



دفتر کارآفرینی  
مرکز آموزش علمی-کاربردی  
فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

مرکز آموزش علمی-کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران



مهارت آموزی و کارآفرینی؛ لازمه تحقق اقتصاد مقاومتی

فصلنامه داخلی

# کارآفرینی ۱۱

ایده تا پدیده  
تابستان ۱۳۹۶

تکنیک های ایجاد خلاقیت

ایده هایی که ایده نیستند، تنها جرقه ذهنی اند

جملاتی که کارآفرینان باید با آن زندگی کنند





## فصلنامه داخلی کارآفرینی ۱۱ ( ایده تا پدیده )

تابستان ۱۳۹۶

دفتر کارآفرینی

مرکز آموزش علمی - کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

سر دبیر : دکتر حسن مرادی

مدیر پروژه : آرزو بک زاده

مدیر هنری و طراح گرافیک : سیما صلح میرزایی

همکاران تحریریه :

حسن قلی نواز هریس، ثمر کوه بر، مسعود پورزارعی، مهرناز زحمتکش،

اعظم السادات پرنندین، فاطمه زنوزی

نشانی: میدان انقلاب، ابتدای کارگر جنوبی کوچه رشتچی، ساختمان

شماره ۸، ۱۰ و ۱۲ شماره تماس: ۶۶۴۳۶۰۹۶-۷

[WWW.Uastf11.ac.ir](http://WWW.Uastf11.ac.ir)

- ◀ کلام سر دبیر ..... ۵
- ◀ تأثیر بنگاه های کارآفرین بر جامعه .... ۶
- ◀ پای صحبت های یک دانشجوی کارآفرین ..... ۷
- ◀ ۱۰ ستون اصلی و پایه ای کارآفرینی ..... ۹
- ◀ تکنیک های ایجاد خلاقیت: درهم شکستن مفروضات قبلی ..... ۱۳
- ◀ ایده هایی که ایده نیستند ..... ۱۵
- ◀ داستان یک کارآفرین ایرانی ..... ۱۸
- ◀ معرفی دانشجویان کارآفرین ..... ۲۳
- ◀ معرفی کتب چاپ شده ..... ۲۵
- ◀ گزارش تصویری از برگزاری نمایشگاه دانشجویان کارآفرینی ..... ۲۶
- ◀ گزارش تصویری کارگاه نقاشی ..... ۲۸
- ◀ جملاتی که کارآفرینان باید بدانند ..... ۳۰

با تلاش همیاران، همکاران و دفتر کارآفرینی مرکز فصلنامه کارآفرینی ۱۱  
"ایده تا پدیده" منتشر شد.

در نظر داریم در این نشریه نقشی هر چند کوچک در فرآیند مبارزه با چالش-  
های پیش روی جامعه خود از طریق اعتلای فرهنگ کارآفرینی داشته باشیم. محصول کارآفرینی که  
حد فاصل ایده تا پدیده است کلیه دست آوردهای جامعه بشر را در برمی گیرد و مبنایی است بر  
سلسله مراتب تفوق، اقتدار و پایداری جوامع انسانی و لذا باور داریم که فلسفه وجودی و رسالت  
دانشگاه امروزه چیزی جز کارآفرینی به مفهوم ارزش آفرینی آن نیست.

چند دهه ای است که معیار ارزش و ثروت کشورها نه مقدار آب و حاصلخیزی زمین که حاصلخیزی  
مغز و فعالیت های به روز ذهن ها تعریف می شود. و بدین ترتیب با افزایش هر چه بیشتر بهره  
برداری نه تنها دچار کاهش منابع نمی شود بلکه با تعریف نیازی جدید و پاسخ به آنها هر روز به  
قدرت و ثروت خود می افزاید. در این فرایند علم را در جمادات و مایعات معمول بکار می گیرند که  
مجبوریم هر مبلغی را بپردازیم و در حقیقت محصول و برون داد علم را می فروشند. طبیعت ماده  
اولیه حفظ شده و از مناظر طبیعی و چشم اندازهای محیطی استفاده عمدتاً توریستی آنچه که  
مورد کاوش قرار می گیرد استخراج دانش موجود در افکار است و بس. عمده این فعالیت ها نیز در  
دانشکده ها و پژوهشکده ها و در قالب شرکت های دانشگاهی و دانش بنیان و در بستر کارآفرینی  
رشد و نمو می کند.

بارور سازی، فنی سازی، جذب و بکارگیری دست آوردهای علمی، استفاده گسترده از اینترنت و  
آموزش زبان انگلیسی از سهل الوصول ترین راه برای رسیدن به پیشرفت در گستره این سرزمینی  
است که خود یکروز پیشرو در بسیاری از عرصه های فناوری بوده و همان چیزی که به آن دانش  
بومی می گوئیم و برای بقا چاره ای جز ادامه مسیر پیشینیان در ظرف زمانی امروز نداریم و این،  
همان ورود به حیطه کارآفرینی است. دانشگاهی خلاق، فناور با رویکرد مهارت افزایی نیروی انسانی  
فعال، به روز، کارآمد، پذیرش تغییر محتوایی دانش و مرتبط با جامعه و شناخت دقیق مسائل آن  
می تواند به مفهوم واقعی کلمه تحول ساز و یا به عبارتی کارآفرینی باشد. از اساتید محترم، کلیه  
کارکنان و دانشجویان عزیز دعوت می کنیم با در اختیار گذاشتن نظرات، پیشنهادات، تجربیات و  
مقالات خود را در ارائه بهتر این مجله یاری فرمایند. امیدواریم با کمک دوستان هر فصل نشریه ای  
پربارتر را تقدیم عزیزان نمائیم.

حسن مرادی



## تأثیر بنگاه های کارآفرین بر جامعه

خلاقیت بنگاه های کارآفرین تأثیری بی‌مانند بر جامعه دارد.

به تمامی محصولات و خدمات جدیدی که زندگی ما را آسانتر می سازد و باعث ارتقاء بهره وری در کار، بهبود سلامت و سرگرم سازی می شود، نگاه کنید. برای مثال آمگن بنگاهی کارآفرین که به راه اندازی صنعت داروسازی کمک کرد، چندین نوع دارو تولید کرده که باعث بهبود زندگی انسان ها شده است. یک نمونه ا این داروها نئوپوگن است، دارویی که باعث کاهش رخداد عفونت در بیماران سرطانی که در معرض شیمی درمانی قرار می گیرند، می شود. سنسپار محصول مهم دیگری از شرکت آمگن می باشد. بیماران مبتلا به بیماری مزمن کلیوی و کسانی که دیالیز می کنند، این دارو را مصرف می کنند. علاوه بر بهبود مراقبت بهداشتی، تلفن های سیار، رایانه های شخصی، فروشگاه های اینترنتی، تحویل شبانه بسته های پستی، عکاسی دیجیتال و مایکروویوها را در نظر بگیرید. تمامی این محصولات در این دوره ارایه شده است، اما با این وجود تصور جهان ما بدون آنها دشوار است.

با این حال، نوآوری های جدید باعث ایجاد مسائل اخلاقی و روحی می شود که جوامع بسیاری با آن دست به گریبان هستند. برای مثال فن آوری اسکنر بارکد و اینترنت، پیگیری رفتار خرید مشتریان را برای شرکت ها ساده تر ساخته است، اما فن آوری مذکور، چالش هایی در زمینه حریم شخصی افراد در پی داشته است. همچنین مهندسی ژنتیک طول عمر بسیاری از محصولات غذایی را افزایش داده است.

منبع: کتاب کارآفرینی : راه اندازی موفقیت آمیز کسب و کارهای نوپا، آر.بارینگر، آردو آن ایرلند، مترجم: دکتر علیرضا سلوکدار، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی

مصاحبه با خانم ثمر کوه بر دانشجوی کارآفرین  
مرکز آموزش علمی کاربردی واحد ۱۱



۱. از بیوگرافی و سابقه کاری خود را بفرمایید ...

ثمرکوه بُر هشتم متولد سال ۱۳۵۵ در شهر کرمانشاه. پدرم پزشکی متعهد و مادرم بانویی هنرمند. پس از پایان دوره متوسطه در رشته علوم پایه مشغول به تحصیل شدم. در سال ۸۰ مدرک طراحی داخلی ساختمان را از دانشگاه الزهرا دریافت نمودم و در گرایش صنایع دستی و پتینه شروع به فعالیت نمودم. از سال ۸۷ به عنوان کارشناس هنری و مدرس در شبکه های درون مرزی و برون مرزی در برنامه های خانه فیروزه ای-به خانه برمیگردیم و خانه مهر شبکه جهانی جام جم مشغول تدریس و خدمت به هموطنان عزیز هستم. از سال ۸۹ بر اثر مشکلاتی مجبور به ادامه زندگی به عنوان تک والدیه همراه دخترم شدم. بنا به علاقه شدید به هنر در سال ۹۴ مجدداً به عنوان دانشجوی طراحی لباس وارد دانشگاه جامع علمی-کاربردی واحد فرهنگ و هنر مرکز ۱۱ شدم و الان در مقطع کارشناسی مشغول ادامه تحصیل میباشم. رزومه کاری اینجانب در این سالها:

➤ بیش از ۱۵ سال تدریس در زمینه صنایع دستی-چاپ و نقاشی پارچه-انواع پتینه-خلاقیت و مبانی رنگ و...



- بیش از ۸ سال آموزش و تدریس در شبکه های درون مرزی و برون مرزی صدا و سیماي جمهوری اسلامی
- دبیر انجمن علمی دانشجویی گروه طراحی لباس
- برگزار کننده نمایشگاه و گالری و ورکشاپ
- شرکت در نمایشگاه بین المللی در هفته پژوهش دانشگاه ها
- تالیف کتاب ناگفته های هنر چاپ پارچه، پتینه و بافت برجسته در سال ۹۶
- دارای مدرک تبلیغات و بازاریابی از LETRINA.S.A یونان

## ۲. چطور شد که دانشگاه علمی و کاربردی را برای ادامه تحصیل انتخاب کردید؟

علاقه وافر به هنر و اینکه از این طریق بتوانم علاوه بر تدریس به عنوان يك کارافرین وارد بازار تولید شوم مرا مصمم کرد که مجدد شروع به تحصیل نمایم و از آنجا که دانشگاه جامع علمی - کاربردی يك دانشگاه مهارتی است و در زمینه کارافرینی بسیار موفق بوده این دانشگاه را انتخاب کردم.

## ۳. چالش های کار و ادامه تحصیل را چگونه میبینید ؟

به نظرم تا انسان در زندگی چالشها را تجربه نکند به موفقیت نخواهد رسید. البته ایفای نقش به عنوان يك مادر انهم در يك خانواده تك والد به همراه کار و درس خواندن و دانشجوی بودن کاراسانی نیست و مشکلات خاص خود را دارد. اما داشتن انگیزه و هدف خیلی از غیر ممکنها را ممکن خواهد کرد.

## ۴. به عنوان یک جوان موفق اگر بخواهید غیر کلیشه ای و عملی چند کلامی برای مخاطبین

صحبت کنید چه پیشنهاداتی دارید ؟

اینکه در این سالها دستهای خداوند را بر روی شانه هایم احساس کردم شاید به نظر خیلی ها کلیشه ای و شعار گونه باشد اما وقتی شما برای زندگی خود اهداف درست و عالی در نظر بگیرید و برنامه ریزی کنید موفقیت به سمت شما حرکت خواهد کرد. من از استاد موفقیتی ارجمندم جناب دکتر محتشمی یاد گرفتم که همیشه در برابر آگاهی زانو بزنم و به لطف حق امیدوار باشم. لحظات زندگی بی بازگشتند قدر آنها را بدانید.

در خاتمه اینکه ممنوندار تمام عزیزانی هستم که صمیمانه حامی، مشوق و مشاورم بودند.





# ۱۰ ستون اصلی و پایه‌ای کارآفرینی

۱

که هستید و کجا خواهید رفت...؟!



نقاط قوت و ضعف‌تان چیست؟  
آنها را پیدا کنید.



رویا و هدف‌تان چیست؟ دنبال ایده‌هایی باشید  
که فکر کردن به آنها هم تان دهد!



به چه مهارت‌ها و دانش‌هایی برای جنگیدن با  
خطرات راه‌تان نیاز دارید؟ آنها را شناسایی کنید.



۲

کسب و کار درست و مناسبی را انتخاب کنید



وقت و انرژی و منابع‌تان را بر روی کاری  
بگذارید که بازگشت سرمایه‌ای بالا دارد.



از هر منبعی که می‌توانید، برای تحقیق استفاده کنید؛  
کتاب، اینترنت، دوست و آشنا و به خصوص حرفه‌ای‌ها



رقبای‌تان چه کسانی هستند؟ اندازه بازارتان چقدر است؟  
شما می‌خواهید چه سهمی را از این بازار داشته باشید؟



۳

## شما همان اندازه موفق هستید که اطرافیان تان موفق هستند



برای محقق شدن ایده‌های که دارید، چه کسانی و با چه مهارت‌هایی لازم است تا گرد هم آورید و کار را شروع کنید؟



با آن دسته از شریک‌های خود که برای موفقیت شما و مشتریان، سرمایه‌گذاران، تامین‌کنندگان، مشاوران و... شما حیاتی می‌باشند در ارتباط باشید.



افراد، گروه‌ها و سازمان‌هایی را که به پیشبرد اهداف و فعالیت‌های ترویجی کمک و کارتان کمک می‌کنند، پیدا کنید.



۴

## روح موفقیت را در شرکت خود بدمید!



فرهنگ سازمانی شرکت‌تان را صمیمی و خودمانی کنید و این صمیمیت را روز به روز تقویت کنید.



جو و برنامه‌های شرکت را طوری ایجاد کنید که همواره برای موفقیت‌هایی هرچند کوچک، بتوانید جشن بگیرید و به خودتان و تیم‌تان امید ببخشید!



این را به خاطر داشته باشید که تغییر فرهنگ و رفتار، نیازمند تلاش پیوسته و نظارت و بررسی مداوم است.



۵

## مهم‌ترین ایمان کلیدی را بشناسید



انرژی و منابع‌تان باید در مسیری صحیح و با هدف افزایش شانس موفقیت‌تان، جهت‌دهی شوند.



یک معیار اصلی و کلیدی را برای ارزیابی کلی فعالیت‌های شرکت داشته باشید.



در آینده و با بزرگتر شدن سازمان‌تان، با چه معیارهایی می‌خواهید میزان موفقیت‌تان را بسنجید و تحت نظر داشته باشید؟



## ارزیابی صحیح سرمایه مورد نیاز

۶



سرمایه لازم را به طور جداگانه برای داشتن بهترین، بد و بدترین عملکرد، تخمین بزنید.



حوزه فعالیت‌تان را بشناسید. ریسک‌هایی را که ممکن است برای سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد، شناسایی کنید. او باید از این ریسک‌ها مطلع شود.



اگر سرمایه خود را با قرض تامین کرده‌اید، درباره ریسک و موقعیت‌های تهدیدکننده که منابع مالی را تهدید می‌کند، با صاحبان سرمایه و خودتان رو راست باشید!



۷

## از انگیزه بخش‌های مناسب بهره ببرید



در میزان انگیزه دادن به کارکنان‌تان، تعادل را رعایت کنید. نه خیلی لوسشان کنید و نه.....!



انگیزه دادن می‌تواند همان قدر که تاثیر مثبت به جای می‌گذارد، خطرناک و مخرب نیز باشد!



بپذیرید که ممکن است یک سری اتفاقات غیر قابل پیش بینی، اهداف‌تان را تهدید کند. محکم باشید و برای این اتفاقات، خودتان را آماده کنید!



## یکدل و با احساس باشید!

۸



با افرادی که مفید هستند و کمک‌تان می‌کنند، یکدل شوید و اجازه دهید ارتباط صمیمی بینتان شکل بگیرد.



دنیا را همان طور که هست بپذیرید، نه آنطور که می‌خواهید باشد.



به مردم گوش دهید، مشتریان خود را درک کنید و خود را به جای آن‌ها بگذارید.







آزمایش کنید: سعی کنید خودتان را نسبت به رقیبان‌تان متفاوت و متمایز کنید.



بیاموزید: فرضیه‌ها و نظریات مرتبط با اهداف و کسب و کارتان را بررسی کنید.



تنظیم کنید: اهداف‌تان را با آموخته‌ها و تجربیات‌تان تطبیق دهید.



ارزش‌گذاری کنید: به درد بخورها را رشد دهید و به درد نخورها را حذف کنید!



مطمئن شوید که همواره و در طی مسیر بلند مدت موفقیت‌تان، تصمیم‌های درست و به جا می‌گیرید.



بنویسید: درباره اهداف و دورنمایی که داشتید و دارید؛ مشکلاتی که برای‌تان در مسیر پیش آمد و روشی که برای غلبه بر آن‌ها به کار گرفتید، بنویسید.



همواره پایان قصه را تصور کنید: شرکت را می‌فروشید؟ به نسل بعد منتقل می‌کنید؟ یا به یک غول اقتصادی؟



تکنیک های

ایجاد

خلاقیت

## تکنیک درهم شکستن مفروضات

یکی از موانع مهم خلاقیت، مفروضات قبلی است که ناخودآگاه اجازه نمی دهد فکر در همه ی جهات به حرکت درآید.

بسیاری از مفروضات قبلی ممکن است در اصل همان زمانی که در ذهن ما ایجاد شده اند، غلط باشند، مثل خطرناک بودن دوچرخه در ذهن کسی که خواب تصادف شدید با دوچرخه دیده است.

بسیاری از آنها به مرور زمان اعتبارشان را از دست داده اند یا بسیاری از آن ها به دلیل تغییر شرایط، بی اعتبار شده اند. اما مسئله این است که فرد متوجه این تغییرات و اشتباهات نیست و هنوز با مفروضات قبلی به مسئله نگاه می کند. یکی از مصادیق بارز آن برف روبی پشت بام ها است. امروزه اغلب افراد هنگامی که ۵ سانتیمتر برف روی پشت بامشان بنشیند سریع آن را پارو می کنند. اگر از آنها سؤال شود، چه می شود اگر پارو نکنید؟ می گویند سقف خراب می شود و اگر سؤال شود که چرا خراب می شود؟ می گویند برف سنگین است و باید قبل از آب شدن پارو شود. اگر دقت شود متوجه می شویم که یک پیش فرض - که زمانی درست بوده است- مانع شده تا افراد نتوانند واقعیت امروز را ببینند و بسیاری از این قبیل ندیدنی ها مانع خلاقیت می شود.

از آنجایی که مفروضات، مربوط به قسمت درونی ذهن می شوند و به عبارت دیگر چون آنها امری درونی هستند نمی توانیم آنها را به تنهایی فسخ یا از فکر خود جدا سازیم. همچنین دیگران نمی توانند بدون دخالت ما، این مفروضات را از ما جدا کنند. لذا شناسایی انواع مفروضات می تواند کمک موثری باشد.



از انجایی که اغلب افراد همیشه شکل ها، حروف و نقوش مشکی رنگ را روی زمینه سفید دیده اند نمی توانند این پیش فرض غلط خود را- که از نوع مفروضات واقعیتی است- شناسایی کرده و آن را تغییر دهند. لذا به محض اینکه بتوانند دیدگاه خود را تغییر دهند و نقش های سفید را روی زمینه مشکی جستجو کنند به راحتی می توانند کلمه LEFT را ببینند. اما آنچه که در مثال مهم است، شناخت نوع و فرایند تفکری است که فرد برای یافتن تصویر، در ذهن خود طی می کند. این تکنیک وسیله ای است برای شناسایی و در هم شکستن مفروضات ذهنی غلطی که در موضوع یا یک مشکل مورد نظر ما ناخودآگاه اثر می گذارد. برای این منظور ابتدا فهرستی از مفروضاتمان در خصوص مسئله مورد نظر تهیه می کنیم. سپس از خود سوال می کنیم چه می شود اگر هر یک از آنها و یا همه ی آنها را از قلم بیندازیم (حذف کنیم)، در نظر نگیریم ، فرض کنیم غلط است، و یا در درستی آنها شک کنیم. در آن صورت جواب هایی که به سوالات فوق می دهیم اگر دقیق، علمی، بی غرض و محققانه باشد، ما را به سوی کشف مفروضات غلط و ایده های جدید هدایت می کند. بنابراین فهرست مفروضات اولیه هر چه دقیق تر و کامل تر تهیه شود شانس شناسایی و در هم شکستن مفروضات پنهان و غلط بیشتر می شود.

یکی دیگر از تکنیک های که در رابطه با مفروضات مطرح شده است، تکنیک معکوس سازی مفروضات است. در این تکنیک نیز ابتدا مفروضات را شناسایی کرده و سپس هر یک از آنها را معکوس کرده و در نهایت سعی می کنیم از هر یک از مفروضات معکوس ، الهامی برای پیشنهاد ایده ی جدید بگیریم.

منبع : کتاب اصول و مبانی کارآفرینی ؛ مهندس مهدی سعیدی کیا ، انتشارات کیا

ایده‌هایی که

ایده نیستند،

تنها جرقه

ذهنی‌اند؟



### چگونه تشخیص دهیم یک ایده کسب و کار نتیجه بخش است؟

**ایده** بخش جدانشدنی کارآفرینی است درست مانند هسته که بخش غیرقابل انکار یک اتم یا سلول است. آیا ایده واقعا همان نقش هسته‌ی یک سلول و اتم را در کسب‌وکار دارد؟ پاسخ به این سوال ساده نیست چون برداشت‌ها و تعریف‌های کاملا متفاوتی از ایده وجود دارد که هر یک برگرفته از نگرش‌ها یا بهتر است بگوییم انتظارات مختلف است. ممکن است یکی ایده را میان‌بری برای رسیدن به یک کسب‌وکار پردرآمد تصور کند و شخص دیگری ایده را راه‌رهایی برای مشکلی که با آن گرفتار است. گاهی جرقه‌های ذهنی به جای ایده اشتباه گرفته می‌شود. گاهی ایده‌های خوب صرفا به دلیل این که زیاد خلاقانه نیستند جدی گرفته نمی‌شوند و برخی از فکرهای خاص صرفا نظر از ماهیت تصور می‌شود که ایده‌های خوبی هستند. تصورات اشتباهی که در ادامه این مطلب به آن می‌پردازیم نشان می‌دهد که چرا بعضی از ایده‌ها واقعا ایده نیستند.

### ایده دارایی است که ارزش مستقیم اقتصادی ندارد!

تصور این که ایده بخشی از دارایی یک کسب‌وکار است. این تصور اشتباه باعث می‌شود بنیانگذار و صاحب ایده همواره نگران ارائه جزئیات کاری خود به افراد مختلف یا سرمایه‌گذاران باشد. حتا اگر ایده‌ای را خریده باشید یا هزینه سنگینی برای رسیدن به آن پرداخت باشید ایده دارایی یک کسب‌وکار محسوب نمی‌شود. تعیین ارزش اقتصادی برای ایده‌هایی که هنوز روی کاغذ هستند کار ساده‌ای نیست با این حال اگر علاقه‌مندید که ایده غنی‌شده‌ای را بخرید یا بفروشید در این مطلب روش آن را شرح دادیم.



### برخی ایده های کسب و کار کودکانی بزرگتر از سن خودشان هستند!

ایده های خوب و بزرگ از ابتدا بزرگ و عالی متولد نمی شوند. آنها به مرور زمان بزرگ و عالی خواهند شد. ایده ها مثل همه آدمها از ابتدا کوچک متولد شده و بر اساس شرایط محیطی، حمایت، نیاز، منابع موجود و.. تدریجی رشد می کنند. اگر ایده شما از همان ابتدای کار بسیار بزرگ و عالیست بدانید کودکی است که دچار بیش فعالی شدید است. ممکن است انرژی و توان بالایی داشته باشد اما خیلی زود فروکش خواهد کرد.

### زندگی مردم به اندازه کافی پیچیده هست

زندگی مردم به اندازه کافی گرفتار پیچیدگی های ناخواسته هست، اگر ایده ای خوبی دارید باید بتواند چیزی را ساده تر، کم هزینه تر یا بهتر کند. سادگی یکی از شاخص های مهم رشد کسب و کار در اینترنت است. اما این همه داستان سادگی نیست. انیشتین گفته بود اگر نمی توانید مسئله ای را برای مادر بزرگ خودتان شرح دهید آن را به خوبی نفهمیده اید. ساده بودن نشان از درک واقعی و درست از هدفی است که پیش روی شما قرار خواهد داشت. ایده بزرگ و پیچیده به همان اندازه منابع و زمان نیاز دارد.



### مناسب بودن و متناسب بودن فرق دارد

این تمثیل مصداق عینی ایده هایی است که فاصله زمانی رسیدن به نقطه درآمدزایی آن یا زیاد است یا قابل پیش بینی نیست. اگر ایده شما به هر دلیل (جلو بودن از سطح جامعه یا کمبود منابع) فاصله زیادی تا درآمدزایی داشته باشد ممکن است ایده خوبی باشد اما متناسب با شرایط شما نیست. بین مناسب بودن و متناسب بودن ایده تفاوت هست. ممکن است یک شرکت فعال حوزه فناوری با منابع مالی و فنی کافی ایده ی پیشرویی را دنبال کند که حداقل تا سه سال آینده انتظار درآمدزایی از آن را نداشته باشد. دلیلی ندارد که یک کسب و کار نوپا هم همان مسیر را دنبال کند.

### وقتی مطلقاً بدون رقیب هستید

ایده‌های جدید و خلاقانه در ابتدای کار بی رقیب هستند چون این احتمال وجود دارد که ایده برای اولین بار است که اجرایی شده و قبلاً چنین محصولی وجود نداشته است. اگر پس از مدتی هیچ رقیب جدی در حوزه کاری خودتان پیدا نکردید ممکن است نردبان را به دیوار اشتباه گذاشته باشید. عدم رقابت نشان می‌دهد به خوبی بازار هدف خودتان را نمی‌شناسید یا اصلاً بازاری برای محصول شما وجود ندارد. برخی از محصولات نوآورانه همین ویژگی را دارند اما مجری آن باید قدرت ایجاد نیاز یا ساخت بازار را داشته باشد. ایده‌هایی که در مدت زمان مشخص همچنان بی‌رقیب می‌مانند ممکن است یک تصور اشتباه از ایجاد کسب‌وکار باشند تا ایده.

### سنگ بزرگ نشانه نردن است

ایده‌ای که قرار است از چند روش مختلف درآمدزایی کند شاید خطرپذیری کمتری داشته باشد اما توزیع نامناسب و شدید منابع را به همراه خواهد داشت. این تصور اشتباه نیز نشان می‌دهد ایده شما به اندازه کافی بررسی نشده یا هنوز خام است. شاید کسب‌وکار شما بتواند همزمان تبلیغ بگیرد، هم محصول بفروشد و هم خدمات ارائه دهد اما در شروع کار دنبال کردن همه این موارد باهم به توزیع نامناسب منابع شما خواهد انجامید و در نتیجه همانند شکارچی که همزمان سه خرگوش را دنبال می‌کند هیچکدام را نخواهید گرفت.

منبع : نت استارت

پس از فراغت از تحصیل در دوره ی کارشناسی، با تجربیاتی که از کار کردن حین تحصیل داشتم، به فکر بنا کردن کسب و کار تازه ای بودم تا بسیار جذاب و الهام بخش باشد. همیشه برایم این سوال مطرح بود که ما به چه حقی سرمایه ی هزاران ساله ی جهان، یعنی نفت را باید مصرف کنیم و به آنتروپی جهان بیفزاییم. پس از مدت ها فکر در این باره به این نتیجه رسیدم که بشر تنها تا مرحله ی رسیدن به فناوری که بی نیاز از سوخت های فسیلی باشد، مجاز به استفاده از این منابع است. با آشنایی با فناوری نوین اطلاعاتی، من ابزاری برای تحقق این آرزو یافته بودم.

در دوران دانشجویی، با «وب» آشنا شده بودم. در آن سال ها مرورگرهای وب قابلیت های کمی داشتند و سایت های محدودی در فضای وب فارسی موجود بودند. موتور جست و جوی «گوگل» در ابتدای کار بود و من از کشف این موتور جست و جو بسیار خرسند بودم.

خطوط اینترنت که سرعت بیش تر و هزینه ی کمتری داشتند، به مرور در تهران رایج می شدند و بخشی از اشتغال روزانه ی مرا استفاده از اینترنت پر می کرد. در آن سالها محو فهرست بلند بالای گوگل می شدم. تمام معارف بشری آن جا حاضر بود. تا پیش از آن، به این سهولت به این مقدار اطلاعات رده بندی شده دسترسی نداشتم.

قوت های نهفته در این رسانه از سویی، و توانایی هایی که از خود سراغ داشتم از سوی دیگر، برایم مشخص می کرد که باقی عمر نمی توانم به این رسانه ی جدید بی تعلق باشم. بنابراین، کار را با کامپیوتر خانگی ام شروع کردم. بخشی از افکارم را با برادرم مطرح کردم. او نیز به مشارکت ترغیب شد. با تهیه یک دفتر کار در مرکز شهر، کار را به حالت تجاری تجاری درآوردیم. طرح اولیه ی ما این بود که بعضی اقلام تجاری برادرم را در اینترنت عرضه کنیم. آن سال ها اطلاعات کمی داشتیم. بنابراین، از هیچ فرصتی برای مشاوره گرفتن دریغ نمی کردیم.

فضایی که به وجود آمده بود، تمرکز بیشتری برای صحبت درباره ی تجارت الکترونیکی فراهم آورده بود و حالا که فکر می کنم، می بینم من تمام ذهن، تخیل، وقت و انرژی را در آن زمان صرف آن کار کرده بودم. به دلیل آشنایی با چند نفر از دوستان و آشنایان بازرگان، بخشی از کارهای بازرگانی ایشان را از طریق وب سایت های بزرگ تجارت الکترونیک به انجام می رساندیم. در این مقطع،

موارد بزرگی از بازاریابی با ایمیل (E-Marketing) انجام شد و با بسیاری از مدل ها و سایت های تجاری آشنا شدیم.

با جذب چند نفر از افراد علاقمند در این زمینه، یک تیم کوچک تجارت الکترونیکی در شرکت نیک پرداز آسیا با NPA به وجود آوردیم. در آن دوران، بستر مناسبی برای تغییر دیدگاه های من در عرصه ی وب به وجود آمده بود.

به شوخی میگفتیم: «ما بیشتر در جهان زندگی می کنیم تا در ایران.»

همچنین به اهمیت اسناد الکترونیک (E-Document) و کتاب های الکترونیکی (E-Book) در تجارت و آموزش پی برده بودیم. درست است که کمی از اهداف اولیه مان دور شده بودیم، اما این امر برای ما دست گرمی بزرگی بود. حال که به گذشته فکر می کنم، بعید می دانم در آن زمان افراد زیادی از این نوع کارها انجام داده باشند.

من که هنوز هیچ دوره ی رسمی ای در زمینه تجارت الکترونیکی و وب نگذارنده بودم، کمی احساس عدم اعتماد بنفس می کردم، هر چند می دانستم تعداد بسیار کمی عملا این کار رو به توسعه را انجام داده اند. در این حین، متوجه شدم مرکز کارآفرینی دانشگاهمان (دانشگاه صنعتی امیر کبیر) دوره های کارآفرینی وب برگزار می کند. به این مرکز پیوستم و متوجه شدم برخی از سرفصل های آن دوره ها احیانا می تواند برخی از اطلاعات مورد نیاز کار مرا که در کوران کارهای اجرایی و عملیاتی، فرصت کافی برای آموختن آن ها نداشتم، تامین کند.

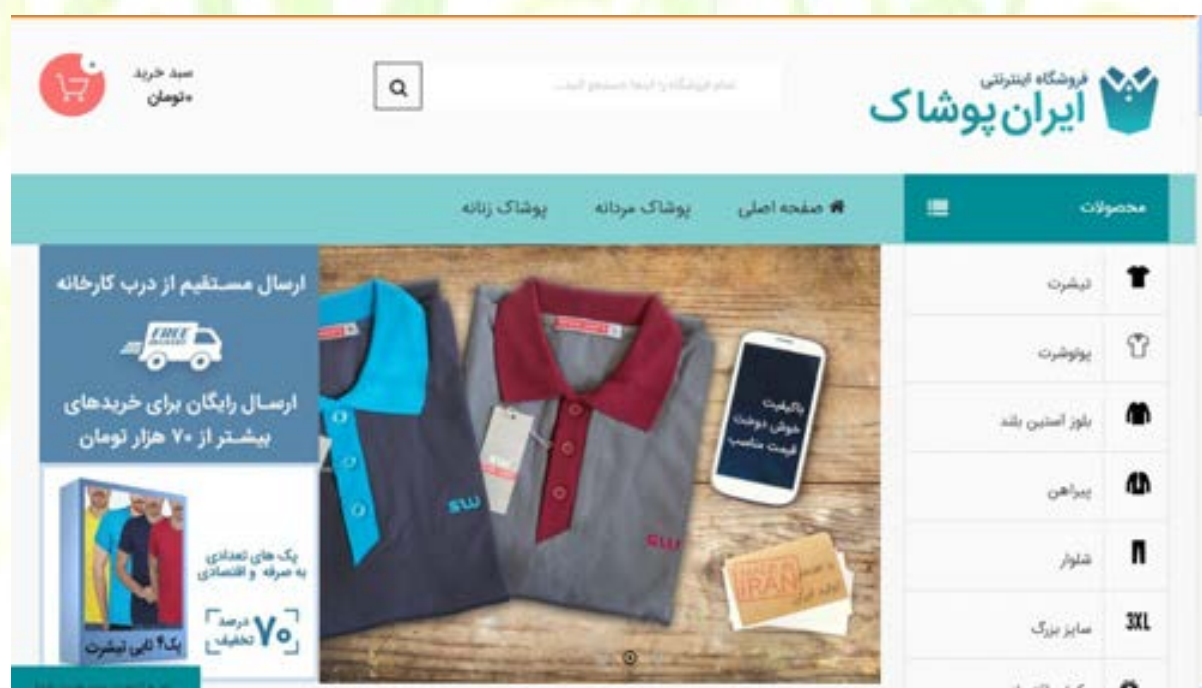
این دوره فرصت مغتنمی فراهم آورد تا با چند نفر از افراد علاقمند به وب آشنا شوم. با یکی از دوستان در مرکز آشنا شدم و طرح سایت کتاب های الکترونیکی را که سخت جذب کرده بود، مطرح کردم که از قضا با استقبال وی نیز روبرو شد. بنابراین، سایت معرفی تکنولوژی کتاب های الکترونیکی (E-Book Pars.com) با همکاری کارکنان یک شرکت راه اندازی شد. یعنی در کنار برقراری ارتباطات تجاری که بیشتر در زمینه ی ماشین آلات نساجی و سوخت و مواد صنعتی انجام می شد، رده ی کاری جدید ساخت کتاب های الکترونیکی اضافه شد که در آن سال ها بسیار پیشتازانه بود.

کتاب های الکترونیکی با قابلیت بارگذاری از طریق شبکه، مشکلات متداول اشیا فیزیکی را نخواهند داشت. بسیاری از مطالبی که ما از وب یاد گرفتیم و هنوز یاد می گیریم، از طریق کتاب های الکترونیکی است.

من گسترش خیلی خوبی را برای کتاب های الکترونیکی در آموزش و تجارت و کلیه موضوعات الکترونیکی پیش بینی می کنم.

با تاسیس این سایت اینترنتی که تجربه ی اول همه ی ما در برقراری یک پایگاه الکترونیکی در وب بود، این عطش در ما زنده تر شده بود که تا توانایی محتوایی، برنامه نویسی، بازرگانی، مدل سازی و تالیفی خود را با تجربیات دیگری در این زمینه به آزمایش بگذاریم.

باز هم تجارت، آن هم از نوع الکترونیکی . این بار قرعه به نام پوشاک افتاد. پوشاک سومین محصولی بود که در وب بیشترین فروش را در سال های متوالی داشت. به طور خانوادگی نیز زمینه هایی برای حضور در این عرصه داشتیم. کار را با قرار دادن اطلاعات و عکس کالایی فیزیکی (پوشاک) در فضای وب آغاز کردیم. سایت ساده ای طراحی کردیم. از آشنایان یکی از دوستان نیز برای کار عکاسی کمک خواستیم و سایت [www.IranPooshak.com](http://www.IranPooshak.com) پا گرفت. در این مرحله با تعدادی از تولید کنندگان پوشاک ارتباط برقرار کردیم تا در سایت ایران پوشاک حضور پیدا کنند.



سایت ایران پوشاک سبب شد تا ما با اعتماد به نفس بیشتری به عمق بازار نفوذ کنیم. در فضای آن روز که معمولا کسانی که در عرصه ی وب کار میکردند، کارهای سفارشی و تبلیغی انجام می دادند، می دانستیم در این میدان بی رقیبیم.

از ابتدای کار، تمایل زیادی برای ایجاد یک سایت خرده فروشی در ما وجود داشت. درون سایت ایران پوشاک، برای فروش اقلام سایت، یک سایت کوچک خرده فروشی طراحی کردیم. هیچ نامی برای این بخش از سایت ایران پوشاک نگذاشته بودیم و بنا نبود که در ابتدا این عملکرد مستقل باشد. در اصل، صحبت هایی که ما با یکدیگر می کردیم و جریان یافتن ایده ها، ما را به این مسیر



کشانده بود. همه در شرکت حق دارند ایده‌ی خود را مطرح کنند و هیچ مقاومتی در کار نیست. همواره بخشی از تابلو و کاغذها صرف این می‌شد و می‌شود که طرح‌های خنده‌دار اولیه‌ی خود را برای یکدیگر توضیح بدهیم.

بعد ها با پیشنهاد نام (نمابازار)، این دامنه به مسیری در سایت ایران پوشاک اشاره می‌کرد. این سایت، در اصل یک فاکتور خرید داشت که کدهای کالاها و اطلاعات تماس مشتریان را در یک پایگاه داده، ذخیره می‌کرد. این عملکرد ساده، این آتش را در ما بر میافروخت تا اقلام دیگری غیر از پوشاک را در این سایت جدید عرضه کنیم. همه می‌دانستیم که با یک بچه غول مواجهیم و هنوز از فرمان هم نمی‌گذشت که بزرگترین سایت خرده‌فروشی آن لاین (نمابازار) خواهد بود.

تاسیس سایت ها رمق مالی شرکت را رگفته بود. بخشی از کارهایی را که پیش از آن درآمدزا محسوب میشد، دیگر انجام نمی‌دادیم. برادرم دیگر مایل نبود سرمایه‌ای وارد کار کند. یکی از دوستان هم به علی مایل به همکاری نبود. با فوت مادر یکی از بچه‌ها، تیم او نیز عملاً از گردونه‌ی همکاری خارج شد. یکی دیگر از همکاران برای تکمیل تحصیلات به تمرکز بیشتری نیاز داشت، عملاً تیم کوچک و غبطه‌انگیز تجاری ما از هم پاشیده بود. به غیر از خودم، همه همکاران به طور نیمه وقت در شرکت حضور داشتند. شرایط برای من بسیار دشوار شده بود. شناخت ویژگی‌های شخصی خود، همواره کمک بزرگی است. من می‌دانستم که دوست دارم از موضوعی به موضوع دیگر بپردازم. دل داده‌ی کارهایی بودم که در اینترنت شروع کرده بودیم. بازرگانی الکترونیکی، نشر الکترونیکی، پوشاک الکترونیکی و خرده‌فروشی. هنوز برای این که سرفصل‌ها به ظهور کامل برسند، به پایداری بیش‌تری نیاز داشتم.

من از کاهای نیمه تمام خوشم نمی‌آید. از بین کارها، سایت ایران پوشاک هنوز قوام لازم را نگرفته بود، به طوری که صفحه اول آن محتوایی نداشت. بنابراین طرح جدیدی برای سه ماهه‌ی پاییز ریخته شد که بیشتر بر سایت ایران پوشاک تاکید می‌کرد. لازم بود برای بازاریابی و به روز رسانی سایت، نیروهای استخدام شوند. خودم مسئولیت تامین هزینه‌های این کار را پذیرفتم. آموزش نیروی انسانی، سایه‌ی سنگین خود را روی کار ما انداخت. نیروهای تازه نفس که تجربه‌ای نداشتند، باید آموزش می‌دیدند. کار کردن با انسان‌ها بسیار لذت بخش است، وقتی توانایی‌های نهفته‌ی آنان بروز می‌یابد و خودشان به آن اعتراف می‌کنند. سختی کار آن جاست که باید با تمام توان برای زنده ماندن تلاش کنی.

مدل تجاری ایران پوشاک، توسعه داده شد. در این مقطع با تولید کنندگان زیادی ارتباط برقرار شد و نقاط کور سایت برطرف شد و یک تیم جدید در شرکت نضج گرفت. در کنار این کارها، کارهای الکترونیکی قبلی هم چاشنی کارها بود، یعنی ساخت کتاب‌های الکترونیکی و صفحات وب. هیچ

گاه نتوانسته ام فرقی میان نشر الکترونیکی و تجارت الکترونیکی قائل شوم. همه ی مرزبندی ها در جهان لایه لایه ی وب را بی معنی می دانم. بنابراین ، با ولع بیشتر به توسعه ی شبکه ارتباطی و انجام کارهای مختلف مشغول بودیم. در پایان فصل زمستان با به سرانجام رساندن سایت ایران پوشاک، مبحث خرده فروشی آن لاین دوباره رخ نمود. برادر دیگرم به همراه یکی از دوستانش برای پا گرفتن خرده فروشی آن لاین «نمابازار» وارد شدند.

از ابتدا معلوم بود سایت خرده فروشی، امکانات عملیاتی بیشتری لازم دارد. در روزهای آخر سال به این نتیجه رسیدیم که با کمی همت و سرمایه گذاری می توانیم به اهداف جسورانه و قهرمانانه ای دست پیدا کنیم. این نیروی نهانی ، در دل چهار شریک جدید، گرمی دوباره ای ایجاد کرده بود. به خصوص عضو کوچکتر این گروه که قرار بود کار سختی به عهده او باشد، یعنی مدیریت فنی کار. از این مقطع ، بحث درباره ی تجارت الکترونیکی در ایران داغ تر شد. فروشگاه های الکترونیکی موجود بودند و ما درباره ی نقاط ضعف و قوت آن ها صحبت می کردیم. هر چه اطلاعات در چنته داشتم بیرون ریختم تا گروه به استراتژی بهتری برسند.

برای توسعه ی سایت خرده فروشی به نیروهای بیش تری نیاز بود. دیگر توانایی انتخاب نیرو و آموزش IT در من کاملا وجود داشت.

منبع : کتاب مبانی کارآفرینی؛ دکتر محمود احمد پور داریانی ، دکتر سید محمد مقیمی، انتشارات نگاه دانش

## معرفی برخی از دانشجویان و فارغ التحصیلان کارآفرین




**خانم کلثوم حبیبی**  
دانشجوی رشته ی گرافیک

**کارآفرین :**

**نام طرح :**

**کاشی شکسته**

هزینه تمام شده : برای تابلوی ۸۰×۵۰ حدوداً ۱۰۰/۰۰۰ تومان

قیمت فروش : ۵۰۰/۰۰۰ تومان

شروع فعالیت : از سال ۱۳۸۷

محل تولید : در کارگاه یا منزل

با ۲ الی ۳ پرسنل




مرکز علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران




**مائده خاکفر**  
دانشجوی رشته ی گرافیک

**کارآفرین :**

**نام طرح :**

**آموزش معرق کاری به کودکان ناشنوا و کم شنوا و تولید تابلوهای معرق**

هزینه تمام شده : برای تابلوی ۷۰×۵۰ حدوداً ۱۵۰/۰۰۰ تومان

قیمت فروش : ۱/۰۰۰/۰۰۰ تومان

شروع فعالیت : از سال ۱۳۸۶

محل تولید : در کارگاه

با ۳ الی ۱۰ پرسنل



مرکز علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

## معرفی برخی از دانشجویان و فارغ التحصیلان کارآفرین




وزارت آموزش عالی و تحقیقات علمی  
جمهوری اسلامی ایران

**کارآفرین :**

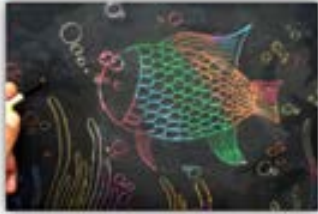
**خانم هاجر مهدی زاده**  
دانشجوی رشته ی گرم



مرکز علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

**نام طرح :**

**اکسپراش، بازسازی وسایل کهنه، نمکاشی، تابلوهای سه بعدی، پتینه**

**سرمایه مورد نیاز:** ۵۰۰۰۰۰۰ تومان

**درآمد ماهیانه:** ۷۰۰/۰۰۰ تومان

**شروع فعالیت:** از سال ۱۳۷۷

**محل تولید:** در منزل




وزارت آموزش عالی و تحقیقات علمی  
جمهوری اسلامی ایران

**کارآفرین :**

**آقای مهدی سعیدی حمزه خانلو**  
دانشجوی رشته ی فیلمسازی-تدوین



مرکز علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

**نام اختراع :**

**رول بولت ترکیبی**



**هزینه ساخت و تولید نمونه:** ۵۰۰۰۰۰۰ تومان

**درآمد فروش طرح:** ۳۰۰۰۰۰۰۰ تومان

**شروع فعالیت:** از سال ۱۳۸۸

**محل تولید:** در کارگاه



## معرفی برخی کتب چاپ شده توسط

انتشارات مرکز آموزش علمی - کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

### در حوزه کارآفرینی

کسب و کار الکترونیکی در صنعت ارتباطات (پست)

مولفان: عباس قربیان ، سمیه صفاری

عناوین سرفصل کتاب:

- ✚ کلیات
- ✚ نظریه ها
- ✚ کسب و کار اینترنتی
- ✚ تجزیه و تحلیل
- ✚ پیشنهادات بهبود پست و کسب و کار اینترنتی



### کارآفرینی

مولف: زهرا فتحعلی نائینی

عناوین سرفصل کتاب:

- ✚ خلاقیت و نوآوری اساس کارآفرینی
- ✚ مدیریت کسب و کار و کارآفرینی
- ✚ کارآفرینی در عصر الکترونیک
- ✚ فرهنگ کسب و کار





گزارش تصویری برگزاری نمایشگاه و Workshop  
توسط دانشجویان کارآفرین







گزارش تصویری از نمایشگاه و ورکشاپ نقاشی دانشجوی کارآفرین  
« خانم خدیجه رجبی » در نگارخانه هنر ایران





جملاتی که

کارآفرینان

باید با آن

زندگی کنند

کارآفرین بودن یعنی اینکه بتوانید انواع پیچیدگی ها را حل

و فصل و با انواع چالش های دایمی دست و پنجه نرم کنید.

قرار دادن سرمایه خود در کارهای تولیدی با دانستن انواع خطرات احتمالی

چندان کار عاقلانه ای به نظر نمی رسد زیرا آینده کاملاً مبهمی دارد.

اما خیلی از افراد در این مسیر موفق می شوند. دلیل آن نیز ایمان به کاری است که انجام می دهند.

راه اندازی یک شرکت یا تجارت مثل ترن هوایی پر از فراز و نشیب های هیجان انگیز و ترسناک

است. اما با وجود قوانین سخت گیرانه، رقبای متعدد و نامعلوم بودن آینده، اینکه جرات راه اندازی

یک شرکت را داشته باشید واقعاً جای تحسین دارد.

در همین راستا، برخی از جملات افراد موفق را برایتان نقل قول کرده ایم که باید با تمام وجود

آن ها را درک و باور داشته باشید تا در مسیر کارآفرینی خود موفق شوید.



• بهترین راه برای پیش بینی آینده

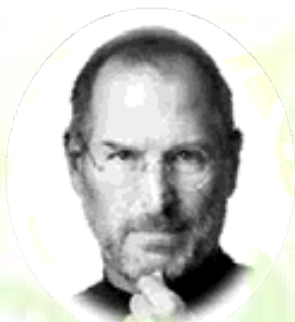
ساخت آن است. (پیتر دراگر)

• برنده ها هرگز دست از تلاش بر نمی دارند و آنهایی که ناامید می شوند هرگز برنده نمی

شوند. (وینسه لومباردی)

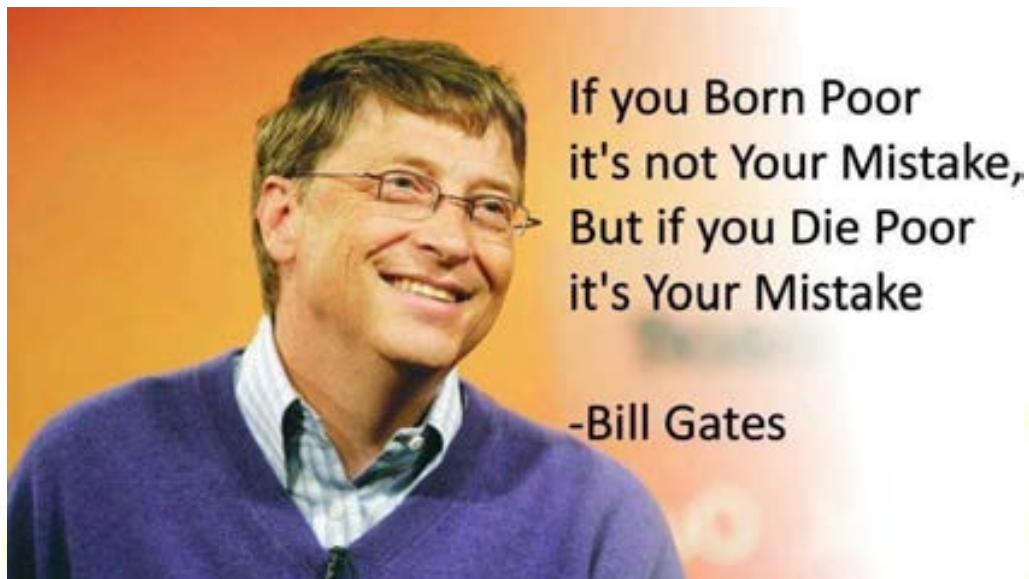


- زمان شما محدود است، بنابراین آن را با زندگی به سبک دیگران هدر ندهید. اجازه ندهید زمزمه های دیگران باعث شوند تا صدای درونی خود را نشنوید. از همه مهم تر، شجاعت این را داشته باشید که به حرف دل خود و یافته های درونی خود عمل کنید. آنها به خوبی می دانند که شما دوست دارید چه کاری انجام دهید. همه چیزهای دیگر در درجه دوم اهمیت قرار دارند. (استیو جابز)

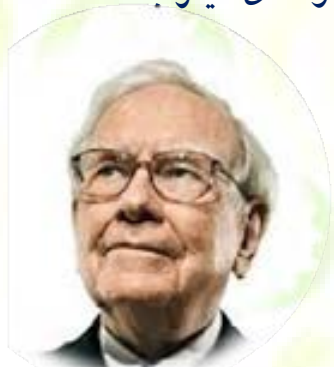


- بزرگ ترین مشوق من؟ فقط این بود که مدام خود درونی ام را به مبارزه بطلبم . من زندگی را به چشم یک دانشگاه با دوره تحصیلی طولانی می بینم که هرگز نداشته ام – هر روز یک چیز جدید می آموزم. (ریچارد برنسون)
- هنگامی که چیزی که می خواهید یا به آن ایمان دارید را بیان می کنید، خودتان نخستین فردی هستید که آن را می شنوید. این پیغامی برای خود شما و دیگران است که می گوید چیزی که فکر می کنید امکان دارد. برای خود حد و مرز تعیین نکنید. (اپرا وینفری)

- اینکه موفقیت های خود را جشن بگیرید بسیار خوب است اما از آن بهتر این است که از شکست های خود درس بگیرید. (بیل گیتس)

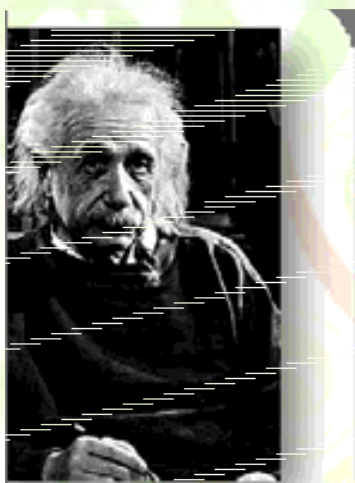
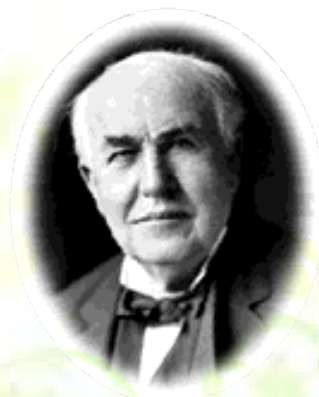


- ۲۰ سال طول می کشد تا به شهرت برسید اما در عرض ۵ دقیقه می توانید آن را خراب کنید. اگر احتمال دادید ممکن است شهرتتان به خطر بیفتد حتما به گونه ای دیگر به مساله نگاه کنید. (وارن بافت)



- یکی از بزرگ ترین اشکالاتی که به انسان ها وارد است این است که سعی می کنند علاقه را به خود تحميل کنند. شما رنج و اندوه را انتخاب نمی کنید بلکه اندوه است که شما را انتخاب می کند. (جف بیزوس)

- من هرگز شکست نخورده ام من فقط ۱۰ هزار راه جدید یافته ام که کار نمی کنند.
- نبوغ یک درصد الهام بخش و ۹۹ درصد تلاش است. (توماس ادیسون)



- عقل و منطق شما را از نقطه الف به ب می رساند.  
اما خیالپردازی شما را به همه جا می برد. (آلبرت انیشتین)
- ۲۰ سال دیگر از کارهایی که انجام نداده اید پشیمان می شوید نه کارهایی که انجام داده اید.  
بنابراین خود را گرفتار دور باطل زندگی نکنید. از یک اسکله امن به دل دریا بزنید. بادهای را در قایق خود جمع کنید. دنیای جدیدی کشف و رویاپردازی کنید. زندگی را درک کنید. (مارک تواین)
- کلید رسیدن به موفقیت سخت کوشی، تعیین وظیفه و اینکه آیا بازنده یا برنده خواهید بود است. ما اصولاً در انجام وظایف خود از جان مایه می گذاریم. (وینسه لومباردی)

**جهت عضویت در مرکز کارآفرینی**

**مرکز آموزش علمی - کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران**

**به سامانه الکترونیکی کارآفرینی**

**<http://www.uastf11.ac.ir/Entre-reg.aspx>**

**مراجعه نمایید .**

