

## رویکرد طرح کسب و کار در آموزش کارآفرینی

در این رویکرد، "طرح کسب و کار" فاکتور اصلی در موفقیت شروع یک فعالیت اقتصادی جدید (venture) پنداشته می‌شود. طرح برای یک کسب و کار محیقی (مانند کسب و کاری که دانشجویان در آن به فعالیت مشغول است) یا برای یک کسب و کار فیالی (ترجیماً دانشجویان به تحقیق یا یادگیری بیشتر درباره آن کسب و کار علاقه داشته باشند) توسعه داده می‌شود. نقش مربی در این رویکرد کمک به دانشجویان است تا بتوانند بر اساس مفاهیم انتخاب شده، یک طرح کسب و کار "منطقی" را توسعه دهند.

### اهداف اصلی رویکرد:

- ۱- آموزش چگونگی نوشتن (Writing) یک طرح کسب و کار کامل
- ۲- آموزش چگونگی هدایت تمقیق در بازار و صنعت
- ۳- آموزش چگونگی توسعه یک طرح مالی (نیازمندی‌های مالی، پیش‌بینی عواقب مالی و ...)
- ۴- آموزش چگونگی منسجم‌سازی (یکپارچه‌سازی) جنبه‌های گوناگون (مانند جنبه‌های بازار، مالی، فنی و...) در مفهوم کسب و کار.

در کل رویکرد کسب و کار به آموزش کارآفرینی مول یک طرح کسب و کار استاندارد فرموله می‌شود.

چنان طرمی اغلب (و نه لزوماً) شامل موارد زیر است:

- ۱- خلاصه اجرایی طرح Executive Summary
- ۲- کلیاتی در مورد محصول Product Overview

۳- تحلیل بازار Market Analysis

۴- تحلیل صنعت Industry Analysis

۵- تحلیل رقابتی Competitive Analysis

۶- استراتژی بازاریابی Marketing Strategy

۷- عملیات Operations

۸- تیم مدیریتی Management Team

۹- خلاصه مالی Financial Summary

دانشجویان سعی می‌کنند با قواعدی که می‌آموزند (به ویژه مفصل نویسی) محتوای قابل دفاعی را برای هر یک از ۹ قسمت بالا تهیه کنند.

این گونه فرض می‌شود که خواننده اصلی طرح کسب و کار "سرمایه‌گذاران" هستند. بنا براین محتوا باید در جهت نشان دادن قابلیت دوام فعالیت اقتصادی و نرخ بازگشت سرمایه برای سرمایه‌گذاران بالقوه باشد.

دانشجویان برای تهیه محتوا و مطالب مورد نیاز، انواع روش‌های جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات از منابع اولیه (مانند Survey) یا ثانویه را می‌آموزند.

رویکرد کسب و کار، مطابق با باور عمومی دنیای واقعی این مسه را دارد که در اغلب موارد کارآفرینان موفق، کسب و کار خود را بر اساس یک طرح کسب و کار کامل بنا نهاده‌اند. در حالی که استفاده از چنان طرح‌هایی جهان شمول نیست - احتمالاً منظور نویسندگان بیشتر طرح‌های کسب و کار کلاسیک

و رسمی می‌باشد؛ مانند آنچه در بالا معرفی شد. - اما مطلوبیت فرض شده برای طرح کسب و کار، تکیه گاه اصلی این رویکرد است.

مشکلات رویکرد طرح کسب و کار

۱- اگر در دوره‌های تدوین طرح کسب و کار (دوره‌های مستقل از کارآفرینی) شرکت کرده باشید، احتمالاً با این نظر موافقید که سهم زیادی از زمان صرف آموزش نوشتن اثربخش (انشا نویسی ویژه این کار) می‌شود. این همان چیزی است که بیشتر مربیان و اساتید کارآفرینی در آن ضعیفند و عموماً علاقه‌ای به تدریس آن هم ندارند (بدون ذکر منبع).

۲- زمانی که تعداد طرح‌های کسب و کار نوشته شده در یک کلاس زیاد باشد، استاد اغلب به سادگی از کنار صورت ما (قواعد نوشتاری و نمونه تنظیم گزارش) عبور کرده و بر تحلیل مفاهیم بنیادین و مقصود پشت پرده متن متمرکز می‌شود. در این حالت دانشجویان ممکن است به اشتباه بپندارند که لمن نوشتاری و ادبیات وی برای استاد - و فایده‌بارتر برای سرمایه‌گذار بالقوه - پذیرفتنی است.

۳- تاکتیکی که اساتید اغلب برای ممدودسازی تعداد طرح‌های کسب و کار به کار می‌بندند، گردآوری دانشجویان در "تیم" است؛ تا ایشان با همکاری هم یک طرح کسب و کار مشترک را توسعه دهند. چیزی که در ظاهر از آن با نام کار تیمی یاد می‌شود. این تاکتیک منجر به تقسیم تفصیلی کار بین دانشجویان و از دست دادن تسلط بر کل طرح می‌گردد. در واقع هر شخصی قسمتی از کار تهیه طرح کسب و کار را عهده‌دار می‌شود. این موضوع یکی از اهداف

اصلی رویکرد طرح کسب و کار را با چالش مواجه می‌سازد: توسعه توانایی یکپارچه‌سازی جنبه‌های گوناگون برای راه‌اندازی یک فعالیت اقتصادی جدید (هدف اصلی چهارم) رویکرد که بالاتر عنوان شده بود).

۴- در نهایت و بیشترین چالش در سد راه این رویکرد، فقدان تمقیقات تجربی کافی برای پشتیبانی از مطلوبیت طرح کسب و کار برای یک بنگاه در حال راه‌اندازی است. در حقیقت، ادبیات کارآفرینی به این نتیجه رسیده که صرف کردن زمان زیاد برای برنامه‌ریزی و فرمول‌بندی استراتژی می‌تواند برای کارآفرینی ضدبهره‌ور باشد. اندک تمقیق‌های تجربی اخیر، صرفاً رابطه‌ای شکننده بین اثربفشی برنامه‌ریزی استراتژیک و عملکرد بهبود یافته در سطح یک بنگاه پیش‌تر استقرار یافته (Corporate) را نشان می‌دهد. برای فعالیت‌های اقتصادی کارآفرینانه (در شرف راه‌اندازی) ارتباط بین نقش برنامه‌ریزی و عملکرد متی ضعیفتر است.