

1. Άσκηση καταιγισμού ιδεών / brainstorming

Σκοπός

Ας υποθέσουμε ότι υπάρχει μια ομαδική συνάντηση και η ομάδα πρόκειται να συζητήσει τα θέματα που σχετίζονται με ένα θέμα, να σχεδιάσει κάτι ή να λύσει ένα πρόβλημα.

Για κάθε δεδομένο περίπλοκο πρόβλημα, υπάρχουν πολλές προοπτικές και απόψεις που μπορούν να εξεταστούν. Ωστόσο, συνήθως, ο καθένας θα δει μόνο τη δική του άποψη, με στόχο να προωθήσει τη δική του ατζέντα. Αυτό οδηγεί σε μια κατάσταση κατά την οποία η ομάδα μπορεί να καταλήξει να συμφωνεί με το άτομο που μιλά δυνατότερα και περισσότερο και είναι φυσικά προκατειλημμένο προς μια συγκεκριμένη οπτική γωνία, αντί να εξετάζει γενικά σημαντικές ανησυχίες.

Αυτή η άσκηση βοηθά την ομάδα να βλέπει το πρόβλημα από μια ποικιλία οπτικών γωνιών που συνήθως τείνουν να αγνοούν υπέρ των δικών τους.

Αντικείμενο

Εξετάστε το πρόβλημα από τη δεδομένη οπτική γωνία.

Τι χρειάζεστε

Καρέκλες.

Μια σειρά διαγραμμάτων παρουσίασης ή άσπρο πίνακα μαρκαδόρου ή μια περιοχή για να γράψετε επάνω.

Χρειάζεστε ένα για κάθε εκπρόσωπο, έτσι ώστε να μπορούν όλοι να χρησιμοποιηθούν την ίδια στιγμή.

Διάταξη

Τοποθετήστε τις καρέκλες σε κύκλο ώστε να κοιτούν προς τα μέσα.

Τοποθετήστε ένα διάγραμμα πίσω από κάθε καρέκλα.

Ζητήστε από την ομάδα / τους εκπροσώπους να εξετάσουν ένα πρόβλημα για τον σκοπό αυτής της δραστηριότητας.

Στάδιο 1: Καθορισμός προοπτικών (οπτικών γωνιών)

Ζητήστε από κάθε άτομο να εξετάσει μια προοπτική ή οπτική γωνία από την οποία αυτό το πρόβλημα πρέπει να εξεταστεί ή να αναλυθεί.

Ζητήστε τους να τα γράψουν στους πίνακες ως τίτλους. Παραδείγματα για την παραγωγή ενός gadget είναι: πωλήσεις, ικανοποίηση πελατών, αλυσίδα εφοδιασμού, μεταποίηση, σχεδιασμός λογισμικού, τρίτοι που αναπτύσσουν εργαλεία αλλαγής παρόχου και υγεία και ασφάλεια. Αυτά μπορεί να είναι πιο συγκεκριμένα ή περιγραφικά ανάλογα με τις ανάγκες.

Αφού εξεταστούν οι τίτλοι, ζητήστε από την ομάδα να βεβαιωθεί ότι όλα τα διπλότυπα έχουν αφαιρεθεί και αντικατασταθεί από άλλες προοπτικές, εάν είναι απαραίτητο, ώστε οι εκπρόσωποι να καταλήξουν σε ένα μοναδικό σύνολο προοπτικών που θα εξετάσουν το επόμενο στάδιο.

Στάδιο 2: Πιθανές λύσεις.

Ζητήστε από κάθε αντιπρόσωπο να απομακρυνθεί από την προοπτική του και να καθίσει σε μια καρέκλα μπροστά από μια άλλη. Είναι σημαντικό ότι κάθε αντιπρόσωπος κάθεται μπροστά σε μια προοπτική που δεν είναι συνήθως η άποψη που πιστεύει, ίσως με βάση το ιστορικό του ή τον ρόλο του. Για παράδειγμα, ο πωλητής μπορεί να επιλέξει να καθίσει μπροστά από τη "μεταποίηση".

Ζητήστε από έναν εθελοντή να ξεκινήσει. Κάθε άτομο έχει πέντε λεπτά για να αναπτύξει τις απόψεις του/της σχετικά με το θέμα, λαμβάνοντας υπόψη την προοπτική που έχει γραφτεί στον πίνακα πίσω του / της.

Μετά από πέντε λεπτά, αφήστε άλλα πέντε λεπτά ώστε οι άλλοι να απαντήσουν στα θέματα που τίγονται λαμβάνοντας υπόψη μόνο τις προοπτικές τους και όχι τους πραγματικούς ρόλους των ομάδων τους. Είναι σημαντικό να εξετάσουν μόνο τις ανατεθείσες προοπτικές τους και, σε ιδανική περίπτωση, θα πρέπει να παρακολουθήσουν έναν συντονιστή ώστε να διασφαλίσουν ότι οι άνθρωποι θα τηρήσουν τους κανόνες.

Συνεχίστε μέχρι όλοι οι εκπρόσωποι να έχουν παρουσιάσει τις απόψεις τους και άλλοι έχουν ανταποκριθεί σε αυτές.

Τελειώστε με μια συζήτηση για περίπου 15 λεπτά για να ολοκληρώσετε και να κάνετε μια σειρά από ενέργειες.

Χρόνος

Εξήγηση της άσκησης: 10 λεπτά

Δραστηριότητα: 10 λεπτά ανά αντιπρόσωπο + 15 = 95 λεπτά για 8 άτομα.

Ανατροφοδότηση ομάδας: 10 λεπτά

Συζήτηση

Πώς είναι να εξετάζετε μια προοπτική που συνήθως δεν εξετάζετε; Πόσο χρήσιμες ήταν οι απόψεις σας για τους άλλους; Πόσο χρήσιμο ήταν να εξετάσετε το πρόβλημα από αυτή τη νέα προοπτική και να εκτιμήσετε την πολυπλοκότητα και τις ανάγκες; Μήπως η ανταλλαγή ιδεών οδήγησε σε καινοτόμες ενέργειες και αποφάσεις που ίσως να μην είχατε σκεφτεί κάνοντάς την κανονικά;

2. Εντοπισμός πιθανών επιχειρηματικών ιδεών με βάση την Πολιτιστική Κληρονομιά

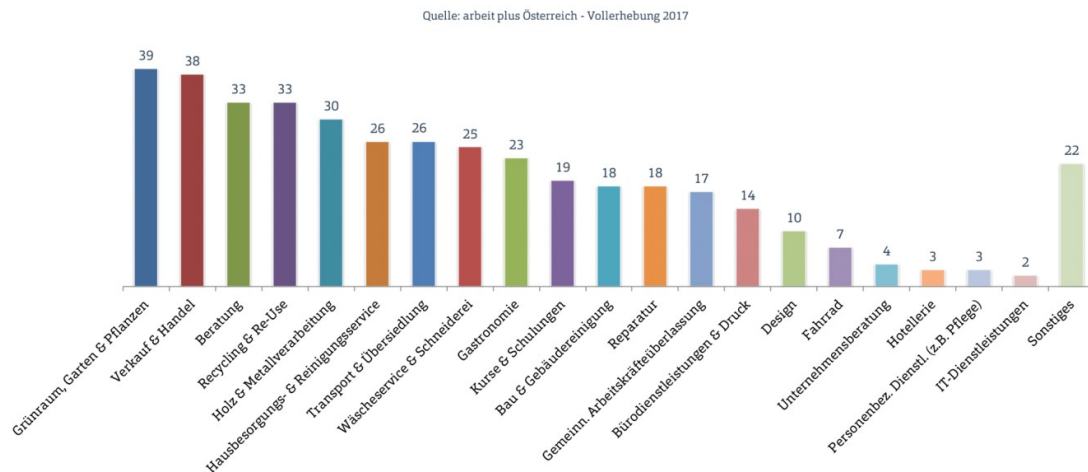
2.1 Εισαγωγή

Αυτή η επισκόπηση σας παρουσιάζεται από τη Verein Multikulturelle, στην Αυστρία. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τα παραδείγματα που δίνονται εδώ ή να τα ανταλλάξετε για κατάλληλα παραδείγματα από τη χώρα προέλευσής σας.

Από τον 19ο αιώνα στην Αυστρία ξεκίνησαν και αναπτύχθηκαν διαφορετικές παραδόσεις κοινωνικά προσανατολισμένων πρωτοβουλιών. Το φαινόμενο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας έχει τροφοδοτηθεί από διάφορες παραδόσεις σε σχέση με την ανάπτυξη του κράτους πρόνοιας και τα κοινωνικά κινήματα. Αυτά ποικίλουν από πρωτοβουλίες στο στάδιο της σύλληψης της ιδέας, ενώσεις και την τελική GmbH. Όλα αυτά δραστηριοποιούνται ιδιαιτέρως σε συνδυασμό με τη συμμετοχή των πολιτών, την ενδυνάμωση, την ένταξη, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής.

Τομείς της δραστηριότητας

Τα εκπαιδευτικά, περιφερειακά ή τοπικά προγράμματα ανάπτυξης, έργα εργασίας, έργα σε αναπτυσσόμενες χώρες, καθώς και έργα με επίκεντρο την προστασία του περιβάλλοντος είναι οι σημαντικότεροι τομείς στους οποίους συμμετέχουν κοινωνικοί επιχειρηματίες. Οι πιο συχνές ομάδες-στόχοι περιλαμβάνουν τα παιδιά και τη νεολαία, τους αιεφόρους καταναλωτές, τους ανθρώπους από τις αναπτυσσόμενες χώρες και το ευρύ κοινό. Οι πιο συχνά αναφερόμενες υπηρεσίες που προσφέρονται για την επίτευξη των κοινωνικών στόχων είναι η πώληση προϊόντων και υπηρεσιών, η δικτύωση ομάδων ατόμων, καθώς και η παροχή συμβουλών, κατάρτισης και επιμόρφωσης συγκεκριμένων ομάδων ανθρώπων.



Σχήμα 1: Τομείς δραστηριότητας των κοινωνικών επιχειρήσεων στην Αυστρία

Το παραπάνω διάγραμμα παρουσιάζει τους τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνται οι κοινωνικές επιχειρήσεις της Αυστρίας. Στην έρευνα που διεξήχθη το 2017, πολλές απαντήσεις ήταν δυνατές όσον αφορά τον τομέα δραστηριότητας. Οι τομείς που αναφέρονταν πιο συχνά ήταν ο χώρος πρασίνου, οι πωλήσεις και το εμπόριο, η παροχή συμβουλών, η ανακύκλωση και η επαναχρησιμοποίηση, καθώς και η επεξεργασία ξύλου και μετάλλου.

Κοινωνική Επιχειρηματικότητα:

FELD

<http://feld-verein.at/>

(Ινσμπρουκ / Τιρόλο)

Τύπος: Κοινωνική Επιχειρηματικότητα / (επίσημη εμφάνιση ως οργανισμός)

Πρωτοβουλία αξιοποίησης των μη χρησιμοποιηθέντων πόρων προκειμένου να αποφευχθεί η περιττή παραγωγή και κατανάλωση.

Οι αχρησιμοποίητοι πόροι - υλικοί και άυλοι - ανακαλύπτονται, συλλέγονται και μετατρέπονται μαζί. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα μια ποικιλία νέων δυνατοτήτων: δημιουργούνται προϊόντα που ιστορίες και μοναδικά κομμάτια που μας ευαισθητοποιούν στην τιμή Wa (h) ren.

Η FELD-Verein προσφέρει μέσα και γύρω από το Ινσμπρουκ μια ευκαιρία ανταλλαγής για όλα τα

ενδιαφερόμενα μέρη και τους συμμετέχοντες - σε μια περιοχή χωρίς καταναλωτές.

Οι αχρησιμοποίητοι πόροι υπάρχουν σε πολλούς τομείς - τρόφιμα, πρώτες ύλες, γνώσεις κ.λπ. - αλλά δεν χρησιμοποιούνται πάντοτε. Δυστυχώς, για διάφορους λόγους (πρακτικότητα, άγνοια, κερδοφορία κ.λπ.), συχνά χρησιμοποιείται νέα παραγωγή αντί αυτών που υπάρχουν ήδη. Ωστόσο, αυτοί οι ήδη παραγόμενοι πόροι προσφέρουν πολλά μέσα και δυνατότητες, ώστε να μην πρέπει να δηλώνονται ως απόβλητα και να απορρίπτονται.

Στόχοι: Επαναχρησιμοποίηση υλικού για την αποφυγή περιττής παραγωγής και κατανάλωσης.

Οφελούμενοι: Όλοι οι οποίοι γίνονται μέλη της ένωσης ή συμμετέχουν σε προγράμματα ή εργαστήρια.

Ho&Ruck

<https://horuck.at/>

(Ινσμπρουκ / Τιρόλο)

Είδος: Κοινωνική Επιχείρηση / (επίσημη εμφάνιση ως εταιρεία περιορισμένης ευθύνης)

Το HoRuck είναι ένα κλειστό παζάρι για μεταχειρισμένα έπιπλα και αντικείμενα για το σπίτι. Ιδρύθηκε το 1984 και διαθέτει τόσο κοινωνικά όσο και οικονομικά οφέλη.

Σκοπός τους είναι να βοηθήσουν άτομα που αναζητούν εργασία, οι οποίοι βρίσκονται σε μειονεκτική θέση στην αγορά εργασίας και αντιμετωπίζουν δυσκολίες ένταξης στο εργατικό δυναμικό. Πρόκειται για μια προσπάθεια να προετοιμαστούν για τη νέα τους απασχόληση παρέχοντάς τους προσωρινές θέσεις εργασίας, κατάρτιση και συμβουλές. Με την υποστήριξη αυτή, οι αιτούντες εργασία που απασχολούνται για περιορισμένο χρονικό διάστημα μπορούν να επιτύχουν καλύτερα το στόχο τους να αποκτήσουν "πάτημα" για την αγορά εργασίας.

Στόχοι: Επανένταξη και υποστήριξη των ατόμων που αναζητούν εργασία· υποστηρίζει την επαναχρησιμοποίηση μεταχειρισμένων αγαθών.

Οφελούμενοι: Οι μακροχρόνια άνεργοι, οι αιτούντες εργασία που αντιμετωπίζουν μειονεκτήματα στην αγορά εργασίας ως πρώην κρατούμενοι.

WAMS

<http://www.wams.at/>

(Ινσμπρουκ / Τιρόλο)

Τύπος: Κοινωνική Επιχείρηση / (επίσημη εμφάνιση ως οργανισμός)

Κατάστημα για μεταχειρισμένα αγαθά (ρούχα, books, έπιπλα, αθλητικά είδη κλπ). Με το δίκτυο των τεσσάρων καταστημάτων στο Ινσμπρουκ, το WAMS επικεντρώνεται στη δημιουργία θέσεων εργασίας για μειονεκτούντα άτομα, προωθώντας ταυτόχρονα τη διατήρηση του περιβάλλοντος

με το να μην πετιούνται αντικείμενα αλλά να επαναχρησιμοποιούνται.

Το σωματείο WAMS προσφέρει συνολικά 127 θέσεις απασχόλησης στις κοινωνικοοικονομικές επιχειρήσεις του Ίνσμπρουκ, του Hall, του Schwaz, του Jenbach και του Kirchbichl με πλήρεις συμφωνίες κοινωνικής ασφάλισης και συλλογικής αμοιβής.

Υπάρχουν 127 θέσεις εργασίας, 83 με στόχους πολιτικής για την κοινωνία και την αγορά εργασίας:

- 59 θέσεις εργασίας διαμετακόμισης για μακροχρόνια άνεργους - ως σκαλοπάτι στην αγορά εργασίας
- 22 θέσεις εργασίας για άτομα που αναζητούν εργασία ηλικίας 55 ετών και άνω - ως σκαλοπάτι στην αγορά εργασίας ή στη συνταξιοδότηση
- 2 προστατευόμενες θέσεις εργασίας για άτομα με ειδικές ανάγκες - για ένταξη στην επαγγελματική ζωή

Στόχοι: Δημιουργία θέσεων εργασίας ειδικά για άτομα που αναζητούν εργασία και βρίσκονται σε μειονεκτική θέση· περιβαλλοντική σκέψη: επαναχρησιμοποίηση αντί πέταμα.

Οφελούμενοι: Μακροχρόνια άνεργοι, ηλικιωμένοι εργαζόμενοι.

GREENROOT

<https://www.greenroot.at/>

(Ίνσμπρουκ / Τιρόλο)

Τύπος: Κοινωνική Επιχείρηση

Κατάστημα τροφίμων για μπαχαρικά, δημητριακά, αλεύρι για την εκλεκτή κουζίνα. Η εταιρεία στοχεύει στην εξάλειψη της πλαστικής συσκευασίας παρέχοντας αγορές χωρίς συσκευασία. Προσφέρουν στους πελάτες τους οργανικά αποξηραμένα φρούτα, όσπρια, μούσλι, μπαχαρικά, σακχαρόπηκτα και δημητριακά αποσυσκευασμένα για να συμμορφώνονται με το σύνθημα μηδενικών αποβλήτων.

Οι πελάτες μπορούν να πάρουν μαζί τους τα δοχεία τους από το σπίτι και να τα γεμίσουν από τους διανομείς του καταστήματος. Έτσι, οι άνθρωποι πληρώνουν για τα εμπορεύματα, όχι για ακριβές συσκευασίες! Το κατάστημα παρέχει φιλικές προς το περιβάλλον χάρτινες σακούλες.

Στόχοι: Αειφόρος - ποικίλη - οργανική - χωρίς συσκευασία αγορές.

Οφελούμενοι: Οι περιβαλλοντικά ευσυνείδητοι καταναλωτές· η φύση

Younited Cultures

<https://younitedcultures.eu/>

(Βιέννη)

Τύπος: Κοινωνική επιχείρηση μεταναστών

Μια πρωτοβουλία που ξεκίνησε από δύο μετανάστριες από τη Ρουμανία που αντιμετώπισαν παρόμοια θέματα όπως αποκλεισμός από τις ομάδες, απόρριψη από θέσεις εργασίας, προκαταλήψεις κλπ. Σκοπός τους ήταν να επαναπροσδιορίσουν τη "μετανάστευση", να προωθήσουν πρότυπα μεταναστών και να πουν τις ιστορίες τους, και να κάνουν αυτό που κατάφεραν, ένα νέο κανάλι επικοινωνίας – μόδας.

Αυτό που κάνουν είναι να απεικονίζουν ιστορίες και εμπειρίες σε κασκόλ. Ανακαλύπτουν εμπνευσμένες ιστορίες, τις ακούν και τις αποτυπώνουν σε κασκόλ με κοινωνικό αντίκτυπο. Μέσα από τη δουλειά τους αυξάνουν την ευαισθητοποίηση απέναντι στα θετικά αποτελέσματα της μετανάστευσης που ενσωματώνονται σε πολύχρωμα κασκόλ, τα οποία λένε ιστορίες.

Στόχοι: Να καταστούν οι ιστορίες επιτυχίας των μεταναστών ορατές και φορετές.

Ωφελούμενοι: Μετανάστες.

Κοινωνική Επιχειρηματικότητα με βάση την Κοινότητα

KOMM!UNITY

<http://web.kommunity.me/>

(Wörgl / Τιρόλο)

Τύπος: Κοινωνική Επιχείρηση με βάση την Κοινότητα / (επίσημη εμφάνιση ως οργανισμός)

Η Komm!unity διαθέτει πολλές εγκαταστάσεις στο Wörgl και στη γύρω περιοχή. Επιπλέον, ο οργανισμός αναπτύσσει και υλοποιεί πολυάριθμα προγράμματα και εκδηλώσεις όπως κλαμπ νεολαίας, γυναικείες καφετέριες, κλαμπ και εκθέσεις. Η Komm!unity δραστηριοποιείται σε πολλές επιτροπές δικτύωσης και συμβάλλει εκεί με την εμπειρία της. Τα καθήκοντα του οργανισμού περιλαμβάνουν την παροχή συμβουλών σε πολιτικούς και διοικητικούς υπαλλήλους σε θέματα που αφορούν τη νεολαία και την ένταξη.

Στόχοι: Προώθηση της νεολαίας, ένταξη και κοινωνική εργασία.

Ωφελούμενοι: Δικαιούχοι: Ολόκληρα μέρη της τοπικής κοινωνίας, δηλαδή νέοι, μετανάστες κ.λπ.

Café NAMSA

<http://www.cafenamsa.at>

(Ινσμπρουκ / Τιρόλο)

Τύπος: Κοινωνική επιχείρηση με βάση την Κοινότητα / / (επίσημη εμφάνιση ως εταιρεία περιορισμένης ευθύνης)

Στόχος: Παροχή κατάλληλων πληροφοριών και συμβουλών σε ερωτήσεις σχετικά με:

Το Café Namsa ειδικεύεται στην ιρανική-βουλγαρική-αυστριακή κουζίνα και προσφέρει στους αναγνωρισμένους πρόσφυγες στο Ίνσμπρουκ και στους δικαιούχους επικουρικής προστασίας την ευκαιρία να φέρουν τις δυνάμεις τους σε μια πρώτη εργασιακή σχέση για να γνωρίσουν τον αυστριακό εργασιακό κόσμο και να επεκτείνουν τα κοινωνικά τους δίκτυα. Επιπλέον, το Café Namsa προσφέρει μια πλατφόρμα για διαλέξεις και διάφορες παραστάσεις που λαμβάνουν χώρα τακτικά εκεί.

Στόχοι: προσφέρεται στους πρόσφυγες η ευκαιρία να αποκτήσουν την πρώτη επαγγελματική εμπειρία στην Αυστρία, υποστηρίζεται η ένταξη, δημιουργείται ένας χώρος συνάντησης σε μια λιγότερο κεντρική περιοχή του Ίνσμπρουκ.

Ωγελούμενοι: Μετανάστες και άλλα μέλη της τοπικής κοινωνίας

Die Bäckerei - Kulturbackstube

<http://www.diebaeckerei.at/>

(Ινσμπρουκ / Τιρόλο)

Τύπος: Κοινωνική επιχείρηση με βάση την κοινότητα

Το αρτοποιείο είναι ένα ανοιχτό σπίτι (κοινοτικός / κοινωνικός κόμβος). Εκδηλώσεις, εργαστήρια, διαλέξεις και μαθήματα πραγματοποιούνται εδώ. Συλλογές, ενώσεις και καλλιτέχνες* εργάζονται στα στούντιο και τα γραφεία τους. Στον πρώτο όροφο υπάρχει ένας χώρος συνεργασίας.

- Ο φούρνος είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός. Η ομάδα είναι οργανωμένη χωρίς ιεραρχία - πράγμα που σημαίνει ότι όλοι έχουν ίσα δικαιώματα ψήφου και είναι υπεύθυνοι για τους δικούς τους τομείς εργασίας. Δεν υπάρχει κύρια αρχή, οι αποφάσεις λαμβάνονται από κοινού ή ανεξάρτητα.
- Το αρτοποιείο είναι ένας χώρος χωρίς ανταγωνισμό και χωρίς καταναγκασμό των καταναλωτών.
- Το αρτοποιείο είναι μια ζωντανή πλατφόρμα για πολιτιστικές και κοινωνικές ανταλλαγές. Είναι ένας δυναμικός χώρος που συνδυάζει την επικοινωνία, την παραγωγή και την παρουσίαση. Ένα μέρος που δεν θέλει να οριστεί, αλλά δημιουργείται από τους χρήστες του και τους καθιστά τον δυναμικό πυρήνα του ιδρύματος. Το αρτοποιείο μπορεί και πρέπει να παραμείνει μια κινητή πειραματική περιοχή που μπορεί να αντιδρά ευέλικτα σε διαφορετικά προφίλ απαιτήσεων.
- Το αρτοποιείο δημιουργεί χώρο για διάλογο, ανταλλαγές και συμμετοχή. Στην καλύτερη

περίπτωση, αυτό οδηγεί σε διεπιστημονικά, ενδιάμεσα και διατομεακά έργα. Η συνεργασία διευρύνει την πνευματική προοπτική και προωθεί την αμοιβαία έμπνευση, κριτική και διόρθωση.

Μέσω του συνδυασμού του δικτύου, του γεγονότος και του χώρου παραγωγής, όλα όσα παράγονται, παρουσιάζονται ή μεταδίδονται μέσα μπορούν επίσης να αναδειχθούν - στον αστικό χώρο, στον εικονικό χώρο και στο οπτικό πεδίο των διαφόρων ενδιαφερόμενων ομάδων.

Στόχοι: Να προσφέρει έναν ανοικτό, δυναμικό χώρο χωρίς ανταγωνισμό για όλους.

Ωφελοούμενοι: Συλλέκτες, οργανισμοί και καλλιτέχνες· άτομα που χρειάζονται χώρο για να εφαρμόσουν δημιουργικές ιδέες.

TOPFREISEN

<http://www.topfreisen.at/>

(Βιέννη)

Τύπος: Κοινωνική Επιχείρηση με βάση Κοινότητα Μεταναστών / (επίσημη εμφάνιση ως οργανισμός)

Βασισμένη στην ιδέα ότι τα τρόφιμα φέρνουν τους ανθρώπους μαζί, η Topfreiseen προσφέρει διεθνή πιάτα που παρασκευάζονται από πρόσφυγες. Η κουζίνα εξυπηρετεί τις παραγγελίες των τοπικών γύρω κοινοτήτων και των επιχειρήσεων.

Εργάζονται από το 2014, τώρα διαθέτουν δύο εργοστάσια παραγωγής και μαγειρεύουν σε μια πλήρως εξοπλισμένη κουζίνα 700τ.μ. Τα κορυφαία γεύματα του Topfreisen προέρχονται από την Ευρώπη, την Αραβική Χερσόνησο και την Ασία, ενθαρρύνοντας τον διαπολιτισμικό διάλογο και ανταλλαγή μέσω τροφίμων.

Στόχοι: Να προσφέρει έναν ανοικτό, δυναμικό χώρο χωρίς ανταγωνισμό για όλους.

Ωφελοούμενοι: πρόσφυγες.

MagDas Hotel

<https://www.magdas-hotel.at/>

(Βιέννη)

Τύπος: Κοινωνική Επιχείρηση με βάση Κοινότητα Μεταναστών / (επίσημη εμφάνιση ως οργανισμός)

Στο ξενοδοχείο MagDas οι πρόσφυγες γίνονται φιλοξενούμενοι, τα ανακυκλωμένα έπιπλα

μετατρέπονται σε στοιχεία σχεδιασμού και τα μειονεκτήματα μετατρέπονται σε πλεονεκτήματα. Το ξενοδοχείο MagDas διευθύνεται από πρώην πρόσφυγες και εμπειρογνώμονες του ξενοδοχείου.

Υπάρχουν άνθρωποι από 14 χώρες με ποικιλία προσωπικών ιστοριών, που καθιστούν κάθε τόπο μοναδικό.

Για άτομα με προσφυγικό υπόβαθρο, εξακολουθεί να είναι δύσκολο να βρουν εργασία στην Αυστρία. Η αρχική έλλειψη γερμανικών γλωσσικών δεξιοτήτων, η δυσαρέσκεια πολλών εργοδοτών, καθώς και το γεγονός ότι οι πρόσφυγες επιτρέπεται να δεχθούν εργασία μόνο αφού λάβουν θετική απάντηση στην αίτηση ασύλου (η οποία μπορεί συχνά να διαρκέσει μήνες ή χρόνια) καθιστούν την ενσωμάτωση δύσκολη.

Είμαστε πεπεισμένοι ότι εκείνοι που μετακινούνται εδώ από ξένες χώρες είναι σε θέση να ενισχύσουν την ξενοδοχειακή επιχείρηση, επειδή φέρνουν μαζί τους πολλές δεξιότητες, ταλέντα, γλώσσες και πολιτιστικό υπόβαθρο και έτσι επιτρέπουν μια ξεχωριστή θέση στην ξενοδοχειακή αγορά.

Στόχοι: Να υποστηριχθεί η ένταξη των προσφύγων στην αγορά εργασίας.

Ωφελούμενοι: πρόσφυγες.

2.2 Άσκηση: Προσδιορίστε την άυλη πολιτιστική κληρονομιά

Οι ακόλουθες τεχνικές τέχνης αποτελούν μέρος της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς στη Γερμανία. Ποια αναγνωρίζετε; Ξέρετε κάποιο συγκεκριμένο παράδειγμα; Κάντε παρόμοια περιγραφή με αυτές που αναφέρονται παραπάνω.

- Κουλτούρα γερμανικού ψωμιού
- Κατασκευή οργάνων και μουσική οργάνων
- Μουσικό όργανο Vogtland κατασκευασμένο στο Markneukirchen και τα περίχωρα
- εμπόριο thatcher
- Χειροκίνητη παραγωγή κοίλου και επίπεδου γυαλιού με στόμιο
- Καλαθοποιία
- Ζωγραφική, τεχνικές κυλίνδρου και επιχρύσωσης στην εκκλησιαστική ζωγραφική
- Ζωγραφική σε πορσελάνη
- Προετοιμασία και χρήση παραδοσιακού ασβεστοκονιάματος
- Lace bobbins στην Upper Palatinate Forest
- Παραδοσιακή αγγειοπλαστική σε υαλώδη κεραμικά Westerwald στις περιοχές Höhr-Grenzhausen, Kannenbäckerland and Breitscheid και γύρω από αυτές.
- Κατασκευή και σχεδιασμός κοσμημάτων

- Διατήρηση και προώθηση του πολιτισμού, ποικιλία και ποιότητα τοπικών σπεσιαλιτέ στην Άνω Φραγκονία
- Διυληστήριο κάρβουνου και πίσσας
- Ράφτινγκ
- Η αδελφότητα Salzwirker im Thale zu Halle
- Μεταλλουργία - διάδοση, τεκμηρίωση, διατήρηση και προώθηση τεχνικών και γνώσεων
- Καλλιτεχνικές τεχνικές εκτύπωσης υψηλής πίεσης, χαμηλής πίεσης, επίπεδης πίεσης, Durchdruck και οι μικτές μορφές τους
- Drechslerhandwerk (προς το παρόν μόνο στο κρατικό μητρώο της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Βαυαρίας)

Πώς να αναπτύξετε μια επιχείρηση CHE, βασισμένη σε γνωστά στοιχεία

Μια σύντομη εισαγωγή στο πώς να ξεκινήσετε μια επιχείρηση CHE

Όταν είστε έτοιμοι να ξεκινήσετε μια επιχείρηση CHE, υπάρχουν μερικά αρχικά βήματα να. Ας δούμε αναλυτικότερα το κάθε ένα από αυτά.

1. Προσδιορίστε τη νομική δομή της επιχείρησής σας

Πρώτον, θα χρειαστεί να κατανοήσετε το είδος της επιχείρησής σας από νομική άποψη. Αυτό μπορεί να αλλάξει καθώς μεγαλώνετε και οι νόμοι της πολιτείας ποικίλλουν. Μπορείτε να εξετάσετε δημοφιλείς επιλογές όπως:

Ατομική επιχείρηση: Σε μία ατομική επιχείρηση, εσείς είστε η επιχείρηση όσον αφορά τους νόμους και τους φόρους. Παρόλο που πρόκειται για έναν απλό τρόπο οργάνωσης, μπορεί να παρουσιάσει δυσκολία όταν έρθει η ώρα να συγκεντρωθούν κεφάλαια επειδή θα ζητήσετε από τους υποστηρικτές να επενδύσουν σε ένα άτομο και όχι σε μια επιχείρηση. Επιπλέον, ο μοναδικός δικαιούχος είναι προσωπικά υπεύθυνος για τα χρέη και τις ζημιές.

ΕΠΕ (εταιρεία περιορισμένης ευθύνης): Η ΕΠΕ είναι πιο δαπανηρή και πολύπλοκη για τη σύστασή της, αλλά συνοδεύεται από ορισμένα φορολογικά πλεονεκτήματα και προστατεύει τον ιδιοκτήτη (-ες) από προσωπική ευθύνη (εξ ου και το όνομά της).

2. Επιλέξτε και καταχωρήστε το όνομα της επιχείρησής σας

Στη συνέχεια, ήρθε η ώρα να επιλέξετε και να καταχωρίσετε το όνομα επιχείρησης CHE. Αυτό μπορεί να είναι μια διασκεδαστική δραστηριότητα καταιγισμού ιδεών που συνεπάγεται επίσης σημαντικές νομικές διαδικασίες βαριάς γραφειοκρατίας με σημαντικές συνέπειες για την επιχείρησή σας στη συνέχεια.

Εάν ξεκινάτε μια ΕΠΕ, το όνομά σας θα εγγραφεί αυτόματα όταν καταχωρήσετε την επιχείρησή σας στην πολιτεία. Διαφορετικά, θα χρειαστεί να περάσετε διαφορετική διαδικασία εγγραφής. Ξεκινήστε με μια αναζήτηση εμπορικών σημάτων και, στη συνέχεια, δείτε εάν το κύριο όνομα που θέλετε είναι διαθέσιμο. Μπορείτε να προστατεύσετε το όνομά σας και το λογότυπό σας.

3. Ασφαλίστε διπλώματα, άδειες κλπ.

Από εδώ, βεβαιωθείτε ότι έχετε όλες τις σωστές άδειες και διπλώματα για να κάνετε νόμιμες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Αν πουλάτε "υλικά αγαθά" (δηλ. φυσικά αντικείμενα), θα χρειαστείτε άδεια πωλητή. Αυτό σας επιτρέπει να εισπράξετε φόρο πωλήσεων από πελάτες. Κάποιες πολιτείες το απαιτούν και για ορισμένες επιχειρήσεις που προσανατολίζονται στις υπηρεσίες.

Το [IRS](#) μπορεί να σας κατευθύνει στο σωστό γραφείο της πολιτείας σας και ο ιστότοπος τοπικής αυτοδιοίκησης διαθέτει εργαλεία που θα σας βοηθήσουν να μάθετε τι είδους άδεια θα χρειαστείτε για να λειτουργήσετε την επιχείρησή σας.

4. Δημιουργήστε τις δηλώσεις αποστολής και πρόβλεψής σας

Τι κάνει η CHE επιχείρησή σας; ι υποστηρίζετε; Τι πρόβλημα λύνετε; Πώς σκοπεύετε να βελτιώσετε τον κόσμο; Αυτές είναι ερωτήσεις που θα σας απαντήσουν οι δηλώσεις αποστολής και πρόβλεψής σας;

Αυτό το βήμα αποτελεί βασικό στοιχείο της στρατηγικής μάρκετινγκ. Τα μπραντς με μία δυνατή ταυτότητα και δήλωση αποστολής έχουν έναν πιο εύκολο χρόνο παραγωγής αυθεντικού και ουσιαστικού περιεχομένου που επικοινωνεί αποτελεσματικά τις βασικές αξίες τους. Για έμπνευση, ρίξτε μια ματιά στις ιστοσελίδες των αγαπημένων σας νέων επιχειρήσεων. Ποια είναι η αποστολή του καθενός; Πώς γνωστοποιούν το όραμά τους;

5. Γράψτε το πλάνο εμπορίας σας

Μόλις έχετε το δίπλωμα και το όνομά σας, ήρθε η ώρα να αρχίσετε να δημιουργείτε παρουσία στο διαδίκτυο και να πείτε την ιστορία σας. Για να ξεκινήσετε, σκεφτείτε τον πελάτη-στόχο σας. Κάντε ερωτήσεις όπως:

- Ποιος θέλει αυτό που πουλάω;
- Ποιος θα το θεωρούσε χρήσιμο;
- Ποιοι θα το προωθούσαν;

Από εκεί, ανακαλύψτε ποιοι είναι αυτοί οι άνθρωποι και τι είδους επικοινωνία θα έχετε μαζί τους. Σκεφτείτε και την πολιτιστική τους κληρονομιά, τα υπόβαθρα, τα ενδιαφέροντα, τους στόχους και τις προκλήσεις, εκτός από την ηλικία τους, τι κάνουν, ποιες κοινωνικές πλατφόρμες χρησιμοποιούν και ούτω καθεξής.

Άσκηση: Ξέρετε κάποιο πολιτισμικό επάγγελμα ή φάσμα δραστηριοτήτων "πολιτιστικής κληρονομιάς";

Σχεδιαστής/Καλλιτέχνης γραφικών: Προαπαιτούμενο: καλλιτεχνική δραστηριότητα, ένα ολοκληρωμένο πτυχίο στο σχεδιασμό είναι χρήσιμο. Αποδοχή της εργασίας ελεύθερου επαγγελματία μέσω ολοκληρωμένης επαγγελματικής σχολικής εκπαίδευσης για να γίνει πιστοποιημένος από το κράτος σχεδιαστής, π.χ. στη μόδα, στα κοσμήματα, στα γραφικά, στη διαφήμιση κλπ. ή σε ολοκληρωμένες μελέτες σε τομείς όπως η μόδα, τα γραφικά, τα κοσμήματα, ο σχεδιασμός ιστοσελίδων κλπ.

Συντηρητής: Πρόσβαση με ολοκληρωμένες μελέτες αποκατάστασης (FH) ή σύμφωνα με τους κανονισμούς πρόσβασης του επαγγελματικού οργανισμού

Δάσκαλος χορού: Εκπαίδευση σύμφωνα με τον επαγγελματικό οργανισμό για να γίνει καθηγητής χορού, βοηθός δασκάλου χορού ή εκπαιδευτής χορού

Ηθοποιός/Κωμικός/Παραγωγός/Μουσικός: ανοικτή πρόσβαση, ελεύθερος επαγγελματίας, εάν είναι εγγυημένο το επίπεδο προσόντων (BFH 19.8.1982)

Μακιγιέρ: γενικά ταξινομημένο ως δραστηριότητα ελεύθερου επαγγελματία (FG Berlin 30.9.1986)

Γλύπτης: Για να γίνει δεκτό το ελεύθερο επάγγελμα πρέπει να αποδειχθεί ένα συγκεκριμένο καλλιτεχνικό βάθος ή μια ειδική εκπαίδευση

Τεχνίτες: όπως οι σιδεράδες, οι ξυλογλύπτες, οι σχεδιαστές κοσμημάτων. Ελεύθερος επαγγελματίας, αν πρόκειται για καλλιτεχνικές δραστηριότητες και αποκλειστικά αυτοπαρασκευασμένα προϊόντα πωλούνται σε μικρές ποσότητες (BFH 26.9.1968)

Συντηρητής: Προκειμένου να γίνει δεκτός ως ελεύθερος επαγγελματίας, η εργασία πρέπει να διεξαχθεί επιστημονικά, ευσυνείδητα, ανεξάρτητα χωρίς πολλούς υπαλλήλους (RFH 21.6.1944), ελεύθερος επαγγελματίας μέσω ολοκληρωμένων μελετών αποκατάστασης (FH)

Συγγραφές/Κειμενογράφος/Ποιητής: Ανοιχτή πρόσβαση

α) Σε ποιο από τα παραπάνω πεδία βλέπετε την επιχείρησή σας; Υπάρχει κάποιο άλλο πεδίο που δεν αναφέραμε;

3. Η άσκηση κατασκευής μιας ομάδας επιζώντων στην έρημο

Άσκηση 1: Χαμένος στη θάλασσα

Σε αυτή τη δραστηριότητα, οι συμμετέχοντες πρέπει να προσποιηθούν ότι έχουν υποστεί ναυάγιο και ότι βρίσκονται σε σωσίβια λέμβο. Κάθε ομάδα έχει ένα κουτί με σπέρτα και μια σειρά αντικειμένων, τα οποία έχουν σώσει από το ναυάγιο σκάφος. Τα μέλη πρέπει να συμφωνήσουν ποια στοιχεία είναι πιο σημαντικά για την επιβίωσή τους.

1. Χρήσεις

Αυτή η δραστηριότητα αναπτύσσει δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων καθώς τα μέλη της ομάδας αναλύουν πληροφορίες, διαπραγματεύονται και συνεργάζονται μεταξύ τους. Επίσης, τους ενθαρρύνει να ακούν και να σκέφτονται τον τρόπο με τον οποίο λαμβάνουν αποφάσεις.

2. Τι θα χρειαστείτε

Έως πέντε άτομα σε κάθε ομάδα.

Ένα μεγάλο δωμάτιο.

Μία "χαμένος στη θάλασσα" κατάταξη για κάθε μέλος της ομάδας. Αυτό πρέπει να περιλαμβάνει έξι στήλες. Η πρώτη περιλαμβάνει απλά κάθε στοιχείο (βλ. Παρακάτω). Η δεύτερη είναι άδεια, έτσι ώστε κάθε μέλος της ομάδας να μπορεί να ταξινομήσει τα στοιχεία. Η τρίτη είναι για την κατάταξη των ομάδων. Η τέταρτη είναι για τις "σωστές" βαθμολογίες, οι οποίες αποκαλύπτονται στο τέλος της άσκησης. Η Πέμπτη και η έκτη είναι για την ομάδα ώστε να εισάγει τη διαφορά μεταξύ του ατομικού και του σωστού αποτελέσματος και της ομάδας και των σωστών βαθμολογιών, αντίστοιχα. Τα είδη που πρέπει να ταξινομηθούν είναι: ένα δίχτυ για κουνουπιέρες, ένα δοχείο με βενζίνη, ένα δοχείο νερού, ένας καθρέφτης ξυρίσματος, ένας σέξουτς, μερίδες έκτακτης ανάγκης, ένα θαλάσσιο διάγραμμα, ένα πλωτό κάθισμα ή μαξιλάρι, ένα σχοινί, μια ράβδος αλιείας, απωθητικό καρχαρία, ένα μπουκάλι ρούμι και ένα ραδιόφωνο VHF. Αυτά μπορούν να καταγραφούν στον πίνακα κατάταξης ή να εμφανιστούν σε έναν πίνακα ή και τα δύο. Η εμπειρία μπορεί να γίνει πιο διασκεδαστική έχοντας κάποια στηρίγματα «χαμένος στη θάλασσα» μέσα στο δωμάτιο.

3. Ώρα

Ευέλικτη, αλλά κανονικά μεταξύ 25 και 40 λεπτών.

4. Οδηγίες

Διαχωρίστε τους συμμετέχοντες στις ομάδες τους και δώστε σε όλους ένα φύλλο κατάταξης. Ζητήστε από τα μέλη της ομάδας να διαθέσουν 10 λεπτά μόνοι τους για να ταξινομήσουν τα στοιχεία κατά σειρά σπουδαιότητας. Θα πρέπει να το κάνουν στη δεύτερη στήλη του φύλλου τους. Δώστε στις ομάδες επιπλέον 10 λεπτά για να παραχωρήσουν και να αποφασίσουν για την κατάταξη

τους σε ομάδες. Αφού συμφωνηθούν, θα πρέπει να τα απαριθμήσουν στην τρίτη στήλη των φύλλων τους. Ζητήστε από κάθε ομάδα να συγκρίνει τις ατομικές βαθμολογίες με τις συλλογικές της και να εξετάσει γιατί διαφέρουν οι βαθμολογίες. Μήπως κάποιος άλλαξε το μυαλό τους για την κατάταξη τους κατά τη διάρκεια των ομαδικών συζητήσεων; Πόσο επηρεάστηκαν οι άνθρωποι από την ομαδική συζήτηση; Τώρα διαβάστε την "σωστή" διαταγή, που συντάσσεται από τους εμπειρογνώμονες της αμερικανικής ακτοφυλακής (από τα περισσότερα προς τα λιγότερο σημαντικά):

- Καθρέπτης ξυρίσματος. (Ένα από τα πιο ισχυρά εργαλεία σας, επειδή μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε για να σηματοδοτήσετε την τοποθεσία σας αντανakλώντας τον ήλιο.)
- Δοχείο βενζίνης. (Και πάλι, ενδεχομένως ζωτικής σημασίας για τη σηματοδότηση, καθώς η βενζίνη επιπλέει στο νερό και μπορεί να ανάψει με τα σπίρτα σας.)
- Δοχείο νερού. (Βασική για τη συλλογή νερού για την αποκατάσταση των χαμένων υγρών σας.)
- Πηγές έκτακτης ανάγκης. (Πολύτιμη για τη βασική πρόσληψη τροφής.)
- Πλαστικό χαρτί. (Θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για καταφύγιο ή για τη συλλογή του νερού της βροχής.)
- Μπάρες σοκολάτας. (Μια εύχρηστη παροχή τροφίμων.)
- Καλάμι ψαρέματος. (Πιθανώς χρήσιμο, αλλά δεν υπάρχει καμία εγγύηση ότι είστε σε θέση να αλιεύσετε τα ψάρια. Θα μπορούσε επίσης να χρησιμοποιηθεί ως πόλος σκηνής.)
- Σκοινί. (Χειροκίνητο για τη δέσμευση του εξοπλισμού μαζί, αλλά όχι απαραίτητα ζωτικής σημασίας για την επιβίωση.)
- Πλωτό κάθισμα ή μαξιλάρι. (Χρήσιμο ως συντηρητής ζωής.)
- Απωθητικό καρχαρία. (Ενδεχομένως σημαντικό όταν βρίσκεστε στο νερό.)
- Μπουκάλι ρούμι. (Θα μπορούσε να είναι χρήσιμο ως αντισηπτικό για τη θεραπεία τραυματισμών, αλλά θα σας αφυδατώσει αν το πιείτε.)
- Ραδιόφωνο. (Οι πιθανότητες είναι ότι είστε εκτός εμβέλειας οποιουδήποτε σήματος, ούτως ή άλλως.)
- Διάγραμμα της θάλασσα. (Άχρηστο χωρίς εξοπλισμό πλοήγησης.)
- Κουνουπιέρα. (Υποθέτοντας ότι έχεις ναυάγησε στον Ατλαντικό, όπου δεν υπάρχουν κουνούπια, αυτό είναι λίγο άχρηστο.)
- Εξάντας. (Αδύνατο χωρίς σχετικούς πίνακες ή χρονόμετρο.)

5. Συμβουλές για τον Διαμεσολαβητή

Το ιδανικό σενάριο είναι οι ομάδες να καταλήξουν σε μια απόφαση συναίνεσης όπου ακούγεται η γνώμη όλων. Ωστόσο, αυτό δεν συμβαίνει πάντα φυσικά: οι ισχυροί άνθρωποι τείνουν να έχουν μεγαλύτερη προσοχή. Λιγότερο δυναμικά μέλη της ομάδας μπορεί συχνά να αισθάνονται εκφοβισμένοι και να μην μιλούν πάντα, ειδικά όταν οι ιδέες τους διαφέρουν από τη δημοφιλή άποψη. Όπου οι συζητήσεις είναι μονόπλευρες, τραβήξτε πιο αθόρυβους ανθρώπους ώστε να εμπλέκεται ο καθένας, αλλά εξηγήστε γιατί το κάνετε αυτό, έτσι ώστε οι άνθρωποι να μάθουν από αυτό. Εδώ, ζητήστε από κάθε μέλος της ομάδας να σκεφτεί το πρόβλημα μεμονωμένα και, κάθε φορά, να εισαγάγει νέες ιδέες σε έναν διορισμένο ηγέτη ομάδας - χωρίς να γνωρίζει ποιες ιδέες έχουν ήδη συζητηθεί. Αφού οι δύο πρώτοι παρουσιάσουν τις ιδέες τους, τις συζητούν μαζί. Στη συνέχεια ο ηγέτης προσθέτει ένα τρίτο άτομο, ο οποίος παρουσιάζει τις ιδέες του πριν ακούσει την προηγούμενη εισροή. Αυτός ο κύκλος παρουσίασης και συζήτησης συνεχίζεται έως ότου ολοκληρωθεί η ομάδα έχει την ευκαιρία να εκφράσει τις απόψεις της. Μετά την ολοκλήρωση της άσκησης, καλέστε τις ομάδες σας να αξιολογήσουν τη διαδικασία αξιοποίησης των εμπειριών τους. Για παράδειγμα, να τους ρωτήσετε ποιες ήταν οι κύριες διαφορές μεταξύ προσωπικών, ομαδικών και επίσημων βαθμολογιών και γιατί. Αυτό θα προκαλέσει συζήτηση σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι ομάδες καταλήγουν σε αποφάσεις, οι οποίες θα κάνουν τους ανθρώπους να σκεφτούν τις δεξιότητες που πρέπει να χρησιμοποιήσουν σε μελλοντικά σενάρια ομάδας, όπως δεξιότητες ακρόασης, διαπραγμάτευσης και λήψης αποφάσεων, καθώς και δεξιότητες δημιουργικότητας για διαφορετική και πρωτότυπη σκέψη.

6. Scoring grid

Item	Step 1	Step 2	Step 3	Step 4	Step 5
	Your Individual Ranking	Your Group Ranking	Coast Guard Ranking	Difference Between Step 1 & 3	Difference Between Step 2 & 3
A mosquito net					
A can of petrol					
A water container					
A shaving mirror					
A sextant					
Emergency rations					
A sea chart					
A floating seat or cushion					
A rope					
Some chocolate bars					
A waterproof sheet					
A fishing rod					
Shark repellent					
A bottle of rum					
A VHF radio					
			Totals	Your Score	Team Score

4. Εισαγωγή: Τα «κλειδιά» για να γίνετε ένας επιτυχημένος επιχειρηματίας

Δεν υπάρχει μια ενιαία συνταγή για την επιτυχία, διότι μεγάλο μέρος της επιχειρηματικότητας έχει να κάνει με το να χαράζετε τη δική σας διαδρομή και να κάνετε ό,τι δεν έχει γίνει. Τούτου λεχθέντος, υπάρχουν ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά και βέλτιστες πρακτικές που οι περισσότεροι επιτυχημένοι επιχειρηματίες τείνουν να μοιράζονται:

4.1 Μπείτε σε αυτό για τους σωστούς λόγους

Μην ξεκινήσετε θέλοντας να είστε επιχειρηματίας. Αρχίστε με τον εντοπισμό μιας ανάγκης ή ενός προβλήματος και αναζητήστε έναν τρόπο επίλυσης αυτού. Εστίαση στη διαδικασία, όχι στο πιθανό αποτέλεσμα.

4.2 Προτεραιότητα της μάθησης έναντι του κέρδους (τουλάχιστον στην αρχή)

Η προηγούμενη εμπειρία - είτε από την εργασία ημέρας είτε από προηγούμενες επιχειρήσεις εκκίνησης - είναι συχνά κρίσιμη. Το 98% των ερωτηθέντων ιδρυτών δήλωσε ότι η προηγούμενη επαγγελματική τους εμπειρία ήταν "εξαιρετικά σημαντική" για την επιτυχία τους (σύμφωνα με το Kauffman Foundation's Making a Successful Entrepreneur). Σύμφωνα με μια Μελέτη του Ηνωμένου Βασιλείου, τουλάχιστον το 50% όλων των ιδεών εκκίνησης προέρχεται από την εμπειρία που αποκτήθηκε σε προηγούμενη απασχόληση.

4.3 Ετοιμάστε τον εαυτό σας για τύχη

Η τύχη είναι ένας τεράστιος παράγοντας και κανένας δεν μπορεί να την προβλέψει πλήρως. Ευτυχώς, υπάρχουν πολλά πράγματα που μπορείτε να κάνετε για να προσκαλέσετε την τύχη: Το δίκτυο των τυχερών ανθρώπων, οι τυχεροί άνθρωποι αγωνίζονται συχνά και τυχεροί κάνουν σχέδια (και εκτελούν αυτά τα σχέδια)

4.4 Καταλάβετε ότι η εκτέλεση είναι το παν

Ο Guy Kawasaki είπε πολύ σωστά: "Οι ιδέες είναι απλές. Η εφαρμογή είναι δύσκολη."

Με την εκτέλεση και την πρώτη είσοδο στην αγορά, μπορείτε να αξιοποιήσετε το "πλεονέκτημα της πρώτης κινητήριας δύναμης". Με απλά λόγια: αν είστε ο πρώτος που θα μπει στην αγορά με μια καλή ιδέα, ο ανταγωνισμός σας θα πρέπει να παίξει το catch-up. Παράγοντες όπως η αναγνώριση μάρκας και η αλλαγή κόστους θα λειτουργήσουν υπέρ σας και θα καταστήσουν πιο δύσκολο για τους άλλους να αναπαράγουν την επιτυχία σας.

Το κλασικό παράδειγμα είναι η Amazon. Μέχρι τη στιγμή που η επιτυχία της ώθησε τους ανταγωνιστές να ξεκινήσουν τα δικά τους ηλεκτρονικά βιβλιοπωλεία, η Amazon είχε ήδη πάρει αρκετά μεγάλο μερίδιο αγοράς για να καταστήσει τον ανταγωνισμό σχεδόν αδύνατο. Η εκτέλεση - όχι η φωτεινή ιδέα τους - είναι αυτό που άλλαξε τον τρόπο που των παγκόσμιων καταστημάτων. Η εκτέλεση είναι μια συνήθεια, είναι κάτι που μπορείτε να καταγράψετε στο DNA της επιχείρησής σας. Καθορίστε ως προτεραιότητα την ανάπτυξη μιας κουλτούρας δράσης και εκτέλεσης.

4.5 Αγκαλιάστε την αβεβαιότητα και τον κίνδυνο

Το να ξεκινάτε τη δική σας επιχείρηση είναι, εξ ορισμού, ένα ταξίδι στο άγνωστο. Εάν δεν μπορείτε να χειριστείτε την αβεβαιότητα, πιθανώς δεν έχετε ό,τι χρειάζεται για να είστε επιχειρηματίας. Ο κίνδυνος δεν αποτελεί μόνο βασικό στοιχείο της επιχειρηματικότητας, αλλά τείνει επίσης να συνδέεται άμεσα με την επιτυχία: Όσο μεγαλύτεροι είναι οι κίνδυνοι, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανή αποπληρωμή.

4.6 Μη φοβάστε την αποτυχία, μάθετε από αυτή

Μελέτες έχουν δείξει ότι ένας από τους σαφέστερους δείκτες μελλοντικής επιτυχίας για έναν επιχειρηματία είναι μια παρελθοντική αποτυχία. Αυτό μπορεί να ακούγεται τετριμμένο, αλλά όχι όταν σκέφτεστε την αποτυχία ως εκπαιδευτικό εργαλείο. Οι σημερινές τεχνολογικές επιχειρήσεις ξεκινούν από το μάνδρα: "Αποτυχία προς τα εμπρός". Πολλές επιχειρήσεις - όπως η Airbnb και η Uber - είχαν τα πάνω και τα κάτω τους μέχρι να πετύχουν.

Μακροπρόθεσμα, είναι καλύτερο να εστιάσουμε στην ανάπτυξη ενός ελάχιστου βιώσιμου προϊόντος, να ξεκινήσουμε και να βελτιστοποιήσουμε με βάση την ανατροφοδότηση, παρά να προσπαθήσουμε να το πάρουμε σωστά την πρώτη φορά με μια μη δοκιμασμένη ιδέα ενός «τέλειου» προϊόντος.

Το πόσο πολύ μπορείτε να ρισκάρете εξαρτάται από την επιχείρησή σας και τις περιστάσεις. Η αγορά ενός κυριάρχου ονόματος δεν έχει το ίδιο επίπεδο δέσμευσης με την κατασκευή ενός πρωτοτύπου, για παράδειγμα. Αυτό που έχει σημασία είναι να βελτιώνεσαι από τις αποτυχίες και να διατηρείς την προθυμία να δοκιμάσεις πράγματα που ίσως και να μη λειτουργήσουν.