



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
پاییز ۱۳۹۸

تکنیک های فردی برای خلق راهکارهای مختلف

بازارچه کارآفرینی

استارت آپ Startup





فصلنامه داخلی کارآفرینی ۱۱ (ایده تا پدیده)

پاییز ۱۳۹۸

شماره مجوز انتشار نشریه کارآفرینی ۱۱: ۹۷/۱۰/۰۹/۱۳۵

زمینه فعالیت: مهارتی

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

با همکاری انجمن های علمی دانشجویی

مرکز آموزش علمی - کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

سر دبیر : ثمر کوه بر

مدیر پروژه : آرزو بک زاده (مسئول دفتر کارآفرینی مرکز آموزش علمی - کاربردی)

هنر واحد ۱۱ تهران)

مدیر هنری و طراح گرافیک : سیما صلح میرزایی

اعضاء تحریریه :

سعیده اصلاحی، مهدی رضا زاده، امیر جلیلود، جعفر نجفی،

همکاران تحریریه :

رضا باباشمسی، عفت جمشیدی، حمیدرضا ترکاشوند، مریم نورهانی

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

شماره ۸، ۱۰ و ۱۲ شماره تماس: ۷-۹۶۰۶۴۳۶

WWW.Uastf11.ac.ir



۶	کلام نخست
۷	خلق راه کارهای مختلف
۱۳	پای صحبت های یک دانشجوی کارآفرین
۱۶	چهره های برتر و موفق دانشجویی
۱۸	عوامل موثر بر کارآفرینی
۲۰	داستان موفقیت یک کارآفرین ایرانی
۲۵	گزارش تصویری برگزاری بازارچه کارآفرینی
۲۹	گزارش تصویری کارگاه مهارت جرات مندی
۳۱	معرفی کتب چاپ شده
۳۳	تدوین طرح تجاری
۳۹	استارت آپ
۴۲	رویداد شتاب طراحی لباس اجتماعی بانوان (لباس اداری و رسمی)

با تلاش همیاران، همکاران و دفتر کارآفرینی مرکز فصلنامه کارآفرینی ۱۱ "ایده تا پدیده" پاییز ۱۳۹۸ نیز منتشر شد.

خلاقیت در مرزهای تاریکی متولد می‌شود. در انتهای بن بست ها و در آنجا که به نظر می‌رسد راه دیگری نیست. در واقع نوآوری و خلاقیت جایی شکوفا می‌شود که راه‌های کهنه و قدیمی پاسخگویی نیاز فعلی یا خواسته موجود نیست، یا برآورده شدن آن به زمان و صرف هزینه زیادی محتاج است. کارشناسان خلاقیت معتقدند "برآورده شدن مناسب نیازها شرط لازم برای به وجود آمدن آمل و آرزوهاست. به عنوان مثال یک فرد گرسنه و آواره هرگز به فکر پرواز بر فراز کوه‌ها نخواهد افتاد. بسیاری نیز معتقدند که خلاقیت در نیاز متولد می‌شود همان گونه که بسیاری از اختراعات بزرگ نه محصول تعریف مشکلی خاص بلکه برای برآوردن نیازی خاص به وجود آمده‌اند." برای گذر گام به گام از تاریکی و ساختن جاده‌های تازه برای عبور در انتهای راه‌های قدیمی (در حوزه نیازهای زمینی بشر) تفکر خلاق تکنیک‌هایی ارائه می‌کند که با راهبرد ذهن و افزایش کارایی آن منجر به بروز خلاقیت و افزایش ایده‌های نو می‌شود. متفکران معتقدند یکی از خصوصیات بارز افراد خلاق، آن است که توانایی "نوع دیگر دیدن"، در آن‌ها زنده و فعال است. منظور از "نوع دیگر دیدن" این است که تنها به یک حالت، به یک تعریف و یک تعبیر از رویدادها اکتفا نکرده و از خود پرسید که غیر از این، چه تعبیر دیگری می‌تواند برای این رویداد خاص وجود داشته باشد. تکنیکی وجود دارد که فرایند اخیر را در انسان فعال می‌سازد. این تکنیک ساده، پرسیدن یک سؤال از خود، در هنگام مواجهه با مسائل و موضوعات است. این سؤال حرکت‌دهنده در جهت توسعه نگاه انسان، سؤال "دیگه چی؟" است که موتور تفکر خلاق فرد را روشن می‌کند و از این طریق شخص، خود را وادار می‌سازد که به دنبال برداشته‌ها و تعبیر دیگری از موضوع برود و به یک تعبیر، بسنده نکند. هر چه در مورد یک موضوع، تعداد تکرار این سؤال، بیشتر باشد دستاورد آن بیشتر خواهد بود. این دستاورد، دستیابی به ایده‌های هرچه بیشتر است. البته این امر، اسبابی دارد که از اصلی‌ترین آن‌ها، پرهیز از تعجیل برای به پایان رساندن حل مسئله است. باید به خود، زمان کافی جهت دستیابی به راه‌حل‌های هر چه بیشتر را داد، حوصله داشت و تمام توان خود را در این راستا به کار گرفت.

از اساتید محترم، کلیه کارکنان و دانشجویان عزیز دعوت می‌کنیم با در اختیار گذاشتن نظرات، پیشنهادات، تجربیات و مقالات خود را در ارائه بهتر این مجله یاری فرمایند. امیدواریم با کمک دوستان هر فصل نشریه‌ای پربارتر را تقدیم عزیزان نمائیم.

حسن مرادی

رئیس مرکز آموزش علمی کاربردی

فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

تکنیکهای فردی برای خلق راه کارهای مختلف

خلق راه کارهای مختلف

برای ماندگاری در شرایط محیطی عصر حاضر، خلاقیت امری ضروری است به محض اینکه از هتل های واقعا پنج ستاره جهان خارج شوید، همه هتل ها یکسان هستند، تنها رنگ سائن انتظار آنها با هم تفاوت دارد. نوآوری رمز بقاء است.

(مایکل لئون، رئیس سابق Days inns)

افراد معمولاً بر این باورند که داشتن نظریات و افکار واقعا خوب فقط برای عده ای خاص میسر است و بقیه ما که دارای استعداد های "ادراکی" خاصی نیستیم، نمی توانیم افرادی خلاق باشیم. هیچ چیز نمی تواند از حقیقتاً دورتر باشد. بکارگیری برخی می تواند باعث افزایش خلاقیت و خلق راه کارهای جدید گردد.



قیاسها و استعاره ها

قیاس و استعاره می توانند به عنوان وسیله ای برای شناسایی مسائل و درک بهتر آنها، عمل کنند. از قیاس و استعاره همچنین می توان برای خلق راه حل های مختلف استفاده کرد. اغلب می توانید بین مسئله خود و چیز دیگر قیاس به عمل آورید، یا آن را به صورت استعاره بیان کنید. این کارها ممکن است شناخت عمیقی را نسبت به چگونگی حل مسئله ایجاد کند.

قیاس

قیاس عبارت است از مقایسه بین دو چیز که در اصل غیر مشابه اند ولی با این عمل نشان می دهیم که شباهتی بین آنها وجود دارد. از قیاس اغلب برای حل مسائل استفاده می شود.

استعاره

استعاره نوعی کلام است که رد آن، دو اندیشه بوسیله یک نقطه مشترک (تشابه) ، به یکدیگر پیوند می یابند. به معنای وسیع تر کلمه ، همه استعاره ها قیاسهای ساده هستند.

✚ تحلیل راه حل های گذشته

گزارشهای فنی، گزارشهای تخصصی و کتابهایی که داستانهای مربوط به اینکه دیگران چگونه مسائل خود را حل کرده اند را نقل می کنند، در تشخیص راه حل های ممکن برای حل مسئله، قابل به کارگیری هستند.

✚ تداعی

تداعی یعنی برقراری یک رابطه ذهنی بین دو شیء یا دو اندیشه، که بر اساس سه قانون اولیه صورت می گیرد. این قوانین در اصل توسط یونانی های باستان تدوین شد و عبارتند از مجاورت، شباهت، تباین اشاره به چیزهای غیرمشابه دارد که تقریباً در مقابل یکدیگرند. بنابراین ، تداعی یعنی در نظر گرفتن چیزی نزدیک، مشابه یا مغایر با شی یا اندیشه موردنظر

✚ برشمردن صفات

تکنیک برشمردن صفات که توسط پروفیسور روبرت پلات کرافورد از دانشگاه نبراسکا طراحی شد، عبارت است از برشمردن کلیه صفات یا ویژگیهای یک مسئله یا یک شی حل کننده مسئله سپس به طور منظم هر یک از صفات یا گروه صفات را تجزیه و تحلیل و سعی می کند به هر چند روش ممکن ، آنها تغییر دهد. نمونه هایی از صفات عبارتند از صفات فیزیکی نظیر رنگ، سرعت، بو، وزن، اندازه صفات اجتماعی مانند هنجارها ، مسئولیتها، رهبری، و ارتباطات، صفات روانشناختی مانند ادراک، انگیزه، صورت ظاهری، نماد، خویشتن شناسی و صفات دیگر مانند هزینه ، کارکرد، مدت خدمات و ...

🚩 بازگشت به مشتری

می توانیم با روی برگرداندن از مسائل مربوط به تولید و روی آوردن به مسائل مربوط به بازاریابی، رابطه بین فعالیتهای خود و مشتریان را به لحاظ محصول ، قیمت ،تبلیغ، توزیع و بازارموردنظر، بررسی کنیم.

🚩 بازگشت به خورشید

همه چیزهای فیزیکی را می توان به معادلهای انرژی آنها تبدیل کرد. با ردیابی منشا آنها تا منابع طبیعی و درنهایت تا به خورشید، به عنوان منبع همه انرژیها ، می توانیم رابطه بین اجزای یک مسئله را بهتر درک کنیم. این درک بهتر می تواند به راه حلهایی منتهی شود.



🚩 چرخه فرصت

این فرایند از انتخاب تصادفی ویژگیهای مسئله و ترکیب آنها برای به دست آوردن موضوعی که بتوان آن را در جلسه توفان فکری بررسی کرد، تشکیل می شود. این فرایند ممکن است بسیار وقت گیرباشد اما در عوض به لحاظ خلق اندیشه ها و نظرات ،بسیار مفید است. این تکنیک به نوعی شبیه با فرایندهای برشمردن صفات و تداعی معانی ویژگیها است که پیشتر درباره آن بحث کردیم، گرچه به طور مستقل و جدای از آن فرآیندها طراحی شد.

✚ برنامه های کامپیوتری

از تعدادی برنامه های کامپیوتری می توان برای خلق راه کارها و راه حلهای گوناگون استفاده کرد و در حالات دیگر، خلاقیت را به فرایند حل مسئله افزود. معروفترین و قدرتمندترین این برنامه ها به لحاظ محاسبات ، برنامه Idea fisher است. این برنامه حاوی ۶۰۰۰۰ واژه و عبارت است که در مجموع ۶۵۰۰۰۰ تداعی معانی را تشکیل می دهد و این تداعی های با چندین هزار سؤال مرتبط هستند. سئوالها به سه دسته تقسیم بندی شده اند.)

برنامه دیگر Idea generator plus نام دارد که می توان از آن برای حل مسائل استفاده کرد. موضوع اصلی این برنامه این است که حل کننده مسئله، فرایند حل مسئله را بررسی و اطمینان حاصل کند که تمامی ابعاد مسئله مورد توجه قرار گرفته است.

برنامه Ideagen نیز کاربر را از فرایند حل مسئله عبور می دهد ولی عبارتهای تصادفی در اختیارش می گذارد تا در خلق نظریات از طریق تداعی آزاد به وی ، کمک کند.

نرم افزار Mindlink از یک سری محرکهای ذهنی برای کمک به حل مسئله استفاده می کند. از کاربر می خواهد فرایندهای تداعی معانی معمول را رها کند و به دنیای تداعی های غیرمعمول برود.

✚ موعد مقرر

از آنجایی که بسیاری از افراد خلاق اگر تحت فشار باشند بهتر کار می کنند تعیین ضرب الاجل برای خلق راه کارهای مختلف و برانگیختن کارخلاق، بی نهایت موثر است. تعیین مهلت، فشار را افزایش می دهد و فعالیت مغز نیمکره راسترا بیشتر تحریک می کنند.

✚ با حواس پنجگانه خود مسئله را بررسی کنید

آیا می توانید از حواس پنجگانه خود (شنوایی، بینایی، بساوایی، بویایی ، چشایی) برای رسیدن به ایده هایی درباره مسئله تان و چگونگی حل آن ، استفاده کنید؟ با طرح پرسشهای زیر درباره مسئله خود، بینش ها و راه حلهای احتمالی را که به نظرتان می رسد نام ببرید:

- | | |
|------------------|-------------------------|
| ۱- چه حسی دارد؟ | ۳- چگونه به نظر می رسد؟ |
| ۲- چه بویی دارد؟ | ۴- چه صدایی دارد؟ |
| | ۵- چه مزه ای دارد؟ |

شبکه شطرنجی FCB

اگر به دنبال این هستید که محصولات یا خدمات جدیدی ارائه کنید و سعی می کنید ببینید که چگونه می توانید آنها در مقابل رقبا قرار دهید این تکنیک به شما کمک خواهد کرد. شبکه شطرنجی FCB توسط ریچارد وون طراحی شد. این شبکه یک ماتریس چهارخانه ای، مشابه با ماتریس هایی است که عموماً برای توصیف مفاهیم مدیریت و بازاریابی استفاده می شود. دو محور ماتریس موقعیت مشارکت زیاد و کم و میزان تفکر و احساس را در رابطه با محصولات و خدمات نشان می دهد.

تکنیک متمرکز شیء

تکنیک متمرکز بر شیء دارای عناصری از تداعی آزاد و روابط اجباری است. شیء یا ایده دیگر به صورت دلخواه انتخاب می گردد. سپس از صفات و ویژگیهای این شیء یا ایده دوم به عنوان نقطه شروع مجموعه ای از تداعی ها استفاده می شود. سعی بر این است که جریان تداعی های حاصله با شیء یا مسئله انتخاب شده انطباق داده شود. در مورد تبلیغ کپی و ایده های هنری، شیء که عمداً انتخاب شده، معمولاً محصولی است که باید تبلیغ شود.

نگاه تازه

از بیرون از سازمان کسی را بیاورید که چیزی درباره مسئله نمی داند، شاید کسی از زمینه کاری متفاوت و یا از شرکت دیگری یا مشاوری را دعوت کنید که در زمینه خلاقیت کارشناس است ولی تخصصی در رشته کاری خاص شما ندارد، چنین شخصی ممکن است مسئله را با دید تازه ای بنگرد. شخصی که از بیرون دعوت می شود ممکن است ایده های جدیدی ارائه دهد.



✚ گوش دادن به موسیقی

گوش دادن به موسیقی آرام و ملایم، روش خوبی برای "رهاکردن" ضر نیمه آگاهتان است. موسیقی در سمت راست مغز شنیده می شود یعنی سمتی که بیشتر ادراکی و شهودی است تا استدلالی و عقلی (البته در مورد افراد چپ دست، قضیه برعکس است) موسیقی همچنین معمولاً باعث می شود سمت تحلیلی مغز به خواب برود و به این ترتیب، سمت ادراکی مغز فعال تر شود.

✚ یافتن راه حل مسئله در خواب و رویا

یکی از ساده ترین راه ها برای خلق راه حل های مختلف این است که درست قبل از خوابیدن، معقولانه، خیلی سخت، و خیلی طولانی درباره مسئله فکر کنید. مسئله را از ذهنتان بیرون کنید و سپس به خواب بروید. هنگامی که صبح بیدار می شوید با شگفتی می بینید که یک راه کار یا مجموعه ای از راه کارهای جالب برای حل مسئله به ذهنتان رسیده است. دلیل کارساز بودن این تکنیک این است که ضمیر نیمه آگاه شما به هنگامی که در خواب هستید به کار خود ادامه می دهد.^۱

^۱ کتاب کارآفرینی: ۱۰۱ تکنیک حل خلاق مسئله، جیمز ام. هیگینز؛ ترجمه: دکتر محمود احمدپور؛ انتشارات امیرکبیر

مصاحبه با آقای وحید رشیدی دانشجوی کارآفرین
مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

پای
صحبت‌های
یک دانشجوی
کارآفرین



- رشته تحصیلی در مقطع دبیرستان علوم تجربی
- کارشناسی مهندسی کشاورزی از دانشگاه آزاد اسلامی
- رشته تحصیلی مقطع کارشناسی، کارگردانی سینما

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

اینجانب وحید رشیدی دانشجوی کارشناسی کارگردانی سینما متولد ۱۳۶۷
نویسنده ، کارگردان و بازیگر متولد تهران

- ❖ مولف : کتاب زندگی انتهایی ندارد(داستان نیمه بلند)
- ❖ اجرای نمایش سلول خاکستری به مدت ۳۰ شب در تهران با نویسندگی و کارگردانی
- ❖ نگارش فیلمنامه بلند ره گم کرده و کسب رتبه در جشنواره دانشجویی سال ۱۳۹۲
- ❖ ساخت فیلم کوتاه چند ثانیه به دوازده (نویسنده، کارگردان، بازیگر)
- ❖ ساخت فیلم کوتاه جاسب (نویسنده، کارگردان، بازیگر)
- ❖ نگارش فیلم نامه های کوتاه و نیمه بلند و بلند
- ❖ نگارش نمایشنامه بلند سوآن آدلر، کسی که سارا عشقش را کشت در ۵ پرده
- ❖ نگارش نمایشنامه دینا جایی برای مردن

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

با توجه به اینکه در رشته ای دیگر فارغ التحصیل شدم و در مقطع کارشناسی ارشد در رشته بیماری
شناسی دانشگاه دولتی تحصیل می کردم از این رشته انصراف داده و تصمیم داشتم در مقطع
کارشناسی ارشد سینما شرکت کنم ولی ترجیح دادم تجربیات خود را با تحصیلات آکادمیک یکپارچه

کنم تا بتوانم ادامه تحصیل دهم و کارهای بهتری ارائه دهم تا اینکه با دانشگاه علمی کاربردی آشنا شدم و این دانشگاه بخاطر مزایای آن و مهارتی بودن رشته ها انتخاب کردم.

۳. مزایای دانشگاه علمی کاربردی در شرایط فعلی که شما دانشجوی آن هستید چیست؟

با توجه به انسجام کلاس و زمان بندی مناسب و اشتغال اطلاعات مناسب اساتید در کوتاه ترین زمان و در دسترس بودن دانشگاه و مرکزیت دانشگاه از مزایای علمی کاربردی می باشد حمایت دانشگاه و پرورش نیروهای کاربردی برای بازارکار و انجمن ها علمی نیز موردی بسیار با اهمیت است.

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

مخاطبین صحبت کنید چه پیشنهاداتی دارید ؟

به یک جمله ای از چارلی چاپلین اکتفای کنم :

(انتخاب به دنیا آمدن در دست انسان نیست ولی انتخاب فقیر مردن در دست خود انسان است).

۵. چه عواملی در موفقیت شما موثر بوده است؟

علاوه بر اینکه خداوند در هر مرحله ای از زندگی همیار و همراه بوده و همیشه از خداوند و اهل بیت کمک گرفته ام به نظرم توکل بر خدا در درجه اول و بعد پشتکار ، مطالعه از مهم ترین خصوصیات موفقیت در هر زمینه ای است.

۶. ویژگی های خودتان برای دانشجوی موفق بودن را چگونه ارزیابی می کنید؟

موفقیت دریایی است که انتها ندارد و انشاءالله خداوند عنایت بفرماید تا این روند رو به رشد را حفظ کنم اما علاقمندی و عاشق بودن نسبت به زمینه ای که فعالیت دارم ، انرژی مضاعفی در من ایجاد می کند تا به سمت اهداف پیش بروم.

۷. تحصیل در دانشگاه علمی کاربردی در موفقیت شما موثر بوده است؟

صد درصد : حس رقابت بین دانشجویان علمی - کاربردی بسیار است با توجه به اینکه اکثر دانشجویان افرادی باتجربه در زمینه فعالیت من هستند انگیزه ای خوبی است و البته پروژه هایی که اساتید سر کلاس از دانشجویان می خواهند کمک بسیار شایانی در یادگیری دانشجویان می کند و همچنین حمایت خود دانشگاه باعث دلگرمی بنده شده است.

۸. ویژگی دانشجوی موفق چیست؟

مهمترین صفتی که یک دانشجو می تواند داشته باشد با اخلاق بودن دانشجو است که اخلاق بحث گسترده ای دارد هر چند اخلاق صفتی است که هر انسانی باید داشته باشد به خصوص ملت شریف ایران که دین شریف اسلام را برگزیده اند.

۹. پیام شما برای سایر دانشجویان؟

عاشق باشید و برای عشقتان ارزش قائل باشید و برایش بجنگید .



چهره های

برتر و موفق

دانشجویی

درخشش مستند "آشو" در جشنواره جهانی لایپزیگ آلمان

به کارگردانی جعفر نجفی

دانشجوی رشته فیلمسازی

فیلم مستند "آشو" به کارگردانی جعفر نجفی دانشجوی رشته

فیلمسازی مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران، دیپلم افتخار

بهترین مستند کوتاه شصت و دومین جشنواره جهانی لایپزیگ آلمان را از آن خود کرد.

شصت و دومین دوره جشنواره بین المللی فیلم های مستند و انیمیشن در لایپزیگ از ۲۸ اکتبر

برابر با ۶ آبان آغاز شد و شنبه ۱۱ آبانماه با معرفی بهترین ها به پایان رسید.

این جشنواره یکی از جشنواره های معتبر در حوزه فیلم های مستند و انیمیشن است که امسال

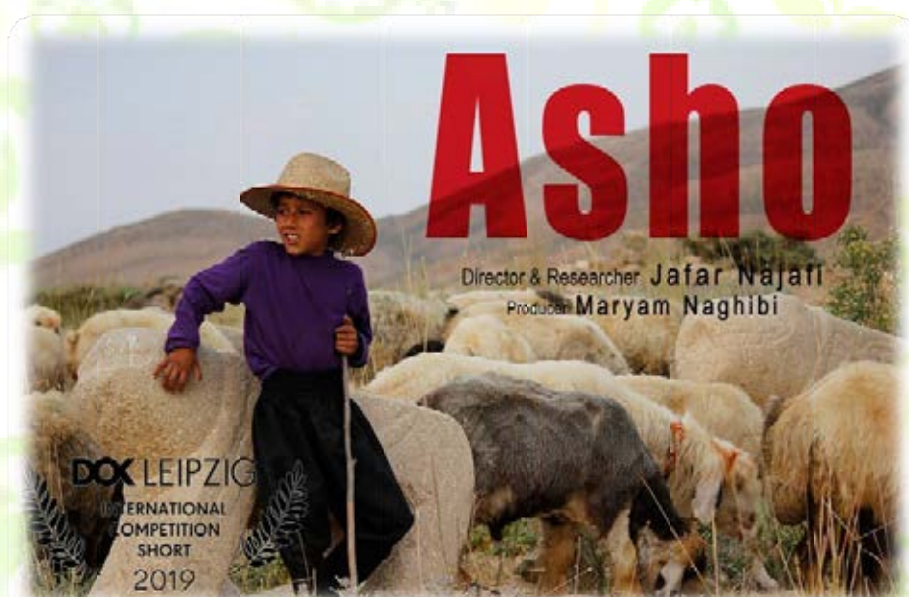
۳۱۰ فیلم از ۶۱ کشور در این جشنواره حضور داشتند.



بر همین اساس نجفی در پاسخ به خبرنگار موج در مورد موضوع و داستان این فیلم مستند گفت: آشو کودکی چوپان است که دلبسته سینما و بازیگری است و مرتب در حال دست و پنجه نرم کردن با مشکلات زندگی روز مره و کارش است اما همزمان با عشقی که به فیلم های مطرح سینمای جهان و بازیگری دارد زندگی اش آمیخته به رویاهایش می شود.



کارگردان مستند آشو در مورد مدت زمان پیش تولید تا نمایش فیلم گفت: فیلم مستند آشو حدود ۵ ماه مطالعه و تحقیق را در مرحله پیش تولید و ۲۰ روز تصویر برداری در مرحله ی تولید و ۳ ماه مراحل پسا تولید را پشت سر گذاشت. پس طی کردن مراحل فنی و آماده شدن نسخه ی نهایی فیلم، سرکار خانم مریم نقیبی که از فعالان حوزه بین المللی فیلم و انیمیشن هستند عرضه و پخش بین المللی فیلم را آغاز کرده است که پذیرفته شدن این فیلم در در بخش رقابتی هر دو جشنواره لایپزیگ (Leipzig) آلمان و ایدفا (IDFA) هلند از اولین بازخورد های بین المللی آن است.



عوامل موثر بر کارآفرینی

عوامل موثر بر کارآفرینی

کارآفرینی یک فرآیند پیچیده است که تحت تأثیر فعل و انفعال دامنه گسترده‌ای از عوامل مختلف قرار می‌گیرد. ازجمله مهم‌ترین عواملی که کارآفرینی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف. عوامل فردی مؤثر بر کارآفرینی

عوامل فردی با شایستگی‌ها و توانمندی‌های شخصی کارآفرین در ارتباط هستند:

- ✚ ابتکار عمل: کارآفرین بدون نیاز به درخواست یا دستور دیگران دست‌به‌کار می‌شود؛
- ✚ فعال و نه منفعل: فرصت‌ها را شناسایی و از آن‌ها بهره‌برداری می‌کند؛
- ✚ پشتکار: در هر شرایطی برای غلبه بر موانع تلاش می‌کند و هرگز از موفقیت سیر نمی‌شود؛
- ✚ مهارت حل مسئله: توانایی ایده پردازی دارد و به راهکارهای نوآورانه‌ای دست پیدا می‌کند؛
- ✚ توانایی متقاعدسازی و جلب نظر دیگران: می‌تواند نظر مشتریان، شرکا و سرمایه‌گذاران را جلب کند و در حفظ و گسترش روابط توانمند است؛
- ✚ اعتماد به نفس: قدرت تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات خود را دارد؛
- ✚ خود انتقادگری: از اشتباهات خود و تجربه‌های دیگران درس می‌گیرد؛
- ✚ مهارت برنامه‌ریزی: در جمع‌آوری اطلاعات، طراحی برنامه‌های مدّون و نظارت بر عملکرد مهارت دارد؛
- ✚ ریسک‌پذیری: مخاطرات را به‌طور حساب‌شده‌ای به جان می‌خرد. این ویژگی ضروری‌ترین توانمندی برای کارآفرینی است.

ب. عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی

منظور از عوامل محیطی، عوامل مرتبط با شرایطی است که کارآفرین در آن کار می‌کند. ازجمله این عوامل می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

✚ فضای سیاسی

✚ سیستم قانونی

✚ شرایط اقتصادی

✚ شرایط اجتماعی

✚ وضعیت بازار

✚ امنیت^۲



^۲ کارآفرینی، احمد پور داریانی، آصف کریمی، انتشارات نشر دانشگاهی



داستان
موفقیت یک
کارآفرین
ایرانی

شکوه السادات هاشمی یکی از کسانی است که نامش میان زنان موفق ایران ثبت شده، چون او تلاش کرد مشکل بزرگ خودش را حل کند و از آنجا که این مشکل برای بسیاری از زنان جهان وجود داشت، تبدیل به یکی از ثروتمندترین زنان ایران شود.

حالا باید پرسید: چطوری؟

جوابش می‌شود: سووووووسک!
به همین راحتی!

آشنایی با بازار کار

یک آگهی دیدم و جذب آن شدم. آموزشگاه اقتصاد ایران در میدان فردوسی، به مناسبت تأسیسش اعلام کرده بود که دفترداری، حسابداری، منشی‌گری و تایپ فارسی و لاتین را رایگان درس می‌دهد. این اطلاعیه بهانه‌ای شد که من به آنجا بروم و این دوره‌ها را ببینم. البته در یادگیری آن دوره‌ها زیاد موفق نبودم ولی با این حال گواهینامه‌اش را گرفتم. این دورانی بود که پدر کم کم داشت موقعیتش ضعیف می‌شد و شرایط سختی برای خانواده به وجود می‌آمد. نزدیک خانه ما یک نمایندگی ایران ناسیونال وجود داشت که در سال ۶۴ تأسیس شده بود. آقای به نام محمدرضا کلانتری، آن موقع قطعات پیکان را تولید می‌کرد. من با درخواست از وی و کمکش، در جایی مشغول به کار شدم. یادم هست روز اول مهر بغض کرده بودم وقتی می‌دیدم بچه‌ها به مدرسه می‌روند و من باید سرکار بروم.

رفتن من به سرکار، مقارن با روز اول مهر شده بود. نزدیک به ۲ ماه در تعمیرگاه شماره ۸۱ ایران ناسیونال، در خیابان هفده شهریور شمالی فعلی کار کردم. از آنجا که بیرون آمدم فقط یک روز بیکار بودم. زنگ زدم به جایی و گفتم آیا شما «کاردکس من» می‌خواهید؟ کاردکس من کسی بود که موجودی‌های لوازم یدکی را در برگه‌هایی وارد و خروجی‌ها را خارج می‌کرد. ۳-۴ سال هم در جای جدید کار کردم و همزمان با آن درس هم می‌خواندم.

کلاس هفتم بودم که ۵-۶ تا تجدید آوردم و شوکه شدم. مگر می‌شد من تجدید آورده باشم؟ تجدیدهایم به این دلیل بود که مادرم می‌گفت باید همه کارها را انجام بدهم و بعد کتاب یا درس بخوانم. خانواده ما هم خانواده شلوغی شده بود. ۲ زن پدرم با هم زندگی می‌کردند و مدام با هم درگیری داشتند. بعدتر پدرم صلاح دید که آن‌ها را از هم جدا کند.

نگهداری از ۶ بچه

روزها کار می‌کردم و شب‌ها درس می‌خواندم. در کلاس دهم همان بلای کلاس هفتم سرم آمد و بعد دوباره به خودم آمدم و تا دیپلم همه درس‌ها، بخصوص درس‌های ریاضی نمره‌هایم بالا بود. در سال ۵۴ در همان محیط کار با آقای آشنا شدم و ازدواج کردم. ماجرای ازدواج ما هم طولانی است.

او قبل از آن ازدواج کرده و دو بچه داشت. به سفارش پدرم، قرار بود من آن بچه‌ها را قبول نکنم اما در یک مقطع دیدم لازم است و قبول کردم. ۲ بچه شوهرم داشت و ۴ بچه هم خودم به دنیا آوردم. در همین شرایط هم هر سال در دانشگاه شرکت می‌کردم و قبول هم می‌شدم اما خانواده موافقت نمی‌کردند. زندگی ادامه داشت تا سال ۷۳ که مقطع دیگری از زندگی‌ام شروع شد.

حمله سوسک‌ها به ساختمان

من اصولاً زن بی‌نظمی نبودم که زندگی‌ام را کثیف اداره کنم، اما ساختمان ما یک ساختمان قدیمی در حوالی نارمک بود که سوسک زیادی داشت؛ چون این ساختمان همجوار با یک حمام عمومی و رودخانه بود. مانده بودیم چه کار کنیم که این سوسک‌ها از بین بروند. اعضای خانواده با هم فکر می‌کردیم و با همسایه‌ها بررسی می‌کردیم، اما نمی‌شد. کتاب‌ها را بررسی و از سوسک کش‌های مختلف استفاده می‌کردیم اما مشکل حل نمی‌شد.

کشف فرمول سوسک کش

به نظرم عوامل زیادی در موفقیت آدم‌ها تاثیر می‌گذارد. این نیست که بگوییم، اگر یک نفر خلاق و مبتکر باشد، حتما موفق می‌شود. خلاقیت هم مسئله خیلی مهمی است اما تنها عامل نیست و عوامل مهمی در این مسئله دخیل هستند. یکی از آن‌ها عوامل روانی و انسانی آن است که آدم‌ها خالص باشند. وقتی آدم‌ها روح خود را درگیر دروغ، سخن چینی، خیانت، بدجنسی، بدذاتی، غیبت و... نکنند و درونشان خالص باشد، خداوند به آن‌ها پاداش‌هایی می‌دهد و آن‌ها را به راه‌های خوبی راهنمایی می‌کند.

اول دنبال ماده‌ای بودم که سوسک‌های خانه خودمان از بین برود. از هرچه که استفاده می‌کردیم، سوسک‌ها از بین نمی‌رفتند. ساکنان ساختمان ما از لحاظ مالی قوی نبودند با این حال حاضر شدیم کل ساختمان را یکی، دو بار سم‌پاشی کنیم. ساختمان یکی-دو روز بوی گند سم می‌داد ولی بعد از این یکی-دو روز، باز سر و کله سوسک‌ها پیدا می‌شد.

در ذهنم بود که باید کاری انجام دهم و به صورت اتفاقی و با آزمون و خطا به ترکیبی رسیدم که سوسک‌ها را نابود می‌کرد. نه، بهتر است بگویم ترکیب من سوسک‌ها را امحا می‌کرد.

من هم مثل ادیسون

خیلی از کارهایی که بشر انجام داده از سر اتفاق است. بشر به صورت اتفاقی آتش را کشف کرد، ادیسون از سر اتفاق لامپ را ساخت. من هم از سر نیاز به فرمول خمیر سوسک رسیدم. شکل رسیدن به فرمول هم جالب بود. وقتی قورمه سبزی درست می‌کنید، یک نفر در آن آبغوره می‌ریزد، یکی آبلیمو، دیگری اسفناج هم استفاده می‌کند و هرکس مطابق با ذائقه و سلیقه‌اش قورمه سبزی را درست می‌کند. یک نفر هم هست که می‌گوید چطور می‌شود از همه این‌ها استفاده کنم. او تن نمی‌دهد به اینکه کاری را که همه انجام داده‌اند، انجام بدهد. اگر کسی به مزه معمول و متداول قورمه سبزی تن ندهد، به قورمه سبزی خیلی خوشمزه تری می‌رسد.



ثبت اختراع

یکی- دو سال طول کشید تا توانستم تاییدیه بگیرم؛ گواهی نوآوری از سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی و گواهی غیر سمی بودن فرمول. در آن گواهی نوشته شده بود: این خمیر بدون استفاده از سموم ساخته شده و برای انسان هم هیچ مسمومیتی ندارد. من موفق شده بودم این خمیر را ثبت اختراع کنم. از همان اول اسمش را امحا ثبت کرده بودم چون یک بار استفاده از این خمیر باعث می‌شود که سوسک محو شود و حتی جنازه‌اش هم توی محیط نیفتد. این از مزیت‌های آن است چون از جنازه سوسک پروتئین مضر آزاد می‌شود. سوسک‌ها وقتی این خمیر را می‌خورند یک حالت تشنگی به آن‌ها دست می‌دهد و می‌روند توی راه آب‌ها و از بین می‌روند.

اسم امحا یک اسم با مسما و خوب بود. وقتی رفتم لوگو را طراحی کنم، به آقای که آن را طراحی می‌کرد، گفتم: این لوگو را خیلی خوب طراحی کن، چون این اسم یک روزی اسم خیلی مهمی در ایران می‌شود.

ماجرای عرضه و تقاضا

وقتی آن ماده را درست کردم و دیدم سوسک‌های خانه‌ام از بین رفت، نگفتم این خمیر مال خودم باشد. مدام این خمیر را می‌ساختم و به دروهمسایه می‌دادم. به شاگردان کلاس صبحگاهی و معلم‌های مدرسه‌ای که کار می‌کردم هم دادم.

هر کس می‌گفت خانه‌ام سوسک دارد، می‌گفتم من یک ماده درست کردم که سوسک‌ها را از بین می‌برد. یک شب در خانه‌مان صحبت شد، همسرم گفت می‌توانید با بچه‌های تیم کوهنوردی جمع شوید و این را در قوطی بریزید و بفروشید اما من همین طور درست می‌کردم و به متقاضیان می‌دادم تا اینکه تقاضا آنقدر زیاد شد که به این نتیجه رسیدم باید سفارش بگیرم و تولید کنم.

فرآیند تولید خانگی

در خانه یک لگن داشتم که جنس آن از روی بود و توی آن لباس ۸ نفر را می‌شستم و با همه این کارها و مسئولیت‌ها که داشتم در همین لگن خمیر امحا درست می‌کردم و توی تیوپ‌های آکواریوم می‌ریختم و با دم باریک ته آن را می‌بستم و توی پلاستیک‌هایی که از پله‌های نوروز خان می‌خریدم، می‌ریختم. بروشورهایی هم درست می‌کردیم و کنار این خمیرها می‌گذاشتیم. البته آن موقع دیگر در خانواده هم به من کمک می‌شد و آن‌ها هم در پیشرفت کار تاثیر داشتند. من نمی‌خواهم بی‌انصاف باشم و بگویم همه کارها را خودم می‌کردم.

وام برای توسعه

آن موقع سازمان پژوهش‌ها به کسانی که این گواهینامه را می‌گرفتند وام می‌داد. صندوق توسعه تکنولوژی به مخترعین، مبتکرین و مکتشفین وام می‌داد و من هم این وام را گرفتم. البته وامی که برای من ۲۱ میلیون تصویب شده بود، شد ۴ میلیون. یک وام دیگر گرفتم با عنوان «طرح اعطای کمک‌های فنی و تکنولوژی» از وزارت صنایع که همیشه دعایشان می‌کنم. بدون بهره و بدون هیچ اذیت و آزاری این وام را به من دادند و من با قسط اول این وام توانستم در فیروزکوه سوله بخرم و کارم را گسترش بدهم.

خدا مرا دوست دارد

با وجود آنکه به من توصیه شده بود که شرکت نزنم، شرکت زدم و با همسرم شریک شدم اما بعدا مشکلاتی به وجود آمد. نزدیک بود دوباره صفر شوم اما خدایی که جایزه را به من داده بود، دوباره به من کمک کرد. دوباره از پستوی دفترم شروع کردم و البته این دفعه پول داشتم.

رفتم یک همزن خمیر نانوايي خريدم و آنجا شروع به کار کردم. لطف خدا به من اين بود که آن موقع که اسم را ثبت می‌کردم، اين اسم را به نام شرکت نکرده بودم. وقتی که به وزارت بهداشت می‌رفتم که مجوز بگیرم، نوشت: حسب ارائه مدارک و محصول توسط شکوه السادات هاشمی، چون از سموم استفاده نشد، مشمول اخذ مجوزهای بهداشتی نیست. در بحبوحه مشکلات ما، وزارت بهداشت گفته بود که باید پروانه ساخت بگیريد و معلوم شده بود که اين سوسک کش چقدر کارایی دارد. ما توانسته بودیم سوسک‌های همه جا را ریشه کن کنیم. دیده بودند کم کم داریم سوسک زندان‌ها، اداره‌ها، اداره‌های دولتی، بهزیستی‌ها که نمی‌توانستند معلولان را تکان بدهند و همین طور زندان‌ها را ریشه کن می‌کنیم، بنابراین گفتند باید مجوز بگیرید و مجوز را به کسی می‌دادند که اسم فرمول به نام او بود، یعنی شکوه السادات.











گزارش تصویری از برگزاری کارگاه

"آموزش مهارت جرات مندی"

توسط دفتر مشاوره روانشناسی مرکز روز سه شنبه مورخ ۹۸/۰۲/۳۰





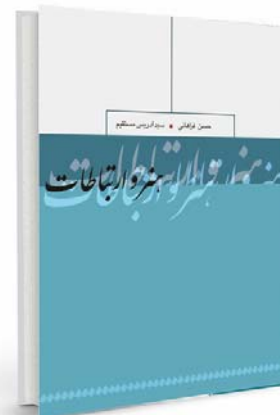
معرفی برخی کتب چاپ شده توسط انتشارات مرکز آموزش علمی - کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران

هنر و ارتباطات

مولفین: حسن فراهانی، سید ادريس مستقيم

عناوین سرفصل کتاب:

- هنر و ارتباطات
- جامعه‌شناسی هنر و ارتباطات
- آشنایی با کاربرد هنر
- انواع هنر
- هنر و رسانه
- آشنایی با هنر اسلامی و ایرانی



قوانین و مقررات فرهنگی و رسانه ای

مؤلف: آرشد عابدی

عناوین سرفصل کتاب:

- حقوق فرهنگی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- قوانین فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای عالی
- انقلاب فرهنگی
- مالکیت ادبی و هنری
- قوانین مربوط به ترجمه و تفسیر کتب و نشریات و آثار صوتی
- قوانین مربوط به مائل ارتباط جمعی
- قوانین مربوط به کانون های تبلیغاتی



مرجع تصویرسازی با CorelDraw

مولف: علی محمودی

عناوین سرفصل کتاب:

- انواع سبک های گرافیک کامپیوتری
- گرافیک پیکسلی و برداری
- معرفی اجرای محیط CorelDraw
- مدیریت اسناد
- کنترل صفحه تصویر
- آشنایی با ابزارهای کمک ترسیمی
- کار با شکلهای از پیش آماده



فرهنگ اقوام

مولف: طلعت صفری

عناوین سرفصل کتاب:

- تبار ایرانیان ، ایرانیان عصر اوستا، گروه های نژادی
- عشایر و دامداری، کشاورزی و کوچ، سازمان ایلی
- آداب و سنن ملی، عقاید و باورهای مردم عامه، جشن های ملی و مذهبی
- خدایان در ایران باستان، باورهای مردم
- رقص و موسیقی در ایران، بازیهای محلی کودکان
- وحدت و کثرت در اقوام ایرانی، تاثیر پیامدهای فرهنگی تکنولوژی در ساخت خانواده
- ازدواج، کارکردهای خانواده



چگونه یک طرح تجاری بنویسیم؟

یک طرح تجاری دارای بخش های مختلفی است که هریک به تشریح عملکردهای متفاوت یک کسب و کار می پردازد . هر شخصی (شرکتی) که تمایل به شروع کاردارد باید دقیقاً اطلاعات موردنیاز هر بخش را در زمینه ی کار خود آماده نموده و در نهایت به آن عمل کند.

طرح تجاری شامل بخش های زیر می باشد:

- ۱- بخش معرفی
- ۲- خلاصه طرح
- ۳- تحلیل صنعت
- ۴- شرح فعالیت کارآفرینانه
- ۵- بخش تولید
- ۶- بخش بازاریابی
- ۷- بخش سازماندهی
- ۸- ارزیابی ریسک
- ۹- بخش مالی
- ۱۰- ضمیمه ها



بخش معرفی

این بخش که به صورت یک صفحه در ابتدای طرح می آید شناسنامه طرح تلقی می شود و شامل نام و نشانی شرکت ، نام و مشخصات کارآفرین، میزان نیاز مالی می باشد که در انتهای آن محرمانه بودن طرح با عبارتی مانند زیر قید می شود: "این طرح فقط برای استفاده کسانی است که این گزارش در اختیارشان قرارگرفته و هرگونه استفاده و تکثیر محتویات آن بدون موافقت کتبی شرکت ممنوع است.

خلاصه ی طرح

این قسمت که خلاصه ای از طرح شماست باید علاقه خوانندگان آن، به خصوص سرمایه گذاران را جلب نماید. زیرا این قسمت بسیار مهم است و بسیاری افراد فقط همین قسمت را می خوانند و بر

اساس آن طرح را ارزیابی می کنند، در این قسمت کارآفرین مفهوم فعالیت اقتصادی را شرح می دهد و اطلاعات و آماری که موجب بروز فرصت موردنظر می سود و راهبردهای بازاریابی که در طرح بکار رفته است را بیان می کند.

تحلیل صنعت

در این مرحله پیش زمینه های صنعتی و وضعیت کنونی و گرایش های آینده ذکر می شود. هر نکته ای که به نظرمی رسد در بهتر جلوه دادن برنامه موثر باشد، باید ذکر شود. اگر شرکت پروژه ی در حال اجرا دارد، در اینجا می توان به آنها اشاره کرد. سوم، در مورد پروژه ی اقتصادی جدید و پتانسل های آن در اینجا باید بحث شود. تمام لغات کلیدی را باید در این بخش تعریف کرد و در مورد آنها توضیحات جامعی ارائه داد. تعاریف یا خصوصیات عملکردی، عکس ها و نمودارها نیز در این بخش نمایش داده می شود.

چهارم، مزایای بالقوه ای که پروژه ای که پروژه ی اقتصادی جدید در طول رقابت با دیگران به دست می آورد، در اینجا باید به طور کامل مورد بحث قرار گیرد. این بحث ممکن است شامل حق امتیاز، کپی رایت، علائم انحصاری و مزایای فنی و بازاری باشد.

شرح فعالیت کارآفرینانه

این قسمت به سرمایه گذار کمک می کند تا میزان و هدف کار را شناسایی کند. این بخش باید به شرح وظایف شرکت بپردازد و بعد از نگاه کلی که به صنعت ارائه شد باید به طور مشخص به تولیدات، خدمات و عملکرد فعالیت کارآفرینانه اشاره کرد.

در این قسمت می توان از سؤالات زیر برای تکمیل آن استفاده کرد

- فعالیت کارآفرینانه به چه چیزی منجر خواهد شد؟
- چرا این کار موفق خواهد شد؟
- تا به حال چه مقدار از کار انجام شده است؟
- تولیدات/ خدمات را شرح داده و در صورت داشتن حق امتیاز، حق اثر و علائم تجاری آن ذکر شود.
- محل فعالیت کجاست و چه پتانسیلی دارد؟
- چه تجهیزات و امکاناتی مورد نیاز است؟
- برای اجرای موفق طرح تجاری چه تخصصی نیاز است؟



بخش تولید

در این قسمت جزئیات اینکه چگونه محصولات ساخته می شوند، توضیح داده می شوند. در صورتی که طرح موردنظر ارائه ی یک خدمت باشد، بخش مذکور بخش عملیاتی نامیده می شود. فهرست نیازهای تولیدی، دستیابی به حمل و نقل سریع، دسترسی به منابع و همچنین تخمین هزینه های تولید از جمله مواردی است که در این قسمت بیان می شود.

بخش بازاریابی

در بخش بازاریابی، کارافین باید بتواند سرمایه گذار را متقاعد کند که بازار مناسب برای محصول یا خدمت وجود دارد و بنابراین می توان، به اهداف فروش دست یافت و رقبا را شکست داد. در این قسمت کارافین به توصیف شرایط و راهبرد بازار در توزیع، قیمت گذاری، تبلیغ کالا و خدمات می پردازد.

تهیه ی این بخش از برنامه یکی از سخت ترین کارهاست، تهیه ی این بخش بسیار بحرانی و مهم است، زیرا تمام قسمت های بعدی به تخمین هایی که در این بخش زده می شود، بستگی دارند. مراحل فروشی پیش بینی شده که بستگی به تحقیق و تحلیل بازاریابی دارد، تاثیر مستقیمی بر عملیات تولید، برنامه بازاریابی و میزان سرمایه ی ویژه دارد.

بسیاری از کارآفرینان برای انجام این کار مشکل دارند یعنی نمی توانند تحقیق و تحلیل بازاریابی را به گونه ای انجام دهند که بتوانند سرمایه گذاران راقانع کنند که تخمین هایی که زده اند، دقیق و

دست یافتنی است . در اینجا بعضی از مواردی که در توضیح جامع وضعیت بازار مهم است، ذکر می شود.

باید فهرستی از افرادی که علاقه ی خود را به خرید محصول یا سرویس اعلام کرده اند به همراه دلایلی که آورده اند، ذکر شود . اگر این پروژه ، یک پروژه ی اقتصادی نیست، مشتریان اصلی کنونی باید مشخص شوند و در مورد گرایش های فروش بحث شود. تعریف پتانسیل های کلی بازار نیز مهم است. پیش بینی فروش باید حداقل برای سه سال تهیه شود و عوامل مهمی که در بازار (گرایش های صنعتی ، گرایش های اقتصادی اجتماعی ، سیاست های دولتی و تغییرات جمعیتی) نقش دارد نیز ، باید مورد بحث و بررسی قرار گیرد، منابع اطلاعات و روش هایی که برای تهیه ی طرح ها مورد استفاده قرار می گیرند، باید نشان داده شود.

بخش سازماندهی

در این بخش نوع مالکیت و حدود اختیارات و مسئولیت های پرسنل و تجربه های کاریشان که نشان دهنده صلاحیتشان است ، نشان داده می شود. شرح حال و سوابق هر یک از اعضای تیم مدیریت باید نشان داده شود. در نهایت در مورد هر یک از سیاست گذاران یا مشاوران نیز توضیحاتی داده می شود.

ساختار پرداخت و مالکیت (قراردادهای سهام، دستمزدهای مشاوران و امثال آن) در این بخش باید به طور کامل توضیح داده شود به طور خلاصه این بخش باید به گونه ای تهیه شود که عوامل مهم زیر را به خوبی متوجه شوند:

- ۱- ساختار سازمانی
- ۲- تیم مدیریت و پرسنل مهم
- ۳- تجارب و قابلیت های فنی هر یک از پرسنل
- ۴- ساختار مالکیت و قراردادهای جبران
- ۵- هیات سیاستگذاران و مشاوران خارجی

ارزیابی ریسک

با توجه به نوع صنعت و جو رقابتی موجود، هر فعالیت کارآفرینانه نوپا با برخی خطرهای بالقوه مواجه خواهد شد. لازم است کارآفرین ارزیابی دقیقی از این مخاطرات را انجام دهد. این ارزیابی شامل مشخص شدن خطرهای بالقوه و ارایه ی راهبردهای جایگزین ،جهت کاهش اثرات آن مخاطرات و یا مقابله با آنها می باشد، به نحوی که با وقوع این اتفاقات از جمله واکنش رقبا ،

ضعف گروه مدیریت ، تولید و یا بازاریابی و پیشرفت های فناوری ، خطری متوجه فعالیت کارآفرینانه نشود. می توان راجع به مسائل زیر توضیح داد:

- اگر رقبا قیمتها را کاهش دهند
- هر گونه گرایش ناخواسته در صنعت
- هزینه ای طراحی و تولید بیش از آنچه تخمین زده شده است
- عدم دستیابی به پیش بینی فروش
- عدم دستیابی به برنامه تولید محصول
- مشکلاتی که برای پخش ها یا تهیه ی مواد خام ممکن است به وجود آید
- اگر برای ادامه ی رقابت به نوآوری و هزینه های بیشتر از آنچه تخمین زده شده است ، نیاز باشد چه انجام خواهد شد؟



بخش مالی

بخش مالی طرح ریزی اطلاعات کلیدی مالی است که دستیابی اقتصادی و لزوم تعهد سرمایه گذاران تجاری را معین می سازد . در این بخش باید در مورد پتانسیل ادامه حیات شرکت توضیح داده شود سه صورت حساب مالی اصلی ، ترازنامه پیش فاکتور و صورت حساب در آمد و بیلان نقدینگی بیان می شود.

ضمیمه

نامه های خریداران، توزیع کنندگان و یا پیمانکاران و یا تصویر اجاره نامه و قراردادهای هر گونه مطالب پشتیبانی که در متن سند گنجانده نشده در این قسمت ضمیمه می شود.

بایدها و نبایدهای طرح تجاری

در طول برنامه ریزی تجاری، دام هایی پدید می آید که باید از آنها جلوگیری شود. در اینجا معمول ترین اشتباهاتی که به طور معمول کارآفرینان به آن مرتکب می شوند را توضیح می دهیم:

➤ اهداف واقع بینانه نیست

عدم وجود اهداف قابل دستیابی ، نبود محدودیت زمانی برای انجام کارها، نبود اولویت ها و نبود گام های عملی ، همه بیانگر ضعف طرح است که باید با تهیه ی یک جدول زمانی با مراحل مشخص در یک دوره ی زمانی برطرف شود.

➤ اتفاقات ناگوار پیش بینی نشده است

آرآفرین چنان در نظرات و ایده های خود غرق می شود که بسیاری چیزها را فراموش می کند. به عبارت دیگر، چنین کارآفرینی مشکلات آینده را نمی بیند، عیب ها و ضعف های برنامه و تغییرات برنامه و پیشامدهای غیرمترقبه را نمی پذیرد. بهترین راه جلوگیری از چنین دامی فهرست کردن موانع احتمالی که ممکن است به وجود آید و بیان راه هایی که برای غلبه بر هریک از مشکلات می توان ارائه نمود، می باشد.

➤ طرح از منظر سرمایه گذاران بررسی نمی شود

پنج مرحله ای که در زیر ارائه شده اند، مراحل است که سرمایه گذاران طرح را در مدت کوتاهی (به هر مرحله کمتر از یک دقیقه وقت تخصیص داده می شود) ارزیابی می کنند.

مرحله ۱- خصوصیات پروژه ی اقتصادی و صنعت آن را مشخص می کنند.

مرحله ۲- ساختار مالی برنامه را مشخص می کنند(بدهی و سود ویژه موردنیاز)

مرحله ۳- جدیدترین ترانزنامه را می خوانند (تا بتوانید قابلیت فروش ، ارزش خالص و سود ویژه را مشخص کنند)

مرحله ۴- توان و خصوصیات کارآفرینان را می سنجند. (بعضی اوقات این مرحله از مراحل دیگر مهم تر است)

مرحله ۵- به دنبال یک پدیده ی منحصر به فرد در این پروژه ی اقتصادی می گردند(تا ببینند که چه چیزی متفاوت است).^۳

^۳کتاب اصول و مبانی کارآفرینی ، مهندس مهدی سعیدی کیا، انتشارات کیا

استارت آپ

Startup

استارت آپ چیست؟

استارت آپ

(به انگلیسی: startup، کوتاه‌شده عبارت startup company به معنی شرکت نوپا) به یک شرکت یا کسب‌وکار گفته می‌شود که معمولاً به تازگی و در نتیجه کارآفرینی ایجاد شده‌است، رشد سریعی دارد، و در جهت تولید راه حلی نوآورانه و دوام‌پذیر برای رفع یک نیاز در بازار شکل گرفته‌است.

تعاریف مختلفی از استارت آپ در جاهای مختلف وجود دارد. طبق گفته استیو بلنک، پروفیسور دانشگاه استنفورد، استارت‌آپ یک سازمان است که برای پیدا کردن یک مدل کسب و کار مقیاس‌پذیر و همچنین تکرار پذیر راه اندازی می‌شود. طبق گفته مرکز کسب و کارهای کوچک آمریکا استارت آپ به کسب و کارهایی گفته می‌شود که حول محور فناوری و تکنولوژی شکل می‌گیرد و پتانسیل بالایی برای رشد در آینده دارند. اریک ریس نویسنده کتاب فوق العاده نوپای ناب هم استارت آپ را این گونه تعریف می‌کند: استارت آپ کسب و کاری است که برای ارائه خدمت یا محصول جدید و نو در شرایطی بوجود آمده است که ابهامات بالایی دارد. به طور کلی استارت آپ به کسب و کارهایی گفته می‌شود که جهت برطرف کردن نیازی بر پایه فناوری‌های جدید راه اندازی می‌شود. این تعریف دقیقاً مختص استارت‌آپ‌های موجود در ایران است. البته این را بدانید که مفهوم استارت آپ فقط مختص به کسب و کارهای آنلاین نیست. در کشور ما چون بیشتر استارت آپ‌ها حول محور تکنولوژی‌های جدید راه اندازی می‌شوند این طور است وگرنه استارت آپ‌هایی هم وجود دارند که بر پایه تکنولوژی نیستند و کاملاً سنتی هستند.



تفاوت استارت آپ با کسب و کارهای دیگر:

معمولا همه فکر می کنند استارتاپ ها بر پایه ایده نوآورانه و خلاقانه ای راه اندازی می شوند که در قسمت تعاریف متوجه شدید که همه استارتاپ ها اساسا اینطور نیستند! معمولا استارتاپ ها به گونه ای هستند که کمتر کسی می تواند از آن کپی کند و در این صورت است که اکثر آن ها کم رقیب یا حتی بی رقیب ظاهر می شوند. اما تمرکز اصلی استارت آپ ها روی صحیح دیده شدن و همچنین بیشتر دیده شدن است. چون قرار است ایده شان برای رفع نیاز افراد زیادی کاربرد داشته باشد. یکی از تفاوت های استارت آپ ها با دیگر کسب و کارهای اینترنتی در این است که استارت آپ ها قابلیت مقیاس پذیری دارند. البته ممکن است مقیاس پذیری در برخی از استارت آپ ها به صورت چشمگیر دیده نشود. مقیاس پذیری به رشد کسب و کار نسبت به هزینه های آن گفته می شود که این رشد به صورت کاملا نامتناسب است.

استارت آپ یک کمپانی نوپا است که راه حلی نوین را برای یک مساله ارائه می کند؛ در حالی که تضمینی برای موفقیت کمپانی از طریق راه حل ارائه شده وجود ندارد.

یعنی مثلاً اگر کسب و کار شما درآمدی بالغ بر ۵۰۰ میلیون تومان در سال جاری ایجاد کرده باشد و نسبت به سال گذشته مثلاً دو برابر شده باشد بدون اینکه هزینه های شما بیشتر شده باشد یعنی کسب و کار شما مقیاس پذیر است. که دقیقاً استارت آپ ها همینطور هستند. در ادامه مثالی می زنم تا بیشتر متوجه شوید.

به عنوان مثال در کسب و کارهای سنتی فرض کنید فروشگاه مبلمانی قصد دارد سود خود را بیشتر کند. بهترین کار این است که شعبه های بیشتری را در دیگر شهر ها راه اندازی کند. مسلماً برای این کار باید هزینه های زیادی شود. از راه اندازی شعبه ها گرفته تا استخدام نیروی انسانی و... ولی مثلاً اگر اسنپ بخواهد در شهرهای دیگر نیز سرویس بدهد شاید نهایتاً به یک دفتر با استخدام چند نیروی کار در آن شهر نیاز داشته باشد و مسلماً این کار هزینه ی زیادی نخواهد داشت با توجه به سود بالایی که قرار است برایش حاصل شود.

پس همانطور که متوجه شدید فرق استارت آپ ها با دیگر کسب و کارها در این است که استارت آپ ها مقیاس پذیر هستند و پتانسیل این را دارند که بدون هزینه های اضافی رشد بسیار سریع و چشمگیری داشته باشند. البته این را هم بدانید فناوری های جدید کمک بسیار زیادی به مقیاس پذیری استارت آپ ها می کنند.

شتاب دهند استارت آپ ها دقیقاً چه کار می کنند؟

شتاب دهنده ها که طی چند سال گذشته تعدادشان در کشور ما افزایش یافته است کار اصلی شان سرمایه گذاری روی استارت آپ ها است. در واقع شتاب دهنده ها در قبال سرمایه گذاری روی ایده های نو و کاربردی استارت آپ ها درصدی از مالکیت آن ها را می گیرند. شتاب دهنده ها علاوه بر سرمایه گذاری روی استارت آپ ها خدماتی مثل آموزش دادن توسط متخصصین آن حوزه را در اختیار صاحب ایده ها قرار می دهند. معمولاً شتاب دهنده ها شانس به موفقیت رساندن استارت آپ ها را افزایش می دهند.

شتاب دهنده ها از ابتدای شروع کار یک استارت آپ یعنی ارائه محصول اولیه یا نسخه دمو تا مراحل پایانی و پیشرفته تر همراه آن ها هستند.

البته شتاب دهنده ها فقط از ایده های خام استقبال نمی کنند. یعنی فکر نکنید کسی که فقط ایده ای داشته باشد هر چند ناب می تواند از شتاب دهنده ها کمک بگیرد. بعضی از دوستان فکر می کنند شتاب دهنده ها خریداران ایده ها هستند. در صورتی که اصلاً اینطور نیست! باید ایده همراه با طرح توجیحی باشد تا شتاب دهنده ها بدانند قرار است روی چه ایده و استارت آپی سرمایه گذاری کنند. شتاب دهنده ها یک پشتیبان و راهنمای خوب برای راه اندازی و به موفقیت رساندن استارت آپ ها هستند.^۴

^۴ پرتال همیار وب

نخستین رویداد استارت‌آپی با عنوان طراحی لباس اجتماعی بانوان

(لباس اداری و رسمی)

اولین رویداد استارت آپ پوشاک با موضوع **طراحی لباس اجتماع بانوان (لباس اداری و رسمی)** با مشارکت کارآفرینان، سرمایه گذاران ،افراد صاحب ایده و فعالان حوزه مد و لباس توسط مرکز نوآوری پوشاک واحد فرهنگ و هنر ۱۱ تهران برگزار می شود.

مرکز نوآوری پوشاک واحد فرهنگ و هنر ۱۱ تهران در نظر دارد جهت توانمندسازی دانشجویان در راستای بهره‌برداری از فرصت های کارآفرینی و آشنایی با بازار کسب و کار اقدام به برگزاری اولین رویداد استارت آپ پوشاک کند.

هدف از برگزاری این رویداد آموزش عملی مفاهیم کارآفرینی و کسب و کار ،ایده پردازی ،هم اندیشی کارآفرینانه ،ارتباط با کارآفرینان موفق و سرمایه گذاران ،فرصتی برای انتقال تجربیات و آگاهی از فرآیند چرخه ایده تا بازار دانشجویان و فارغ التحصیلان است.

برگزیدگان این استارت آپ، ایده‌های خود را در قالب یک استارت آپ که **۱۸ آذرماه** برگزار می‌شود در حضور سرمایه‌گذاران ارائه می‌دهند تا منجر به عقد قرارداد و تجاری سازی انبوه ایده‌ها شود.

از تمامی صاحبان ایده اعم از دانشجویان و فارغ التحصیلان این مرکز در زمینه طراحی، تبلیغات اینترنتی، ایجاد بازار فروش دعوت می شود در این رویداد علمی شرکت نمایند.

✦ **برگزاری رویداد / ۱۸ : آذرماه / ۹۸**

✦ **مهلت ثبت ایده / ۱۴ : آذرماه / ۹۸**

جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن های زیر تماس بگیرید:

سرکار خانم میرزایی: ۶۶۴۲۹۱۰۴

سرکار خانم بک زاده: ۶۶۴۳۶۰۹۷

محورهای رویداد:

- طراحی های خلاقانه و نوآورانه
- بازاریابی و فروش و ایجاد بازارهای نو ظهور
- الگوسازی و دوخت خلاقانه و نوآورانه
- برندسازی و فروشگاههای اینترنتی مد و لباس

فرصت ها و امتیازات :

- استقرار در مرکز نوآوری طراحی لباس و پوشاک مرکز ۱۱ تهران
- حمایت سرمایه گذاران، فعالان حوزه پوشاک از ایده های برتر
- مشاوره تخصصی با فعالان حوزه مد و لباس در کلینیک استارت‌آپ
- ارائه و معرفی کلیه ایده ها توسط شرکت کنندگان



رویداد شتاب

ایده بده پخته اش کن جایزه بگیر



طراحی و دوخت لباس اجتماعی بانوان
(فرم اداری و رسمی)

محوریت های رویداد :

- طراحی های خلاقانه و نوآورانه
- الگو سازی و دوخت خلاقانه و نوآورانه
- بازاریابی و فروش و ایجاد بازارهای نو ظهور
- برند سازی
- فروشگاههای اینترنتی در حوزه مد و لباسی

فرصت ها و امتیازات :

- استقرار در مرکز نوآوری طراحی لباس و پوشاک مرکز
- علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۱ تهران
- حمایت سرمایه گذاران فعالان حوزه پوشاک از ایده های برتر
- مشاوره تخصصی با فعالان حوزه مد و لباس در
- کلینیک استارتاپ
- ارایه و معرفی کلیه ایده ها توسط شرکت کنندگان

• مهلت ثبت ایده: ۹۸/۰۹/۱۴

• برگزاری رویداد: ۹۸/۰۹/۱۸

• آدرس: میدان انقلاب ابتدای کارگر جنوبی

کوچه رشتچی ساختمان شماره ۸-۱۰-۱۲

شماره تماس: ۶۶۴۲۹۱۰۴ - ۶۶۴۳۶۰۹۷

www.uast11.ac.ir

@uast11.idea واتساپ

مرکز نوآوری طراحی لباس و پوشاک

مرکز علمی کاربردی فرهنگ و هنر ۱۱ تهران

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 نمایند.

با توجه به حمایت مرکز نوآوری مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر
واحد ۱۱ تهران در حوزه لباس، کیف و کفش و دیگر موارد، کلیه
دانشجویانی که محصولات و کارهای تولیدی و کالا دارند، می توانند جهت
تخصیص فضا برای انجام تولیدات و ارائه محصولات خود به سایت
دانشگاه مراجعه نموده و فرم مربوطه را تکمیل نمایند.

<https://www.uastf11.ac.ir/News.aspx?cid=۱۱۵۹۱>

