

Eighth Edition



Entrepreneurship



Hisrich
Peters
Shepherd

مؤسسة تحصيلات عالي فائوس
معاونيت علمي
دانشكده اقتصاد

مديریت تشبثات

ترتيب کننده: محمد نعيم وافي
سال:

1401

پالیسی های این کورس

- به موقع آمدن به صنف.
- یک شنونده خوب باشید.
- گوشی های تلفون ها باید خاموش باشد.
- آماده بودن برای فراگیری موضوعات مربوط.
- توجه جدی برای لکچر.
- مطرح نمودن سوال ها مرتبط ببدون کدام تردید.

جلسه اول

- معرفی کلی و دور نمای مضمون
 - طبیعت و توسعه تشبثات
 - جنبه های پروسه متشبت
 - پروسه اشتبثات (کارآفرینی)

مفاهيم مديريت و مديريت تشبثات

طبیعت متشبت

متشبت - فردی که ابتکار عمل خود را برای یکجا نمودن منابع به روشهای نوآورانه انجام می دهد و مایل است با قبول خطر و یا عدم اطمینان اقدام نماید.

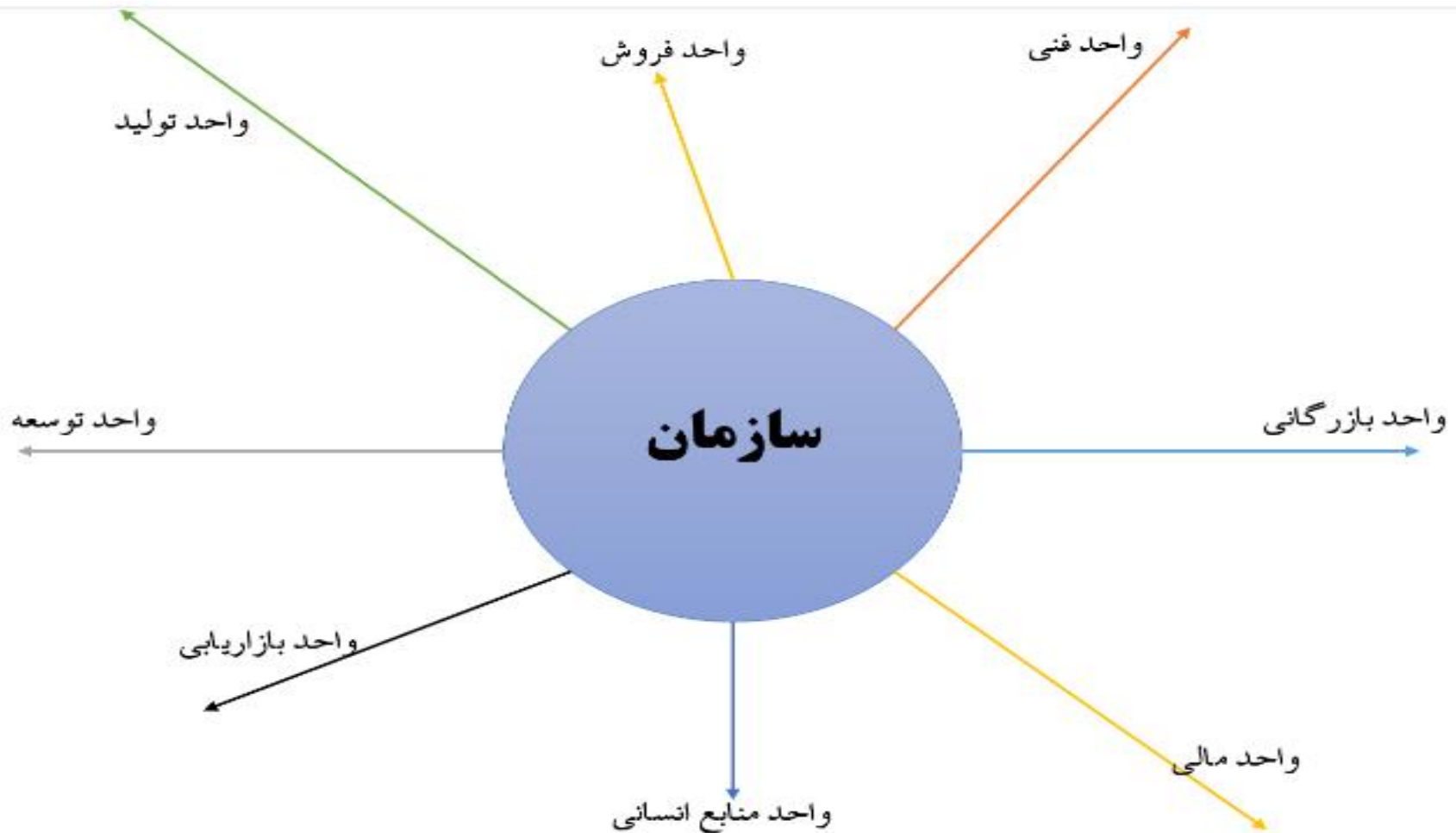
متشبت امروز اینطور است:

- پروسه های نو آوری را توسعه می بخشد.
- برای استفاده از زمان تلاش نهایی می نماید.
- برای متشبت شدن از هر راه ممکن استفاده میکند.
- برای رفع فرضیه های خطر, ابهام و سد راه از تلاش خود نمی گذرد.

(ادامه...)

- فعالیت های متشبثانه:- رفتار در پاسخ به تصمیم متمایل به قضاوت, در مواقع ابهام و تلاش تا حد امکان برای رسیدن به موفقیت و مفاد.

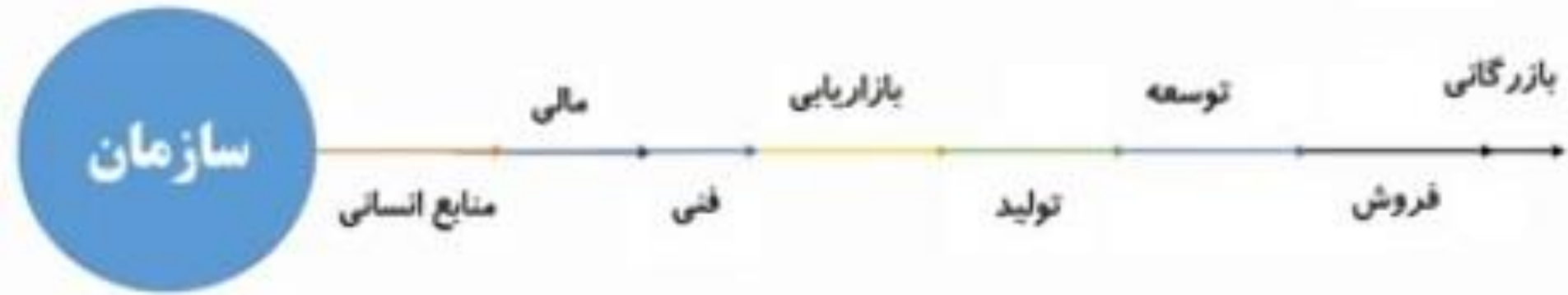
مثال از روشهای نوآورانه یکجا نمودن منابع غیر متشبث



آیا این نوع سازماندهی درست است؟

• در صورت درست بودن یا، عدم
درست بودن دلیل شما چیست؟

مثال از روشهای نوآورانه یکجا نمودن منابع متشبث



جنبه های پروسه متشبت

Identify and Evaluate the Opportunity	Develop Business Plan	Resources Required	Manage the Enterprise
• Opportunity assessment • Creation and length of opportunity • Real and perceived value of opportunity • Risk and returns of opportunity • Opportunity versus personal skills and goals • Competitive environment	• Title page • Table of Contents • Executive Summary • Major Section 1. Description of Business 2. Description of Industry 3. Technology Plan 4. Marketing Plan 5. Financial Plan 6. Production Plan 7. Organization Plan 8. Operational Plan 9. Summary • Appendixes (Exhibits)	• Determine resources needed • Determine existing resources • Identify resource gaps and available suppliers • Develop access to needed resources	• Develop management style • Understand key variables for success • Identify problems and potential problems • Implement control systems • Develop growth strategy

جنبه های پروسه متشبت

شناسایی فرصت ها و ارزیابی آن	توصعه پلان تجارتي	منابع مورد نیاز	مدیریت تصدی ها
• ایجاد فرصت ها و استفاده از آن • ارزیابی فرصت ها • ارزش واقعی و درک از فرصت ها • خطر از دست رفتن و بازگشت فرصت • استفاده از فرصت و مهارت شخصی برای تعیین هدف • محیط رقابتی	عنوان صفحه فهرست مطالب خلاصه اجرایی بخش عمده 1. شرح تجارت 2. شرح تصدی 3. پلان تکنولوژی 4. پلان بازار یابی 5. پلان مالی 6. پلان تولیدی 7. پلان سازمانی 8. پلان عملیاتی خلاصه ضمیمه	تعیین منابع مورد نیاز تعیین منابع موجود شناسایی کمبودی های منابع و منابع موجود توسعه به دسترسی منابع مورد نیاز	1. توسعه سبک مدیریت (مدیریت متشبت, مدیریت بر مبنای دانش, مدیریت دیموکراتیک, مدیریت اوتوکراتیک) 2. دانستن نکته های کلیدی موفقیت 3. شناسایی مشکلات موجود, و مشکلات احتمالی 4. اجرای سیستم کنترل 5. استراتژی رشد , و توسعه بخشیدن

اخلاق و مسئولیت اجتماعی متشبت

- کارآفرینان معمولاً یک دستورالعمل یا قاعده اخلاقی درونی تهیه می کنند.
- سیستم ارزش های شخصی را ایجاد نموده تا مسایل ذیل را تحت تأثیر قرار بدهد:
 1. نورم های اجتماعی در جامعه.
 2. فشار از رقبای خود.
 3. اخلاق کسب و کار :- مطالعه مورال و اخلاق در تجارت.

نقش متشبت در توسعه اقتصادی

- نوآوری را به عنوان کلید توسعه اقتصادی به تصویر میکشاند.
- پروسه تولید و تکامل :-
- از پروسه های متفاوت استفاده میکند که از طریق آن نوآوری و توسعه تجاری را رشد دهد.
- استفاده از دانش و نیاز اجتماعی که پروسه توسعه محصول را تسریع می بخشد استفاده می کند.

سه نوع نوآوری

- معمولی - محصولات جدید با کمی تغییر تکنولوژیکی.
- فنی - محصولات جدید با پیشرفت چشمگیر فناوری.
- دستیابی به موفقیت - محصولات جدید با تغییرات چشمگیر.



(1) There are Many theories of profit.

1. Rent Theory of Profit.
2. Wage Theory of Profit.
3. Risk Theory of Profit.
4. The Dynamic Theory of Profit.
5. Schumpeter's Innovation Theory.
6. Uncertainty Bearing Theory of Profit.
7. Marginal Productivity Theory of Profit.
8. Frictional Theory of Profits
9. Monopoly Theory of Profits
10. Managerial Efficiency Theory of Profits:

طیوری های مفاد (1)

1. تئوری کرایه و اجاره سود.
2. نظریه دستمزد سود.
3. تئوری تحمل خطر و عدم اطمینان سود.
4. تئوری نوآوری یا اختراع (سکیم پیتر).
5. تئوری فعالیت که مبهم است.
6. تئوری تولیدی سود (ایجاد تصدیها).
- 7- تئوری نرخ عادی سود. (سود که در یک تجارت عادی بدست می آید).
8. تئوری انحصاری سود.
9. تئوری بهره وری مدیریتی.

پروسه اشتباث (کار آفرینی)

شناسایی فرصت - روندی که یک متشبت توسط آن برای سرمایه گذاری هیچ فرصتی را از دست نمی دهد.
سایز مارکیت و, موقع فرصت قدم اول برای پذیرفتن خطر و استفاده از فرصت است.

دریچه فرصت (Window of opportunity): مدت زمانی موجود برای ایجاد سرمایه گذاری جدید.
برنامه کسب و کار - مسیری پیشرفت آینده تجارت.

متشبت چگونه فکر می کنند

متشبت یا کارآفرینان در مواقع خاص، تفکر متفاوت دارند
هنگام مواجهه با کار یا محیط تصمیم گیری متفاوت، فکر
متفاوت به ذهن شان خطور میکند.

طبیعت متشبتان طوری است که در محیط های متفاوت و
اوقات مختلف تصمیم مختلف را میتواند بگیرد:

1. تصمیم اثربخش
2. آگاه از وضعیت و با هوش میباشد.
3. از شکست میاموزید.
4. فرایند علت (کدام علت باعث شکست تجارتي گردید)

پروسه مبنی بر نتیجه

1. با نتیجه مطلوب شروع می کنند.
2. بالای فعالیت های نتیجه بخش تمرکز می نماید
3. فرایند اثر (پروسه های که اثر بخش نباشد را دنبال نمیکند).
4. شروع می کند با آنچه شخص دارد (چه کسی هستند ، چه می دانند و چه کسی را می شناسند).
5. از بین نتایج احتمالی انتخاب می کند.
6. ذهنیت مثبت شامل توانایی احساس سریع ، عمل و بسیج حتی در شرایط نامشخص است.
7. هر آنچه احتمال دارد را از نظر نمی اندازند.

سازگاری و شناخت از میزان کارآفرینی را طوری ذیل توضیح می دهد:

- متشبتین اشخاص پر انرژی ، انعطاف پذیر ، تنظیم کننده خود و پروسه تولید ، تصمیم گیرنده در چندین چارچوب و متمرکز بر سنجش و پردازش تغییرات در محیط های کاری و سپس عمل بر روی آنها میباشد.
- که این نشان دهنده آگاهی بالاترین درک یک متشبت است.

دستیابی به سازگاری شناخت و درک

- قوه درک مطلب و جواب به سوالات - درک وضعیت محیط را قبل از وقوع کدام تغییر در ساحه کاری شان دارند.
- روابط با همکاران:- توانایی درک وضعیت فعلی , بر حسب تجربه ، و توانایی پیش بینی وضعیت که پیش خواهد آمد را دارد.
- وظایف استراتژیک - افکار را طوری آماده میکند که ستراتیژی های مناسب برای حل مسئله را دنبال و از فرصت استفاده عضمی می نماید
- عکس العمل در وظایف:- تفکر در مورد درک و احساسات خود را با پیشرفت در فرایند کار آفرینی تحریک می کند.

کارآفرینانی که قادر به افزایش سازگاری درک هستند ، توانایی های ذیل را دارند:

- با شرایط جدید خود را سازگار میسازند.
- خلاق هستند.
- بخاطری اهداف خاص با اشخاص ارتباط برقرار می کنند.

آموزش از عدم موفقیت در تجارت



ابهام، تغییر شرایط و تجربه ناکافی می تواند به عدم موفقیت شرکتهای متشبت کمک کند.

انگیزه یا تحرک یک متشبت صرفاً بخاطر سود شخصی نیست بلکه از این موارد است:

1. وفاداری به یک محصول.
2. وفاداری به یک بازار و مشتریان.
3. رشد شخصی.
4. نیاز به اثبات پیشرفت خود.

از دست دادن شغل می تواند منجر به پاسخ احساساتی منفی متشبت شود.

این می تواند مداخله کند با:

- توانایی متشبت برای یادگیری از شکست.
- انگیزه دوباره امتحان کردن.

پروسه بازیابی و یادگیری

جبران احساسات ناشی از عدم موفقیت هنگامی اتفاق می افتد که منجر به از دست رفتن تجارت می شود ، و دیگر واکنشی عاطفی منفی ایجاد نمی کند.

توضیحات اولیه روند بهبودی عبارتند از:

1. قبول کردن ضرر.
2. جهت گیری ترمیم.

جهت گیری ضرر و زیان

1. شامل کار کردن و پردازش برخی از جنبه های تجربه از دست دادن است.
2. این پروسه به تدریج ضرر را ,معنی دار نشان داده و درنهایت دیدگاه جدید ایجاد می کند.
3. مسایل ذهنی را به شکل واقعی منعکس ساخته طوریکه ، از دست دادن یا نقص کردن را اعراض برای بدست آوردن دانسته تا فشار از دست دادن را به حد اقل رساند.
4. کم کردن احساس از دست دادن و حس آموزش از گذشته.

ترمیم- جهت گیری

1. کم کردن استرس و هم تحریک پذیری نسبت به منابع ثانویه فشار روحی ناشی از ضرر.
2. تلاش ذهنی و جلوگیری از عواقب نامطلوب از اثر ضرر.
3. فرصتی برای پرداختن به علل ثانویه استرس فراهم می کند.

یک فرایند دوگانه برای یادگیری از عدم موفقیت

فرایند دوگانه نوسان بین جهت گیری از دست دادن و ترمیم ، متشبت را قادر می سازد:

- مزایای هر یک را بدست آورد.
- هزینه های نگهداری بیش از حد طولانی را به حداقل میرساند.
- این فرایند دوگانه روند بازیابی را سرعت می بخشد.

پیامدهای عملی فرایند دوگانه

- آگاهی از اینکه احساسات و واکنش ها در حال تجربه هستند طبیعی است.
- دانستن اینکه نتایج روانی و فیزیولوژیکی ناشی از احساس از دست دادن "علائم" است ، می تواند منابع ثانویه استرس را کاهش دهد.
- پروسه بهبودی برای آموختن از شکست وجود دارد ، که برخی از راحتی ها را فراهم می کند که در نهایت احساس از دست دادن در نهایت کاهش می یابد.
- روند بازیابی و یادگیری توسط برخی از نوسانات قابل افزایش است.
- بازیابی از دست دادن فرصتی برای افزایش دانش فرد متشبت است.

جلسه دوم



- مقدمه اي بر پلان
- سازماندهي استفاده از روش WBS
- پرسونل يا منابع انسانی
- پروژه
- مدیریت پروژه

اخلاق و مسئولیت اجتماعی متشبه

- کارآفرینان معمولاً یک دستورالعمل یا قاعده اخلاقی درونی تهیه می کنند.
- سیستم ارزش های شخصی را ایجاد نموده تا مسایل ذیل را تحت تأثیر قرار بدهد:
 1. نورم های اجتماعی در جامعه.
 2. فشار از رقبای خود.
 3. اخلاق کسب و کار :- مطالعه مورال و اخلاق در تجارت.

نقش متشبت در توسعه اقتصادی

- نوآوری را به عنوان کلید توسعه اقتصادی به تصویر میکشاند.

پروسه تولید و تکامل :-

- از پروسه های متفاوت استفاده میکند که از طریق آن نوآوری و توسعه تجاری را رشد دهد.

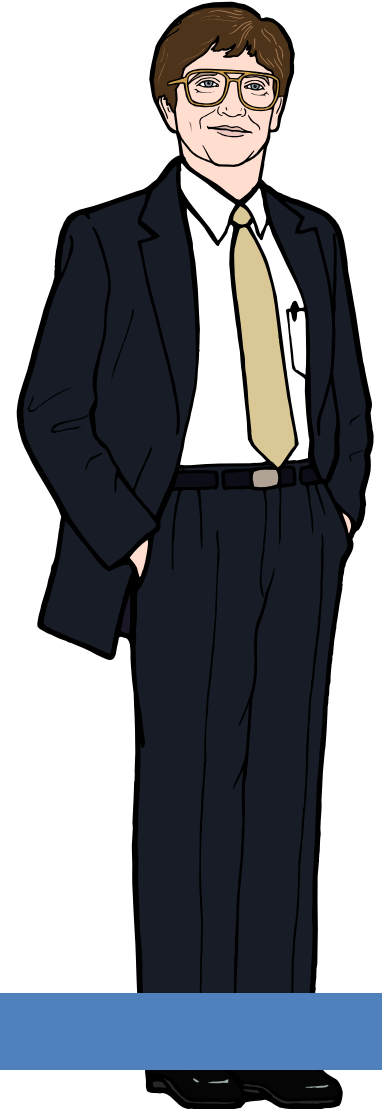
- استفاده از دانش و، نیاز اجتماعی که پروسه توسعه محصول را تسريع می بخشد استفاده می کند.

پیشینه متشبت و خصوصیات

- تحصیلات
- سن
- سابقه کار گذشته
- مدل های نقش و سیستم های پشتیبانی
- شبکه پشتیبانی (پشتیبانی روانی از یک کارآفرین)
- شبکه پشتیبانی حرفه ای

عناصر اصلی در پیشینه کارآفرین

- محیط خانوادگی حامی کودک.
- داشتن پدری که خود اشتغالی باشد کمک می کند.
- آموزش مهم است.
- 22-45 سالگی هنگام شروع سرمایه گذاری.
- سابقه کار: از شغل شرکت ناراضی است ، اما دانش فنی دارد.



مدل های نقش

- والدین ، بستگان ، دوستان یا کارآفرینان جامعه.
- ممکن است به عنوان مربی خدمت کند.
- ممکن است به ایجاد یک شبکه پشتیبانی اخلاقی و حرفه ای کمک کند.
- منبع ارزشمند مشاوره.

سوال و مباحثه

الگوهای نقش متشبهت یا متشبهت
شما چه کسانی هستید؟



ویژگی های کارآفرینان مرد



- Motivation
- Make Things Happen, Role In Corp. Not Important, Desire To Be In Control
- Departure Point
- Dissatisfied With Present Job, Sidelines, Discharged/Laid-Off, Acquisition Opportunity
- Fund Sources
- Personal Assets/Savings, Bank, Investors, Family/Friends Loans
- **Occupational Background**
- Experience, Recognized Specialist, Competent In Business Functions
- Personality
- Opinionated/Persuasive, Goal-Oriented, Innovative/Idealistic, Self-Confident, Energetic
- Background
- Age = 25-35, Father Self-Employed, College-Educated, Firstborn Child
- Support Groups
- Friends, Professional Acquaintances (Lawyers, Accountants), Associates, Spouse
- **Business Started**
- Manufacturing/Construction

ویژگی های کارآفرینان مرد

انگیزه

چیزهایی را که اتفاق می افتد ، نقش خود را در شرکت مهم نمیسازد ، بل تمایل به کنترل می داشته باشد

مقصد عزیمت

از شغل فعلی ناراضی ، خط مشی ، تخلیه / مرخصی ، فرصت خرید

منابع صندوق

دارایی های شخصی / پس انداز ، بانک ، سرمایه گذاران ، وام خانواده و دوستان

پیشینه شغلی

تجربه ، متخصص شناخته شده ، شایسته در عملکردهای تجاری

ویژگی های کارآفرینان مرد

شخصیت

عقیده / قانع کننده ، هدف گرا ، مبتکرانه ، خودباوری ، پرانرژی
زمینه

سن = 25-35 ، پدر خود اشتغالی ، تحصیل کرده ، فرزند اولاد
گروه های پشتیبانی

دوستان ، آشنایان حرفه ای (وکلا ، حسابداران) ، همکاران ، همسر
شروع تجارت:

تولیدی / ساختمانی

ویژگی های کارآفرینان زن



❖ انگیزه

رسیدن به هدف ، این کار را به تنهایی انجام دهید

❖ مقصد عزیمت

سرخوردگی شغلی ، شناخت فرصت ، تغییر در شرایط شخصی

❖ منابع صندوق

دارایی / پس انداز شخصی ، وام شخصی

ویژگی های کارآفرینان زن



❖ او

❖ لادنچمن های صنفی

❖ شروع تجارت

❖ خ

❖ دسات مرتبط

مردان در مقابل زنان کارآفرین



برای تحقق یک هدف و رسیدن به استقلال انگیزه دارد.
نقطه عزیمت: ناامیدی شغلی ،
تغییر در شرایط شخصی.
گروه پشتیبانی: همسر ، خانواده ،
دوستان نزدیک.

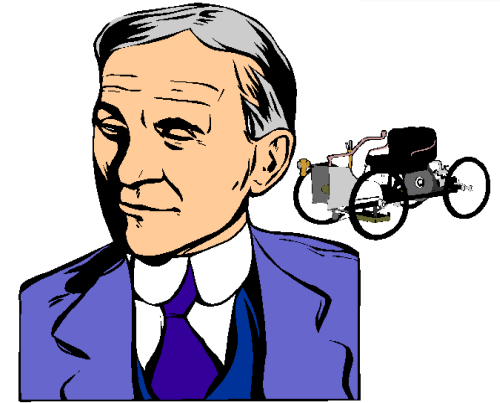
با انگیزه برای دستیابی به استقلال
و "ایجاد اتفاقات"^{۱۱}.

نقطه عزیمت: نارضایتی شغلی ،
اخراج.
حرفه ای.

در سنین 35 تا 45 سالگی آغاز
می شود. به احتمال زیاد شروع
به کار تجاری می کند.

بیشتر ابعاد دیگر هیچ تفاوتی با هم ندارند.

متشبت در مقابل مخترع



مورخان, آلبرت انیشتین را نبوغ مبتکر و هنری فورد را نبوغ
متشبت طبقه بندی می کنند.
موافق هستید یا مخالف؟

و
چرا؟

جلسه سوم



- پرسونل یا منابع انسانی
- پروژه
- مدیریت پروژه

تصمیم گیری مدیریتی در مقابل کارآفرینی



مدیریت متشبت از لحاظ هشت بعد با مدیریت سنتی متمایز
است (جدول 2.1)
جهت گیری استراتژیک
تعهد به فرصت
تعهد به منابع
کنترل منابع



تصمیم گیری مدیریتی در مقابل کارآفرینی

ساختار مدیریت

فلسفه پاداش

جهت گیری رشد

فرهنگ کارآفرینی

ایجاد فرهنگ برای متشبثترکتها

- متشبثترکتی به معنای اقدام متشبثتر یک سازمان مستقر است
- در ایجاد محیط متشبثتر یک سازمان تأسیس ، باید برخی از عوامل و ویژگیهای رهبری حضور داشته باشند (جدول 2.3)

جدول 2.3 (ویژگی های یک محیط کارآفرینی)

- سازمان در مرزهای فناوری فعالیت می کند
- ایده های جدید تشویق شد
- محاکمه و خطا تشویق شد
- عدم موفقیت
- پارامترهای فرصت وجود ندارد
- منابع موجود و در دسترس

ادامه...

رویکرد کار گروهی چند رشته ای
افق طولانی
برنامه داوطلبانه
سیستم پاداش مناسب
اسپانسر و قهرمان در دسترس است
پشتیبانی از مدیریت عالی

ویژگی های رهبری کارآفرینان شرکت

محیط را درک می کند
بصری و انعطاف پذیر است
گزینه های مدیریت را ایجاد می کند
کار گروهی را تشویق می کند
بحث آزاد را تشویق می کند
ائتلافی از حامیان ایجاد می کند
اصرار

استراتژی کارآفرینی تولید و بهره برداری از استراتژی های جدید

ورودی جدید

- ارائه محصول جدید به یک بازار مستقر یا جدید.
- ارائه محصول مستقر به بازار جدید یا ایجاد سازمان جدید.
- 1. به کار گیری دانش
- 2. مجموعه از منابع
- 3. ارزیابی ورودی جدید و فرصت سازمان
- 4. استراتژی کاهش خطر سازمان
- 5. کارایی سازمان

استراتژی کارآفرینی دارای سه مرحله اصلی است

1. تولید استراتژی جدید ورود
2. بهره برداری از استراتژی جدید ورود
3. حلقه عکس العمل از استراتژی جدید

استراتژی متشبت مجموعه ای از فعالیت های تصمیم گیری و واکنش هایی است که ابتدا تولید می شود و سپس با گذشت زمان از یک ورودی جدید بهره برداری می کند.

ایجاد یک فرصت ورود جدید

منابع به عنوان منبع رقابت
مزیت - فایده - سود - منفعت
درک این موضوع که مزیت رقابتی پایدار از کجا
حاصل می شود ، بینشی در مورد چگونگی تولید
کارآفرینان از ورود جدید می تواند فراهم کند که احتمالاً
زمینه را برای عملکرد بالا شرکت در مدت زمان
طولانی فراهم می کند.

منابع کار آفرینی

توانایی به دست آوردن ، و سپس نوآوری مجدد ، منابع به یک بسته نرم افزاری با ارزش ، نادر و غیرقابل توصیف

کارآفرینان منابع را به طرق مختلف ترکیب می کنند زیرا این مجموعه منابع ظرفیتی را برای دستیابی به عملکرد برتر به بنگاه اقتصادی ارائه می دهد به عنوان مثال: اگر فرهنگ ، کار گروهی ، ارتباطات از آنها پشتیبانی نکند ، یک نیروی کار ماهر بالا بی فایده خواهد بود

منابع باید:

ارزشمند: یک شرکت را قادر می سازد فرصتها را
دنبال کند ، تهدیدها را خنثی کند و محصول و خدمات
ارزشمندی را به مشتریان ارائه دهد
نادر: دارای تعداد معدودی از رقبا (بالقوه)
بی حد و حصر: تکرار این بسته از منابع برای رقبا
بالقوه دشوار یا پر هزینه خواهد بود

دانش بازار:

در اختیار داشتن اطلاعات ، فناوری ، دانش و مهارت هایی که بینش یک بازار و مشتریان آن را فراهم می کند دانش فن آوری: در اختیار داشتن اطلاعات ، فناوری ، دانش و مهارتهایی است که بینش روشهای ایجاد دانش جدید را ارائه می دهد

ارزیابی جذابیت یک فرصت جدید ورود

کارآفرین باید با ارزیابی اینکه آیا محصول جدید یا بازار جدید به اندازه کافی جذاب است که ارزش بهره برداری و توسعه را داشته باشد ، تعیین کند که آیا در واقع با ارزش ، نادر و غیرقابل اجتناب است.

ادامه...



ارزیابی جذابیت ورود جدید فرصت

اطلاعات در مورد ورود جدید : بازار قبلی و دانش فن
آوری استفاده شده برای ایجاد ورودی جدید بالقوه
همچنین می تواند در ارزیابی جذابیت یک فرصت خاص
سودمند باشد.

Window of Opportunity

دوره زمانی که محیط برای کارآفرینان برای سوء استفاده از
ورودی جدید خاص مطلوب باشد
راحتی با تصمیم گیری در زیر
یقین - اطمینان - قطعیت
مبادله بین اطلاعات بیشتر و احتمال بسته شدن پنجره فرصت ،
معضلی برای کارآفرینان است
در اینجا کارآفرینان معمولاً مرتکب دو نوع خطا می شوند

خطای کمیسیون از تصمیم پیگیری این فرصت ورود جدید ناشی می شود ، فقط بعداً می فهمید که کارآفرین توانایی خود را در ایجاد تقاضای مشتری و یا محافظت از فن آوری در مقابل تقلید از رقبا برآورد کرده است . هزینه کارآفرین ناشی از اقدام به فرصت درک شده بود

خطای Omission ناشی از تصمیم عدم عمل به فرصت ورود جدید است فقط بعداً می فهمید که کارآفرین توانایی خود را در ایجاد مشتری و / یا محافظت از فن آوری در برابر تقلید از رقبا کاهش داده است. در این حالت ، کارآفرین باید با این دانش زندگی کند که اجازه می دهد یک فرصت جذاب از انگشتان خود بگذرد

تصمیم برای بهره برداری یا عدم بهره برداری از ورودی جدید

ارزیابی جذابیت ورود جدید تعیین اینکه آیا کارآفرین معتقد است که می تواند کار ورود پیشنهادی جدید را انجام دهد

استراتژی وارد کردن برای بهره برداری جدید از ورودی

مزایای رقابتی از "اول بودن"

اولین حرکت یک مزیت هزینه را ایجاد کنید
حرکت اول با رقابت کمتری روبرو می شود
اولین جابجایی ها می توانند کانال های مهم را تأمین کنند
اولین جابجاییها برای جلب رضایت مشتریها موقعیت بهتری دارند
اولین حرکت را از طریق مشارکت به دست آوردن تخصص می رساند

مضرات "اولین بودن"

مضرات "اولین بودن"

عدم قطعیت تقاضا: دشواری قابل توجهی در برآورد دقیق اندازه احتمالی بازار ، سرعت رشد آن و ابعاد کلیدی که در طی آن رشد خواهد کرد.

عدم قطعیت فناوری: دشواری قابل توجهی در ارزیابی دقیق اینکه آیا فناوری عملکرد خواهد داشت یا فناوریهای متناوب ظهور و جهش خواهد کرد (بازی) نسبت به فناوریهای فعلی

ادامه...



عدم اطمینان مشتریان: ممکن است مشتریان در ارزیابی دقیق اینکه محصول جدید یا خدمات جدید برای آنها ارزش قائل است ، دچار مشکل شوند.

خلاقیت و ایده یا اندیشه های کسب و کار

روندها

شروع یک روند که برای مدت زمان قابل توجهی ادامه دارد یکی از بزرگترین فرصت ها برای شروع یک سرمایه گذاری جدید است.

روندهایی که فرصت ها را فراهم می کند عبارتند از:
روند اقتصادی ، روند اجتماعی ، روند سلامتی و روند وب.

منابع ایده یا اندیشه های جدید

مصرف کنندگان

به طور غیر رسمی بر اندیشه ها و نیازهای احتمالی نظارت میکند.
به طور رسمی ترتیب مصرف کنندگان را برای بیان نظرات خود ترتیب می دهد.

محصولات و خدمات موجود

تجزیه و تحلیل روش های بهبود پیشنهادات را که ممکن است منجر به محصول یا خدمات جدید شود ، کشف می کند.

کانال های توزیع

اعضای کانال می توانند در ارائه محصولات جدید به بازار عرضه و بازاریابی کمک کنند.

ادامه...

پرونده های اداره ثبت اختراعات می
توانند امکانات جدید محصول را ارائه
دهند.

اندیشه های جدید محصول می تواند در
پاسخ به مقررات دولت باشد.



تحقیق و توسعه

یک تلاش رسمی در ارتباط با اشتغال فعلی شخص.
آزمایشگاه غیررسمی در زیرزمین یا گاراژ.

روش های تولید اندیشه های جدید

گروه های متمرکز

یک مجری گروهی از 8 تا 14 شرکت کننده را از طریق بحث و گفتگوی آزاد ، عمیق با یک دستورالعمل یا غیر مستقیم هدایت می کند.

روشی عالی برای تولید و تحلیل اندیشه ها و مفاهیم بوده
میتوند

طوفان مغزی

به افراد اجازه می دهد تا به خلاقیت بیشتر تحریک شوند.
اندیشه های خوب زمانی ظهور می کنند که تلاش طوفان
مغزی روی یک محصول خاص یا منطقه بازار متمرکز
شود.

قوانین طوفان مغزی:
بدون انتقاد.

افرادی تشویق می شود.

مقدار اندیشه ها مطلوب است.

ترکیبات و پیشرفت اندیشه ها تشویق می شوند.

نوشتن مغز

نوعی طوفان مغزی مکتوب.

شرکت کنندگان اندیشه های خود را بر روی فرم های خاص یا کارت هایی که در داخل گروپ می چرخند ، می نویسند.

تجزیه و تحلیل موجودی مشکل از مصرف کنندگان لیستی از مشکلات تهیه شده و از آنها خواسته می شود محصولاتی را که دارای این مشکلات هستند شناسایی کنند.

نتایج باید با دقت ارزیابی شود زیرا ممکن است واقعاً فرصت تجاری جدید را منعکس نکند.

حل مسئله خلاق

خلاقیت با افزایش سن ، تحصیلات ، عدم استفاده و بوروکراسی گرایش پیدا می کند.

پتانسیل خلاقیت نهفته می تواند با عوامل ادراکی ، فرهنگی ، عاطفی و سازمانی ایجاد شود.

خلاقیت را می توان با استفاده از هر یک از تکنیک های خلاقانه حل مسئله باز کرد.

- جلسه با بیانیه مشکل شروع می شود.
- هیچ یک از اعضای گروپ نباید متخصص در زمینه مشکل باشد.
- همه اندیشه ها باید ثبت شوند.

نظریه

Brainstorming

روش گروهی که بر جنبه های منفی یک محصول ،
خدمات یا اندیشه و همچنین راه های غلبه بر این
مشکلات تمرکز دارد.
برای حفظ روحیه گروهی باید مراقب باشید.

گوردون روش



روش برای ایجاد اندیشه های جدید هنگامی که افراد از مشکل آگاه نیستند.

راه حل ها توسط اندیشه های از پیش تعیین شده و الگوهای رفتاری بسته نمی شوند.

روش چک لیست

ایجاد یک اندیشه جدید از طریق لیستی از موضوعات مرتبط.
انجمن آزاد

ایجاد اندیشه جدید از طریق زنجیره ای از کلمات انجمن.

روابط اجباری

با نگاه به ترکیب محصولات ، اندیشه جدیدی را ایجاد میکنید.
فرآیند پنج مرحله ای که در ایجاد اندیشه هایی از الگوهای
رابطه بین عناصر یک مسئله متمرکز است.
روش نوت بوک جمعی
ایجاد اندیشه جدید توسط اعضای گروپ به طور مرتب ضبط
مفکوره ها میگردد.

لیست ویژگی ها

با نگاه به مثبت و منفی ، اندیشه جدیدی را توسعه می دهید.
رویای بزرگ
با تفکر بدون محدودیت ، اندیشه جدیدی را ایجاد میکنید.
تجزیه و تحلیل پارامتر
با تمرکز روی شناسایی پارامترها و ترکیب خلاق ، اندیشه
جدیدی را ایجاد می کنید.

نوآوری

انواع نوآوری:

دستیابی به موفقیت:

تعداد کمی از نوآوری ها.

بستر ایجاد نوآوریهای آینده در یک منطقه را ایجاد می کند.

باید با ثبت اختراعات ، علائم تجاری و کپی رایت محافظت شود.

تکنولوژیکی

بیشتر اتفاق می افتد, نه در همان سطح اختراعات
دستیابی به موفقیت.

پیشرفت هایی را در حوزه محصول / بازار ارائه می
دهد. که نیاز به محافظت دارد.

ادامه...

اغلب اتفاق می افتد.

نوآوری تکنولوژیکی را به محصول یا خدمات بهتر یا کالایی که
جذابیت بازار متفاوتی دارد ، گسترش می دهد.
معمولاً از تحلیل بازار و کشش ناشی می شود ، نه فشار فناوری.

طبقه بندی محصولات جدید

دیدگاه مصرف کننده

توماس رابرتسون مبتنی بر تأثیر مختل کننده استفاده از محصول
بر روی الگوهای مصرف تعیین کرده است.

نوآوری های مداوم

پویا مداوم.

نوآوری های ناپیوسته.

این رویکرد با فلسفه بازاریابی سازگار است که "رضایت از
نیازهای مصرف کننده" برای وجود یک سرمایه گذاری اساسی
است.

دیدگاه شرکت

می توان تمایزی بین محصولات جدید و بازارهای جدید ایجاد کرد.

شرایط با یک فناوری جدید و بازار جدید پیچیده ترین و بالاترین درجه خطر را به همراه دارد.

برنامه ریزی و فرایند توسعه محصول

تعیین معیارهای ارزیابی
معیارها باید در هر مرحله از فرایند برنامه ریزی و توسعه
محصول تعیین شود.
باید ماهیت فراگیر و کمی داشته باشد.
معیارها باید ایده را از نظر:
فرصت بازار
رقابت.
سیستم بازاریابی
عوامل مالی
عوامل تولید را تعیین معیارهای ارزیابی گویند.

فرایند برنامه ریزی و توسعه محصول

مرحله اندیشه

اندیشه های نویدبخش باید شناسایی شوند و ایده های غیر عملی از بین بروند.

روش ارزیابی - لیست چک لیست ارزیابی سیستماتیک بازار.

نیاز به اندیشه جدید و همچنین ارزش آن برای شرکت را تعیین میکنید.

مرحله توسعه محصول

واکنش مصرف کننده به محصول / خدمات مشخص می شود.
به پانل مصرفی یک نمونه محصول داده می شود و اولویت با
روش هایی مانند مقایسه چندین مارک ، تجزیه و تحلیل
ریسک و غیره تعیین می شود.

مرحله بازاریابی تست

اطمینان تجاری موفقیت آمیز را افزایش می دهد.
فروش واقعی نشان دهنده پذیرش مصرف کننده است.

تجارت الکترونیکی و راه اندازی تجارت

تجارت الکترونیکی فرصتی برای خلاقیت و ابتکاری در اختیار کارآفرینان قرار می دهد.

عواملی که رشد بالای تجارت الکترونیکی را تسهیل می کنند: استفاده گسترده از رایانه های شخصی.

پذیرش اینترنت در شرکت ها.

پذیرش اینترنت به عنوان بستر ارتباطات تجاری.

سیستمهای سریعتر و ایمن تری

استفاده از تجارت الکترونیکی خلاقانه

کارآفرینان باید تصمیم بگیرند که آیا:

عملیات اینترنتی را در داخل شرکت اجرا کنند.

این عملیات را به متخصصان اینترنت واگذار کنند.

از بسته های تجارت الکترونیکی تهیه شده توسط شرکت های نرم افزار استفاده کنند.

ادغام عملیات جلو و عقب نشان دهنده بزرگترین چالش برای انجام تجارت اینترنتی است.

سایتهای وب

راحتی در استفاده.
ساختار و سازماندهی اطلاعات.
قابلیت جستجو
سیستم پاسخگویی به ایمیل.
سرعت.
سازگاری با مرورگرها و سیستم عامل های مختلف

پیگیری اطلاعات مشتری

بانکهای اطلاعاتی الکترونیکی فعالیت صنعت ، بخش
و شرکت را ردیابی می کنند.

این پشتیبانی از بازاریابی شخصی است که در
مشتریان خاص هدف قرار می گیرد

برای پیروی از قوانین حمایت از حریم خصوصی
افراد باید مراقب باشید.

تجارت الکترونیکی به عنوان یک شرکت کارآفرینی انجام می شود

محصولات باید از نظر اقتصادی و به راحتی تحویل داده شوند.
محصولات باید به بازار گسترده علاقه مند شوند. شرکت باید آماده
ارسال محصول خارج از موقعیت جغرافیایی خاص خود باشد.
عملیات آنلاین باید کاهش قابل توجه هزینه را به همراه آورد.
شرکت باید بتواند از نظر اقتصادی مشتریان را به سمت وب سایت
خود جلب کند.

شناسایی و تجزیه و تحلیل فرصت های داخلی و بین المللی

کارآفرینان مدیریت و گسترش سرمایه گذاری ایجاد شده را دشوار می کنند.

برای گسترش سرمایه گذاری ، کارآفرینان باید:
فرصت های توسعه داخلی و بین المللی را مشخص کند.
مهارت های مختلف مدیریتی را توسعه دهید.
روح جدید کارآفرینی (کارآفرینی) را تزریق کنید.

عوامل موثر در گسترش بین المللی:

افتتاح اقتصادهای کنترل شده به شرکتهای بازار محور.
منافع شخصی سازمانها و همچنین تأثیر حوادث و نیروهای
خارجی.

کشورهای در حال توسعه برای حمایت از توسعه و رشد آنها در
قرن آینده به آموزش و همچنین زیرساخت نیاز دارند.

شناخت فرصت و برنامه ارزیابی فرصت

نکته اصلی کارآفرینی موفق داخلی و بین المللی ، ایجاد اندیشه ای است که دارای نیاز بازار به اندیشه محصول یا خدمات ارائه شده باشد.

ارزیابی فرصت اغلب با تدوین یک برنامه ارزیابی فرصت به بهترین وجه انجام می شود.

یک برنامه ارزیابی فرصت یک برنامه کاری نیست.

طرح ارزیابی فرصت ها دارای چهار بخش است

بخش اول اندیشه را توسعه می دهد ، محصولات و شرکت های رقابتی را تجزیه و تحلیل می کند و گزاره های فروش بی نظیری را مشخص می کند.

بخش دوم به بازار می پردازد - اندازه ، روند ، ویژگی ها و نرخ رشد آن.

بخش سوم به مهارت و تجربه کارآفرین و تیم مدیریت می پردازد.

در بخش آخر یک خط زمانی ایجاد می شود که مراحل موفقیت آمیز سرمایه گذاری را نشان می دهد.

منابع اطلاعاتی

CORE یک سازمان غیرانتفاعی است که به صورت آنلاین و حضوری کمک می کند.

مراکز توسعه مشاغل کوچک مشاوره ، آموزش و مساعدت فنی را در مورد همه جنبه های مدیریت یک سرمایه گذاری جدید ارائه می دهد.

مرکز تجارت كوچك اتاق اتاق آمریکا از طریق ابزار و منابع مبتنی بر وب کمکهای راه اندازی را ارائه می دهد.

سایر وب سایتهای با ارزش شامل

nasbic.org ، nvca.org ، nbia.org

www.fasttrac.org ، activcapital.org ، ceo.org ، entre-ed.org ، kauffman.org.

اطلاعات صنعت و بازار

- Plunkett - داده های صنعت ، تحقیقات بازار ، روندها ، آمار در بازارها و پیش بینی ها.
- فرست و سالیوان - اطلاعات خاص صنعت.
- Euromonitor - اطلاعات مربوط به اندازه بازار مصرف کننده ، پارامترهای بازاریابی ، شرکت ها و مارک ها.
- گارتنر - اطلاعات در مورد بازارهای فناوری.
- کتابخانه راهنمای گیل - آمار و اطلاعات صنعت در مورد سازمان ها و انجمن های غیر انتفاعی.

اطلاعات مربوط به شرکت و محصولات رقابتی

منبع کسب و کار کامل - با اسکن گزارش های
Datamonitor اطلاعات شرکت و صنعت را ارائه می
دهد.

هوورس - اطلاعاتی در مورد هر دو شرکت بزرگ و کوچک
با پیوند به رقبا در همان NAICS سیستم طبقه بندی صنعتی
آمریکای شمالی) ارائه می دهد.

Mergent - اطلاعات کاملی درباره شرکت و محصول در
مورد شرکت های آمریکایی و بین المللی ارائه می دهد.

ماهیت کارآفرینی بین المللی

کارآفرینی بین المللی فرایند کارآفرینی است که فعالیتهای تجاری را در مرزهای ملی انجام می دهد.

فعالیت های لازم برای بررسی و برآوردن نیازها و خواسته های مصرف کنندگان هدف در بیش از یک کشور انجام می شود.

با سابقه تجاری فقط 300 سال ، ایالات متحده تازه وارد در عرصه تجارت بین المللی است.

اهمیت تجارت بین المللی به شرکت

تجارت بین الملل برای بنگاههای مختلف از هر اندازه اهمیت فزاینده ای پیدا کرده است.

یک کارآفرین موفق باید بتواند:

تفاوت بین تجارت داخلی و بین المللی را کاملاً درک کنید.

به این ترتیب با موفقیت جواب دهید "جهانی شوید."

متشبت بین المللی در مقابل کارآفرینی داخلی

اقتصاد

در یک استراتژی کسب و کار داخلی ، کل کشور تحت یک سیستم اقتصادی واحد سازماندهی شده و ارز یکسانی دارد. ایجاد یک استراتژی تجاری برای یک منطقه چند کالا به معنای پرداختن به اختلافات در: سطوح توسعه اقتصادی. ارزشگذاری ارز قوانین و مقررات دولتی. سیستم های بانکی ، سرمایه گذاری ، بازاریابی و توزیع.

مرحله توسعه اقتصادی



برخی از عوامل به طور قابل توجهی بر توانایی شرکت برای شرکت در موفقیت در تجارت بین المللی تأثیر می گذارد مانند:

- زیرساخت های اساسی.
- تسهیلات و سیستمهای بانکی.
- سیستم های آموزشی.
- سیستم حقوقی
- اخلاق و هنجارهای تجاری.

مانده حساب پرداخت جاری

با سیستم فعلی نرخ ارز انعطاف پذیر ، یک حساب جاری یک کشور (تفاوت بین ارزش واردات یک کشور و صادرات در طول زمان) بر ارزیابی ارز آن تأثیر می گذارد.

ارزش واحد پول یک کشور بر معاملات تجاری بین کشورها تأثیر می گذارد.

نوع سیستم

دشواری در انجام تجارت در اقتصادهایی که در حال توسعه هستند یا در حال گذار هستند.

استفاده از ترتیبات صنفی یا شخص ثالث در این کشورها برای افزایش فعالیت تجاری.

- Barter روش پرداخت با استفاده از اقلام غیرمسی.

ترتیبات شخص ثالث - پرداخت کالاهای غیرمستقیم از طریق منبع دیگر.

محیط سیاسی - حقوقی

تحلیل ریسک سیاسی - ارزیابی سیاست های سیاسی یک کشور و ثبات آن قبل از ورود.

انواع خطرات سیاسی:

خطر عملیاتی

خطر انتقال.

ریسک مالکیت

درگیری و تغییر در پرداخت بدهی کشور.

سیستم حقوقی یک کشور تنظیم می کند:

شیوه های تجاری آن است.
نحوه اجرای معاملات تجاری.
حقوق و تعهدات مربوط به هرگونه معامله تجاری بین طرفین.
مناطق مهم برای هر کارآفرین:
حقوق مالکیت.
قانون قرارداد.
ایمنی محصول.
مسئولیت محصول.

زبان

یکی از بزرگترین مشکلات کارآفرین پیدا کردن مترجم است.
با ترجمه بی دقتی مشکلات مهمی ایجاد می شود.
باید برای استخدام مترجمی که زبان مادری آن زبان مقصد است
و تخصص وی با نویسندگان اصلی مطابقت دارد ، دقت شود.

محیط فن آوری

تنوع و در دسترس بودن فن آوری ، به ویژه برای یک کارآفرین از یک کشور توسعه یافته غافلگیرکننده است.

محصولات جدید در یک کشور بر اساس شرایط و عملگر زیرساخت در آن کشور ایجاد می شود.

سیستم های توزیع موجود

عواملی که باید در تعیین سیستم توزیع یک کشور در نظر گرفته شوند:

- پتانسیل فروش کلی.
- مقدار و نوع رقابت.
- هزینه محصول.
- اندازه و تراکم جغرافیایی.
- سیاست های سرمایه گذاری
- نرخ ارز و کنترل.
- سطح ریسک سیاسی.
- طرح بازاریابی کلی.

انگیزه های جهانی شدن

سود

فشارهای رقابتی.

محصول یا خدمات بی نظیر (های).

ظرفیت تولید بیش از حد.

کاهش فروش کشور وطنی.

فرصت بازار بی نظیر.

اقتصاد مقیاس.

مزیت تکنولوژیکی.

مزایای مالیاتی

اثرات استراتژیک جهانی شدن

نزدیک بودن جسمی و روانی به بازار بین المللی بر نحوه وقوع تجارت تأثیر می گذارد.

متغیرهای فرهنگی ، زبان و عوامل حقوقی می توانند یک بازار خارجی را که از لحاظ جغرافیایی نزدیک است ، از نظر روانی از نظر دور کنند.

مسائل مربوط به فاصله روانی:

مسافتی که توسط کارآفرین پیش بینی می شود ممکن است بیشتر مبتنی بر ادراک باشد تا واقعیت.

نزدیکی روانشناختی ورود یک شرکت کارآفرینی را برای ورود به بازار آسانتر می کند.

شباهت های بیشتری نسبت به اختلافات بین کارآفرینان فردی بدون در نظر گرفتن کشور وجود دارد.

انتخاب بازار خارجی

یک مدل انتخاب بازار خوب از یک رویکرد پنج مرحله ای استفاده می کند:

شاخص های مناسب را توسعه دهید.

جمع آوری داده ها و تبدیل به شاخص های قابل مقایسه.

برای هر شاخص وزن مناسب تعیین کنید.

تجزیه و تحلیل داده ها.

بازار مناسب را از بین رتبه بندی بازار انتخاب کنید.

استراتژی های ورود کارآفرینی

صادرات

صادرات غیر مستقیم.

صادرات مستقیم

ترتیبات عدم وجود

مجوز

پروژه های کلید-کلید.

قراردادهای مدیریت

مشارکت کارآفرینی

کارآفرینان خارجی کشور و فرهنگ را می شناسند.

آنها می توانند معاملات تجاری را تسهیل کرده و کارآفرین را در شرایط تجاری ، اقتصادی و سیاسی به روز کنند.

شرکای خوب دیدگاه کارآفرین را به اشتراک می گذارند ، بعید است که از این مشارکت سوء استفاده کنند و می توانند به کارآفرین در رسیدن به اهداف خود کمک کنند.

موانع تجارت بین المللی

توافق نامه کلی تعرفه ها و تجارت (GATT)
در سال 1947 تحت رهبری ایالات متحده تأسیس
شد. شامل بیش از 100 کشور است.
هدف - آزادسازی تجارت با از بین بردن یا کاهش
تعرفه ها ، یارانه ها و سهمیه های واردات.

استراتژی کارآفرین و موانع تجاری

موانع تجاری هزینه های کارآفرینان برای صادرات محصولات یا محصولات نیمه تمام به یک کشور را افزایش می دهد.

محدودیت های صادراتی داوطلبانه ممکن است توانایی کارآفرینان در فروش محصولات در یک کشور از تسهیلات تولید خارج از کشور را محدود کند.

کارآفرینان ممکن است برای انطباق با مقررات محتوای محلی مجبور باشند مکانهای مونتاژ یا تولید را در یک کشور پیدا کنند.

محافظت از اندیشه و سایر موارد حقوقی کارآفرین

مالکیت معنوی چیست؟

این شامل اختراعات ثبت شده ، علائم تجاری ، حق چاپ و اسرار تجاری است.

اینها داراییهای مهم را به کارآفرین نشان می دهد.

مالکیت معنوی حتی قبل از انجام خدمات وکالت باید درک شود.

نحوه انتخاب وکیل

کارآفرین باید از هرگونه مقرراتی که ممکن است روی یک سرمایه گذاری تأثیر بگذارد آگاه باشد.

یک وکیل ممکن است به صورت پایه نگهدارنده کار کند یا ممکن است با هزینه یک بار استخدام شود.

یک رابطه کاری خوب با یک وکیل:

برخی از ریسک ها در شروع یک کار جدید را کاهش می دهد.
اعتماد به نفس لازم را به کارآفرین می دهد.

کارآفرین می تواند در ازای خدمات ، وکالت را ارائه دهد.

ثبت اختراعات

حق ثبت اختراع - از دارنده محافظت در برابر محافظت از دیگران استفاده می کند ، یا از آنها اندیشه مشابه می گیرد . صادر شده توسط دفتر ثبت اختراع و علائم تجاری (PTO).

حق ثبت اختراع نرم افزار - محافظت از فرآیندهای جدید ، مفید و غیرممکن ، ماشین آلات ، ترکیب مواد و مقالات تولیدی . مدت 20 سال

ثبت اختراع در طراحی - پوشش طرح های جدید ، اصلی ، زینتی و غیرممکن برای محصولات تولیدی . مدت 14 سال
ثبت اختراع گیاه - برای انواع جدید گیاهان داده می شود .

ثبت اختراعات بین المللی

پیمان همکاری حق ثبت اختراع (PCT) برای تسهیل پرونده ثبت اختراعات در چندین کشور در یک دفتر تأسیس شد.

این اداره توسط سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO) در ژنو، سوئیس اداره می شود. بیش از 100 شرکت کننده دارد.

این یک جستجوی مقدماتی است که ارزیابی می کند آیا شرکت تشکیل پرونده در هر کشور با تخلفات روبرو خواهد شد یا خیر.

ممکن است اختلافاتی در قوانین ثبت اختراع هرکدام از این کشورها وجود داشته باشد.

برنامه موقت

این برنامه اولیه به PTO است که شواهدی برای اولین بار به بازار ارائه می دهد.

سند افشایی را که قبلاً توسط PTO پذیرفته شده بود جایگزین می کند.

حق ثبت اختراع را مبتنی بر مفهوم ثبت پرونده برای اولین بار می دهد.

ثبت واقعی ثبت اختراع در فرم نهایی آن باید حداکثر 12 ماه پس از ارائه سند افشای موقت در صورت ارائه صورت گیرد.

درخواست ثبت اختراع

مقدمه - شامل پیشینه و مزایای اختراع ، مشکلات غلبه بر آن و چگونگی تفاوت این اختراع با پیشنهادهای موجود است.

شرح اختراع - شامل شرح مفصلی از اختراع و نقشه هایی که همراه آن هستند.

ادعاها - آنچه کارآفرین در صدد ثبت اختراع است را مشخص کنید.

این برنامه باید حاوی اظهارنامه ای باشد که توسط مخترع (ها) امضا شده است.

نقض حق ثبت اختراع

بسیاری از مشاغل ، اختراعات و نوآوری ها نتیجه پیشرفت محصولات یا اصلاح محصولات موجود است.

کپی و بهبود در یک محصول ممکن است کاملاً قانونی و یک استراتژی خوب تجاری باشد.

اگر نقض حق ثبت اختراع اجتناب ناپذیر باشد ، کارآفرین ممکن است سعی کند محصول را از دارنده حق ثبت اختراع مجاز کند.

توصیه می شود برای اطمینان از عدم وجود تخلف ، یک وکیل ثبت اختراع استخدام کنید.

ثبت اختراعات روش تجارت

رشد استفاده از اینترنت و توسعه نرم افزار منجر به اختراعات ثبت اختراع روش تجارت شده است.

بنگاهها از این حق ثبت اختراع برای حمله به رقبا و متعاقباً درآمد حاصل از حق الزحمه یا هزینه صدور مجوز استفاده می کنند.

نگرانی های مربوط به این اختراعات ثبت شده است. همه مبتدیان محصولی یا مفهومی ندارند که قابل ثبت باشد.



از حسن توجه شما سپاسگزارم

منابع و مأخذ



- ***Hirsrich Peters, Copyright © 2010*** by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved.
- ***Dominick Salvatore, 2006 Entrepreneurship 8th Edition***