



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

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

بهار ۱۳۹۷

خلاقیت، کلید معما

کارآفرینی ابریشمی

نکات درس آموز از کارآفرینان بزرگ





فصلنامه داخلی کارآفرینی ۱۱ (ایده تا پدیده)

بهار ۱۳۹۷

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، عفت جمشیدی، رضا خلیج

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

شماره ۸، ۱۰ و ۱۲ شماره تماس: ۷-۹۶۰۹۶۳۶۴۳۶

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

- ◀ کلام سر دبیر ..... ۵
- ◀ چگونه سریع تصمیم بگیریم ..... ۶
- ◀ پای صحبت های یک دانشجوی کارآفرین ..... ۷
- ◀ تکنیک های خلاقیت ..... ۹
- ◀ سمند اولین خودروی ملی ..... ۱۱
- ◀ کارآفرینی ابریشمی ..... ۱۳
- ◀ داستان موفقیت یک کارآفرین ایرانی ..... ۱۶
- ◀ معرفی کتب چاپ شده ..... ۱۹
- ◀ گزارش تصویری از برگزاری سمینار کاربرد زبان بدن در مذاکره ..... ۲۰
- ◀ گزارش تصویری بازارچه کارآفرینی ..... ۲۱
- ◀ ۱۷ نکته درس آموز از زبان کارآفرینان بزرگ ..... ۲۲
- ◀ از ایده تا راه اندازی کسب و کار ..... ۲۵
- ◀ خلاقیت کلید معما ..... ۲۶
- ◀ یک تمرین خلاقیت ..... ۲۹

با تلاش همیاران، همکاران و دفتر کارآفرینی مرکز فصلنامه کارآفرینی ۱۱  
"ایده تا پدیده" بهار ۱۳۹۷ نیز منتشر شد.

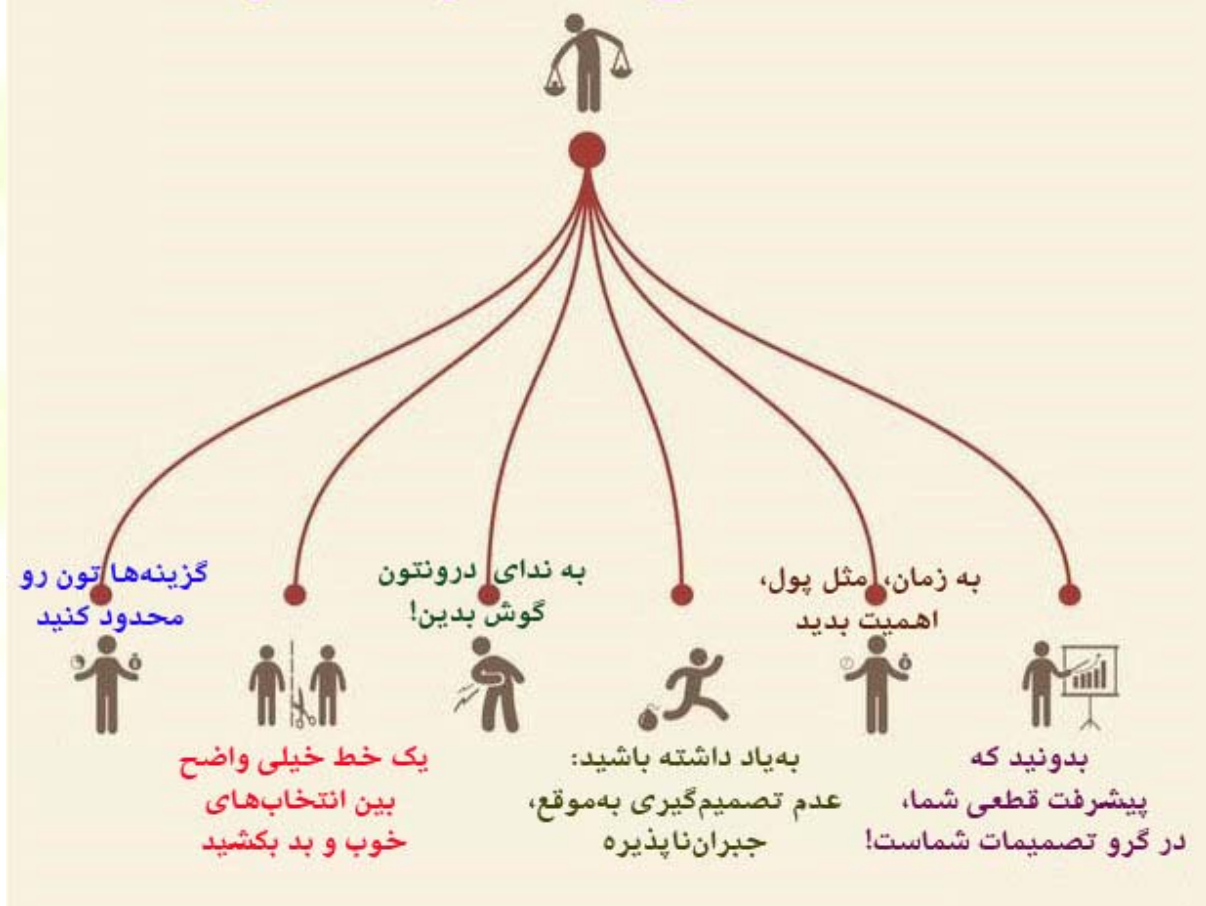
روند تغییر و تحولات در جامعه امروزی آن چنان سریع و شتابان شده است که پیش بینی آینده مقدور نیست. حرکت کشورها به سوی یکپارچگی در زمینه های اقتصادی و فرهنگی و پدیده جهانی شدن، بر اقتصاد و الگوهای کسب و کار در سرتاسر دنیا تاثیر گذاشته است. در سایه این تغییر و تحولات، روند استخدام و معیارهای آن نیز در کشورها در حال تغییر است؛ به طوری که افراد مثل گذشته به دنبال استخدام مادام العمر و دائمی در یک شغل نیستند. همچنین در شرکتها و سازمانها نیز دیگر چنین فرصت هایی وجود ندارد. ماهیت تغییر و تحولات در دنیای مشاغل و حرفه ها طوری است که نیاز مستمر به کسب دانش و مهارت جدید در هر شغلی ضروری به نظر می رسد. از طرف دیگر، جهانی شدن و انتشار سریع دانش و اطلاعات در عرصه اقتصاد موجب رقابت بیشتر بین شرکتها شده است.

بحث کارآفرینی و طرح دیدگاههای نو و روز آمد در این باره، با توجه به جوان بودن جامعه ایران که جمعیت قابل توجهی از آن جویای کارند، ضرورتی دوچندان می یابد. دانشگاه به عنوان منشاء همه تحولات در جامعه، باید در این امر پیش قدم باشد. لذا پیش از همه باید انتظارات، اهداف و سیاست های دانشگاه را در تربیت کارآفرین مشخص نمود تا بتوان به یک استراتژی منسجم جهت تربیت نیروی انسانی کارآفرین دست یافت و همچنین در دانشگاه باید خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی و ضرورت رشد و شکوفایی آن به مثابه یک اصل اساسی تلقی شود. 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

چگونه  
سریع تصمیم  
بگیریم؟

## چگونه سریع تصمیم بگیریم؟



منبع : [www.modirinfo.com](http://www.modirinfo.com)

پای صحبت

های یک

دانشجوی کار

آفرین

مصاحبه با آقای امیر یوسفی دانشجوی کارآفرین  
مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران



- مدیر عامل موسسه فرهنگی هنری تصویر قلب سبز
- مدیر واحد صنفی عکاسی و فیلم برداری تخت جمشید
- دارنده گواهینامه تصویر برداری از سازمان فنی حرفه ای کشور
- عضو صندوق اعتباری حمایت از نویسندگان، روزنامه نگاران و هنرمندان یا فعالیت سینمایی
- عضو افتخاری موسسه توسعه هنر های تجسمی معاصر

جناب آقای امیر یوسفی **موسسه فرهنگی هنری تصویر قلب سبز** را در سال ۱۳۹۱ تاسیس نمود. این موسسه در حوزه تهیه و طراحی کلیپ، تیزر و عکاسی فعالیت دارد. این موسسه با عقد تفاهم نامه با دفتر کارآفرینی مرکز ۱۱ تهران توانسته است تعداد بیشماری از دانشجویان و دانش آموختگان فعال و خلاق در حوزه سینما را به کار گرفته و به پرزه های مختلف سینمایی، عکاسی و همچنین پروژه های تجاری از قبیل ساخت کلیپ و تیزرهای تبلیغاتی معرفی نماید و ازین رو باعث اشتغال زایی برای دانشجویان و دانش آموختگان رشته کارگردانی و فیلمسازی این مرکز شود.

- انگیزه شما از معرفی دانشجویان مرکز علمی کاربردی واحد ۱۱ تهران به موسسات هنری جهت اشتغال چه بوده است؟

بنده با توجه به انگیزه و مهارتی که در دانشجویان این مرکز دیدم و شاهد فعالیت ها و پروژه های قوی آن بوده ام به همین دلیل جهت ارتقا آنها و همچنین تزریق نیروی فعال و خلاق به این عرصه از هنر تصمیم به معرفی این عزیزان به موسسات هنری گرفتم.

• از دیدگاه شما سطح علمی و مهارتی دانشجویان این رشته به چه صورت است؟

همانطور که گفتم مهارت دانشجویان گروه هنر که مد نظر ما دانشجویان فیلمسازی و کارگردانی است بسیار قابل تامل است چرا که اغلب افرادی که وارد این رشته شده اند مهارت و علاقه اولیه را داشته اند و با کسب مهارت و علوم تخصصی این رشته ها در دانشگاه توانسته اند توانایی های بلقوه را به نمایش بگذارند. نمود این توانایی ها را می توان از مقام هایی که در جشنواره های ملی و بین المللی کسب کرده اند شاهد بود.

• چطور شد که دانشگاه علمی و کاربردی را برای ادامه تحصیل انتخاب کردید؟

بنده با توجه به اینکه در حوزه کاری خود ادامه تحصیل میدهم دلیل عمده انتخابم بالا بردن سطح مهارتم در سینما و کارگردانی بودو کمتر دانشگاهی در کشور وجود دارد که به صورت آکادمیک به این رشته پرداخته باشد لذا در دانشگاه جامع علمی کاربردی بود ثبت نام کردم.

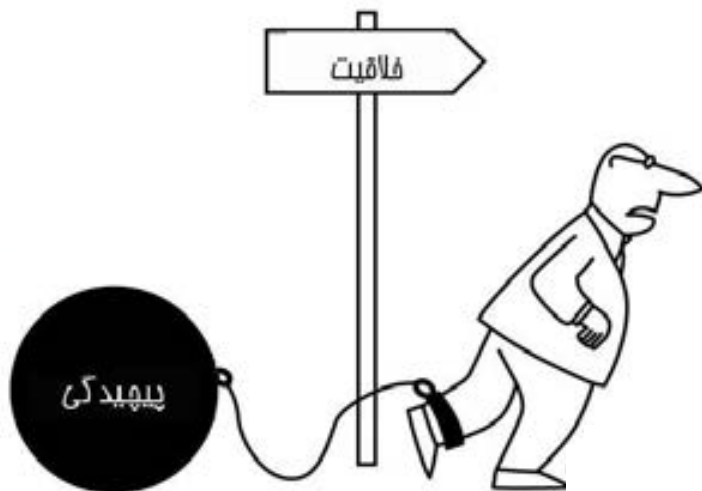
• به عنوان یک جوان موفق اگر بخواهید غیر کلیشه ای و عملی چند کلامی برای

مخاطبین صحبت کنید چه پیشنهاداتی دارید ؟

نیت که درست باشد، خدا نیز کمک می کند. خیلی لذت بخش است که خدا تو را انتخاب می کند تا وسیله ای برای کسب درآمد دیگران باشی. علاوه بر این به مال و سرمایه خودت نیز برکت می دهد. اطمینان دارم چون به عنوان وسیله انتخاب شده ای قدرت خدا اجازه نمی دهد که زمین بخوری.

تجربه، تنها معلمی است که ابتدا سخت امتحان می گیرد و سپس درس می دهد. من حتی اگر همه چیز را از دست بدهم تجربه هایم را دارم. پس این بار مطمئنا بهتر و محکمتر شروع می کنم.





تکنیک های  
خلاقیات

### • تکنیک چرا؟

تکنیک چرا دقیقا مثل چراهای مکرر کودکی است که کودکان برای گسترش فهم خود از دنیای اطرافشان از والدین می پرسند. اما با این تفاوت که در بزرگسالی باید یاد گرفته هایمان را زیر سوال ببریم. سادگی این تکنیک باعث شده است، بسیاری از مردم متوجه اهمیت و نقش آن نشوند. این تکنیک برای ایده یابی و ایده پردازی به کار می رود. به عنوان مثال برای شناسایی و تعریف درست و کامل مسئله می توان از این تکنیک استفاده کرد و در حین پرسش و پاسخ نیز میتوان ایده های جدیدی در رابطه با موضوع به دست آورد. باید توجه داشت که سوالات تا آنجا ادامه پیدا می کند که به یک بصیرت و بینش برسیم. حتی اگر به جواب مفیدی رسیدیم و یا به رویکرد جدید و اثر بخشی دست یافتیم، باید مسئله را به شکلی دیگر دیگر از نو مطرح نموده و فرآیند پرسش و پاسخ را ادامه دهیم.



### • تکنیک توهم خلاق

خیلی اوقات آنچه را که فکر می کنیم واقعیت است، واقعیت نیست. واقعیت ها با پنج حس انسان درک می شوند. فرض بر این است که حواس پنج گانه گزارش دقیق و درستی از محیط اطراف به انسان می دهند. همه افراد در همه مواقع درک یکسانی از یک موضوع

ندارند و ارتباط ادراکی چشم و مغز همیشه منجر به درکی منسجم از واقعیت نمی شود. حتی گاهی این دو با هم در تضاد هستند.

منظور و هدف این تکنیک این است که شما بتوانید با قدرت توهم بعضی از اوقات با خطاهای عمدی طور دیگری به مسایل نگاه کرده تا بدین وسیله اصل و واقعیت موضوع را دریابید.

این سعی باعث می شود مقداری اطلاعات از شکاف موجود در بافت‌های عصبی، آزاد شده و به وسیله پیوند با اطلاعات قبلی، الگوی ذهنی جدیدی ساخته شود و یا موضوع از الگوی ذهنی قبلی به الگوی دیگری انتقال یابد و نهایتاً این فعل و انفعالات موجب الهام یا بصیرت و کشف ناگهانی و غیر منتظره ای شود .

بنابراین برای اینکه بتوانیم خلاقانه با موضوعات برخورد کنیم یا راه حل های جدیدی برای مسائلمان پیدا کنیم، گاهی احتیاج است به وسیله قدرت خیال و توهم موضوع را از زوایای دیگری ببینیم، هرچند که دیدن از آن زاویه اشتباه به نظر می آید. به همین دلیل بسیاری از افراد خلاق کارهایی می کنند که در ابتدا احمقانه به نظر می رسد.

### • تکنیک DO IT

نام این تکنیک از حروف اول چهار کلمه ی Define به معنی تعریف کردن، Open به معنی باز کردن Identify به معنی شناسایی و Transform به معنی تبدیل کردن، تشکیل شده است. منظور از انتخاب این واژگان این است که برای حل مشکل لازم است ابتدا موضوع و مسئله را دقیق تعریف و مشخص نمود. سپس ذهن را برای راه حل ها و شقوق مختلف باز نگه داشت تا بهترین راه حل شناسایی و در نهایت آن را به عمل تبدیل کرد .

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

## سمند اولین خودرو ملی

آیا می دانید اولین خودرو ایرانی که خط تولید آن به کمک مهندسان ایرانی ساخته شده است، چه نام دارد؟

قطعا نام سمند برایتان آشناست. این خودرو در شرکتی تولید شده که در پنج سال گذشته به عنوان بزرگترین و برترین شرکت ایرانی شناخته شده است. شاید داستان موفقیت، رشد و نوآوری این گونه شرکت ها برای شما جالب شد.

شرکت ایران خودرو از زمان شروع فعالیت تا سال ۱۳۷۱ فقط یک یا دو مدل خودرو تولید می کرد. اما در ده سال گذشته شرایط فوق العاده ای داشت و از طریق جمع آوری منابع مالی (پیش فروش خودرو) توانست به چند دستاورد بسیار بزرگ برسد.



این موفقیت با همت و پشتکار مدیران و کارکنان سختکوش این شرکت و با اعتماد و حمایت همه جانبه دولت و مردم به دست آمد. نمونه ای از این موفقیت ها را یاد می کنیم:

۱. افزایش تولید خودرو از ۳۵ هزار دستگاه در سال به ۵۰۰ هزار دستگاه در سال
۲. ایجاد زنجیره قطعه سازی در ایران و سازماندهی بیش از دو هزار شرکت قطعه ساز
۳. سرمایه گذاری بیش از ۱۵۰۰ میلیارد تومان در صنعت خودرو قطعه سازی
۴. ایجاد اشتغال برای ۲۰ هزار نفر به صورت مستقیم و ۱۰۰ هزار نفر به صورت غیر مستقیم در صنعت خودرو، از طریق خدمات پس از فروش، قطعه سازی و...
۵. ایجاد مرکز طراحی خودرو و تربیت بیش از ۱۵۰۰ نفر متخصص نخبه در کشور
۶. طراحی خودرو ایرانی (سمند) براساس اعتماد به توانایی مهندسان ایرانی

۷. اتوماسیون فرایند تولید و ساخت روبات های ایرانی و به کارگیری آن در خطوط تولید
۸. رسیدگی به رفاه و امور معیشتی کارکنان و ایجاد رضایت شغلی در آنان
۹. ارتقای کیفیت خودرو داخلی و تلاش هر روزه برای بهتر شدن آن
۱۰. تلاش برای عرضه ی خدمات بهتر به مشتری برای جلب رضایت بیشتر مشتریان
۱۱. دریافت نشان کار و تولید از ریاست محترم جمهور

باور مدیران صنعت خودرو این است که مغز ایرانی می تواند و باید در سطح جهانی خودرو ساز باشد. ایران خودرو، سایپا و بقیه خودرو سازان داخلی برای جهانی شدن خودرو سازی ایران تلاش می کنند.



منبع: کتاب کارآفرینی، دکتر محمود احمدپور داریانی؛ محمد عزیزی، سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی.

اشتغال و کارآفرینی در ایران اکنون به گفتمان روز تبدیل شده است. اما توجه این گفتمان عموماً معطوف به سمت تولید است، نه سمت فروش. تصور بیش تر مسئولان این است که اگر چرخ تولید راه بیفتد اقتصاد شکوفا می شود.

بعد مساله را ساده می کنند به این که اگر از نظر مالی به تولید کننده کمک کنیم و مثلاً به او یارانه یا وام کم بهره بدهیم مشکل حل است. اما واقعیت این است که امروزه هر محصولی را با هر کیفیتی در هر نقطه ای از جهان می توان تولید کرد. چالش اصلی بازار است. گیریم محصولی را تولید کردیم، کیست که آن را بخرد؟ این بازار کجا شناسایی شده و تضمین شده است که ما برای تولیدش غصه می خوریم؟

امروزه ملل جهان پیشرفته عموماً تولید را به کشورهای در حال پیشرفت انتقال داده و خودشان به مدیریت برند و بازار مشغولند. جان برند به بازار است. اگر بازار نباشد برند چه معنا دارد؟ در سراسر تاریخ، حاکمان و صاحبان قدرت و سرمایه، پیوسته در اندیشه فتح بازارها بوده اند، خواه با فتوحات نظامی، خواه استعمار، خواه دیپلماسی، خواه اشاعه ایدئولوژی، خواه مد، و خواه تبلیغات خیابانی و تلویزیونی و اینترنتی. ولی ماندن در بازار و رشد و توسعه آن معمولاً دشوارتر از مرحله فتح است و نقش مدیریت هم در همین جا اهمیت پیدا می کند. جوزف شومپیتر اقتصاددان بلندپایه معتقد بود در فرایند مدرن رشد اقتصادی، نقش محوری با کارآفرین است. در عمده موارد، چندین نسل از کارآفرینان و مدیران، با کوشش مداوم، بنگاه های پیشگامی برپا کرده اند که در برند خودشان نقشی ماندگار برجای گذاشته اند. صنعت مد و پوشاک امروزی یکی از اینهاست.

در فرانسه که به صورت سنتی مهد توسعه مد به حساب می آید در قرن شانزدهم در شهر لیون با واردات ابریشم از ایتالیا پا گرفت.



کارآفرینان لیون چنان جاذبه ای برای شهر فراهم آوردند که بافندگان ابریشم کار ایتالیایی راغب به مهاجرت و زندگی در آن شهر شدند. این صنعت با مدیریت مناسب از چنان رشدی برخوردار شد که در آغاز انقلاب کبیر فرانسه نزدیک به سی هزار نفر صنعتگر ماهر ابریشم اختیارداشت.

لیون به واسطه بازار محدودی که فقط در میان قشر ثروتمند اما دمدمی مزاج داشت ناچار بود خودش را با سلایقی که هر روز عوض میشد وفق دهد. به عبارتی لیون به رغم استفاده از برخی فناوری‌های پیشرفته روز همچنان به شکل سنتی و دست ساز کار می‌کرد و به اتوماسیون و تولید انبوه اقبالی نشان نمی‌داد. اما از قرن بیستم به بعد رقیبان سرسخت وارد جهان ابریشم شدند. کار به جایی رسید که در پایان قرن چین با تولید نزدیک به ۶۰ هزار تن از ۸۰ هزار تن بازار جهانی، دور را از دیگران گرفت. واکنش لیون تعطیل کار نبود بلکه تولید را به حداقل رساند اما در عوض به مدیریت بازار رو آورد. برای مردم سلیقه و ذائقه درست کرد. کار سخت تولید و مخاطرات بهداشتی و زیست محیطی اش را به دیگران وا گذاشت و خودش وارد فکر و اندیشه مردم شد و به آنها شکل داد این روند ادامه دارد.

روزگاری فرش و لباس ابریشم ایرانی این حکم را داشت. هر کس می‌خواست نشان بدهد صاحب تشخیص است به نوعی از این کالای ایرانی در زندگی اش استفاده می‌کرد. ایرانیان در این رشته به راستی سرآمد روزگار شدند.



ایرانیان در اواخر عصر ساسانی ابریشم مورد نیازشان را به صورت خام از چین وارد می‌کردند اما از این تاریخ به بعد تولید ابریشم خام خواصه در سواحل جنوبی دریای مازندران رواج کامل یافت و بعدها سر از ذربایجان و شهرهای مرکزی ایران مانند اصفهان شیراز و کرمان در آورد و نام‌های گوناگونی چون پرنیان و حریر و پرند و دیبا و سقلاطون و طراز و نام‌های دیگر بر آن

نهاده شد مهمترین کارگاه های حریربافی در خوزستان خواصه شوشتر به راه افتاد این پارچه سخت مورد علاقه اعراب ثروتمند بود.

که اگر بازار محصولاتشان مدیریت می شد می توانست به یک زیرساخت پایدار برای کارآفرینی فاخر در کشور تبدیل شود دستمایه کار ایشان هم مینیاتور و تذهیب و نقاشی و جلد نگاری و ساخت کتابهای فاخر مجلسی مانند شاهنامه فردوسی و بوستان و گلستان سعدی و خمسه نظامی و کتاب فراوان دیگر مربوط به شعر و ادب فارسی بود

عمده این آثار اکنون در موزه های شهر های مهم دنیا در معرض نمایش مردم قرار دارد و شماری از آنها هنوز در حراجی های کریستی دست به دست می شود شاهکار آخرین نسل هنرمندان این عصر از شاهنامه طهماسبی ست با سرنوشتی دورودراز و حیرت انگیز که داستانش در این نوشته کوتاه نمی گنجد اینها هم زمان هستند با لشکر بزرگ هنرمندان ایتالیا به رهبری لئوناردو داوینچی، رافائل و میکل آنژ با این تفاوت که کارگاه های آنها رونق عمومی و بلندمدت پیدا کرد.

برای ایرانیان در حوزه تولید انبوه امکان رقابت با غولهایی مثل چین و کره و تایوان وجود ندارد. ایرانی تکساز است. سفارشی ساز است. کارهای خاص می کند.

کار خاص هم بازار خاص خودش را دارد. میراث تاریخی و فرهنگی ما نمونه ای است از این دست نگهداری از اینها و زمینه سازی برای این که جهانیان بتوانند به تماشای این مراکز بیایند بستر ارزنده ای برای کارآفرینی است.

صنایع دستی و تاریخی ما کالای خاص است و مشتریان خاص خودش را دارد. دانش و هنر جوانان ما در صنعت نرم افزار و فیلم و موسیقی و تئاتر کالای خاص است. اما مدیریت این بازار را نباید سرسری بگیریم. مدیریت این بازار در گرو پژوهش بی وقفه است. سالانه در جهان بالغ بر پنجاه میلیارد دلار صرف بازاریزه می شود. سهم ما از این روند عملاً صفر است. ما باید به بازار پژوهی بها بدهیم و با شناسایی دیگرانی که در حوزه فعالیت ما در صحنه جهان کار می کنند ارتباط برقرار کنیم.

وقتی سرگذشت ملل رها شده از شوروی سابق، کشورهای چو لهستان، رومانی، بلغار، چک، و مانند اینها را مطالعه می کنیم می بینیم هرکدام بر پایه نقاط قوت تاریخی شان کوشیده اند خودشان را از طریق شبکه های کوچک و بزرگ تجارت، به جامعه جهانی متصل کنند.

منبع : ویژه نامه مدیریت در ایران ، سال نوزدهم ، شماره ۲۰۰، فروردین ۱۳۹۷

## ایرج یزدان بخش

(مدیر عامل گروه کارخانجات پارت لاستیک)

در اولین روز از آخرین ماه سال ۱۳۱۹ ه. ش. در شهرستان نیشابور به دنیا آمد. تحصیلات دوره ابتدایی خود را در همان شهر به پایان برد. در ۱۶ سالگی با اصرار فراوان خانواده را مجاب کرد که برای ادامه تحصیل به تهران بیاید.

پس از پایان مقطع متوسطه و دریافت دیپلم در رشته ریاضی، در سال ۱۳۳۹ و در سن ۲۰ سالگی به عنوان کارشناس، به استخدام مرکز آمار ایران درآمد و به تدریج مدارج ترقی را در مرکز آمار پشت سر گذاشت. در سال ۱۳۴۶ تا ۱۳۵۶ مدیرکل آمار استان خراسان، از سال ۱۳۵۶ تا ۱۳۵۸ مدیر کل مرکز آمار استان اصفهان و در سال ۱۳۵۸ معاون اجرایی و اداری مرکز آمار ایران بود.

در ضمن فعالیت در مرکز آمار خراسان، موفق شد تا در سال ۱۳۵۲ در رشته زبان و ادبیات فرانسه از دانشگاه فردوسی مشهد فارغ التحصیل شود. ضمناً موفق به گذراندن آموزش های تکمیلی در زمینه های مختلف، نظیر منابع انسانی، فرهنگ سازمانی مدیریت استراتژیک، مدیریت سیستم های کیفیت و تعالی سازمانی نیز شده است.



او در سال ۱۳۵۹ بعد از حدود ۲۰ سال فعالیت در مرکز آمار، بازنشسته شد. ایرج یزدان بخش، فعالیت خود را در بخش خصوصی از سال ۱۳۶۰ در مشهد آغاز کرد و با تاسیس شرکت پارت لاستیک در سال ۱۳۶۳ وارد مرحله ی جدیدی شد. سرمایه اولیه ی پارت لاستیک که



حدود ۱۰ میلیون ریال بود، از محل فروش منزل مسکونی و املاکی دیگر تامین شد. پارت لاستیک که فعالیت خود را با ۱۰ نفر نیروی کار آغاز کرده بود، هم اکنون به یکی از بزرگترین مجموعه های قطعه سازی خودرو در کشور تبدیل شده است. در حال حاضر، گروه کارخانجات پارت لاستیک، شامل کارخانه ای اقماری است.

ایرج یزدان بخش به کارآمدی بخش خصوصی اعتقاد راسخ داد. بخشی از این اعتقاد در تلاش های او در جهت سازماندهی و توسعه ی سازمان های بخش خصوصی نمودار شده است. وی تلاش، تفکر و مثبت اندیشی را از عوامل موفقیت خود می داند. همچنین اعتقاد دارد که «تغییر» عنصر حتمی در دنیای ماست و کسی می تواند به موفقیت برسد که اصل تغییر را درک کرده، خود را برای مواجهه با آن مهیا کند.

شرکت پارت لاستیک فعالیت خود را از سال ۱۳۶۳ در منطقه چاهشک مشهد، واقع در کیلومتر ۱۵ جاده مشهد-قوچان آغاز کرد. این شرکت در زمینه ی تولید قطعات لاستیکی فعال است. در آغاز مساحت شرکت دوهزار مترمربع، مساحت ساختمان ها ۸۰۰ مترمربع و تعداد کارکنان ده نفر بود.

پارت لاستیک فعالیت خود را با تولید محصولات ساده ای نظیر پاشنه کفش آغاز کرد. این شرکت در سال ۱۳۶۹، تولید قطعات خودرو را در برنامه ی کاری خود قرار داد و به تدریج فعالیت شرکت گسترش یافت. در اواخر سال ۱۳۷۲ و اوایل سال ۱۳۷۳ با کاهش حجم فروش، افزایش قیمت ارز و مواد اولیه، شرکت با مشکل جدی مواجه شد، به نحوی که در عمل به سیاست های انقباضی روی آورد. در این دوره، یک نوبت کاری از مجموع سه نوبت کاری شرکت حذف شد. با شکوفایی صنعت خودرو سازی در سال ۱۳۷۴ شرکت دوباره روند رو رشد خود را آغاز کرد.

این شرکت با برخورداری از نیروی انسانی تحصیل کرده، نرم افزار های رایانه ای مناسب و ماشین آلات پیشرفته، از شرکت های ممتاز قالب سازی و ماشین سازی در استان خراسان است.

گروه کارخانجات پارت لاستیک، همکاری علمی و فنی گسترده ای با شرکت STANDARD COOPER برقرار کرده است. STANDARD COOPER یک شرکت بین المللی با مرکزیت فرانسه است و از بزرگترین تولید کنندگان قطعات لاستیکی خودرو جهان به شمار می آید.

با توجه به اهمیتی که گروه کارخانجات پارت لاستیک برای آموزش نیروی انسانی قائل است، تعداد قابل توجهی از کارشناسان این شرکت برای آشنایی با فناوری روز دنیا، دوره های آموزشی را در STANDARD COOPER گذرانده اند.

در حال حاضر حدود ۲۲۰۰ نفر در گروه کارخانجات پارت لاستیک مشغول به کارند. کل مساحت مجموعه حدود ۱۵۳ هزار مترمربع و مساحت ساختمان ها ۸۰ هزار متر مربع است. گروه کارخانجات

پارت لاستیک، بزرگترین نتامین کننده قطعات لاستیکی خودرو در خاورمیانه استو همچنین این کارخانجات، تولید بسیاری از قطعات لاستیکی مورد استفاده در صنایع مختلف را برعهده دارد.

موفقیت های گروه کارخانجات پارت لاستیک ، ازین قرارند:

۱. دریافت گواهینامه QS900 از شرکت (DVN، سال ۲۰۰۱ میلادی)
۲. دریافت گواهینامه ISO900 از شرکت (DVN، سال 1998 میلادی)
۳. دریافت رتبه +A در ارتباط با استقرار نظام کیفیت از طرف شرکت سازه گستر (سال ۱۳۸۰)
۴. اخذ پروانه تحقیق و توسعه از وزارت صنایع (سال ۱۳۵۷)
۵. واحد نمونه ی تولیدی کشور و دریافت لوح تقدیر از ریاست محترم جمهور به مناسبت روز صنعت و معدن(سال ۱۳۸۲)
۶. سازنده برتر ساپلو(سال ۱۳۸۲)
۷. سازنده ی برتر در تحقق اهداف کیفی مورد نظر ساپکو (پویا گستر) ( سال ۱۳۸۲)
۸. اخذ عنوان واحد تولیدی نمونهی استان خراسان در گروه صنایع فلزی و ماشین سازی توسط شرکت همگر توس(سال ۱۳۸۲)
۹. واحد تولیدی نمونه خراسان(سال ۱۳۸۱)
۱۰. کارآفرین نمونه استان خراسان(سال ۱۳۸۱)
۱۱. پیشکسوت نمونه استان خراسان(سال ۱۳۸۰)
۱۲. دریافت تندیس افتخار سازنده ی برتر ساپکو(سال ۱۳۸۰)
۱۳. واحد تولیدی نمونه استان خراسان(سال ۱۳۷۹)
۱۴. دریافت لوح تقدیر به عنوان واحد تولیدی نمونه از وزارت صنایع (سال ۱۳۷۷)
۱۵. واحد تولیدی نمونه ی استان خراسان(سال ۱۳۷۶)
۱۶. دریافت لوح تقدیر به عنوان واحد تولیدی نمونه از وزارت صنایع (سال ۱۳۷۴)
۱۷. واحد تولیدی نمونه استان خراسان (سال ۱۳۷۴)



گروه کارخانجات  
پارت لاستیک

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

## معرفی برخی کتب چاپ شده توسط

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

مدیریت فروشگاه (ایده های کلیدی طرح و چیدمان)

مؤلف: علی ایرانمنش ، حسین چینی

عناوین سرفصل کتاب:

- مفهوم مدیریت و طراحی فروشگاه
- تاریخچه طراحی و چیدمان
- اثرات روانی طراحی فضای فروشگاه
- درگیری (ذهنی) مصرف کننده چیست؟
- مدیریت محصول و چیدمان کالا در فروشگاه مداری
- جایگاه محصول در ذهن مشتری
- مفهوم خرید آنی (تفنی، ناگهانی) ، مفهوم خرده فروشی
- معیارهای ارزیابی فروشگاه



## گرافیک محیطی

مؤلف: زهرا جمشیدی سرشت

عناوین سرفصل کتاب:

- تعاریف و تاریخچه
- عوامل گرافیک محیطی
- ابعاد گرافیک محیطی
- موارد استفاده گرافیک محیطی
- ابزار گرافیک محیطی



## گزارش تصویری برگزاری سمینار کاربرد زبان بدن در مذاکره



## گزارش تصویری برگزاری بازارچه عرضه و فروش محصولات کارآفرینی دانشجویان



آستین کلون در کتاب "steal like an artist" بیان می‌کند که نصیحت کردن، کاری است شبیه به نوشتن زندگی نامه ی شخصی خودمان. وی مدعی است "پندهایی که می‌دهیم در واقع همان چیزهایی است که دوست داشتیم هنگامی که جوان بودیم به ما گفته می‌شد."

در ادامه به پاسخ ۱۷ نفر از آنها اشاره می‌کنیم:

۱- **توسان سوریا کومار** می‌گوید: "به سخن هیچکس به جز خودت توجه نکن. از قلبت پیروی کن."

۲- **تایلر کوران** بیان می‌کند: "یک به یک سراغ حل مسائل و مشکلات برو."

۳- **سوراب چاولا** اینطور نصیحت می‌کند: "به حرف همه گوش کن، به خانه برگرد، کسب و کار خودت را بررسی کن، چیزهایی که در طول روز شنیده‌ای را یادداشت کن، در مورد اطلاعاتی که فکر می‌کنی به نفع کسب و کارت است تصمیم نهایی را بگیر، بقیه‌ی اطلاعات را دور بریز. حالا اطلاعات را با آنچه قلبت می‌گوید، هماهنگ کن."

۴- **سارا اونیل** می‌گوید: "بر روی محصول تمرکز نکن! بلکه بر مسئله‌ای متمرکز باش که می‌خواهی آن را حل کنی و بقیه چیزها خودش درست خواهد شد. ۹۹/۹ درصد از کارهایی که انجام می‌دهی نباید فقط به خاطر خودت باشد؛ بلکه باید برای بازار و ارزش بخشیدن به خودت باشد."

۵- **مانیراهو پاسکال** می‌گوید: "به مغز خود اطمینان کنید! از آن استفاده کرده و هرچه به شما می‌گوید عمل کنید."

۶- **راک** می‌گوید: "تمام مشکلات کسب و کار خود را شناسایی کنید. برای همه‌ی مشکلاتی که می‌توانید به آنها فکر کنید، یک راه حل بیابید. حالا تصور کنید شخصی با چوب بیسبال از پشت می‌خواهد به سر شما ضربه بزند. این همان چیزی است که در کسب و کار اتفاق می‌افتد. در برابر ناشناخته‌ها محکم و استوار باشید و به استقبال آینده بروید."

۷- **پیتر فیشرینگ** نصیحت می‌کند: "اولین گام در دستیابی به اهداف، توانایی تصور کردن خودتان در آن جایگاه است. این بدان معناست که بتوانید خودتان را در حال انجام فعالیتی که

آرزوی آن را دارید ببینید. اگر نتوانید خودتان را در حال رسیدن به آنچه آرزویش را دارید تصور کنید، هیچ گاه قادر به انجام آن نخواهید بود. این کار را به طور مرتب در ذهن خود انجام دهید."



۸- **فوفت بوسانا** می‌گوید: "از اشتباهات دیگران درس بگیرید."

۹- **برایان پوستلویت** می‌گوید: "روزی که به بازار گوش ندهید همان روزی است که بازار هم به شما گوش نمی‌دهد!"

۱۰- **چارلز فیلیپس** بیان می‌کند: "نه گفتن را یاد بگیرید و از آن استفاده کنید."

۱۱- **برایان ادوارد فیشر** جمله ای را از بنجامین فرانکلین نقل می‌کند: "مراقب اشتباهات کوچک باشید. یک سوراخ کوچک در آینده می‌تواند کشتی بزرگی را غرق کند."

۱۲- **متیش آچاریا** می‌گوید: "نقشه B به اندازه‌ی نقشه A اهمیت دارد. سناریوهای احتمالی شکست را در نظر بگیرید و به پاسخ‌های احتمالی خود به آن‌ها فکر کنید. همانطوری که یک موفقیت می‌تواند شما را در زندگی ۵ تا ۱۰ سال به جلو ببرد، یک شکست هم تأثیر مشابهی

البته در جهت عکس دارد. شاید کلیشه‌ای به نظر بیاید اما به نظر من مثل این می‌ماند که آدم بدترین سناریویی که می‌تواند رخ دهد را بداند."

۱۳- **کریستوفر وایت** هشدار می‌دهد: "تا می‌توانید تحقیق کنید. وقتی فکر می‌کنید که جواب را می‌دانید، بیشتر تحقیق کنید."

۱۴- **ریچارد هورتون** توضیح می‌دهد: "من به یک جمله اعتقاد قلبی دارم و آن این است: "نترس!"

۱۵- **برایان ون‌نویزبرگ** موضوع ساده‌ای را بیان می‌کند: "نامید نشو!"

۱۶- **دیلان جی‌شیرواتی‌زمن** بیان می‌کند: "به کار خود علاقه و اشتیاق داشته باشید و فقط به خاطر پول کار نکنید. به یاد داشته باشید که افراد، خریدار ارزش هستند نه محصول. تغییر همیشگی است، از اخراج کردن نترسید."

۱۷- **جاگرتی چادهاری** توضیح می‌دهد: "به راهت ادامه بده. حداقل ۱۰۰۰ روز تلاش کن."

منبع : سنکا ، مترجم: سجاد حسینی



از ایده تا  
راه اندازی  
کسب و کار

ایده‌ی شما چقدر منحصر به فرد است؟  
آیا چالشی واقعی را حل می‌کند؟  
آیا ایده‌ی جذاب‌تان همان طور که انتظارش را دارید اجرا خواهد شد؟  
قبل از اینکه خیلی هیجان‌زده شوید و زمان و منابع خود را روی هر ایده‌ای  
سرمایه‌گذاری کنید، ببینید آیا نیاز واقعی برای این ایده وجود دارد؟



منبع : [www.modirinfo.com](http://www.modirinfo.com)

اگر در یک جلسه تجاری به همراه همکارانتان باشید و ناگهان فکر دارتهای کائوچویی مثل برق از ذهنتان بگذرد چه خواهید کرد؟ خوب، در گروههای مرکز کنفرانس و آموزش کیولند باید این اتفاق افتاده باشد. آقایان راولین و فرانسیس گیرارد یک گردهمایی را به راه انداختند، امکانی که شش سال پیش اتاقهای جلسات را فراهم می آورد.

بسیاری از شرکت های تجاری در خصوص این امکان که فقط اتاقهای میز گرد را آماده مینمود، نه اتاقهای خواب را (همانند آنچه که هتلها انجام می دهند) مردد بودند. اما در حال حاضر این گردهمایی ۲۰ کارمند دارد و همیشه اتاقهای جلساتش توسط ۵۰۰ شرکت بزرگ و شرکت های کوچکتر رزرو شده است. رمز موفقیت این امر خلاقیت است. این دو کارآفرین تصمیم گرفتند که خلاقانه به نیازهای مشتریانشان فکر کنند. یکی از کارهایی که آنها کردند این است که یک جعبه اسباب بازی محتوی تفنگهای با گلوله پرتابی توپهای فوتبال و بشقاب پرنده فراهم نمودند. این اسباب بازیها برای تسهیل جلسات راهبرد خانگی به کار می روند. آقای فرانسیس گیرارد مدعی است که بعضی از بهترین ایده هایمان زمانی که دارتها در حال پروازند ظهور پیدا میکند. مراجعین معتقدند که اسباب بازیها به مردم کمک میکنند تا شکوفا شوند و جریانی از ایده ها را بیافرینند. در انتهای روز، اسباب بازیها در سرتاسر اتاقهای جلسات پخش و پلا می باشند. خلاقیت در حرفه گیرارد مفهوم تجارت را به اندازه خلق قدرت تجاری جادویی دربر می گیرد.



راجر ون اچ، نویسنده کتاب «ضربه ای به آن طرف سره میگوید پتانسیل برای خلاقیت در هر تجارتی و هر شغلی وجود دارد. تجارت نیازمند این است که در هرکاری که انجام می دهد خلق باشد. تولید باید خلاقانه باشد، تحویل باید خلاقانه صورت بگیرد، بازاریابی باید به صورتی خلاقانه

انجام شود و تعامل با مشتری نیز می باید خلاقانه باشد. این حقیقت که خلاقیت در ایده های کوچک قرار دارد و نه در ایده های فقط بزرگ و برجسته نیز حائز اهمیت است. اما بدون توجه به اندازه یک ایده، ون اچ معتقد است که خلاقیت یک مهارت حیاتی برای تجارت است و بدون آن ایستایی و سکون حتمی است.

بعضی از مردم بر این باورند که خلاق بودن کاری بس دشوار است. ون اچ عقیده دارد هرکسی خلاق به دنیا می آید. چنین به نظر می آید، ما یک ونس رئیس سابق دانشگاه دیسنی (برنامه آموزشی شرکت والت دیسنی) و مدیر کنونی مؤسسه تفکر خلاق آمریکا، میدانم که چرا فرایند خلاقیت تا این اندازه مشکل است. او به منظور گسترش روحیه خلاقیت در درون سازمانها، با شرکت هایی از قبیل اپل و جی ای همکاری کرد و دریافت که تکنیکهای موجود در بسیاری از کتابها خلاقیت را افزایش نمی دهند. بنابراین ونس پیشنهادات خودش را در خصوص چگونگی بالابردن خلاقیت ارائه میدهد.

ونس پنج توصیه برای افزایش خلاقیت در محل کار پیشنهاد می دهد. اول اینکه واقع بینانه فکر کنید. این پرسش که وضعیت واقعی چیست می بایست صادقانه پاسخ داده شود. هیچ چیز را دست بالا برآورد نکنید. تولید، رقبا، با تقاضای مشتریان. وی عنوان می دارد که این امر به خلاقیت منتهی نمی گردد ولی ما را به توهم زدگی رهنمون می سازد. دوم اینکه محیطی بیافریند که در آن افراد بتوانند نظرات و تفکراتشان را بیان کنند حتی اگر این مسأله منجر به درگیری شود. هماهنگی بیش از حد می تواند فرایند خلاقیت را تهدید کند. سومین پیشنهاد این است که برای ایجاد ایده ها از شوخ طبعی و بذله گویی استفاده کنید. غالب اوقات آنچه که باعث می شود تا بخندیم دیدن انجام کارها به شیوه ای غلط و نادرست و سپس دیدن راهی است که می توانیم آن را درست کنیم است. او می گوید چهارمین توصیه این است که هر تجارتی محتاج به داشتن فضا به همراه لوازم طراحی شده برای پروراندن خلاقیت است. این لوازم می تواند هر آنچه که خلاقیت را برانگیزد به مبارزه طلبیدن وضعیت موجود است بنا به گفته ونس، فرایند خلاقیت تا وقتی که آنچه درست تلقی می شود خالی از هرگونه تعقلی دانسته شود نمی تواند آغاز شود. هم رنگی با جماعت مانع خلاقیت می گردد. کترین. آر. الن، پرفسوری از دانشگاه کالیفرنیا جنوبی تعدادی شیوه های ملموس تر برای افزایش و ترویج خلاقیت ارائه می دهد. کاربرد پندهای ذیل می تواند به ایده های قابل توجهی منجر شود. و همیشه یک دفترچه همراه داشته باشید. ایده ها می توانند در هر زمانی ظاهر شوند. اگر آنها را یادداشت کنید، آنها به خاطر خواهید آورد.

- به شیوه ای فرصت طلبانه فکر کنید. به همه چیز توجه کنید. پرسشگری در خصوص آنچه که می بینید و علت آن را آغاز کنید

- شبکه. افراد جدید را ملاقات کنید و با آنان صحبت کنید.
  - به تضادها فکر کنید. هر ایده‌های یک ایده متضاد دارد. گاهی اوقات فرصتها یا ایده‌هایی را در آن می‌توان یافت.
  - چرخها را بازآفرینی کنید. به روشهایی فکر کنید که رویه‌ها یا خدمات سنتی را مطلوبتر و مطبوع‌تر گردانید. یک محصول را در نظر بگیرید و فهرستی از ۵۰ استفاده غیر قابل انتظار از آن تهیه کنید. ممکن است این فرایند به خلق ایده‌هایی کاملاً جدید برای بعضی چیزها منتهی شود.
  - شیوه خسته‌کننده و ثابت زندگیتان را به مبارزه بطلبید. روش انجام کارها را تغییر دهید.
  - چیزهای جدیدی را تجربه کنید. ایستگاه رادیویی را که گوش می‌دهید عوض کنید یا در رستورانهای گوناگون غذا بخورید.
- آلن خاطر نشان می‌کند که ممکن است خلاقیت از این توصیه‌ها به تنهایی ناشی نشود لیکن می‌توان ایده‌های بزرگ را از ترکیب آنها خلق کرد.



بنابراین به محض اینکه ایده‌ها ایجاد شدند گام بعدی تبدیل آنها به فرصتهای عملی تجاری است. آلن برای اکثر ایده‌های خوب دو تاکتیک پیشنهاد میکند. (۱) تست واقعیت. هر ایده خوبی را برای مناسب بازار بودن آن تست کنید. بازخوردها را از دوستان و خریداران بالقوه جمع‌آوری کنید. (۲) بهبود مستمر را حفظ کنید. ایده‌ها را نقد و بررسی کنید و راههای بهتر کردن آنها را بیابید. با در نظر گرفتن تمام این پیشنهادات، رمز خلاقیت تمرین و ممارست است. این اسطوره که افراد یا خلاق زاده می‌شوند یا نه فقط و فقط یک کژاندیشی است. به کمک این پیشنهادات و اندکی تمرین، خلاقیت می‌تواند میان همه ما بسط و گسترش یابد. و خلاقیت می‌تواند کلیدی برای باز کردن درها به سوی ایده‌ها و فرصتها باشد.

منبع: کتاب کارآفرینی معاصر، داند اف؛ کوراتکو؛ مترجم: ابراهیم عامل محرابی، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد



یک تمرین  
خلاقیت

فرض کنید ایده ای به ذهن شما خطور کرده است که باعث صرفه جویی در زمان و پول رها کردن کارها و گوش دادن به ایده شما ندارد. سازمان شما برای رسیدگی به شکایات مشتریان می شود سرپرست شما مشغله فراوان دارد و علاقه ای به.. رها کردن کارها و گوش دادن به ایده شما ندارد.

۱. تمامی راهکارهای مربوط به نیمکره چپ مغز را که در خصوص این شکل ظرف پنج دقیقه به نظرتان می رسد، بنویسید.
۲. تمامی راهکارهای مربوط به نیمکره راست مغز را که در خصوص این شکل ظرف پنج دقیقه به نظرتان می رسد، بنویسید.
۳. این دو لیست را مقایسه کنید و دو یا چند راهکار از هر دو لیست را باهم ترکیب کنید که به یک شیوه منحصر به فرد و نوآورانه برای حل این مشکل منجر گردد.
۴. مراحل ۱ تا ۳ را برای مشکلی که هم اکنون در محل کار یا منزل با آن دست به گریبان هستید، تکرار کنید.

جامعه ما و نهادهای تحصیلی آن به افرادی که در توسعه مهارتهای منطقی، تحلیلی و توجیهی نیمکره چپ خود موفق بوده اند، پاداش می دهد. ولی بر کار و استفاده از مهارتهای نیمکره راست مغز کمتر تأکید شده است.

## شیوه های تقویت مهارت‌های مربوط به نیمکره راست و نیمکره چپ مغز

مهارت‌های نیمکره چپ	مهارت‌های نیمکره راست
۱- طرح ریزی مرحله به مرحله فعالیت‌های زندگی و کاری	۱. استفاده از استعارات و همانندیها برای توصیف اشیاء و افراد در نوشته ها و مکالمات
۲- خواندن فلسفه های باستانی، قرون وسطایی و اسکولاستیک، پرونده های قانونی و کتب منطقی	۲. درآوردن ساعت مچی به هنگامی که کار نمیکنید
۳- بنابر کل جداول زمانی برای کلیه فعالیت‌های خودتان	۳. به تعلیق درآوردن قضاوت‌های اولیه در خصوص ایده ها، فیلمها، برنامه های تلویزیون جدید و غیره
۴- استفاده از برنامه های کامپیوتر	۴. ثبت ایده ها، احساسات و ادراکات و محاسبه میزان صحت آنها
	۵. رویاپردازی و تجسم وضعیت‌های آینده
	۶. رسم چهره ها، کاریکاتورها و مناظر

### حذف افکار پریشان

تعداد از عادت‌های ذهنی وجود دارند که مانع اندیشه خلاقه می شوند. برآورد شده است حذف افکار پریشان تعداد نیمی از افراد بزرگسال بین ۲ تا ۱۰٪ پتانسیل خلاقه خود را به کار می برند برای مثال، بسیاری از افراد مایل هستند تا به سرعت درباره اشیاء، افراد با ایده های جدید قضاوت نمایند. یک تمایل دیگر، اشاره به مؤلفه های منفی ایده های جدید یا متفاوت است که این ریشه در ناراحتی روانشناختی مرتبط با تغییر است. برخی عادت‌های ذهنی متداول که خلاقیت و نوآوری را مانع می شوند، عبارتند از تفکر «یا این یا آن» الگوسازی، اندیشه احتمالاتی، این عادت‌ها باعث پریشانی فرایندهای اندیشه خلاقه می شوند و فرایند اندیشه متفاوتی را باید برای بهبود بخشیدن به اندیشه خلاقه به کار برد. تفکر با این / یا آن. به خاطر سرعت تغییر در جهان نوین، زندگی اشخاص آکنده است از ابهامات و عدم قطعیتها. مردم غالباً درگیر مقادیر غیر منطقی از قطعیت در زندگی خود هستند. ولی شخص خلاقى فرا می گیرد که مقداری منطقی از ابهام را در زندگی و کار خود پذیرا باشد. در واقع، بسیاری از افراد خلاق استثنایی در محیطی بدون قطعیت به سر می برند و آن را هیجان انگیز می یابند.

### شکار امنیت

بسیاری از افراد می کوشند تا همواره تصمیم درست بگیرند و درست عمل کنند. در این راه آنان بر میانگینها، الگوها و نظریه احتمالات برای به حداقل رساندن خطرات تکیه می کنند. گرچه این راهبرد غالباً مناسب است، زمانی فرا می رسد که فرد خلاق با نوآور باید خطر کند. گاهی این خطرات منجر به خطرفتن فرد نوآور و ارتکاب اشتباه از جانب وی می شود. با این حال، وی با در

نظر گرفتن این نکته به عنوان بخشی از بازی نوآوری خود از اشتباهات پند می‌گیرد و به سمت خلق چیزهای بزرگتر و بهتر گام بر می‌دارد. همه ما می‌دانیم توماس ادیسون هنگام جستجو به دنبال ماده مناسب جهت استفاده در داخل لامپهای الکتریکی به دفعات فراوان شکست خورد.

## الگوسازی

برای مثال، می‌توانید فرض کنید که خانه دار متوسط، مؤنث است، ۳۸ سال سن و یک متر و شصت سانتیمتر قد دارد؛ ۵۴ کیلوگرم وزن دارد؛ دو فرزند دارد، یک کار نیمه وقت دارد و ۱۴.۵ سال تحصیلات دارد. ولی اگر کسی کوشش کند فردی را بیابد که در این توصیفات بگنجد، احتمال موفقیت وی بسیار کم است. به طور خلاصه، هرچه الگو یا انتزاع توصیفی تر باشد، کمتر به واقعیت نزدیک است. انجام عملیات بر اساس الگوها و میانگینها می‌تواند باعث شود تا فرد بر اساس تصویر نادرستی از واقعیت عمل کند. مهم تر آنکه، تکیه بر این انتزاعات می‌تواند ادراک فرد از نهادهای حقیقی جهان را محدود سازد. ادوارد دو بونو استدلال می‌کند که افراد باید این طرز تفکر را تغییر دهند تا خلاقیت آنها بهبود یابد. تنها الگوهای جدید اندیشه است که منجر به ایده‌ها و نوآوریهای جدید می‌شود.

## اندیشه احتمالاتی

بسیاری از مردم در کوشش برای دستیابی به امنیت بیشتر برای اتخاذ تصمیمات خود بر نظریه احتمالات تکیه می‌کنند. ولی تکیه بیش از حد بر این نظریه می‌تواند واقعیتها را وارونه جلوه دهد و شخص را از پذیرفتن ریسکهای محاسبه شده که ممکن است به تلاش‌های خلاقانه بینجامد، باز می‌دارد

کارشناسان علم احتمالات چنین گزارش می‌کنند که قدرت پیش بینی نظریه احتمالات با افزایش تعداد دفعات تکرار یک رویداد افزایش می‌یابد. اگر فردی بخواهد احتمال آوردن عدد ۳ را به هنگام ریختن یک تاس به تعداد دفعات معین بداند، نظریه احتمالات بسیار مفید واقع می‌شود. ولی اگر شخص بخواهد احتمال آوردن ۴ را با تنها یک بار ریختن تاس بداند، توانایی پیش بینی احتمالاتی به مراتب ارزش کمتری خواهد یافت. در بازی خلاقیت، فرد غالباً به فرصت یا وضعیتی توجه دارد که ممکن است تنها یک بار در طول زندگی رخ دهد. در یک وضعیت تک رویداد، حدسیات هوشمندانه و آموخته شده اگر مفید تر از منهلوق و احتمالات نباشند به همان اندازه سودمند هستند. یک راه افزایش ظرفیتهای شما تمرین برای نگرستن به برخی فرصتها / زندگی به

عنوان یک بازی ۵۰ / ۵۰ و سپس شروع به پذیرفتن برخی ریسکهاست. به علاوه تمرینات زیر که در آنها حل یک مشکل فرض شده است برای کمک به حذف افکار پریشان طراحی شده است.

❖ تمرین پذیرفتن ریسکهای کوچک در زندگی روزمره و محل کار با تکیه بر ادراک و احساس خود

❖ ثبت این ریسکها و رسم نگاره ای از صحت و پیامد آنها

❖ صحبت با فردی که فکر میکنید با یک الگوی پذیرفته شده همگانی مطابقت دارد.

❖ برعهده گرفتن چند پروژه پیچیده در محل کار و منزل که مناسب نتایج تضمین شده و قابل پیش بینی نباشند. خود را قانع کنید که با میزان قابل کنترلی از ابهام سر کنید. به شیوه واکنش خود به ابهامات توجه کنید.

❖ هنگامی که ایده ای به شما ارائه شد، ابتدا به تمام جنبه های مثبت آن سپس به تمام جنبه های منفی آن و سرانجام به کلیه جنبه های جالب آن ایده فکر کنید.

❖ هنگام گوش کردن به سخنان دیگران، از قضاوت زودهنگام درباره آنان، ایده هایشان و اطلاعات بپرهیزید و فقط گوش کنید. .

❖ سعی کنید در حال تصمیم بگیریید. یعنی نگذارید سوابق شخصی یا برآوردهای شما از آینده بر فرایند تصمیم گیری شما غالب آید.



منبع : کتاب کارآفرینی معاصر، داند اف؛ کوراتکو ؛ مترجم: ابراهیم عامل محرابی، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد



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 .

