری دیگر از اعمال به واسطه مسیرهایی است که سالیان سال در آن جریان ارتباطی وجود داشته و طی مسیر در آن بسیار آسان است.



حالا اگر بخواهیم به چیزی که پیش از این در توانمندی‌های ما وجود نداشته دست یابیم و یا مهارت جدیدی را بیاموزیم باید یک مسیر جدید در مغز ما ایجاد گردد. یعنی یک مسیر جدید به مسیرهای قبلی اضافه شود.

حال اگر به تردد در مسیر جدید ادامه بدهیم مغز توانایی این را دارد که این مسیر را برای ما هموار کرده و تردد در آن را برایمان آسان گرداند. این‌گونه می‌توانیم احساسات، تفکرات و مهارت‌های جدید را در خودمان ایجاد کنیم.

اگر به تردد در این مسیر ادامه دهیم، مسیر قبلی که همان عادت‌های قبلی ما است کم‌کم از بین می‌رود و مسیر جدید تثبیت می‌شود. این‌گونه عادت‌های جدید و یا مهارتی جدید در ما ایجاد می‌شود.

مثلاً برای یادگیری مهارت‌های کلامی، برای فردی که پیش از این توانایی صحبت کردن در جمع را ندارد می‌بایست مسیری را ایجاد کنیم که بتواند با تمرین و ممارست مسیر آن را در ذهن خود ایجاد کند و آن را تبدیل به یک عادت نماید.

مسیر عصبی

در بخش قبلی گفتیم که مغز ما قابلیت انعطاف‌پذیری دارد و می‌تواند مسیرهای جدید را ایجاد کند تا بتوانیم چیزهای جدیدی بیاموزیم.

در این قسمت کمی موشکافانه‌تر این موضوع را تشریح می‌کنیم. چیزی که باعث می‌شود تا مغز ما انعطاف‌پذیر باشد، وجود مسیرهای عصبی است که در مغز ما وجود دارد.

مغز ما دارای هزاران میلیارد سلول مغزی است که به هم متصل هستند و یادگیری هم زمانی صورت می‌گیرد که یک مسیر بین سلول‌ها ساخته یا تقویت شود.

وقتی پالس الکتریکی از سلولی به سلول دیگر می‌رود و ارتباطی در مغز ما ایجاد می‌کند، باید از فاصله بسیار کوتاهی که بین سلول‌ها وجود دارد که نام آن‌ها سیناپس است عبور نماید. در واقع باید پالس‌های الکتریکی از این فاصله بپرند و خود را به سلول دیگر برسانند.



فاصله بین سلول‌ها بسیار کم است، اما برای الکترون‌ها پریدن از این فاصله بسیار سخت است. مانند فردی که می‌خواهد برای اولین بار رانندگی کند، قطعاً اولین رانندگی برای او کار بسیار سختی خواهد بود، زیرا تا کنون این کار را انجام نداده است. ولی وقتی که چندین مرتبه آن را تکرار می‌کند کار بسیار عادی و راحتی خواهد بود.

پالس‌های الکتریکی هم به همین شکل عمل می‌کنند، وقتی اولین بار میان دو سلول حرکت می‌کنند به سختی این کار را انجام می‌دهند، سخت‌ترین کار را پالس الکتریکی اول انجام می‌دهد. ولی وقتی چندین مرتبه تردد صورت گیرد، کاری بسیار سهل و آسان خواهد بود.

این دقیقاً مانند چیزی است که ما برای اولین بار می‌خواهیم یاد بگیریم، که شروع آن سخت‌ترین قسمت آن است. برای همین است که می‌گویند هر کاری اولش سخت است و اگر مداومت داشته باشد، آسان می‌شود.



کارآفرینی چیست؟

تعریف من از کارآفرینی

کارآفرینی چیست؟ این سؤال، سؤالی هست که در بسیاری از مواقع از من پرسیده می‌شود. سؤالی کوچک ولی با جوابی بسیار بزرگ و گسترده.

تعاریف زیادی از کارآفرینی وجود دارد، از تعریف ریچارد کانتیلون و آدام اسمیت که در قرن هفدهم و هجدهم برای اولین بار از این واژه استفاده کردند گرفته تا تعریفی که ژوزف شومپتر حدود یک قرن پیش آن را مطرح کرد.

البته معنا و مفهوم کارآفرینی که ما در عصر حاضر آن را درک کرده‌ایم به تعریفی که آقای ژوزف شومپتر در سال ۱۹۲۸ آن را مطرح کرد نزدیک‌تر است. زیرا وی اعتقاد داشت که کارآفرینی رابطه نزدیکی با نوآوری دارد، چیزی که ما در این زمان به شدت به آن نیازمندیم.

ژوزف شومپتر اولین بار کارآفرینی را این‌گونه تعریف کرد: "عصاره کارآفرینی در درک و بهره‌برداری از فرصت‌هاست" و بعدها کارآفرینی را با دیدگاهی گسترده‌تر و کلان‌تر تعریف کرد و کارآفرینان را کسانی دانست که اقتصاد و سازمان‌ها را زنده می‌کنند،



افرادی که کمبود آن‌ها در بسیاری از سازمان‌های دولتی ما به شدت احساس می‌گردد. همان‌طور که گفتم نوآوری از ملزومات اصلی کارآفرینی از دیدگاه آقای ژوزف شومپیتر است. او اعتقاد داشت که نوآوری را می‌توان به پنج شیوه ارائه کرد:

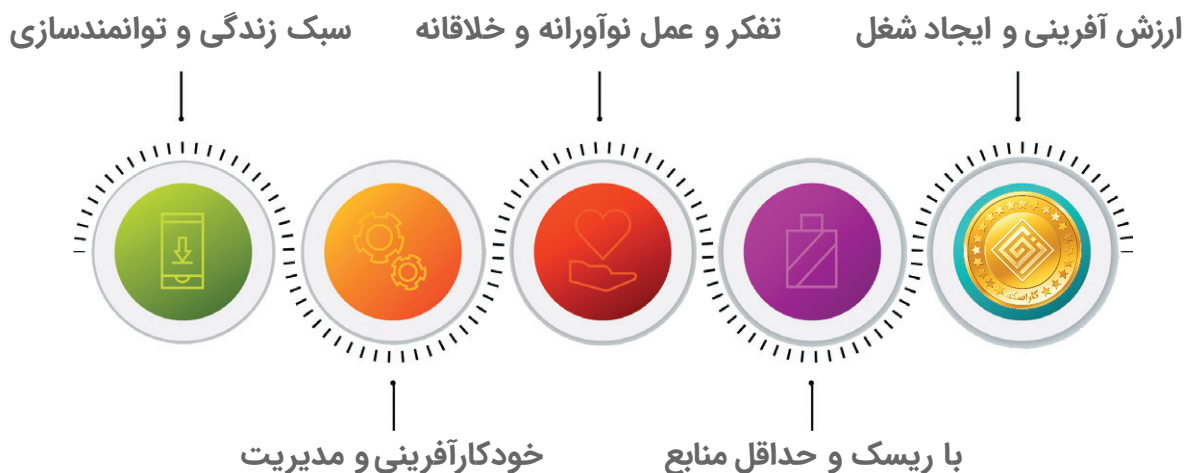
- معرفی یک کالای جدید
- به‌کارگیری یک شیوه جدید برای تولید یک محصول قدیمی
- ایجاد یک بازار جدید برای یک محصول موجود
- کشف و به‌کارگیری یک منبع جدید برای تأمین مواد اولیه
- ایجاد یک ساختار جدید برای یک صنعت موجود

من اعتقاد دارم کارآفرینی، یعنی اینکه فردی به واسطه تغییر سبک زندگی، ابتدا خود را آن‌قدر توانمند سازد که بتواند کسب‌وکاری را برای خود راه‌اندازی کند و آن را مدیریت کند، یعنی خودکارآفرینی کند. بعد با تفکر و عمل‌گرایی نوآورانه و خلاقانه، ایده و فرصتی را ایجاد یا پیدا کند، تا بتواند با پذیرش ریسک و با حداقل منابع، ارزش‌آفرینی کرده و جهت توسعه آن برای دیگران شغل ایجاد نماید.

در این تعریف، تأکید من بر این است که فرد کارآفرین ابتدا باید از خود شروع کند. یعنی به پرورش خود بپردازد، زیرا کارآفرینی یک علم و مجموعه‌ای از مهارت‌هاست که ابتدا باید آن را در خود ایجاد کرد، و این تغییر به واسطه سبک زندگی کارآفرینانه است.

هنگامی که یک فرد بتواند برای خود کسب‌وکاری ایجاد نماید و بتواند آن را مدیریت کند، قطعاً می‌تواند برای دیگران هم شغل ایجاد نماید. در غیر این صورت کارآفرینی مسیر بسیار سختی برای او خواهد بود.

فردی که سبک زندگی کارآفرینانه را انتخاب کرده است، همیشه به دنبال یک فرصت و یک ایده است و اگر نتواند آن را بیابد، آن را می‌سازد. پیدا کردن یک فرصت و یک ایده نیاز به یک تفکر نوآور و خلاق دارد، تفکری که بتواند به عمل منتهی شود.



کارآفرین با پذیرش ریسک و مقابله با عدم قطعیت‌های موجود در ابتدای راه، باید بتواند با حداقل منابع موجود ارزشی ایجاد کند که دیگران متقاضی آن شوند. یعنی ارزشی ایجاد کند که مشتریان حاضر باشند برای آن پول پرداخت کنند. این‌گونه می‌تواند برای توسعه کسب‌وکار خود اقدام به استخدام افرادی نماید که در مسیر رشد و پیشرفت کسب‌وکارش یاری‌رسان او باشند.

دو نوع مهارت برای کارآفرین شدن

کارآفرینان موفق دارای ویژگی‌ها و مهارت‌هایی هستند که توانسته به آن‌ها کمک کند تا بتوانند مسیر کارآفرینی را به بهترین شکل ممکن طی کنند.

سال‌ها پیش وقتی از آموزش کارآفرینی صحبت می‌شد، شاید برای بسیاری از مردم خنده‌دار و تعجب‌آور بود که آموزش کارآفرینی را قبول کنند. زیرا آن‌ها اعتقاد داشتند که کارآفرینی ذاتی است و باید در خون و رگ و ریشه شخص باشد.

در واقع آن‌ها اعتقاد داشتند که کارآفرینی آموختنی نیست و صرفاً با کمی شجاعت و ریسک‌پذیری و داشتن یک تخصص می‌توان کارآفرین بود. زیرا کارآفرینی را صرفاً ایجاد اشتغال برای تعدادی کارگر و کارمند می‌دانستند.



با گذر زمان این دیدگاه و نظر رد شد و دیگر قابل قبول نیست، زیرا علم کارآفرینی به عنوان یک واحد دانشگاهی به دانشجویان عرضه شد و نشان داد که کارآفرینی هم آموختنی است و باید آن را فراگرفت.

این مسئله حتی ثابت کرد که کارآفرینی چیزی ذاتی نیست و هر فردی می‌تواند آن را بیاموزد و تبدیل به یک کارآفرین شود. کارآفرینی دیگر تنها ایجاد شغل به حساب نمی‌آید! بلکه کارآفرینی نوعی ارزش‌آفرینی است که نیاز است آن را هوشمندانه مدیریت کنیم.

کارآفرینان برای شروع و مدیریت کسب‌وکارشان نیاز به یک سری مهارت‌ها دارند تا بتوانند درصد موفقیت‌شان را بیشتر کنند. شاید بتوان بدون فراگرفتن این مهارت‌ها کاری انجام داد، ولی قصد ما از آموختن و فراگرفتن این مهارت‌ها این است که بتوانیم کسب‌وکارمان را هوشمندانه مدیریت کنیم و موفقیت را برای خودمان تضمینی به دست آوریم.

متخصصان و محققان امر کارآفرینی، دو نوع مهارت را لازمه شروع کارآفرینی می‌دانند:

۱. مهارت‌های نرم

۲. مهارت‌های سخت

مهارت‌های نرم، شامل مهارت‌هایی می‌شوند که کمک می‌کنند تا کارآفرینیان بتوانند روابط مستحکم‌تری با اعضای تیم و دیگران داشته باشند.

مهارت‌های نرم شامل انواع مهارت‌های فردی و بین فردی مانند خودآگاهی، هدف‌گذاری، مدیریت زمان، ارائه مؤثر، مدیریت تعارض، حل مسئله و تعدادی دیگر از مهارت‌هاست.

اگر خاطرتان باشد در تعریف کارآفرینی بیان کردم که برای شروع کارآفرینی شخص باید ابتدا سبک زندگی خودش را تغییر دهد، این تغییر از زمانی شروع می‌شود که فرد بتواند این مهارت‌ها را فراگیرد و در کار و زندگی خود آن‌ها را اجرایی کند.



پس گام اول، فراگرفتن همین مهارت‌های نرم است که می‌تواند به فرد کمک کند از زندگی قبلی خود به زندگی کارآفرینانه مهاجرت کند و خود را تبدیل به یک کارآفرین موفق گرداند.

مهارت‌های سخت هم شامل یکسری مهارت‌ها است که کارآفرین برای مدیریت کسب‌وکار خود نیاز دارد آن‌ها را فرا بگیرد. مهارت‌هایی مانند حسابداری، نگارش طرح کسب‌وکار، فنی و مهندسی، برنامه‌ریزی شغلی و استخدام که بخشی از این مهارت‌ها به حساب می‌آیند.

هر کارآفرینی علی‌القاعده به کاری مسلط است یا تخصصی در یک زمینه دارد، این تخصص و مهارت همان مهارت‌های سختی است که یک کارآفرین باید به آن تسلط داشته باشد.

تخصص‌هایی مانند برنامه‌نویسی، طراحی، گردشگری و یا بسیاری دیگر از تخصص‌ها که می‌توان در هر یک از آن‌ها کارآفرینی کرد و کارآفرین شد.

کدام یکی مهم‌تر است؟

در بسیاری از مطالب اینترنتی و کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی که در زمینه کارآفرینی با آن‌ها آشنا شدم و در مورد آن‌ها تحقیقات کردم، متوجه شدم که متأسفانه تأکیدات بسیار فراوانی بر مهارت‌های نرم شده است.

حتی بعضاً دیده‌ام که سؤالاتی از این دست پرسیده می‌شود که کدام یک مهم‌تر است؟ داشتن مهارت‌های نرم یا مهارت‌های سخت!

این سؤال مانند این است که بگوییم برای زنده ماندن وجود قلب لازم است یا مغز! کدام یک مهم‌تر است؟!

به نظر من این سؤال از پایه و اساس کاملاً اشتباه است و پاسخ تأکیدی بر یکی از آن‌ها کاملاً اشتباه‌تر. خوب کاملاً مبرهن است که برای زنده ماندن هر دوی آن‌ها لازم است، هم قلب و هم مغز.



برای کارآفرینی هم هر دوی آن‌ها لازم است، هم مهارت‌های سخت و هم مهارت‌های نرم! کدام یک بیشتر؟! بستگی به فرد و نوع کسب‌وکاری دارد که کارآفرین آن را آغاز کرده است. ولی به‌طور کلی وجود هر دوی آن‌ها لازمه کارآفرینی است.







هوش کارآفرینی چیست؟

هوش کارآفرینی یعنی ... 

با تعاریفی که از هوش و کارآفرینی داشتیم، اکنون می‌توانیم تعریفی کامل و واضح از هوش کارآفرینی ارائه کنیم.

هوش کارآفرینی مجموعه‌ای از مهارت‌های نرم و ذهنی است که کارآفرینان می‌توانند آن‌ها را یاد گرفته و در خود نهادینه کنند، یعنی تبدیل به یک عادت کنند تا بتوانند در مسیر سخت کارآفرینی با کمک آن توانمندی‌ها بر موانع فائق آیند.

هوش کارآفرینی می‌تواند در هر فردی ایجاد شود. هر فردی که تمایل داشته باشد وارد دنیای کارآفرینی شود می‌تواند آن را فرا بگیرد. هوش کارآفرینی چیزی است که باید با تمرین و ممارست در فرد تبدیل به یک عادت شود.

هوش کارآفرینی باعث تغییر سبک زندگی انسان معمولی به یک انسان کارآفرین می‌شود. هوش کارآفرینی باعث رشد و ارتقاء سطح زندگی افرادی است که دوست دارند زندگی متفاوتی نسبت به گذشته خود داشته باشند.



در ادامه به این خواهیم پرداخت که حوزه‌های هوش کارآفرینی چیست و چرا باید فراگرفته شود و به این خواهیم پرداخت که اگر هوش کارآفرینی وجود نداشته باشد چه عواقب و معضلاتی را برای کسب‌وکارتان به وجود خواهد آورد.

حوزه‌های هوش کارآفرینی

هوش کارآفرینی شامل چهار حوزه مهارتی زیر است:

۱. مهارت‌های فردی
۲. مهارت‌های ارتباطی
۳. مهارت‌های تیمی
۴. مهارت‌های عمومی

هر کدام از این حوزه‌ها شامل تعدادی از مهارت‌هایی است که باعث می‌شوند کارآفرینان بتوانند ارتباطات مؤثرتری با دیگران برقرار کنند و به موفقیت‌های بیشتری دست یابند.





هوش کارآفرینی چرا مهمه؟

عامل شکست کسب‌وکارها

تا کنون به یک بررسی مختصر درباره هوش کارآفرینی پرداختیم. گفتیم که هوش کارآفرینی چیست و شامل چه حوزه‌هایی است. در ادامه به این خواهیم پرداخت که هوش کارآفرینی چرا این‌قدر از دیدگاه من مهم است و چرا کارآفرینان باید آن را فرا بگیرند.

من اعتقاد دارم که ۸۰ درصد شکست کسب‌وکارها به دلیل نبود مهارت‌های نرم در کارآفرینان و حتی کارکنان کسب‌وکارها است. این عدد شاید یک مقدار اغراق‌آمیز باشد، ولی اگر کمی موشکافانه‌تر آن را بررسی کنیم، می‌بینیم که حرف‌گرافی هم نخواهد بود.

به نظر من "تنها عامل شکست و یا موفقیت یک کسب‌وکار، ما انسان‌ها هستیم!". اگر بخواهم بیشتر توضیح بدهم، باید بگویم که اگر توجه داشته باشید و کسب‌وکارهای شکست‌خورده را بررسی کنید می‌بینید که انتهای همه شکست‌ها به اقدامات افرادی بر می‌گردد که نتوانسته‌اند به درستی اقدام کنند. در واقع تصمیم‌های آن‌ها و شاید برخی از رفتارها و تفکرات آن‌ها باعث شده که آن کسب‌وکار به شکست منتهی شود.



شاید بگویید پس نقش محیط و شرایط اقتصادی در شکست کسب‌وکارها چیست. درست است این عوامل هم باعث شکست یک کسب‌وکار خواهد شد، ولی وقتی یک تیم و مدیری که آن را هدایت می‌کند دارای مهارت‌هایی باشند که بتوانند از بحران عبور کنند دلیلی برای شکست باقی نخواهد ماند.

مهم است که بتوانیم با مدیریت خودمان، تصمیماتی اخذ و اقداماتی انجام دهیم که نگذاریم شرایط محیطی و بیرونی تأثیری بر روند کسب‌وکار ما داشته باشد.

در ادامه برخی از موارد که بیشترین دلایل شکست یک کسب‌وکار را دارد بررسی خواهیم کرد و خواهیم گفت که چرا این عوامل می‌توانند جلوی پیشرفت کسب‌وکار ما را بگیرند.

البته این موارد تنها بخشی از دلایل مهمی است که بر لزوم یادگیری هوش کارآفرینی تأکید دارد، قطعاً موارد بیشتری را می‌توان با تحقیق و مطالعه بیشتر مورد تحلیل قرار داد.

عدم توجه به توانمندی‌ها

مدتی قبل مشاوره‌ای در زمینه مدیریت استارت‌آپ با یکی از علاقه‌مندان و فعالان این حوزه داشتم. استارت‌آپی که به‌تازگی شروع به کار کرده بود و در زمینه مواد غذایی قصد فعالیت داشت.

طی صحبتی که با این دوست عزیز داشتم متوجه شدم که افرادی که در تیم او کار می‌کنند افراد بسیار توانمندی هستند، اما به نظر می‌آمد که برخی از آن‌ها در محل مناسبی چیدمان نشده بودند. یعنی توجهی به علاقه‌مندی‌های آن‌ها و توانمندی‌های آن‌ها نشده بود. که با پیشنهادی که به او دادم تغییراتی در سیستم خود ایجاد کرد که نتایج خوبی هم به دست آورد.

یکی از دلایل شکست کسب‌وکارها این است که افراد را در جایگاه‌های شغلی قرار می‌دهند که هیچ تناسبی با آن جایگاه ندارند. حتی بسیاری از کارکنان خودشان هم نمی‌دانند که چه توانمندی‌هایی دارند و چه جایگاه شغلی برایشان مناسب است.



با کمی تحقیق و بررسی در کسب‌وکارهایی که با مشکل روبرو هستند، می‌توان دریافت که کارکنان در جایگاهی قرار می‌گیرند که از نظر توانمندی‌های روحی و حتی جسمی هیچ تناسبی با جایگاه شغلی ندارند.

همین موضوع به‌ظاهر ساده که به‌طور حتم بسیاری از مدیران و کارکنان کم‌آگاه توجهی به آن ندارند، باعث می‌گردد که کم‌کم آن کسب‌وکار رو به ضعف رفته و شکست بخورند.

عدم تصمیم‌گیری‌های درست

احتمالاً شما هم در هر جایگاهی که اکنون هستید درگیر اخذ تصمیم‌های بسیار مهم بوده‌اید. تصمیماتی که می‌توانند تأثیر مستقیمی بر روند کیفیت زندگی و کارتان داشته باشد.

حال تصور کنید که نتوانید به درستی تصمیم بگیرید، قطعاً دچار بحران‌هایی می‌شوید که می‌تواند تأثیر منفی در زندگی‌تان داشته باشد.

بسیاری از مشکلات به وجود آمده در کسب‌وکارها ناشی از عدم تصمیم‌گیری‌های درستی است که کارآفرینان و مدیران دارند.



تصمیم‌گیری درست یک کارآفرین در کسب‌وکار مانند تصمیم‌گیری یک خلبان است هنگام هدایت هواپیما، دقیقاً با همان دقت و اهمیت.



هنگام تصمیم‌گیری باید به‌گونه‌ای عمل کنید که بهترین دستاورد را برای کسب‌وکارتان داشته باشید. بی‌شک تصمیمات شما به عنوان کارآفرین و مدیر به‌غیر از زندگی خودتان، بر زندگی افرادی که تحت هدایت شما هستند تأثیر مستقیمی خواهد داشت.

عدم ابتکار عمل

کارآفرینی که ابتکار عمل نداشته باشد و نتواند در کسب‌وکارش تحول ایجاد کند، مانند فوتبالیستی است که به عنوان فرد حمله‌کننده (فوروارد) در یک تیم حضور دارد ولی تاکنون نتوانسته گلی بزند.

تصور کنید فوروارد یک تیم بی‌رُمق، بی‌انگیزه و بی‌تحرک باشد! آیا می‌توان روی این‌چنین فردی حساب باز کرد؟ قطعاً خیر.

فرد کارآفرینی هم که نتواند ابتکار عمل داشته باشد و حتی نتواند کارکنان خود را



تشویق به داشتن ابتکار عمل کند، موجبات از بین رفتن کسب‌وکارش را فراهم ساخته است.

ابتکار عمل باعث می‌شود که هم کارآفرین و هم کارکنان به دنبال این باشند که بتوانند موفقیت‌های بیشتری را برای خودشان و هم‌تیمی‌هایشان ایجاد نمایند. ابتکار عمل روح و جان کسب‌وکار است و اگر نباشد می‌تواند دچار مرگ کسب‌وکار شود.

عدم خلاقیت و نوآوری



از وقتی من یادم می‌آید برند ریکا همان شکلی است که اکنون هم هست. اینکه بخواهیم حس نوستالژی را برای مشتریان و کاربران برند خود فعال کنیم نکته بازاریابی خوبی است. ولی شاید این تصور را هم ایجاد کند که هیچ خلاقیتی در این برند وجود ندارد.





حتی شاید باعث شود که مشتریان فکر کنند که کیفیت محصول از ابتدا همانی است که بوده و اصلاً ارتقاء سطح کیفی نداشته است. حالا شما هرچقدر هم که تبلیغ کنید باز همانی است که مشتریان فکر می‌کنند!

اگر در فروشگاه‌های بزرگ به سراغ قفسه مواد شوینده بروید، احتمال اینکه برند ریکا را آنجا بیابید بسیار کم است. زیرا استنباط من این است که برند ریکا به خاطر عدم خلاقیت در بسته‌بندی نتوانسته نظر مشتریان را به خود جلب نماید.

کسب‌وکارهایی که در آن خلاقیت وجود نداشته باشد دقیقاً مانند مردابی است راکت و بدون تحرک، کسل‌کننده برای کارکنان و مشتریان. همین موضوع گامی است در جهت پیش رفتن به سمت فروپاشی کسب‌وکار.

عدم ارتباط مؤثر با دیگران

کسب‌وکار یعنی ارتباطات و کارآفرینی که نتواند ارتباط مؤثری با دنیای درون و دنیای بیرون کسب‌وکار خود برقرار کند باز هم محکوم به شکست است.

دنیای درون همان محیط داخلی کسب‌وکاران است. یعنی ارتباط برقرار کردن با اعضای تیم و کارکنانتان و اگر این ارتباط به صورت مؤثر نباشد بی‌شک همه چیز به هم می‌ریزد و شما از مسیر موفقیت دور خواهید شد.

دنیای بیرون هم افرادی هستند که باید با آن‌ها ارتباط داشته باشید. افرادی مانند سرمایه‌گذاران، تأمین‌کنندگان و مشتریان. از زمان ایده‌پردازی و تولید محصول و عرضه آن، شما باید تماماً با دیگران ارتباط برقرار کنید و از نظر آن‌ها مطلع شوید.

ارتباط مؤثر یعنی اینکه بتوانید به‌گونه‌ای با مردم ارتباط برقرار کنید که پذیرای کلام شما شوند. یعنی بتوانید تعارضات را مدیریت کنید، یعنی بتوانید با آن‌ها مذاکره کنید، یعنی بتوانید کنار همکارانتان حضور داشته باشید بدون اینکه ترسی از شما داشته باشند.



حال تصور کنید که نتوانید این ارتباطات را برقرار کنید. تجسمش هم سخت است که منزوی باشید و نتوانید افراد را جذب خود و توانمندی‌هایتان کنید. هرچقدر هم که توانمند باشید و نتوانید ارتباط مؤثر برقرار کنید، شکست خواهید خورد.

عدم هدف‌گذاری هوشمندانه

اگر ندانید به کجا می‌خواهید بروید، چگونه می‌توانید مسیر را پیدا کنید؟ اگر مسیر را نیابید چگونه می‌توانید موفق شوید؟

هدف‌گذاری یعنی اینکه بدانید به کجا می‌خواهید برسید و عدم هدف‌گذاری یعنی اینکه اصلاً نمی‌دانید کجا هستید!

شاید خنده‌دار باشد که بگویم کارآفرینان و کسب‌وکارهایی که دچار عدم هدف‌گذاری هستند محکوم به شکست هستند، زیرا خودشان می‌خواهند که شکست بخورند. ولی واقعیتی است که باید آن را بپذیریم.

شاید کارآفرینانی که کار را شروع کرده‌اند بدانند دنبال چه هدفی آمده‌اند، ولی شاید ندانند که هر لحظه امکان دارد از مسیر خارج شوند و به هدف خودشان نرسند.





عدم برقراری ارتباط با دیگران

شاید بپرسید عدم برقراری ارتباط با دیگران با عدم ارتباط مؤثر با دیگران چه فرقی دارد؟ سؤالتان کاملاً درست است. برقراری ارتباط و ارتباط مؤثر تقریباً در یک راستا هستند ولی کمی با یکدیگر متفاوت هستند.

برقراری ارتباط با دیگران این معنی را دارد که فردی بتواند با فردی دیگر گفتگو کند و بتواند با او تعامل داشته باشد. چه گفتگو با کارمند خود باشید چه با مشتری.

ارتباط با دیگران یک مرحله قبل‌تر از ارتباط مؤثر است. در واقع فرد باید بتواند ابتدا گفتگوی خود را با او شروع کند و بعد با او ارتباطی مؤثر برقرار کند. کارآفرینانی که نتوانند با دیگران گفتگو کنند نمی‌توانند در مسیر موفقیت قدم بگذارند.

عدم توانایی ارائه خود به دیگران

کارآفرینان باید بتوانند خود را عرضه کنند. مشتریان اول کارآفرینان را می‌خرند و بعد محصولات آن‌ها را، زیرا اعتقاد دارند: "از کوزه همان تراود که در اوست!"





کارآفرینان بی‌شک در مجامعی حضور خواهند داشت که نیاز دارند خود را به دیگران عرضه کنند. آن‌ها نیاز دارند که برای جمعی سخنرانی کنند و آن‌ها را متقاعد کنند که باید محصول آن‌ها را خریداری کنند.

آن‌ها باید بتوانند به واسطه مهارت‌های کلامی و غیرکلامی، توانمندی‌های خود و کسب‌وکارشان را به دیگران عرضه کنند. و با برقراری ارتباط مؤثر با آن‌ها دستاوردهای منتج به موفقیت را جلب نمایند.

به واسطه شغلم، مشاوره‌های زیادی با برخی کارآفرینان دارم. در میان این کارآفرینان، افرادی حضور دارند که اعتمادبه‌نفس و توانمندی‌های بسیار زیادی دارند، ولی متأسفانه نمی‌توانند آن را در مجامع عمومی مربوط به کسب‌وکارشان ارائه کنند. به همین خاطر سرخورده و ناراحت هستند، زیرا نمی‌توانند از این امتیاز بزرگ استفاده کنند و پیشرفت کنند.

یک اشتباه بزرگ در کارآفرینی

یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات در کارآفرینی این است که چشم و گوش بسته باشید! بله درست خواندید. چشم و گوش بسته، البته به صورت اختیاری!

برخی از کارآفرینان متأسفانه چشم و گوش خود را بسته‌اند و دوست ندارند بدانند که دلایل عدم موفقیت‌هایشان چه چیزهایی است.





برخی کارآفرینان هم فکر می‌کنند چه دلیلی دارد که به این موارد باید توجهی داشته باشند. کسب‌وکارشان در حال فعالیت است، تولیداتشان فروخته می‌شود و سود محصولات هم که بد نیست. پس چرا باید توجه کنند؟

اگر به بطن کسب‌وکار آن‌ها بروید احتمالاً مواردی را خواهید یافت که این عوامل هم بر روی آن تأثیر گذاشته است. ولی به دلیل اینکه خود آن‌ها درگیر آن موارد هستند به آن توجهی نمی‌کنند، و تنها افرادی که از بیرون به کسب‌وکارشان نگاه می‌کنند متوجه آن می‌شوند.

پس باید توجه داشته باشیم که نباید چشم و گوشمان را بر روی اتفاقات کوچک کسب‌وکارمان ببندیم و از این موارد بی‌اعتنا گذر کنیم. شاید برخی موارد ریز در آینده تبدیل به موارد بزرگی شوند که کسب‌وکارمان را تحت‌الشعاع خود قرار دهند.



آیا هوش کارآفرینی فقط برای کارآفرین‌ها است؟

کسب‌وکار هم مانند اداره کردن خانواده است و خانواده هم مانند محیط کسب‌وکار. اگر بگوییم که هوش کارآفرینی فقط برای کارآفرینان است کمی بی‌انصافی کرده‌ایم. قطعاً هر فردی دوست دارد در زندگی شخصی‌اش هم موفق و خوشبخت باشد. هوش کارآفرینی این خصوصیت را دارد که بر روی زندگی شخصی افراد هم تأثیر مثبتی بگذارد.

آموختن مهارت‌هایی که می‌تواند بر روی ارتباطات با اعضای خانواده نقش بسیار مؤثری داشته باشند.

پس می‌توان دریافت که هوش کارآفرینی چیزی است که می‌تواند هم بر کسب‌وکاران تأثیر بگذارد و هم بر روابط خانوادگی‌تان.





هوش کارآفرینی چه پیشنهادهایی دارد؟

برای اینکه بتوانید هوش کارآفرینی و مهارت‌های آن را بیاموزید باید مواردی را مدنظر قرار دهید و انجام دهید.

هوش کارآفرینی راهکارها و پیشنهادهایی برای اینکه بتوانید هوش کارآفرینی را در کسب‌وکار و زندگی شخصی‌تان استفاده کنید مدنظر قرار داده است.

در ادامه این راهکارها و پیشنهادها را با هم بررسی می‌کنیم تا ببینیم چگونه می‌توانیم هوش کارآفرینی را یاد بگیریم و در کسب‌وکارمان استفاده کنیم.

دید مهارتی

اولین راهکار این است که باید دید مهارتی داشته باشید. یعنی باید با نگاهی متفاوت نسبت به گذشته بررسی کنید ببینید که افراد موفق چه مهارت‌هایی را در کسب‌وکارشان به کار می‌برند.

داشتن دید مهارتی به شما کمک می‌کند تا به دنبال راه‌حل‌ها و راهکارهایی باشید



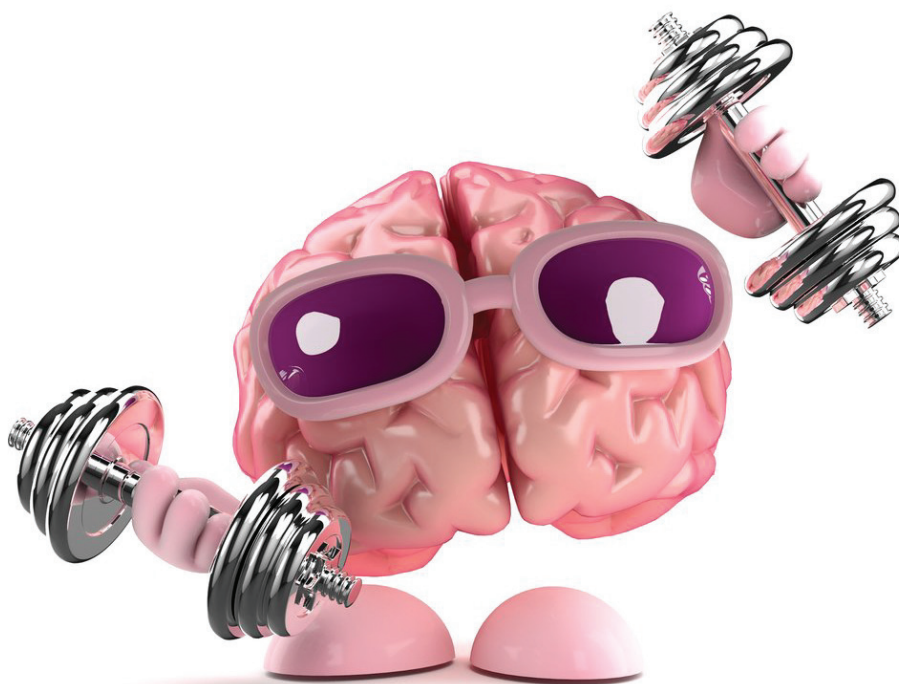
که بتوانید مسائل و مشکلات احتمالی کسب‌وکارتان را مرتفع نمایند.

دید مهارتی یعنی اینکه در همه حال به دنبال این باشید که ببینید چه چیزی را باید یاد بگیرید و آن را در کسب‌وکارتان به کار بندید تا هر روز بهتر از روز قبلی خود باشید.

پرورش مهارت‌ها

وقتی دید مهارتی خود را فعال کردید می‌توانید به پرورش مهارت‌های لازم هوش کارآفرینی بپردازید. اگر حضور ذهن داشته باشید، در تعریف هوش بیان کردیم که یادگیری بخشی از فرآیند تبدیل فکر به رفتار است.

پس با این حساب می‌توانیم به واسطه داشتن دید مهارتی و یادگیری، مهارت‌ها را در خود پرورش دهیم و آن‌ها را در خود نهادینه کنیم. در واقع می‌توانیم عادت‌های جدیدی را در خودمان ایجاد کنیم که این عادت‌های جدید باعث رشد و ارتقای شخصی و کاری ما بشوند.





همان‌طور که دارن هاردی در کتاب اثر مرکب به این نکته اشاره می‌کند که می‌توانیم با تمرین و ممارست و با انجام کارهای کوچک و هوشمندانه تغییرات بسیار بزرگی در زندگی‌مان ایجاد کنیم.

برای پرورش مهارت‌ها هم می‌توانیم این‌گونه عمل کنیم. مهارت‌ها را با یادگیری شروع و با تمرین و اجرا آن‌ها را در زندگی و کسب‌وکارمان به عرصه اجرا در بیاوریم و به نتایج مدنظر دست‌یابیم.

مطالعه روزانه

از مهم‌ترین کارهایی که یک کارآفرین می‌بایست انجام دهد مطالعه روزانه است. البته مطالعه هر چیزی را نمی‌توان پیشنهاد داد. من به‌شخصه دوست دارم کتاب‌هایی را مطالعه کنم که در راستای اهداف و شغلم باشد.

به‌طور حتم نمی‌توان انتظار داشت که کارآفرینان هم به مطالعه هر چیزی بپردازند، از جمله روزنامه‌ها و پیگیری خبرهای روزانه. ولی مطالعه کتاب‌ها و مجلات مرتبط به صنعت و حوزه فعالیت می‌تواند کمک شایانی در رشد و پیشرفت شخصی و کاری کارآفرینان داشته باشد.

شاید بگوئید که کارآفرینان می‌بایست حتماً به مطالعه روزنامه و خبرهایی که مرتبط به جامعه است بپردازد. درست است، ولی من پیشنهاد می‌کنم روزنامه‌هایی مطالعه شود که در آن‌ها چیزهای گفته می‌شود که باعث ارتقا علم و آگاهی آن‌ها شود.

متأسفانه بسیاری از روزنامه‌ها و حتی بسیاری از شبکه‌های اجتماعی که روزانه هزاران پیام را به مخاطبان خود ارسال می‌کنند، پر شده است از خبرهای کذب و منفی که همه آن‌ها جز درگیر کردن ذهن کارآفرینان به مواردی غیرضروری و غیر مرتبط کاری ندارند.

مطالعه یک رمان که غیر مرتبط با دنیای کارآفرینی است شاید نتیجه‌ای بهتر از خبرهای ضدونقیض و منفی داشته باشد.



مثل آفتاب‌پرست

آفتاب‌پرست واقعاً موجود عجیبی است. حیوانی که می‌تواند در هر محیطی که قرار می‌گیرد رنگ آن را به خود بگیرد.

ما هم می‌توانیم این‌گونه باشیم. البته نه به معنای اینکه مانند آفتاب‌پرست رنگ عوض کنیم و هزار رنگ بشویم. منظور من از این استعاره بیشتر به این دلیل بود که کارآفرینان باید به دنبال الگویی برای خود باشند.



کارآفرینان موفق بسیار زیادی وجود دارند که منبع مهارت‌های نرم و سخت هستند و ما به عنوان یک کارآفرین نوپا باید به دنبال این باشیم که آن‌ها را الگوی خود قرار دهیم و مهارت‌های آن‌ها را خودمان پرورش دهیم.

کارآفرینان کهنه‌کار و قدیمی گنجینه‌های بشری هستند که در میان ما زندگی می‌کنند. می‌توان آن‌ها را یافت و با آن‌ها گفتگو کرد. حتی می‌توان زندگی‌نامه آن‌ها را خواند و دید که چه رفتار و کرداری داشته‌اند که توانسته‌اند موفق شود. اینجاست که باید آفتاب‌پرست شویم و رنگ آن‌ها را به خود بگیریم.



مهندسی معکوس



فکر نمی‌کنم در این مجال نیازی به تعریف مهندسی معکوس وجود داشته باشد. می‌توانید آن را در اینترنت جستجو کنید و تعریف آن را بخوانید.

چیزی که من را مجاب به این کرد که این واژه را در مهارت‌آموزی هوش کارآفرینی بکار برم این بود که افرادی که می‌خواهند مهارتی را در خود پرورش دهند می‌بایست افرادی را بیابند که دقیقاً همان مهارت را دارند، و آن‌ها را مورد بررسی قرار دهند و در خود بازآفرینی کنند.

مهندسی معکوس مانند هوش یک فرآیند است، فرآیند حل مسئله، زیرا به جای آنکه از ابتدا شروع کنیم و مهارتی را بیاموزیم می‌توانیم از انتها آن را بیاموزیم.

اجازه دهید با یک مثال آن را توضیح دهم. مثلاً شما به عنوان یک کارآفرین نیاز دارید که در مذاکرات به نحوی عمل بکنید که بتوانید به بهترین نتیجه دلخواه دست یابید. ولی نمی‌دانید که مقدمات یک مذاکره خوب چه چیزهایی است.

یعنی به جای اینکه به دنبال این باشیم که چه چیزهایی برای داشتن یک مهارت در کارآفرینی لازم است، ابتدا پاسخی برای آن بیابیم و بعد به دنبال راهکار برویم.

شما می‌توانید به دنبال فایل‌های ویدیویی از گفتگوهای موفق که در اینترنت پخش شده است بگردید و آن‌ها را موشکافانه بررسی کنید تا بیابید که چه اصولی در آن رعایت شده است. این‌گونه می‌توانید آن مقدمات و اصول را در مذاکرات خود عملی کنید.

تمرکز، تمرکز، تمرکز



اگر بر روی هر مسئله‌ای متمرکز شوید می‌توانید آن را حل کنید. و اگر بر روی مهارتی متمرکز شوید می‌توانید آن را فرا بگیرید.



اگر نیاز به این دارید که مهارتی بیاموزید باید کاملاً بر روی آن متمرکز شوید. تا بتوانید با دقت چیزهایی که لازم است را فرا بگیرید و عملی کنید.

با هجوم اطلاعات و داده‌های بسیار فراوانی که در دنیای اینترنت وجود دارد و با وجود انواع رسانه‌های جمعی و اجتماعی، داشتن تمرکز ذهنی در این دوران کار بسیار سخت شده است.

ذهن انسان آن‌قدر درگیر این اطلاعات و داده‌ها شده است که دیگر قدرت تمرکز خود را از دست داده است. یکی از بهترین راهکارهایی که می‌توانید ببینید آیا تمرکز ذهنی خوبی دارید، این تمرین است که اکنون به شما می‌گویم.

در شرایطی بسیار مساعد و در حال استراحت، طوری که احساس آرامش دارید، سعی کنید با چشمانی بسته بر روی شمارش اعداد از ۵۰ به صفر تمرکز کنید. اگر توانستید این اعداد را به صورت معکوس در ذهن خود تجسم کنید و حواستان به چیز دیگری پرت نشد، می‌توانیم بفهمیم که قدرت تمرکز بسیار بالایی دارید. ولی اگر هنگام شمارش به چیزهای دیگری فکر کردید و ذهنتان به سراغ چیزی دیگر رفت یعنی تمرکز کمی دارید و نیاز به تمرین دارید.

برای بهبود تمرکز می‌توانید همین تمرین را انجام دهید و اگر ذهنتان به چیزی دیگر مشغول شد شمارش را متوقف کنید و مجدداً از ابتدا تمرین را انجام دهید. آن‌قدر این کار را انجام دهید که بتوانید بدون هیچ حواس پرتی اعداد را از ۵۰ تا صفر تجسم کنید و بشمارید.

بعد از مدتی که تسلط پیدا کردید می‌توانید اعداد را بیشتر کنید. مثلاً به سراغ عدد ۷۰ و بعد ۸۰ و به همین ترتیب بالاتر بروید تا قدرت تمرکزتان را بیشتر کنید.



غذا حاضری ممنوع!

فست فود و غذای حاضری در کارآفرینی ممنوع است! البته نه به آن معنای واقعی. منظور من از این جمله درواقع خود غذا نیست. بلکه منظورم این است که دنبال مهارت‌ها و راهکارهای موقتی نباشیم، و باید به سراغ راهکارها و مهارت‌هایی برویم که بتواند در طولانی مدت و به صورت اساسی به ما و کسب‌وکارمان کمک کند.

شاید مطالعه یک نکته در یک کانال تلگرامی یا یک صفحه اینستاگرام بتواند به ما موقتاً کمک کند، ولی در طولانی مدت نمی‌تواند باعث شود که در تمامی مراحل فعالیت کسب‌وکارمان همان را اجرایی کنیم و موفق شویم.



باید به دنبال این باشیم که چیزی را فرا بگیریم که از پایه و اساس به ما کمک کند. باید مهارت را در خود نهادینه کنیم. باید ویتامین‌ها و پروتئین‌های مواد غذایی کامل جذب بدن ما شود.

در غیر این صورت چیزی که خورده‌ایم و به اصطلاح یاد گرفته‌ایم به سرعت از بین می‌رود و غیرکاربردی خواهد شد.



ماهیگیری مهارته!



از قدیم گفتن اگر می‌خواهید به کسی کمک کنید، ماهی ندهید بلکه ماهیگیری یاد بدهید. در کارآفرینی هم به همین شکل است.

اگر می‌خواهید با شیوه‌ای درست و اصولی پیش بروید به دنبال چیزهایی نباشید که به اصطلاح راحت‌الحلقوم باشد. باید چیزی را فرا بگیرید که اصولی و هوشمندانه به شما کمک کند.

این تجسم که می‌توان تنها با مطالعه یک کتاب به مهارتی دست یابید تا حدودی درست است، ولی به صورت کلی نمی‌توان بر روی آن حساب باز کرد.

فراگرفتن یک مهارت به‌غیراز مطالعه نیاز به تمرین دارد تا بتوانید آن را اجرایی کنید. تمرین همان فن ماهیگیری است که باید آن را فرا بگیرید.





تجسم هوشیارانه

اگر خاطرتان باشد گفتیم که بخشی از مغز سمت راست انسان وظیفه تصویرسازی را بر عهده دارد. تصویرسازی یکی از قدرتمندترین شیوه‌های رسیدن به یک مهارت است. با مهندسی معکوس می‌توانید دریابید که هوش کارآفرینی را چگونه باید بیاموزید و با تجسم هوشمندانه می‌توانید این تصویر را در ذهن خود بسازید که اکنون در آن شرایط هستید.

بعد از آنکه توانستید مهارتی مانند سخنرانی را یاد بگیرید، می‌توانید تجسم کنید که در یک سالن بزرگ حضور دارید و برای افرادی که در آنجا حاضر هستند دارید سخنرانی می‌کنید.

تجسم هوشمندانه باید کاملاً واقعی و قابل لمس باشد. یعنی باید تصویری که می‌سازید آن قدر واقعی باشد که ذهن و بدنتان احساس کند که در همان شرایط است. همان طور که پیش از این بیان کردم، همه چیز ابتدا در ذهن انسان ساخته می‌شود و بعد در دنیای مادی به واقعیت تبدیل می‌شود. مانند تمام اختراعات و دستاوردهایی که انسان توانسته است تاکنون به آن‌ها دست یابد.





اقدام، بهترین راهکار

بسیاری از ما انسان‌ها گنجینه‌های علم و دانایی هستیم ولی اگر کمی دقت کنیم می‌بینیم که فقط یاد گرفته‌ایم که چه باید بکنیم. اما اگر در شرایطی قرار بگیریم که نیاز داشته باشیم از علم و دانایی خود بهره ببریم دچار مشکل می‌شویم.

اگر نتوانیم دانسته‌های خودمان را به عمل تبدیل کنیم، اصلاً چه فایده‌ای دارد که آن را یاد بگیریم. باید بتوانیم دانسته‌های خودمان را جامع عمل بپوشانیم و این تنها با اقدام کردن امکان‌پذیر است.

اکنون که در حال مطالعه این بند از این کتاب هستید، از زمان تصمیم‌گیری به نوشتن آن تا اجرایی کردن آن حدود ۳۴ ساعت می‌گذرد. یعنی تصمیم گرفتم که این کتاب را بنویسم و بعد شروع کردم و اکنون این مقدار از کتاب را نوشته‌ام.

بله، منظور من این است که وقتی تصمیمی می‌گیرید و مهارتی می‌آموزید باید آن را در همان لحظه اجرایی کنید، تا بتوانید آن را در خود نهادینه کنید. در غیر این صورت آموخته‌های شما تبدیل به دانسته‌های بی‌فایده‌ای می‌شود که تا کنون آموخته‌اید.





دوری و عدم دوستی

در مسیر کارآفرینی و یادگیری مهارت‌های کارآفرینی باید این جمله را همیشه به خاطر بسپارید: دوری و عدم دوستی!

احتمالاً ضرب‌المثل دوری و دوستی را شنیده‌اید. از قدیم گفته‌اند که اگر می‌خواهید محبوب باشید باید این اصل را رعایت کنید. کاری به درستی و غلطی این ضرب‌المثل ندارم، چون از دیدگاه من جای تأمل و بحث دارد.



نکته‌ای که در این ضرب‌المثل وجود دارد و من می‌خواهم از آن استفاده کنم، البته با کمی تغییر، این است که دوری از افرادی که ذهنیتی منفی دارند و حتی دوست نبودن با این‌گونه افراد لازمه کارآفرین شدن است.

انسان‌هایی با ذهنیت منفی مانند زنجیرهایی هستند که به پای آدم بسته شده‌اند تا نگذارند حرکت کنیم. وقتی می‌خواهید حرکتی کنید و اقدامی انجام دهید، زنجیر بسته شده به پایتان می‌شوند تا نتوانید حرکت کنید.

اگر می‌خواهید مهارتی را بیاموزید از این‌گونه افراد به شدت دوری کنید. البته نه به خاطر اینکه آن‌ها دشمن شما هستند، بلکه به خاطر اینکه آن‌ها خودشان ناآگاه هستند و دوست ندارند فردی بهتر از خودشان در کنارشان باشد. زیرا آن‌ها خودشان نتوانسته‌اند آن توانمندی و مهارت را در خود پرورش دهند.



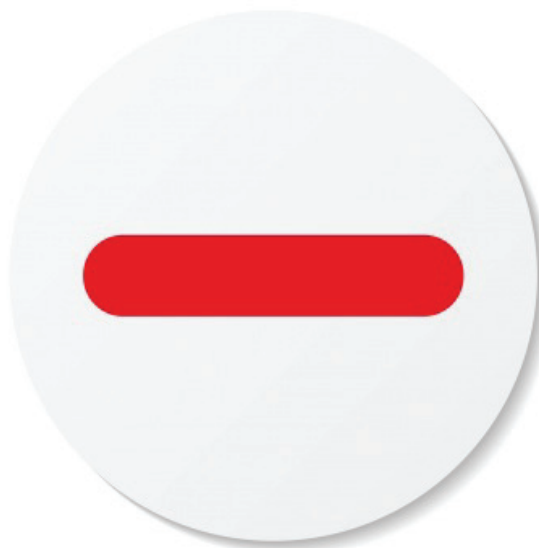
دید مثبت به جای منفی

در بخش قبلی گفتیم که باید از افرادی که ذهنیت منفی دارند دوری کنید. در این بخش می‌گوییم که حتی باید از خودتان هم اگر دید منفی دارید دور شوید.

بله باید از این دیدگاه‌ها شویید و دوری کنید. داشتن دید منفی خودتان بیشتر از دیگران برای دست نیافتن به یک مهارت می‌تواند شما را اذیت کند.

اگر دیدتان نسبت به مهارت‌هایی که می‌خواهید فراگیرید مثبت نباشد، به‌طور حتم نمی‌توانید آن‌ها را فراگیرید و حتی اگر فراگیرید نمی‌توانید آن را عملی کنید. زیرا همیشه چیزی در وجود شما هست که نگذارد آن را عملی کنید.

لطفاً دید مثبت را جایگزین دید منفی کنید تا ببینید چه دستاوردهایی برای شما در همه امورات زندگی به بار خواهد آورد. دید مثبت دنیای شما را متحول خواهد کرد.





چوب جادویی هری پاتر



به آخرین نکته‌ای که می‌خواهم اشاره کنم این است، به دنبال چوب جادویی هری پاتر نباشید. اگر می‌خواهید مهارتی را بیاموزید دنبال این نباشید که چیز عجیب و غریبی اتفاق بیافتد. به دنبال یک معجزه یا یک جادوگری نباشید.

بهتر است بگویم، اصلاً نباید انتظار داشته باشید که چیزی بیاموزید که دنیای شما را همان لحظه متحول کند. همان‌طور که گفتم آقای دارن هاردی در کتاب خود با عنوان "اثر مرکب" به آن اشاره کرده که باید با انجام کارهای کوچک و داشتن استقامت عادت‌ی را در خود ایجاد کنیم.

و این امری است اجتناب‌ناپذیر، زیرا یادگیری مهارت در حدی که بتوانیم آن را در لحظه مورد نیاز به کار ببریم چیزی است زمان‌بر که نیاز به تمرین دارد.

البته این نکته را هم باید یادآور شوم که مهارت‌های هوش کارآفرینی در عین سادگی می‌توانند بسیار مؤثر باشند. کافی است به آن ایمان داشته باشید و خوب فرا بگیرید و بعد آن را به خوبی عملی کنید.







چه مهارت‌هایی باید یاد بگیریم؟

من شناسی! 

من شناسی یا بهتر است بگوییم خودشناسی اولین مهارتی است که باید آن را فرا بگیرید. باید به دنبال این باشید که ابتدا از خود شروع کنید. ابتدا باید خود را بشناسید تا بتوانید دنیای اطراف خود را هم بهتر بشناسید.

هرچقدر بیشتر به دنبال این باشید که خودتان را بشناسید، راحت‌تر و آگاهانه‌تر می‌توانید توانمندی‌هایتان را بشناسید و شکوفا کنید. کارآفرینی که خود را خوب نشناسد چگونه می‌تواند توانمندی‌هایش را شکوفا کند و آن‌ها را از حالت بالقوه به بالفعل درآورد.

کارآفرینی که نتواند توانمندی‌های کارکنان خود را به خوبی بشناسد چگونه می‌تواند جایگاه مناسبی برای آن‌ها بیابد و چگونه می‌تواند با آن‌ها ارتباط مؤثر داشته باشد؟

اولین مهارت در هوش کارآفرینی، مهارت خودشناسی است. راهکارهای متعددی برای شناخت هرچه بهتر انسان از خودش وجود دارد. در هوش کارآفرینی از طریق دو شیوه تلاش می‌کنیم که خودمان را به خوبی بشناسیم.



مقصد گزینی



مقصد گزینی در واقع همان هدف‌گذاری است. مادامی که نتوانیم مقصد خودمان را مشخص کنیم نمی‌توانیم، مسیر رسیدن به آن را بشناسیم و آن را طی کنیم. دومین مهارت هوش کارآفرینی مهارت هدف‌گذاری است.

احتمالاً شنیده‌اید که وقتی یک هواپیما مبدأ را به سوی مقصد ترک می‌کند، ابتدا هدف نهایی که همان مقصد است را مشخص می‌کند و بعد به پرواز در می‌آید. وقتی مقصد مشخص شد، برج پرواز مسیر را برای خلبان مشخص می‌کند. خلبان هم در هر لحظه موقعیت خود را با مسیر مشخص شده چک می‌کند تا از مسیر خارج نشود.



جالب اینجاست، هنگامی که هواپیما به پرواز در می‌آید، از همان لحظات اولیه در حال تقابل با عوامل محیطی است که تلاش می‌کنند هواپیما را از مسیر خارج کنند. خلبان به همین منظور هر لحظه در حال چک کردن مقصد و مسیر است. اگر خلبانی فقط چند درجه در انتخاب مسیر اشتباه برود، احتمال رسیدن به مقصد بسیار کم خواهد بود. در واقع اصلاً به مقصد مشخص شده نمی‌رسند و شاید به شهر و کشوری دیگر پرواز کنند.

یادگیری مهارت هدف‌گذاری هم مانند مهارت خلبانی است. زیرا باید هواپیمای کسب‌وکارتان را به خوبی هدایت کنید و به مقصد برسانید، حال اینکه هدف‌گذاری از اهمیت بیشتری هم برخوردار است. هوش کارآفرینی به دنبال هدف‌گذاری هوشمندانه است، هدف‌گذاری که درصد موفقیت را بیشتر کند.



خود مدیریتی



هنگامی که می‌خواستم کتاب "سفر به سیاره کارآفرینی" را بنویسم، در نظر داشتم قسمتی از داستان را به موضوع مدیریت زمان اختصاص دهم. مدیریت زمان واژه‌ای است عمومی که شاید در ذهن مردم به درستی تعریف نشده است.

وقتی داشتم تکنیک‌های مدیریت زمان را تحلیل و بررسی می‌کردم، دیدم تمام این تکنیک‌ها در واقع به گونه تلاش می‌کنند که بیاموزند ما انسان‌ها چگونه باید از زمان خودمان به بهترین شکل استفاده نماییم.



به همین منظور دیدم به جای عنوان مدیریت زمان، از واژه "خود مدیریتی" استفاده کنم. زیرا ما نمی‌توانیم زمان را مدیریت کنیم، بلکه می‌توانیم خودمان را مدیریت کنیم که با قوانین زمان بهترین عملکرد را داشته باشیم.

کارآفرینان هم باید این مهارت را بیاموزند، زیرا اگر نتوانند خود مدیریتی داشته باشند، به احتمال بسیار زیاد نمی‌توانند مدیریت کسب و کارشان را هم بر عهده داشته باشند.

مهارت خود مدیریتی یکی از مهارت‌هایی است که هوش کارآفرینی توجه ویژه‌ای به آن دارد. زیرا تأثیر بسزایی در موفقیت کارآفرینان خواهد داشت.



گذر از پیچیدگی‌ها و ابهامات

شروع کارآفرینی در عین شیرین بودن، دارای ترس‌ها و ابهاماتی است که نیاز به این دارد تا کارآفرینان بتوانند آن را به خوبی مدیریت کنند.

شروع یک کسب‌وکار مانند شروع کوهنوردی است. هر کسب‌وکاری به مانند کوهی است که تاکنون فتح نشده است و کوهنورد می‌بایست برای اولین بار مسیر را در آن بیابد و به قله برسد.

حالا تصور کنید که در مسیری که تا کنون توسط کسی طی نشده است، کوهنورد چه حس و حالی دارد؟ به‌طور حتم نگرانی‌ها و دلهره‌هایی دارد که شاید او را از ادامه مسیر منصرف کند. او نگران سختی‌های مسیر است، او حتماً به این فکر می‌کند که اگر شکست بخورد چه می‌شود. و هزاران اما و اگر که می‌تواند بر روند طی کردن مسیر تأثیر زیادی بگذارد.

کسب‌وکار هم دقیقاً به همین شکل است. راه‌اندازی هر کسب‌وکار، معضلات و مشکلات خاص خود را دارد، صرف‌نظر از این که شاید افرادی پیش از آن مانند همان کسب‌وکار را راه‌اندازی کرده باشند.

اینجاست که مهارت مدیریت ابهام می‌تواند به کارآفرین کمک کند که در مسیر رسیدن به قله موفقیت بر این اماواگرها پیروز شود و نتیجه برسد.

خوب نوشتن

یک ضرب‌المثل انگلیسی هست که می‌گوید: قدرت قلم بیشتر از شمشیر است و قدرت کلمه نوشته شده بیشتر از نیروی فیزیکی است.

از سوگندهای معجزه‌آسای قرآن کریم هم می‌توان قسم به دوات، قلم و نوشته در سوره قلم اشاره کرد.



این موارد نشان‌دهنده این است که اهمیت به قلم و نوشته چقدر زیاد است و خوب نوشتن چقدر مهم است. به‌گونه‌ای که در ضرب‌المثل‌ها و کتاب مقدس ما مسلمانان اشاره تأکیدی بسیاری بر آن شده است.

یکی از راه‌های برقراری ارتباط کارآفرینان با دیگران جهت معرفی توانمندی‌ها و عرضه محصولات و خدمات، نوشتن نامه است. کارآفرینی که نتواند توانمندی‌های خود را در قالب نوشتار به دیگران معرفی کند احتمالاً دچار مشکلاتی خواهد شد.

احتمالاً پیش خود بگویید که چه دلیلی دارد که خودش آن نامه را بنویسد، افرادی را استخدام می‌کند که این کار را برایش انجام دهند. این حرف شما تا حدودی از نظر من درست است، ولی جای کمی تأمل دارد.

نوشتن یک توانمندی است، یک مهارت است که می‌تواند امتیاز بسیار بزرگی محسوب شود. کارآفرینان حتی اگر این قدرت را داشته باشند تا افرادی را صرفاً برای این امر استخدام کنند، باز هم باید آن را فرا بگیرند. زیرا تنها کارآفرینان هستند که توانمندی‌های خودشان را به خوبی می‌شناسند و می‌توانند آن را به دیگران توضیح دهند.

خوب صحبت کردن

همان‌طور که پیش از این گفتم، یکی از راه‌های برقراری ارتباط با دنیای بیرون، داشتن ارتباطات مؤثر با دیگران است. خوب صحبت کردن و تسلط بر آنچه لازم است بگویید و البته چگونگی بیان آن، فاکتورهای مهمی هستند که باید مدنظر قرار گرفته شوند.

کارآفرین باید بتواند با اعتمادبه‌نفس و شمرده صحبت کردن منظورش را به درستی به مخاطب انتقال دهد و این کار جز با یادگیری و تمرین به دست نمی‌آید.

قدرت کلام چیزی است که می‌تواند سرنوشت یک ملت را تغییر دهد. اگر فیلم "سخنرانی پادشاه" را دیده باشید می‌توانید به خوبی این موضوع را درک کنید.



داستان فیلم از این قرار است که جرج ششم، شاهزاده انگلستان توانایی صحبت کردن در جمع را نداشت و به همین دلیل دچار افسردگی و دردهای عظیمی شده بود. اما با ممارست و یادگیری مهارت‌های خوب صحبت کردن از فردی به نام لیونل لوگوی، توانست بر این کمبود خود فائق آید و تبدیل به یک سخنران خوب شود. به‌گونه‌ای که قدرت کلام او توانست در جنگ جهانی دوم نتایج بسیار شگرفی را برای کشورش به بار آورد.

به همین دلیل است که می‌گوییم قدرت کلام می‌تواند سرنوشت یک کشور را تغییر دهد و به همین شکل می‌تواند سرنوشت یک کارآفرین را تغییر دهد.

شبکه‌سازی

سال‌ها پیش در شرکتی کار می‌کردم که فردی آن را مدیریت می‌کرد که از ارتباطات بسیار زیادی برخوردار بود. از ابتدای صبح تا انتهای زمان کاری به‌صورت مدام در حال برقراری ارتباط با دیگران بود. هنگامی که به دفتر مراجعه می‌کرد فهرستی از افرادی که قصد داشت با آن‌ها گفتگو کند را به مسئول دفترش می‌داد تا کارهای هماهنگی و تماس با آن‌ها را انجام دهد.



همیشه پیش خودم می‌گفتم، این شخص عجب آدم حرافی است که دوست دارد فقط با دیگران صحبت کند یا با آن‌ها ملاقات کند، پس کی کار می‌کند!

به واسطه آشنایی قدیمی که با ایشان داشتم، یک روز دل را به دریا زدم و از او دلیل این‌همه تماس تلفنی و ملاقات با افراد مختلف را پرسیدم.

به نکته بسیار مهمی اشاره کرد که این نکته همیشه در خاطر من حک و ماندگار شد. او گفت دلیل این همه برقراری ارتباط با دیگران برای تداوم شبکه انسانی است که ساخته است.

واژه شبکه انسانی، کاملاً برایم ناآشنا و عجیب بود، زیرا همیشه واژه شبکه را در مورد شبکه‌های کامپیوتری و مخابراتی درک کرده بودم، نه انسان‌ها!

وقتی بیشتر صحبت کردیم، معلوم شد او با برقراری ارتباط با افراد مختلف تلاش می‌کند که اگر کاری از دستش برمی‌آید برای آن‌ها انجام دهد و اگر کسی به توانمندی‌های مخاطبش نیاز داشت او را به دیگران معرفی کند و در کنارش توانمندی‌های شرکت خود را هم به آن‌ها یادآور می‌شد. این‌گونه او می‌توانست به‌غیراز حضور در ذهن مخاطب به عنوان فردی اجتماعی، کارهای جدیدی را برای شرکت بگیرد.





او می‌گفت همین کار وی باعث می‌شود که هزینه‌های تبلیغات برای بازاریابی و معرفی محصولات و خدمات شرکت به افراد و شرکت‌های جدید بسیار کمتر می‌شود. زیرا این‌گونه می‌تواند کارهای جدید را با کمترین هزینه بگیرد. او اعتقاد داشت که اصل اول در گرفتن کارهای جدید اعتمادسازی و شبکه‌سازی با دیگران است.

طی صحبتی که با او داشتم نکات بسیار خوبی را دریافتم، که در ذیل به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌کنم:

- او اعتقاد داشت که باید قبل از دریافت کردن چیزی، خودش بخشنده باشد.
- او اغلب برای اینکه بتواند بهترین نتیجه را از این شبکه‌سازی به دست بیاورد در مورد مخاطبش حسابی تحقیق می‌کرد و بعد با او ارتباط برقرار می‌کرد.
- او پیگیری کردن مخاطب را یکی از رازهای موفقیت خود می‌دانست.
- او اعتقاد داشت که باید عمق این ارتباطات بیشتر از قبل بشود.

همچنین او اعتقاد داشت که بزرگ‌ترین وظیفه کارآفرین در عصر حاضر، ساختن شبکه انسانی است. او می‌گفت مادامی که کارآفرین نتواند با دیگران شبکه ایجاد کند، طی کردن مسیر سرسخت کارآفرینی برایش بسیار دشوار خواهد شد.

حل مسئله



همیشه سخت‌ترین کار زندگی‌ام در دوران تحصیل حل مسائل ریاضی بود! می‌خواهم رازی را به شما بگویم، شاید باورتان نشود که ریاضی ۲ دبیرستان را ۳ مرتبه افتادم تا توانستم پاس کنم.

با ریاضی یک مشکل آن‌چنانی نداشتم، ولی حسابی درگیر ریاضی ۲ شده بودم. هر سه مرتبه که می‌افتادم استادم یک نفر بود. اما دفعه چهارم که آن را با موفقیت پاس کردم، معلم فردی دیگر بود.



Handwritten mathematical formulas and diagrams:

- $z^n = |z|^n (\cos \varphi + i \sin \varphi)^n$
- $\log a \sqrt[n]{r} = \frac{1}{n} \log a$
- $P(A) = \sum p(\omega)$
- $z = a + bi$
- $\log a \sqrt[n]{r}$
- $\sum_{k=0}^n \binom{n}{k} a^{n-k} b^k$
- $S_n = a + \frac{a^n - 1}{a - 1}$
- $V(k, n) = \frac{n!}{(n-k)!}$
- $\vec{u} + \vec{v}$
- $\vec{u} \cdot \vec{v}$
- $\vec{u} \times \vec{v}$
- $e = 2.718281828$
- $x_{1,2} = \frac{-b \pm \sqrt{D}}{2a}$
- $f(10, 11, \dots, 1, 1, \dots, 1)$
- Diagram of two overlapping circles A and B with regions labeled 1, 2, 3, 4.
- Diagram of a triangle with vectors $\vec{u}$ and $\vec{v}$.
- Table:

A	B
1	1
1	0
0	0
0	1
0	0

او به شیوه‌ای متفاوت تدریس می‌کرد و به واسطه همین تفاوت در تدریس همیشه در ذهن من ماندگار شد. البته تنها دلیل ماندگاری او در ذهنم این موضوع نبود. به نظر شما معلمی که با خودروی بی.ام.و ۲۰۰۲ نارنجی خود وارد مدرسه شود و فردی باحال و مشتی باشد، آیا ماندگار نخواهد شد؟؟؟ درود بر استاد حسینی عزیز که یاد داد چگونه مسئله حل کنم.

او می‌گفت برای حل مسئله شناخت مسئله مهم‌ترین عامل است، مسئله‌ها حل نمی‌شوند مگر تنها به این دلیل که نشانه‌ها را به درستی نیافته‌ایم. او اعتقاد داشت که بهترین راه حل کوتاه‌ترین راه حل نخواهد بود، مانند راه حل‌های کنکوری! بلکه بعضی وقت‌ها باید راه حل‌های مؤثر و سخت را امتحان کرد نه راه حل‌های هلو پیر تو گلو را! البته این دو نکته تنها بخشی از نکات بسیار زیادی بود که از ایشان یاد گرفتم، ان شاء الله سر یک فرصت مناسب‌تر بقیه آن‌ها را با شما در میان می‌گذارم.

زندگی کمتر فردی را می‌بینید که در طول روز درگیر مسائلی ساده و پیش پا افتاده تا مسائل پیچیده نباشد. مسائلی که باید آن‌ها را حل کنند و اگر حل نکنند می‌شود کوهی از مشکلات، نه کوهی از مسائل، و دیگر مرد می‌خواهد و حل کننده مسئله!

کارآفرینان هم همین گونه‌اند، مدام در حال حل مسائلی هستند که خواه یا ناخواه برایشان پیش می‌آید و کسی می‌تواند موفق شود که بتواند آن‌ها را به درستی حل کند. برای همین است که مهارت حل مسئله یکی از مهم‌ترین مهارت‌های هوش کارآفرینی است که باید فراگرفته شود.



مذاکره کردن

مذاکره جنبه‌های مختلفی دارد، از مذاکرات تلفنی گرفته تا مذاکرات حل مسئله و مذاکرات تجاری. هر کدام از این جنبه‌ها می‌تواند راه‌کارهای مربوط به خود را داشته باشد. ولی در کل قانون مطلق در مذاکره وجود ندارد. چیزی که مهم است این است که مذاکره باید برد-برد باشد. برد-برد به این معنا که در انتهای مذاکره هر دو طرف باید سود کنند نه تنها یک نفر از طرفین.

در بخش‌های قبلی کتاب به اندازه کافی از اهمیت داشتن ارتباطات مؤثر با دیگران صحبت کرده‌ام و فکر می‌کنم که دیگر نیازی به گفتن این موارد نباشد. ترجیح می‌دهم یکی دو مورد از اصول مذاکره را در اینجا بیان کنم، شاید این اصول از جذابیت بیشتری برایتان برخوردار باشد تا دلایل اهمیت مذاکرات!

چیزی که در مذاکرات بسیار حائز اهمیت است، این است که اول بدانیم واقعاً سر چه موضوعی می‌خواهیم مذاکره کنیم و با طرف مذاکره به نتیجه‌ای می‌خواهیم برسیم. شاید این موضوع کاملاً واضح و مبرهن باشید، ولی دلیل اینکه این موضوع را مطرح کردم این است که واقعاً تجربه کرده‌ام که در جلسات مذاکره هر کدام از طرفین یک خواسته را مطرح می‌کنند و هرکسی می‌خواهد سر آن موضوع مذاکره داشته باشد. همین باعث می‌شود که جلسه بدون هیچ نتیجه مشترکی پایان یابد.





این‌گونه جلسات واقعاً برای من خنده‌دار هستند، که چندین نفر سر یک میز با هم به گفتگو و مذاکره می‌نشینند بدون اینکه بخواهند سر یک موضوع مشترک گفتگو کنند.

بعد از اینکه موضوع مشترک مشخص شد، باید منافع طرفین هم کاملاً مشخص شود، البته این بدان معنا نیست که در جلسه گفتگو بنشینیم و بگوییم که شما این منافع را به دست بیاورید و ما هم این را! به نظرم این‌گونه بیشتر شبیه جلسات تقسیم پفک بین کودکان است.

منظورم این است که باید خودتان با دیدی منصفانه مشخص کنید که می‌خواهید به چه منافع و دستاوردهایی دست یابید و به همان شکل حقی هم برای طرف مقابل در نظر بگیرید. موضوع برد-برد دقیقاً قبل از آغاز مذاکره مشخص می‌شود، نه در انتهای جلسه مذاکره، پس به دنبال برد-برد باشید تا واقعاً برنده شوید.

هر چیزی یک‌روند و فرآیندی دارد. مذاکره هم از این موضوع مستثنا نیست. باید روندی را برای مذاکراتتان مشخص کنید، اینکه شروع مذاکره چگونه باشید، انتهای مذاکره کجاست و در طول مذاکره چه چیزهایی گفته شود و در کل استراتژی شما برای یک جلسه مذاکره چه چیزی خواهد بود. حتی باید مشخص کنید که اگر به نتیجه نرسیدید چه کارهایی باید بکنید و راهکارش چیست.

کارآفرینان، مذاکره‌کنندگان ماهری هستند که می‌توانند بر سر چیزهایی با دیگران به نتیجه برسند که هر دو طرف برنده باشند.

کار کردن در تیم

یکی از چیزهایی که در میان صحبت‌های مردم همیشه من را آزار می‌داد این بود که ما ایرانی‌ها توانایی کار کردن در جمع را نداریم و همیشه با مشکل روبرو هستیم. مردم می‌گویند که ما در کارهای انفرادی بیشتر موفق هستیم تا در کارهای جمعی!

ساده‌ترین شکل نمود این گفته‌ها در نهایت این می‌شود که در ورزش‌های جمعی



کمتر از ورزش‌های انفرادی مدال‌آوری می‌کنیم. (البته باید خاطرنشان کنم که مدتی است این موضوع در ورزش کاسته شده است و تیم‌های ملی و ورزش‌های جمعی خوب ظاهر شده‌اند)

آیا به نظر شما این موضوع که ما جامعه‌ای انفرادی هستیم واقعاً صحت دارد؟ نمی‌توان با قاطعیت تأکید کرد که این موضوع قطعیت دارد یا خیر. به نظر من جای کمی تأمل دارد.



چیزی که با کمی تحقیق و بررسی می‌توانیم به دست بیاوریم این است که بسیاری از این حرف‌ها به این دلیل است که ما نمی‌دانیم چگونه می‌توانیم در یک تیم حضور مؤثر داشته باشیم. در واقع ما آموزش‌ها و مهارت‌های لازم برای حضور در تیم را نیاموخته‌ایم.

اگر بدانیم که می‌توانیم با آموختن برخی مهارت‌ها حضوری فعال و مؤثر در تیم داشته باشیم، قطعاً می‌توانیم جلوی این حرف که می‌گویند ما ایرانی‌ها نمی‌توانیم کارهای تیمی بکنیم، با قاطعیت بایستیم و ثابت کنیم که می‌توانیم.



کارالوژی

با قاطعیت می‌گویم که تا کنون واژه کارالوژی را نشنیده‌اید! زیرا این واژه چیزی است که من برای یک موضوع خاصی ابداع کردم.

کارالوژی دنیای بسیار زیبایی است که هر کارآفرینی حتماً باید به سراغ آن برود. بنا به برخی دلایل، ترجیح می‌دهم کتاب الکترونیکی کاملی در این زمینه بنویسم و یا سمیناری جداگانه برای این موضوع برگزار کنم تا اینکه در این کتاب الکترونیکی آن را به اختصار توضیح دهیم.

اما در دوره هوش کارآفرینی به طور حتم این موضوع را موشکافانه بررسی می‌کنم و یاد می‌دهم.







هدف نهایی هوش کارآفرینی

هر مهارتی نکته‌ای در خود دارد که ما را مجاب می‌کند تا آن را فرا بگیریم و هر مهارتی را یاد می‌گیریم برای رسیدن به یک هدف! هوش کارآفرینی هم به دنبال یک هدف است و رسالتی بر عهده دارد.

هوش کارآفرینی به دنبال این است که چیزی را بسازد که می‌تواند عامل اصلی موفقیت هر کارآفرینی باشد. هوش کارآفرینی تلاش می‌کند که بگوید مهم‌ترین عامل کارآفرین شدن تنها یک چیز است، شخصیت کارآفرین!

در تمام دوره‌های آموزشی که گذرانده‌ام و در تمامی کتاب‌هایی که مطالعه کردم، ساختن شخصیت کارآفرین را مهم‌ترین عامل کارآفرینی دیدم.

به همین منظور تلاش کردم دوره آموزشی طراحی کنم که در آن به آموزش مهارت‌هایی بپردازم که می‌تواند به علاقه‌مندان به کارآفرینی کمک کند تا چیزی را بسازند که به آن نیاز مبرم دارند.

در این دوره آموزشی تلاش می‌کنیم تا بر روی شخصیت خودمان کار کنیم، آن را بسازیم و پرورش دهیم تا این‌گونه ارتقاء یابیم.



هوش کارآفرینی

دوره جامع بلندمدت سه ماهه



+ ثروت آفرینی

۵۰ ساعت کارگاه آموزشی (۱۲ جلسه ۴ ساعته + ۲ ساعت مشاوره)

روزهای پنجشنبه از ساعت ۱۵ الی ۱۹

کد تخفیف **سیصد هزار تومانی: EI300**

آموزش کارآفرینی و کسب و کار

WWW.HASSANZAREI.COM

[INSTAGRAM.COM/HASSANZAREI_COM](https://www.instagram.com/HASSANZAREI_COM)

EVAND

www.ketabha.org