



# کارآفرینان آینده

ویژه نامه مرکز کارآفرینی دانشگاه کاشان

هدیه به دانشجویان ورودی ۸۸



دانشگاه کاشان



❖ کارآفرینی: از حرف تا عمل

❖ نقش دانشگاهها در کارآفرینی

❖ گفتگو با کارآفرینان موفق

❖ راز موفقیت

❖ شما در چه شغلی موفق تر هستید؟

❖ چگونه مثبت اندیش باشیم؟





# سال اصلاح الگوی مصرف

اصلاح الگوی مصرف یعنی:

درست و به جا مصرف کردن

مصرف کارآمد و ثمر بخش

ضایع نکردن مال

بیانات رهبر انقلاب در حرم امام رضا علیه السلام، نوروز ۸۸

مرکز کارآفرینی دانشگاه کاشان

<http://karafarin.kashanu.ac.ir>

به نام هستی بخش خلاق آفریننده



# کارآفرینان آینده

ویژه نامه مرکز کارآفرینی دانشگاه کاشان

هدیه به دانشجویان ورودی ۸۸

۲	سخن سردبیر
۳	سخن رئیس دانشگاه
۴	کارآفرینی: از حرف تا عمل
۷	نقش دانشگاهها در کارآفرینی
۹	تاثیر محیط بر فعالیت های کارآفرینانه
۱۱	گفتگو با بنیانگذار کانون آموزش قلم چی
۱۸	استفاده از عدد پی در ساخت تخت جمشید
۱۹	سرگذشت زندگی یک کارآفرین
۲۱	تکنیک های هفت گانه ارتقای خلاقیت
۲۲	روش نگارش انواع طرح های تجاری
۲۵	اشتباهات هنگام مصاحبه
۲۷	ایده های بزرگ در ذهن
۳۰	مصاحبه با بنیانگذار گروه آموزشی گاج (جوکار)
۳۶	۵ سؤال برای تغییر زندگی شما
۳۷	خلاقیت شناسی شغلی، نوآوری و کارآفرینی
۴۰	نبوغ یا سخت کوشی؟
۴۲	افکار منفی را کنار بگذاریم
۴۴	هرکس به اندازه اهدافش ثروتمند است
۴۶	۱۸ قانون برای زندگی
۴۷	چگونه مثبت اندیش باشیم؟
۴۸	شما در چه شغلی موفق تر هستید؟
۴۹	۱۰ درس مهم در زمینه تجارت الکترونیک
۵۱	راز موفقیت

مدیر مسئول و سردبیر:

دکتر غلامحسین صدیفیان

همکاران:

سید رضا انتظام - مریم ارباب - علی صدیفیان

گرافیک، صفحه آرایی و حروف چینی:

شرکت کیهان شبکه

<http://www.KeyNet.ir>

ویراستار:

دکتر غلامحسین صدیفیان

چاپ و صحافی:

عترت

آدرس:

کاشان - کیلومتر ۶ بلوار قطب راوندی

دانشگاه کاشان - مرکز کارآفرینی

کدپستی: ۵۱۱۶۷ - ۸۷۳۱۷

تلفکس: ۵۹۱۲۷۵۹ - ۰۳۶۱

وب سایت:

<http://karafarin.kashanu.ac.ir>

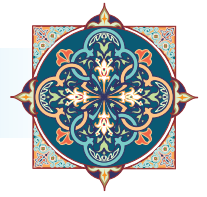
پست الکترونیک:

[karafarin@kashanu.ac.ir](mailto:karafarin@kashanu.ac.ir)

نشریه در دخل و تصرف مطالب آزاد است.

درج مطالب و نظرات افراد، الزاما به معنی تایید آنها نیست.





## سخن سردبیر



دکتر غلامحسین صدیقیان  
رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه کاشان

ساختارهای موجود در دانشگاه های کشور با هدف آموزش تخصصی دانشجو شکل گرفته است و کمتر تقویت و تربیت

کارآفرین در دانشجویان مد نظر بوده است. به طوری که فارغ التحصیلان فعلی دانشگاه ها اغلب با مفاهیم اولیه کارآفرینی آشنایی ندارند. فاصله نظام آموزشی کشور با نیازهای جامعه زیاد است. در نظام آموزشی کنونی کشور با توانمندی های مختلف تربیت نمی شوند. بازدهی افراد فارغ التحصیل از دانشگاه های کشور مطلوب نیست و افرادی که تحصیلات عالی را به پایان می رسانند توان لازم را در امر کارآفرینی ندارند. در نتیجه از توسعه و پیشرفت عقب می مانیم.

علاوه بر ضعف نظام آموزشی دانشگاه ها در آموزش مفاهیم کارآفرینی، عدم ساختارهای مکمل جهت ایجاد زیرساختار فیزیکی برای توسعه روحیه کارآفرینی در دانشجویان از ضعف های دیگر این نظام است. خیل عظیم فارغ التحصیلان دانشگاهی باعث اشباع سازمان های دولتی و حتی خصوصی از نظر پرسنل مورد نیاز شده است و درصد زیادی از فارغ التحصیلان دانشگاه ها امکان جذب در این سازمان ها را ندارند. این موضوع زمینه های مهاجرت فارغ التحصیلان دانشگاهی به کشورهای دیگر را سبب شده است و بیکاری فارغ التحصیلان را به یک معضل مهم در کشور تبدیل کرده است. برای رفع این مشکل روش های مختلفی امروزه در دنیا تجربه شده است. اغلب این روش ها در دو دسته تکمیل ساختارهای آموزشی و ایجاد بسترهای لازم کارآفرینی مانند مراکز کارآفرینی و مراکز رشد تجربه گردیده است. دانشگاه، نقش بالقوه و واقعی در توسعه اقتصادی کشورها دارد. ماهیت جدید رقابت های بین المللی، این نقش را به طور بنیادی تغییر می دهد و اگر آن ها نتوانند به نهادها و دانشگاه های کارآفرین تبدیل شوند در توسعه ملی و منطقه ای و رقابت شکست خواهند خورد. **استفاده دانشگاه ها از علم و**

**دانش به ماهیت کارآفرینی آن ها بستگی خواهد داشت.** به دلیل مشکلات موجود در انتقال علم و وجود شبکه های مختلف اقتصادی، استفاده از دانش جدیدی که بر مبنای اصول علمی ایجاد شده، می تواند یک عامل مهم و قوی برتری منطقه ای باشد بنابراین کارآفرین ساختن دانشگاه ها، تاثیر قوی و مثبت بر توسعه منطقه ای دارد. دانشگاه ها به دنبال حفظ یا تقویت جایگاه رقابتی خود همراه با فعالیت هایی بوده اند که هدفشان جذب بیشتر دانشجویان جهت نیل به موفقیت است. به علاوه آن ها باید فعال و نوآور باشند و توان پذیرش ریسک را داشته باشند، آن ها باید یک رویکرد جامع ارزیابی اتخاذ کنند و آن را با کارآفرینی استراتژیک خود یکپارچه کنند. دانشگاه کارآفرین یک موسسه خود مولد است و در روند گذر از سازمان مبتنی بر هدایا و وابسته به فضای نهادهای دیگر برای تأمین منابع می باشد. انجام تحقیقات مرتبط اقتصادی، دانشگاه را وادار به برقراری ارتباط با محیط بیرونی می سازد. دانشگاه های کارآفرین موقعیت و قانون گذاری و دسترسی شان به منابع عمومی را افزایش می دهند. در چنین فضایی تبدیلی دانش به کالای اقتصادی از سوی موسسات دولتی، بخش خصوصی و دانشگاه ها ترغیب می شود.

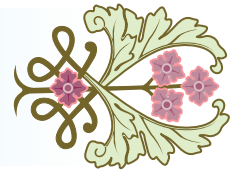
در چشم انداز ۲۰ ساله قرار است که کشور ایران رتبه اول منطقه در زمینه تولید علم و فناوری باشد. راهکار دستیابی به چنین هدف بلندی از طریق سازمان های سستی و مدیریت سستی عملی نیست و به عبارتی برای رسیدن به این قله رفیع در این فاصله زمانی میان مدت باید به دنبال راه های میان بر بود که این راه های میان بر، نیز چیزی جز نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی نیست و در این راستا دانشگاه ها ناگزیر به امر کارآفرینی هستند. اگر دانشگاه به سمت کارآفرینی حرکت نکند ادامه حیات نخواهد یافت، دانشگاه باید به امر کارآفرینی بپردازد و قبل از آنکه بتواند نیروی کارآفرین تربیت کند ابتدا باید خود کارآفرین شود.

یکی از تعاریف کارآفرینی، مهارت فرصت شناسی و فرصت سازی و استفاده بهینه از این فرصت ها در جهت آرمان ها و اهداف فردی و اجتماعی جامعه است.

کشورها برای توسعه خود راهی به جز اهمیت دادن به نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی ندارند، در این میان یک دولت مقتدر حتما دارای صنعت مقتدر است و صنعت مقتدر نیز از دانشگاه مقتدر نشات می گیرد پس به عبارتی اگر دانشگاه مقتدر، توانا و کارآفرین داشته باشیم صنعت کارآمد و کارآفرین نیز خواهیم داشت و می توان گفت از طریق دولت کارآفرین به کارآفرینی دست می یابیم.







پایان جنگ جهانی دوم نقطه آغاز توجه کشورهای مختلف جهان به توسعه اقتصادی می باشد، امری که امروزه با شکل گیری اقتصاد جهانی و رقابت همه جانبه از اهمیت بیشتری نیز برخوردار شده است. نرخ فزاینده تغییر و تحولات در حوزه های علمی، اقتصادی و اجتماعی از عمده ترین ویژگی های عصر حاضر است. بطوریکه پیش بینی آینده غیر ممکن شده 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 فرصتهایی وجود ندارد. ماهیت تغییر و تحولات در دنیای مشاغل و حرفه ها طوری است که نیاز مستمر به کسب دانش و مهارت 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. به همین دلیل، دولتها به این نتیجه رسیده اند که برای کسب موفقیت اقتصادی در عرصه ملی و بین المللی در عرضه خدمات و تولید محصولات نیاز مبرم به توسعه کارآفرینی دارند که به عنوان عامل اصلی تغییر و محرک اصلی توسعه، یعنی لوکوموتیو توسعه، حرکتی را آغاز کند که منجر به خلاقیت و نوآوری مستمر شود. این نوآوری ها به وجود نخواهد آمد، مگر آنکه نهادهای مختلف، زمینه و بستر آن را فراهم آورند. در کشورهای توسعه یافته به کارآفرینی به عنوان راهبردی برای توسعه می نگرند و به دلیل جایگاه ویژه کارآفرینی در روند توسعه پایدار و رشد و شکوفایی اقتصادی، تلاش می کنند افراد را به فعالیتهای کارآفرینانه هدایت کنند و در این راه به آموزش کارآفرینی و ترویج و تبلیغ آن اهمیت می دهند.

**برای حل بسیاری از مشکلات کشورمان، می توان به کارآفرینی به عنوان یک راه حل موثر نگریست، ترکیب جمعیتی جوان کشور و ضرورت ایجاد فرصتهای شغلی، لزوم رهایی اقتصاد کشور از وابستگی به مواد خام اولیه و به ویژه نفت خام و همچنین خروج از وضعیت اقتصادی تک محصولی از یک طرف، و روندهای موجود در جامعه اطلاعاتی از طرف دیگر، عواملی هستند که سیاستگذاران و تصمیم گیرندگان کلان کشور را وا می دارد که به منبع قابل اتکایی به جز مواد اولیه ببینند؛ بدون شک با توجه به الزاماتی که جامعه اطلاعاتی دارد، این منبع حیاتی چیزی جز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نیست.**

کارآفرینان با توانمندی ویژه ای که در تشخیص فرصت ها و موقعیت ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیت ها دارند، می توانند دولت را در رسیدن به توسعه همه جانبه و حل مشکلات اقتصادی و تحولات اجتماعی یاری نمایند.

**یکی از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی، توجه خاص به تقویت نظام آموزشی و تغییر و تحول در آن است.** امروزه تقریباً در تمام پایه های تحصیلی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، آموزش و ترویج کارآفرینی جایگاه ویژه ای دارد.

خوشبختانه با درک اهمیت این موضوع در کشور ما، توجه ویژه ای به امر کارآفرینی معطوف گردیده و مراکز کارآفرینی در دانشگاهها راه اندازی شده و درس کارآفرینی به عنوان واحد درسی در برنامه همه رشته های دانشگاهی گنجانده شده است تا دانشجویان ضمن آشنایی با مفاهیم نظری، بتوانند توانایی های خود را به منصفه ظهور درآورند.





استقلال طلبی است. کارآفرینی افراد را قادر می‌سازد یک فعالیت جدید را شروع کنند یا با قدرت و به طور ناباورانه فعالیت موجود را توسعه دهند. کارآفرینی موتور تحول و توسعه اقتصاد، فرهنگ و جامعه است. رشد و فراگیری این پدیده می‌تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود. اما در کشور ما به اشتباه این مفهوم صرفاً با اشتغالزایی (آنهم در حد شعار) مترادف شده و فقط برای حل مشکل اشتغال به سمت کارآفرینی پیش می‌رویم. بنابراین نوآوری در هر یک از زمینه‌های ارائه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری جدید، یافتن منابع جدید، ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت، کارآفرینی محسوب می‌شود.

کارآفرین واقعی فردی است که تخصص وی تصمیم‌گیری عقلانی و منطقی در مورد ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می‌باشد. او که شرکتی را به منظور سود و رشد تأسیس نموده و آن را مدیریت کرده و از آن برای پیشبرد اهداف شخصی استفاده می‌کند. وی توانایی آن را دارد تا فرصت‌های کسب و کار را پیدا کرده و آنها را ارزیابی کند. منابع لازم را جمع‌آوری و از آنها بهره‌برداری نموده و سپس عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی نماید. خصوصیات یک کارآفرین را می‌توان در مواردی چون خود اتکایی، نیاز به انجام دادن کار و به دست آوردن نتیجه، استفاده از بهره‌وری، تحمل ریسک، نیاز به پیشرفت دائمی، توانایی بالا در کنترل خود داشتن، همواره به هدف نگاه کردن، دارای توانایی تشخیص اولویت‌ها، خوش بینی، شجاعت، قدرت تحمل بالا داشتن، دارای انگیزه داخلی بالا برای انجام کار. در زندگی کارآفرینانه هدف اصلی ارضای حس کنجکاوی، تحقق بخشیدن آرمان‌ها، آزادسازی انرژی‌های ذهنی و تبدیل آن به ایده‌های عملی و نهایتاً خلق ارزش هاست. لذا در این زندگی همه چیز تحت الشعاع آرمان شخص قرار می‌گیرد تا فرد کارآفرین بتواند به قله آرزوهایش برسد. کارآفرین ایده‌ای را یافته و آن را تبدیل به فرصتی اقتصادی می‌کند. در فضای کسب و کار، فرصت، فکر نویی است که قابلیت تجاری شدن دارد. آگاهی از محیط، بازار و نیازهای مشتری و نگرش کارآفرین



واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entrepreneurs به معنای متعهد شدن نشأت گرفته که در طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید، به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور مبادرت می‌ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمت به جامعه می‌شود. بنابراین کارآفرینان عوامل تغییر و تحولی هستند که گاهی موجب پیشرفت‌های حیرت‌انگیز نیز شده

اند.  
آنان



موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه هستند. بنابراین کارآفرینی فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها، با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی است که با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد. با کارآفرینی است که نیازها شناخته شده و با رفع نیازها، پیشرفت حاصل می‌شود. کشورهای صنعتی به این دلیل پیشرفته‌اند که در فناوری اطلاعات پیشتاز بوده‌اند و توسط آن، هم اقتصاد جهان را در اختیار گرفته و هم تبدیل به قدرت شده‌اند. کارآفرینی اطلاعات در سطوح مختلف سخت‌افزار، نرم‌افزار، اطلاعات و ارتباطات قابل انجام است. در هر یک از این سطوح، فرصت‌های بسیاری برای کارآفرینی وجود دارد که نیازمند حمایت مرکز سرمایه‌گذاری و تلاش‌های کارآفرینانه است و جالب اینکه کارآفرینی در حوزه اطلاعات، بسیار راحت‌تر و عملی‌تر از کارآفرینی در سایر حوزه‌ها است. انگیزه‌های موثر در کارآفرینی شامل نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت و مهمتر از همه نیازمند به احساس مفید بودن و



او را در یافتن فرصت و پرداختن به آن یاری می دهد. سپس او یک طرح تجاری می نویسد که در آن مسائلی چون بازار محصول یا خدمت، مسائل حقوقی و قانونی شرکت، تامین سرمایه راه اندازی و رشد، سازماندهی و مدیریت کسب و کار را بررسی می نماید. در واقع کارآفرین مانند یک رهبر ارکستر وظیفه دارد که مهارت ها و توانایی های مختلف را در کنار هم جمع نماید و برنامه ای تدوین شده ارائه دهد. همان طور که صدا باید دلنشین باشد، طرح نهایی کارآفرین نیز باید زیبا باشد.

### دو رویکرد متفاوت به کارآفرینی وجود دارد. یکی رویکرد شخصیتی و دیگری رویکرد رفتاری.

در رویکرد شخصیتی تمرکز بر کارآفرین و شناسایی ویژگی های فردی اوست. در واقع این رویکرد تقدم زمانی دارد. چرا که اول کارآفرینان وجود داشتند و بعد کارآفرینی به عنوان یک مفهوم مستقل به وجود آمد. در رویکرد رفتاری تکیه بر رفتارهای کارآفرین در فرآیند راه اندازی یک کسب و کار است. کارآفرین تنها یک «جز» از فرآیند کارآفرینی است. علاوه بر کارآفرینی فردی، در دهه های اخیر دو واژه کارآفرینی درون

سازمانی و کارآفرینی شرکتی نیز در ادبیات کارآفرینی به میان آمده اند. علت رواج این مفاهیم، هماهنگی با تغییرات محیط اجتماعی و اقتصادی می باشد. کارآفرین درون سازمانی ممکن است مبتکر یا مخترع باشد اما همیشه فردی است که می داند چگونه یک ایده را به واقعیتی سودآور تبدیل کند. کارآفرینی شرکتی شامل فعالیت های رسمی و غیررسمی است که با هدف ایجاد کسب و کار جدید، محصول و فرآیندهای جدید و توسعه بازار صورت می گیرد. فعالیت های کارآفرینانه شرکتی منجر به ایجاد کسب و کاری جدید در درون شرکت مادر می شوند.

مطالعه اجمالی کشورهای دیگر نشان می دهد که بنیان کار آنها متکی بر اقتصاد آزاد است. از این رو با تقویت سازوکار بازار آزاد، یک رشته سیاست هایی را در پیش گرفته اند تا تولیدکنندگان خرد تقویت شوند، مانند اعطای وام و تسهیلات بانکی، ارائه خدمات مشاوره ای، پشتیبانی علمی و تکنولوژیک، آموزشی و همه این

فعالیت ها از طریق یک سازمان واحد صورت می گیرد که مستقیم یا غیرمستقیم امور مزبور را تدارک می بینند. تصور بر این است که در ایران نیز می توان با برپایی یک سازمان واحد، نگاه های خرد و همچنین کسانی که با پذیرش ریسک می خواهند پیشتاز باشند، کارآفرینی را تقویت کرد. آموزش می تواند تنها یکی از وظایف این سازمان باشد، درحالی که ایجاد تسهیلات برای گرفتن وام، ارائه خدمات مشاوره ای، اجرای سخنرانی های متعدد، راهنمایی های اقتصادی و بازرگانی و از این قبیل مزایا ابزارهای دیگری

برای تحقق این هدف به شمار می آیند. اما نگاهی گذرا به تاریخ چند دهه اخیر ایران به روشنی نشان می دهد که فرآیند توسعه آن در چارچوب برنامه های عمرانی و توسعه ای و نیز بر پایه سیاست های دولت طی شده است. شالوده این فرآیند را درآمدهای کلان ارزی حاصل از صدور نفت تشکیل می دهد. این درآمد هنگفت در دست دولت می باشد، بنابراین دولت به راحتی می تواند پرچمدار توسعه در کشور باشد. چرا که در بیشتر زمینه ها و موارد به طور مستقیم دخالت دارد. این شرایط دو مشکل بنیانی دارد: یکی آنکه درآمدهای ارزی به این شکل اساساً موجب اختلال در قیمت نسبی عوامل شده و در نتیجه از کاربرد بهینه عوامل تولید جلوگیری کرده است و دوم آنکه حضور مستقیم دولت موجب گردیده تا فعالان اقتصادی تحت الشعاع قرار گیرند. این جریان تا هنگامی که درآمد نفتی سرشار باشد، تداوم دارد و نارسایی های آن نمود نمی کند. اما از الان باید به فکر آینده نه چندان دور بود و کم کم دولتمردان در عمل بایستی از بخش خصوصی قوی که می تواند در کارآفرینی واقعی و اشتغال موفق باشد، حمایت کنند تا شاید کاری هم برای خیل عظیم بیکاران پیدا شود.

**کارآفرینی در سایر کشورها بخش بزرگی از اشتغال آنها را تشکیل می دهد** اما مثل اینکه در کشور عزیزمان ایران این واژه بیشتر در همایش ها و جلسات مطرح شده و شاید هم در طرح بنگاه های زود بازده خلاصه شده باشد. به طوری که هر روز خبر جدیدی از این طرح به گوش می رسد.



عدم توجه به پدیده کارآفرینی، مشکلات متعددی در کشورهای در حال توسعه ایجاد کرده است. از جمله این معضلات پدیده فرار مغزها است که از نتایج ضعف کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه است. بسیاری از نیروهای تحصیلکرده این کشورها، صرفاً تئوری خوانده و تربیت علمی یافته اند و باید توسط دیگران مدیریت شوند و از سوی دیگر، افرادی هم که شخصیت کارآفرینی دارند، بستر کارآفرینی را در این کشورها نمی یابند. کارآفرینان می توانند مشاغلی را در زمینه فناوری برای متخصصان داخل کشور ایجاد کنند و در اثر رضایت شغلی که بوجود می آورند، علاوه بر کلیه مزایای کارآفرینی، از فرار مغزها نیز جلوگیری کنند.

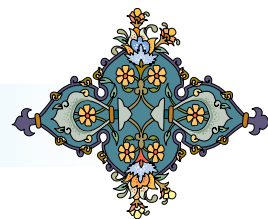
در شرایط کنونی کشورها قادر نیستند که به تنهایی هر اقدامی در زمینه کارآفرینی را تجربه کنند. زیرا هزینه آن بالاست و بهتر این است که از تجارب سایر کشورها در این زمینه استفاده شود. البته اولین تجربه که باید یاد بگیریم این است که در کشورهای دیگر بیشتر بر ضابطه تاکید می شود و رابطه نقش خیلی کمی در پیشرفت امور دارد. بی شک روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تاثیر کارآفرینی است. به گونه ای که

کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته، نقش محوری داشته و کشورهای توسعه نیافته اهمیت آن را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته اند. شواهدی وجود دارد که نشان می دهد علت توسعه کشورهایی همچون آمریکا، ژاپن و آلمان که از نظر صنعتی توسعه یافته اند، کارآفرینی است. تغییر نگاه خانواده ها به اشتغال زنان و دختران، افزایش میزان فارغ التحصیلان و دانش آموختگان زن، نرخ بیکاری بالا، اشباع بازار کار بخش دولتی و عدم تمایل بخش خصوصی به جذب بیکاران از یک سو و نیاز جامعه به فعالیت های اجتماعی - اقتصادی زنان از سوی دیگر توجه به مقوله کارآفرینی زنان را بیش از پیش ضروری ساخته است. بی تردید ایجاد بسترهای لازم برای کارآفرینی زنان، جوانان و فارغ التحصیلان دانشگاهی علاوه بر افزایش روحیه و نشاط در این قشر، موجب افزایش تولید ملی نیز می شود. لذا برای توسعه و

گسترش کارآفرینی، نخست باید چالش ها و موانع موجود را شناسایی کرد و سپس با وضع قوانین مناسب، شرایط و بسترهای لازم برای فعالیت زنان کارآفرین را فراهم نمود. در این راستا، حمایت های همه جانبه دولت اعم از مادی معنوی و فرهنگی باید افزایش یابند. بنابراین در صورتی که دولتمردان کمی به شعارهای خود عمل نمایند، زنان کارآفرین که بیشتر به عنوان زنان خودسرپرست تعریف می شوند قادر به تولید خدمات، کالا و اندیشه هستند. البته با توجه به تفاوت شیوه اشتغال ایران با سایر کشورها، باید در کشورمان با استفاده از سرمایه های کوچک و با تکیه بر فنون برای زنان فرصت شغلی ایجاد کنیم. عدم باور عمومی، ناآشنایی به قوانین و مقررات، تجارب محدود در اجتماع و عدم آموزش کلاسیک از چالش های مهم در عرصه کارآفرینی زنان است.







## نقش دانشگاهها در کارآفرینی



مراکز آموزش عالی به علت داشتن امکانات آموزشی و پژوهشی پیشرفته و نیروهای کارشناس و کاردان می‌توانند در بخش‌های گوناگون بازار کار فعالیت نمایند، مواد و دستگاه‌های گوناگون تولید کنند و با ارائه طرح‌های تولید سود آور به سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی، زمینه ایجاد واحدهای مختلف تولیدی را فراهم آورند و از این راه کارآفرین باشند. آشنا سازی دانشجویان با تئوری‌های اقتصادی کارآفرینی، ایجاد گسترش رشته‌ها، دوره‌ها و واحدهای درسی و مراکز کارآفرینی در دانشگاهها و پشتیبانی دولت از موسسات آموزش عالی کارآفرین از راهکارهای مهمی است که به توسعه کارآفرینی در کشور می‌انجامد. معضل بیکاری یکی از پیچیده‌ترین مشکلاتی است که در حال حاضر در اغلب کشورهای دنیا وجود دارد و ایران نیز علی‌رغم توجه مسوولان برای ایجاد کار همواره با انبوهی از دانش‌آموختگان جویدی کار روبرو است. دانش‌آموختگان که با هزینه‌ای هنگفت و چندین سال صرف وقت، به تخصص‌هایی دست یافته‌اند. این امر امروزه مشکلی اجتماعی-اقتصادی است، که در آینده تبدیل به یک بحران می‌شود افزایش جمعیت، افزایش شمار دانشگاهها و موسسات آموزش عالی، ضعف در تدوین و اجرای درست برنامه‌های توسعه اقتصادی، نبود برنامه‌ای فراگیر و کل نگر برای پرورش نیروی انسانی متخصص و موارد دیگری از

این دست‌نوید وقوع یک بحران در زمینه اشتغال در آینده کشورمان است، که در مورد دانش‌آموختگان آموزش عالی، به طور بسیار چشمگیری قابل انتظار است.

**کارآفرینی به عنوان پدیده راهبردی و هدایت‌کننده، باعث به حرکت در آوردن چرخه فعالیت‌های اقتصادی کشور می‌شود.**

کارآفرینی فرایندی بلندمدت است که مستلزم برنامه‌ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی و اجرای برنامه‌ها از پایگاه خانواده و مدرسه تا دانشگاه و سازمانها است. **کارآفرینی، به عنوان یک عامل دگرگونی‌های اجتماعی و بهره‌گیری موثرتر از نیروی انسانی و منابع طبیعی به شمار می‌رود.**

نیازهای اساسی سایر خانواده‌های غیر مرتبط با کارآفرینی از راه پرداخت مالیاتهای بیشتر کارآفرینان بهتر و بیشتر تامین می‌گردد، یعنی یک کارآفرینی، بر تمام جامعه خود موثر واقع می‌گردد. کاهش نگرانی‌های اقتصادی و گسترش عدالت اجتماعی، از دیگر پیامدهای کارآفرینی است که نهایتاً حیات ملی را در گرو خود نگه می‌دارد. در کشورهایی که توسعه از نیروی کار استفاده بهینه نمی‌گردد و تلاشهای اندکی برای بهره‌گیری از این نیروها در جهت تولید و کارایی صورت می‌پذیرد، با توجه به خیل عظیم دانش‌آموختگان موسسات آموزش عالی دولتی و عدم برنامه‌ریزی جهت جذب این قشر فرهیخته نگرانیه‌ها و ناامیدی را در خانواده‌ها باعث می‌شود. یکی از مخرب‌ترین اثرات نبود فارغ‌التحصیلان کارآفرین کاهش ارزش تحصیل و علم و دانش در جامعه است. مسلماً در جامعه‌ای که دانش‌آموختگان و تحصیل‌کردگان از رفاه نسبی و شغل بهتر برخوردارند تحصیل امر مقدس و پرارزشی به شمار می‌رود. اما جامعه‌ای که تحصیل‌کردگان آن در ناامیدی به دنبال مشاغلی هستند که از یک فرد با سطوح تحصیلات پایین قابل انجام است. هیچ انتظاری از مردم و خانواده‌ها، برای ارزش گذاشتن به تحصیل و علم و دانش نیست. بیشتر خانواده‌ها و نهادها از دانشگاهها می‌خواهند آموزشهایی به فرزندان آنها داده شود تا بتوانند با شرایط پیش‌بینی نشده‌ای که ناشی از ماهیت کنونی بازار



کار است کنار بیابند و بتوانند در جامعه شغلی بیابند و مفید واقع شوند، به سخن دیگر، فرهنگ جامعه امروز ما از دانشگاهها انتظار دارد که دانشجویان را به گونه ای پرورش دهند که دانش آموختگان مهارتهای فنی کاربردی موثرتر و به لحاظ عملکرد با هماهنگی بیشتر با بازار کار داشته باشند. کار آفرینی بر خلاف اشتغال زایی به پدید آوردن ارزش های مادی و اقتصادی یا پیشه و کار محدود نمی شود، یعنی هر کس شرکتی تاسیس و شماری از افراد را استخدام کرد، لزوماً کار آفرین نیست، بلکه فرد کار آفرین گذشته از اشتغال زایی، رشد و توسعه کشور و بهبود بهره وری را نیز در نظر دارد از این رو کار آفرینی ماهیت و تعریفی و رای اشتغالزایی دارد.

یکی از مهمترین شاخص های کار آمدی نظام آموزشی هر کشور میزان تربیت دانشجو و دانش آموختگان کار آفرین است و متأسفانه نظام آموزشی ایران به جای اینکه کار آفرین باشد، عملاً کارجو پرور است. به گونه ای که با زحمت و هزینه زیاد، افرادی را تربیت می کند، که فقط می توانند شکافهای شغلی بسیار تعریف شده و

کلیشه ای را پر کنند چرا که نظام آموزشی ایران مبتنی بر یادگیری نیست و افراد کارآفرین در نظام آموزشی کمتر پرورش می یابند.

”دیدبان جهانی کارآفرینی“ در مقاله ای خاطر نشان ساخته است، که در آمریکا نظام آموزشی به گونه ای است که از هر ۶ نفر یک نفر کار آفرین می شود. در

کره جنوبی از هر ۱۲ نفر یک نفر، برزیل از طریق تغییراتی که در نظام آموزشی خود صورت داده است، امیدوار است تا پایان سال ۲۰۰۵ میلادی به نسبت یک نفر کارآفرین از هر چهار تحصیل کرده برسد. برخی از تئوریا بر نقش دولت در ایجاد فرهنگ کارآفرینی تاکید می کنند و معتقدند، نخستین وظیفه دولت در ایجاد کارآفرینی اعتقاد به این باور است که نسل کارآفرین تعیین کننده ترین و توانمند ترین قشر یک جامعه را تشکیل می دهد.

در ایران تعدادی از دانشکدههای مدیریت و بازرگانی، واحدهای درسی کارآفرینی و برنامه ای سازماندهی شده جهت آموزش کارآفرینی به دانشجویان خود ادامه می دهند و شاید الگو های خوبی برای سایر دانشکده ها باشند چندین دانشگاه مثل دانشکده تهران و امیر کبیر و دانشگاه شریف مراکز کار آفرینی در محیط دانشگاهی ایجاد نموده و به آموزش این امر اهتمام می ورزند.

در زمینه خدماتی و مشاوره ای نیز می توان به موارد مانند: انتشار کتابها، مقاله ها، نشریه های عمومی و تخصصی، برگزاری همایش و سخنرانی، تکثیر فیلمهای آموزشی کارآفرینی، آموزش کار آفرینان

## کار آفرینی فرایندی بلند مدت است که مستلزم برنامه ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی و اجرای برنامه ها از پایگاه خانواده و مدرسه تا دانشگاه و سازمانها است.

موفق، تهیه پوسترها و بروشورها، برگزاری نمایشگاه کتاب با موضوع کار آفرینی و... از دیگر فعالیت هایی است که می توان در سطح دانشگاههای ایران مشاهده کرد، از این رو می توان گفت که این امر در چند سال گذشته در دانشگاههای ایران نیز آغاز شده

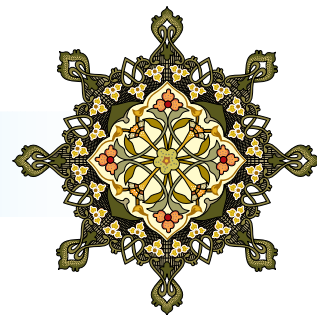
ولی برای ساماندهی آن نیاز به برنامه ریزی منسجم و هماهنگ است، از این رو وجود موسسه ای واحد که کلیه فعالیت های مرتبط با کارآفرینی را هدایت کند و از متخصصین علم



کارآفرینی تشکیل شده باشد، ضروری و حیاتی به نظر می رسد، همچنین دانشگاهها و موسسات آموزش عالی دولتی به علت داشتن امکانات پژوهشی و قدرت اجرایی بیشتر و نظامندتر که در مراکز غیر دولتی به ندرت یافت می شود توانایی و مسوولیت بیشتری در این زمینه دارا هستند همچنین باید محدودیت های موجود برای مدیران، دانشگاهها، در زمینه برگزاری واحدهای درسی کار آفرینی و برنامه ریزی های بلند مدت برای کارهای اشتغالزا و تشویق مبتکرین و کارآفرینان دانشجو بر داشته شود.

نهایتاً نقطه موفقیت و هدف آنجاست که فرهنگ کارآفرینی در سطوح مختلف جامعه خصوصاً قشر تحصیل کرده جامعه نهادینه گردد و فرهنگ کارمند پروری که نتیجه استخدام های بی رویه و بدون برنامه ریزی در چند دهه گذشته بوده است، جای خود را به فرهنگ خلاقیت و فرهنگ کارآفرینی دهد.





**کارآفرینان** منابع را مدیریت می‌کنند تا چیز تازه‌ای بسازند، اعم از شغل تازه یا کالا یا خدمت یا حتی بازار تازه.

آنچه **کارآفرینان موفق** را از کارآفرینان دیگر متمایز می‌کند، سرعت توسعه فعالیت اقتصادی آنان است. آنهایی بیشتر موفق هستند که فعالیت اقتصادی‌شان را بتوانند به سرعت رشد دهند. آنها موقعیت‌هایی را که دیگران در بازار به آنها توجهی نمی‌کنند، می‌یابند و همین ایده، بهره‌برداری کردن از این موقعیت‌ها را در ذهن آنها شکل می‌دهد. آنها خودشان را به خوبی در بازاری که در حال انتقال و تغییر است

جا می‌اندازند که از این نظر مبتکر و مخترع شناخته می‌شوند. آنها به دقت پیش‌بینی می‌کنند که جهت بازارها در حال تغییر است و سپس آماده می‌شوند که بازارهایی را به راه بیندازند که این کار را قبلاً کسی انجام نداده بود. مردم اغلب فکر می‌کنند کارآفرینان در ابتدا موفق هستند،

چون آنها کالا یا خدمات تازه‌ای ابداع می‌کنند مثل **موتور جست‌وجوی یاهو**. اما این طور نیست و اغلب کارآفرینان موفق کار خود را با افزایش در کیفیت یک کالا یا محصول ایجاد می‌کنند، بدون این که چیز تازه‌ای ایجاد کرده باشند. آنها اطلاعات کوچکی روی آنچه دیگران انجام می‌دهند ایجاد می‌کنند. کارآفرینان پس از شروع کار خود به مشتریان توجه می‌کنند و با آرامی با اصلاحات دیگر خود را مطرح می‌سازند. سپس آنها به سرعت آنچه انجام می‌دهند را متعادل می‌سازند و این فرآیند را بارها تکرار می‌کنند، پیشنهاد بهبود کیفیت مطرح شده از طرف **JERRY GREENFIELD BEN COHEN** منجر به موفقیت برای آنها

شد. آنها شروع به ساختن بستنی با قیمت بالاتر، با قطعاتی از میوه روی آن کردند. این بستنی‌ها برای پاسخ به نیاز مشتریانی ساخته شد که بستنی‌های ساده را دوست نداشتند. در آن زمان تولید کنندگان بزرگ در بازار، بستنی میوه‌ای نداشتند و این بازار جدیدی بود که توسط این دو نفر ایجاد شد.

**JACK BURTON** کارآفرین دیگری است که از VERMONT شروع کرد. او با بهبود طراحی کالایی که اولین بار در ۱۴ سالگی با آن آشنا شده بود توانست به موفقیت دست یابد. با گذشت مدت

کمی از فارغ‌التحصیلی از نیویورک نقل مکان کرد و تخته اسکی‌های BURTON را درست کرد.

او می‌گوید: بسیاری از مردم فکر می‌کنند من تخته اسکی جدیدی اختراع کرده‌ام، در حالی که این درست نیست. طرح اولیه تخته اسکی‌ها به وسیله شرکت BRUN SWICK

ساخته شد، در حالی که این شرکت هیچ‌گاه پیشرفتی در تخته اسکی‌های ساخته شده ایجاد نکرد. فلسفه

BURTON «بهبود آنچه جا دارد براساس نیازهای واقعی

**مشتریان بود**». BURTON این مساله را به همگان یاد داد که اگر

محصولات اصلی برای مردم کسالت‌آور باشد، آنها حاضرند با پرداخت پول بیشتر کالای باکیفیت‌تری بخرند. طی ده سال اخیر

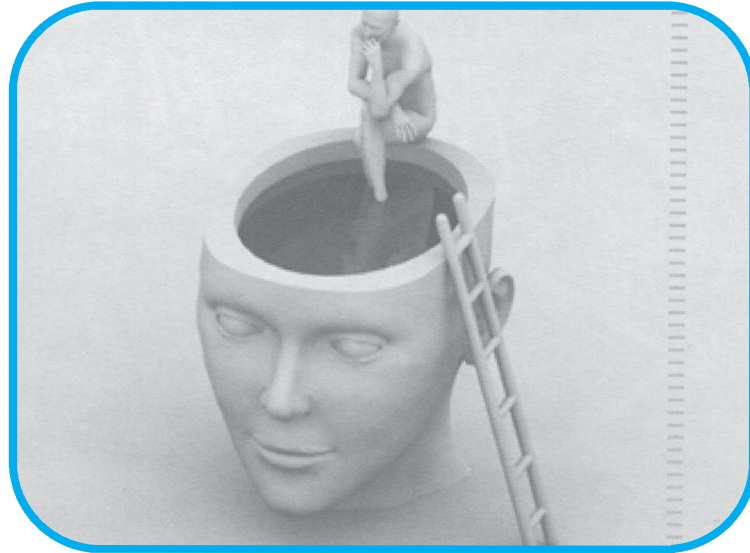
کارآفرینان میلیون‌ها فرصت شغلی تازه در جهان ایجاد کرده‌اند. از

هر شش دانشجوی رشته مشاغل یک نفر می‌گوید، هدف

شخصی‌اش تاسیس یک شرکت اختصاصی است و کارشناسان

پیش‌بینی می‌کنند در آینده سازمان‌های بسیاری متولد شوند. به ویژه





سپری کند بدون اینکه نیازی به خرید تلفن یا اجاره دستگاه فتوکپی یا استخدام کارمند داشته باشند. حامیانی که هیچ نفعی برای کارآفرینان نمی‌توانند به همراه داشته باشد، این خدمات را رایگان به کارآفرینان می‌دهند، اما اغلب کارآفرینان بخشی از سود خود را با شرکت حمایت‌کننده که به موفقیت آنها کمک کرده تقسیم می‌کنند. در شهر نیویورک کارخانه‌های سرمایه‌گذاری روی فعالیت‌های جسورانه فضای حمایت‌کننده را برای کارآفرینان ایجاد می‌کنند تا سرمایه‌گذاری آنها را پرورش دهند. برخی سرمایه‌گذاران در این زمینه معتقدند سازمان‌های حمایت‌کننده راه‌های بدون خطر برای شروع فعالیت کارآفرینانه هستند که به وسیله آنها می‌توان دید که آیا این کار در ابتدا توسعه می‌یابد و پس از آن تصمیمات بهتری در مورد سرمایه‌گذاری روی این کار گرفته شود.

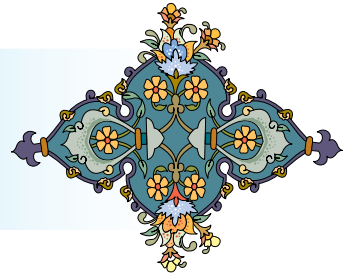


افزایش فعالیت‌های جسورانه (VENTURE CREATION) در بین زنان، مهاجران و اعضای گروه‌های کوچک و رده پایین پیش‌بینی می‌شود. سهم شغل‌های ایجاد شده به وسیله زنان کارآفرین از ۲۴ درصد در سال ۱۹۷۵ به ۴۰ درصد در سال ۲۰۰۰ افزایش یافته است. آیا این رشد بیانگر جهش ناگهانی در تولید کارآفرینان است؟ پاسخ منفی است، چون سرعت کارآفرینی با شرایط محیط کم یا زیاد می‌شود. در ایالات متحده سرعت فعالیت‌های کارآفرینان در دهه ۱۹۲۰ افزایش یافت و پس از آن در دهه ۱۹۳۰ کاهش یافت و پس از آن و بعد از جنگ جهانی دوم افزایش و پس از آن کاهش چشمگیری از سال ۱۹۵۰ تا ۱۹۸۰ داشت. دهه اخیر دوره دیگری از رشد کارآفرینی به علت اختراعات انجام گرفته در تراشه‌ها، کامپیوترها و وسایل ارتباط جمعی راه دور و تکنولوژی ارتباطات می‌باشد. کاهش سرعت سودها و افزایش سرعت مهاجرت‌ها به افزایش سرعت فعالیت‌های کارآفرینانه می‌انجامد، هر چه افراد بیشتری تبدیل به کارآفرینان موفق می‌شوند، ایجاد ساختارهای اجتماعی بهتر دیگران را مجبور می‌کند تا کارآفرین باشند. همچنین فاکتورهای سیاسی و اقتصادی نقش مهمی ایفا می‌کنند. به منظور ایجاد تحریک و انگیزه برای انجام کارآفرینی بسیاری از کشورهای آسیایی و اروپایی تسهیلات ویژه‌ای مهیا کرده‌اند و مالیات‌هایشان را کاهش داده‌اند. هدف دولت‌ها از این سیاست حصول اطمینان در این زمینه است که کشورشان از جهش کارآفرینانه‌ای که دستیابی به تکنولوژی‌های جدید آن را ممکن می‌سازد عقب نمانند.

**به سازمان‌هایی که کارآفرینان را حمایت می‌کنند incubator organization گویند.** آنها به مشاغل جدید یا کسانی که می‌خواهند شغل ایجاد کنند به اصطلاح فضا می‌دهند. یک شرکت حمایت‌کننده کارآفرینان می‌تواند یک روز کامل را







## گفت و گو با کاظم قلم چی بنیانگذار بنیاد قلم چی

در بالاترین طبقه ساختمان بزرگ بنیاد قلم چی، در محل سالن کنفرانس این بنیاد منتظر کاظم قلم چی هستیم. در بالای سالن باز می شود. بنیان گذار بنیاد قلم چی، بزرگترین سازمان بخش خصوصی در امر آموزش، چیزی شبیه به آموزش و پرورش خصوصی وارد سالن می شود. مردی میانسال با قامت حدوداً ۱۶۵ سانتی متر و کت و شلوار سورمه ای رنگ در چهارچوب در جای می گیرد، یک مکث کوتاه می کند. قدم های کوتاه و سریع دارد. مستقیم و سریع به سمت بالاترین صندلی سالن می رود. قبل از پاسخ به هر سوالی - در مورد زندگی شخصی - ابتدا چند لحظه به روبرو خیره می شود. کاظم قلم چی، متولد دی ماه سال ۱۳۳۴، تهران-میدان خراسان. یک برادر دارد. مادر و خاله های قلم چی فرهنگی بودند، کاظم قلم چی زیاد از پدر خود که حدود ۳۰ سال از او دور بوده صحبت نمی کند و بیشترین تاکید وی بر روی نقش مادرش در زندگی اوست، قلم چی می گوید یکی از دلایل مهمی که وارد حوزه آموزش شده است شغل مادر او، یعنی معلمی بوده است. او از شرایط بد اقتصادی خانواده در سنین کودکی تا نوجوانی می گوید و اینکه از کلاس چهارم ابتدایی مجبور به کار شده و در سه سال آخر دبیرستان ترک تحصیل کرده است. طی دوره تحصیلش در حدود ۱۳ مدرسه درس خوانده و در نهایت در رشته ریاضی فارغ التحصیل شده است. در حال حاضر بنیانگذار بنیاد قلم چی یک پسر و یک دختر به نام های پندار و پرستو دارد که یکی در رشته کامپیوتر تحصیل می کند و دیگری در مقطع دوم دبیرستان. جالب آنکه فرزند کاظم قلم چی خود در دبیرستان دولتی تحصیل می کند.

**- شما کجا متولد شدید، چه کسی از اعضای خانواده بیشتر در زندگی شما نقش ایفا کرد؟**

من متولد سال ۱۳۳۴ در یکی از مناطق جنوب شرقی تهران هستم. تقریباً می توانم بگویم بیشترین نقش را در زندگی من مادرم ایفا کردند. در دوره ای که من هشت سالم بود، او (مادرم) تا کلاس شش دبستان درس خوانده بود اما هم زمان درس هم میداد. در یک دبستانی تدریس می کرد برای کلاس پنجم دبستان. در مدرسه



اسلامی موحدین در خیابان جهان پناه که نزدیک میدان خراسان بود. و بعد سال های دبیرستان را شبانه درس می خواند، شش سال دبیرستان را در سه سال خواند. هر دو سال را در یک سال می خواند و در همه دوره های تحصیلش در تهران شاگرد اول بود. در





### فعالیت شما دارد، آیا این فعالیت در خانواده شما موروثی است؟

من از پدرم شنیدم که مثل اینکه پدر بزرگم نویسنده بوده یا در چنین زمینه هایی کار می کردند برای همین نام فامیل را قلم چی انتخاب کردند.

### - از دوره تحصیل خودتان بگویید، در آن دوره هیچ وقت تجدید یا رد شده بودید؟

نه، من همیشه در دوره تحصیلم یا شاگرد اول بودم یا شاگرد دوم. علت عمده آن هم این بود که از دوره ابتدایی تا دبیرستان مادرم همیشه ما را حمایت آموزشی می کرد. و همیشه به ما درس می داد. جالب است که به شما بگویم من در سال ۵۲ هم که شبانه درس می خواندم و امتحان نهایی سال آخر دبیرستان را دادم در تهران

فوق دیپلم تربیت معلم شرکت کرد، در آنجا شاگرد اول شد. در کنکور شرکت کرد و در رشته ادبیات دانشگاه تهران برای مقطع لیسانس پذیرفته شد. و بعد در مقطع فوق لیسانس در رشته علوم اجتماعی در همان دانشگاه تهران قبول شد. همزمان هم درس می خواند و درس می داد و هم سرپرستی ما را داشت. وقتی من در سال ۱۳۵۲ وارد دانشکده فنی دانشگاه تهران شدم، مادرم هم همزمان دانشجوی بود و البته می خواست برای دکتری بخواند که سرطان گرفت و فکر می کنم در سن ۴۳ سالگی فوت کرد.

### - از بین اعضای خانواده شما در حال حاضر به جز شما شخص دیگری هم در این حوزه یعنی آموزش فعالیت دارد؟

نه، فقط من هستم.

### - نام فامیل شما یعنی «قلم چی» سنخیت جالبی با نوع

شاگرد اول شدم. البته بین دانش آموزانی که متفرقه شرکت کرده بودند.

### - بعد از دبیرستان چطور وارد دانشگاه شدید و در چه رشته ای؟

من خیلی علاقه داشتم که دانشکده فنی دانشگاه تهران را انتخاب کنم. چون در آن زمان دانشکده فنی در صدر بود. در انتخاب رشته هم پایین ترین رشته ای که می شد در دانشگاه تهران از لحاظ نمره قبول شد آن را انتخاب کرده بودم. چون اصلاً احتمال انتخاب شدن در دانشگاه تهران را نمی دادم و اتفاقاً در آن رشته هم یعنی در رشته معدن من اول شدم. البته نمره ام به همه رشته های دیگر می رسید.

### - با توجه به مشکلاتی که به آن اشاره کردید،

### آیا وارد شدن به دانشکده فنی دانشگاه

### تهران با امکانات محدود برایتان

### مشکل نبود؟

به خاطر پیگیری های مادرم، من و برادرم هر دو یکی-دوسال جلوتر درس خواندیم. اما در شرایطی که بچه هایی در مدارس ملی آن زمان مثل خوارزمی و هدف و البرز در آسایش و بهترین شرایط علمی تحصیل می کردند من هم در دانشگاه تهران پذیرفته شدم. جالب است که بگویم همان سال که من قبول شدم از بین ۸۰ نفر دانشجوی رشته ساختمان دانشکده فنی تقریباً ۴۰ نفر از پذیرفته شدگان دانش آموز دبیرستان البرز بودند.

### - کمی هم از برادر بزرگتان بگویید، ایشان هم همکار شما هستند؟

ایشان اول در دانشگاه تربیت مدرس فیزیک خواند و بعد رشته برق خواند و الان مهندس برق هستند و در یکی از شرکت های وزارت نیرو شاغل هستند. البته ایشان یک دوره ای با من همکاری می کردند.

### - در دوره تحصیل خودتان، به خصوص در زمان وارد شدن به دانشگاه، در واقع کنکور مشاور و راهنمایی داشتید؟

نه؛ من همیشه این خلاء را احساس می کردم، در همان زمان من فقط به دانشگاه فکر کردم. در آن زمان من اصلاً به رشته مورد علاقه ام فکر نکردم. اما الان توضیحی که ما به دانش آموزان

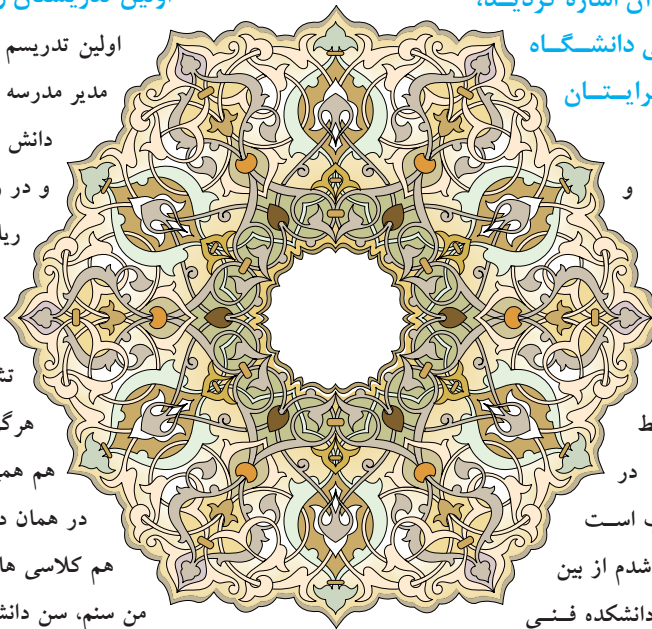
می دهیم این است که رشته را باید ترجیح بدهید نه دانشگاه را. البته یک چیزی را به خاطر دارم، سالی که من کنکور دادم یک ۱۵ روزی کلاس کنکور هم رفتم. من روز دومی که به کلاس کنکور رفتم پشیمان شدم! چون دیدم دروسی که میدهند آنقدر به گوش من ناآشناست. اتفاقاً دبیر ادبیات مدرسه شبانه ما هم در همان موسسه تدریس می کرد، من به او گفتم که من آمادگی کنکور ندارم و نمی خواهم کنکور بدهم، او به من گفت که بسیار خب! حالا شما به عنوان آزمایشی این کنکور را بدهید، شما دو سال دیگر هم فرصت دارید که کنکور بدهید... امسال را هم همینطوری شرکت کنید. اتفاقاً این به من خیلی کمک کرد، که با این احساس که قبول نمی شوم، رفتم و خیلی آسوده سر جلسه نشستم.

### - اولین تدریستان را کی و کجا انجام دادید؟

اولین تدریسم را کلاس پنجم دبستان داشتم. مدیر مدرسه به من پیشنهاد کرد که به یک دانش آموزی که جهشی خوانده بود و در ریاضیاتش مشکل داشت، ریاضی درس بدهم. من هم این کار را کردم و نمره ریاضی او ۱۳-۱۴ شد و سر صف من تشویق شدم. آن تدریس را هرگز فراموش نمی کنم. بعد از آن هم همیشه به بچه ها درس می دادم. در همان دوره شبانه هم به همه هم کلاسی هایم درس می دادم. البته چون من ستم، سن دانش آموزان روزانه بود کمترین اختلاف سنی ام با آنها ده سال بود. ساعت چهار صبح به پارک لاله می رفتم، در می زدیم نگهبان پارک در را باز می کرد تا ساعت ۷ صبح درس می خواندیم و بعد نیم ساعتی فوتبال بازی می کردیم و بعد هم همه سر کار می رفتم، چون همگی شاغل بودیم. بعد از آن هم به شکل خصوصی در دوره دانشگاه تدریس می کردم.

### - از چه سالی ایده تشکیل کانون را با سبک فعلی طرح کردید؟

از سال ۷۲ من این روش جدید را که آزمون های منظم را می گرفتیم شروع کردم. اولین باری که ما آزمون را شروع کردیم، آن آزمون بعد از صدها آزمونی که بعدها برگزار کردیم هنوز خاطرم هست. در زیر زمین دبستان آزادگان در خیابان بوستان چهارم در خیابان پاسداران. چیزی حدود ۶۰ نفر سال ۷۲ آمدند و امتحان دادند و برای من خیلی جالب بود که این دانش آموزانی که برای کنکور





آماده می شدند آمدند و در یک روز جمعه در این آزمون شرکت کردند. این موضوع آن زمان اصلا غیر عادی بود که بچه هایی که همگی از امتحان فرار می کردند بیایند و در یک روز تعطیل به طور داوطلبانه در یک امتحان شرکت کنند.

### - چطور این فاصله زمانی بین آزمون ها را معین کردید؟

جالب است از اولین باری که این آزمون را برگزار کردیم نظم دو هفته را داشتیم. خیلی بحث کردیم. من این کار را با همکاری آقای سعادت شروع کردیم. خیلی بحث کردیم که این فاصله زمانی را چگونه تنظیم کنیم. که در نهایت به این استاندارد دو هفته ای گذاشتیم.

### - تاکید اصلی طرح شما بر چه اصلی بود؟

همراه این آزمون ها به بچه ها یک برنامه ای هم می دادیم.

یعنی من از ابتدا اعتقاد بر این بود که این بچه ها خودشان می توانند به صورت خود آموزی پیش بروند تنها باید یک برنامه منظم برای آنها وجود داشته باشد. که این برنامه ای که کل مباحث درسی شان را تقطیع می کرد به بخش های کوچک تر که بتوانند در مدت زمان بین آزمون ها این مباحث را بخوانند و بعد خودشان را در آزمون ارزیابی کنند. من متوجه شدم که بین این بچه ها چیزی حدود ۷۵ درصدشان در کلاس خاصی شرکت نمی کنند و به صورت خودآموز درس می خوانند.

### - در سال اول چند نفر در آزمون های شما شرکت کردند؟

سال اول حدودا ۷۰-۸۰ نفر شرکت می کردند.

### - اوایل مجموعه شما با همین نام بنیاد قلم چی شناخته می شد؟

نه آن موقع به اسم کانون فرهنگی آموزش بود.

### - پیش از تاسیس کانون چه می کردید؟

پیش از آن به صورت تدریس خصوصی کار می کردم. یک موسسه تدریس خصوصی داشتیم. اما در سال ۷۲ در کنار تدریس، این کار را هم شروع کردیم. مجموعه کوچک بود، بیش از ۷۰-۸۰ نفر نبودند من هم سوالات را طراحی می کردم، هم تدریس می کردم، هم مشاوره می کردم و... اما سال بعد نتایجی که این

دانش آموزان گرفتند به اندازه ای جالب بود که تعداد یک دفعه چندین برابر شد و به ۵۰۰ نفر رسید.

### - اولین بار در کجای تهران کارتان را شروع کردید؟

ساختمان شماره دوازده سید خندان بود، که الان واحد ۵ است.

### - از آن واحد چیزی به خاطر دارید؟

یک آپارتمان ورته ای بود که تعداد حدود ۴۰-۵۰ نفر پای سند را امضا کردند و انگشت زدند! این واحد را ما سال ۷۰ چهار میلیون تومان خریدیم. من در بنگاه معاملات ملکی گفته بودم، باید جایی باشد که دسترسی مردم به آن ساده باشد، مثل میدان توپ خانه سابق که فکر می کردم سیدخندان چنین وجهه ای داشته باشد. وقتی هم که من این واحد را خریدم هنوز خودم اجاره نشین بودم. این دفتر کار را من از پول تدریس هایی که خود کرده بودم و پس انداز کرده بودم خریدم.

### - رقابت به چه شکلی بود، رقبای اصلی شما چه موسساتی بودند؟

اصلا رقیب نداشتیم، چون کاری که ما می خواستیم بکنیم اصلا کسی به آن فکر نمی کرد. در آن زمان کلاس های کنکور هم بودند ولی مثل ما نبودند. کار خاص ما برنامه ریزی آموزشی مبتنی بر آزمون های منظم بود. آزمون آزمایشی را قبل هم یک سال یکبار می گرفتند. کار ما این بود که دانش آموزان بتوانند خودشان درس بخوانند حتی بدون نیاز به کلاس. یعنی از ابتدای کار اصلا ما کارمان را روی کلاس متمرکز نکرده بودیم. تا چندین سال پس از این همه به نوعی با ناباوری به این کار نگاه می کردند، و اصلا کسی به این کار توجهی نمی کرد و فکر می کردند مهم نیست. در صورتی که دانش آموزان و اولیای آنان که می آمدند متوجه می شدند که اصل کار در آموزش، خود دانش آموز است. ما به دانش آموزان دو برنامه می دهیم. یکی برنامه راهبردی که ما به او می دهیم که مبتنی بر برنامه آموزش و پرورش است و یکی هم برنامه ریزی شخصی که ما به دانش آموزان یاد می دهیم که خودشان برای خودشان برنامه ریزی کنند. دفتر برنامه ریزی که من نوشته ام تا بحال یک میلیون و ۴۰۰ هزار نفر آن را اجرا کردند. تا بعد از ۵-۶ سال که این کار مورد اقبال گسترده دانش آموزان و اولیا قرار گرفت تازه موسسات خصوصی و دولتی به فکر افتادند که کاری شبیه به کار ما بکنند. که



این هم اسنادش موجود است.

**- چه کسانی در تاسیس کانون همراه شما بودند؟**  
من بودم و آقای سعادت و آقای حامد و آقای تمنا و همکاران دیگری که به تدریج ملحق شدند یک سال بعد آقای آذربای.

**- الان این همکاران کجا هستند؟**

آقای سعادت تشریف دارند نمایندگی کانون را در مشهد دارند و دوستان دیگر، آقای تمنا چند سال بعد به همراه آقای حامد موسسه ای را تاسیس کردند که باز در چند سال اخیر با کانون همکاری می کنند.

**- آموزش و پرورش چطور با موضوع کانون برخورد کرد؟**

کار جدیدی که ما انجام دادیم خیلی طول کشید تا در آیین نامه آموزش و پرورش وارد شد. همه مردم عادت داشتند که بروند به کلاس درس و معلم تدریس کند و کسی با این روش که دانش آموز خودش درس بخواند و هر دو

هفته یکبار آزمون بدهد و برنامه ریزی آموزشی هدایت کننده دانش آموزان باشد آشنایی نداشت.

**- بعد از چندین سال اجرای**

**طرح تان و تاثیر چشم گیر آن بر جامعه آن را چطور ارزیابی می کنید؟**

این ایده الان اجرا شده و نتیجه داده و نتیجه آن این است که در اکثر نقاط کشور، در روستاهای کشور

افرادی را که لیاقت و استعدادش را دارند بیایند و درست مثل سایرین درس بخوانند. من خاطرم هست که وقتی که اشکان برنا نفر اول کنکور شده بود وزیر علوم به او زنگ زده بود و گفته بود نفر اول شده است. او فکر کرده بود که نفر اول ایران هم شده است، بعد متوجه شده بود که نفر اول منطقه یک است و در همان سال شاگرد اول ریاضی کشور خانم ندا ناطق بود از ساری که تازه منطقه دو است. من از او سوال کردم که تعجب نکردی که یک دانش آموز از یک شهر مثل ساری اول شده است؟ جوابی که به من داد خیلی جالب بود که من هرگز فراموش نکردم. به من گفت: نه، تعجب نکردم؛ چون شما همان امکاناتی را که به ما دادید به ساری هم دادید.

**- مسئولین چطور با این طرح شما برخورد کردند؟**

من اعتقاد دارم که همه مسئولین بالاخره خودشان فرزند دارند.

جالب است برایتان بگویم که ما در رده های مسئولیت های اداری و دولتی هرچقدر بالاتر می رویم می بینیم که توجه به وضعیت تحصیلی فرزندان بیشتر می شود. خیلی ها ممکن است که ندانند ما چه کار می کنیم. کافی است که یک نفر فرزندش یک مدت در کانون باشد. پدر و مادر در منزل می بیند که وضعیت تحصیلی و رفتار فرزندش تغییر می کند، خودش درس می خواند.

اولش ممکن است فکر کنند که این کار بیهوده ای است، اما بعد که فرزند خودشان وارد کانون می شود اثر بخشی آن را می بینند. در مورد تخفیف هایی هم که گفتید، بله ما این توافقات را انجام می دهیم. برای فرزندان فرهنگیان ۳۰ درصد تخفیف، برای بنیاد شهید ۵۰ درصد تخفیف، برای خانه کارگر تخفیف ۲۰ درصدی و بسیاری از وزارت خانه ها و موسسات مختلف مراجعه می کنند و قرارداد های کلی می بندند که پرسنلشان وقتی مراجعه می کنند از یک تخفیفی برخوردار شوند.

**- توافقتنامه هایی در**

**سازمان ها، وزارتخانه**

**ها و... وجود دارند که براساس آن به فرزندان اعضای این سازمان ها و وزارتخانه ها تخفیف هایی ارایه می شود. شما برای ایجاد این توافقتنامه ها پیش قدم شدید یا آنها؟**

نخیر، همیشه آنها مراجعه می کنند. یعنی چون این کار با یک اقبال عمومی روبرو شد آنها مراجعه می کنند.

**- گفتید از فرزندان مسئولان در آزمون ها شرکت می کنند، یکی را می توانید نام ببرید؟**

ده ها مورد این چنینی وجود دارد که من نمی توانم بگویم، چون شاید خودشان رضایت نداشته باشند. حالا یکی را مثال می زنم شاید مشکل نداشته باشد، وقتی که رقیتم اینجا را وقف کنیم، من به سازمان اوقاف هم مراجعه کردم. آقای نظام زاده که نماینده رهبری در آنجا بودند به من گفتند که دختر من از اول دبیرستان در آزمون های شما شرکت کرده است.

**- کاری که شما می کنید دقیقا چیست؛ به هر حال کانون باشد یا نباشد عده ای در کنکور پذیرفته می شوند!**

کاری که ما می کنیم این است که خیلی از افرادی که نمی توانستند این رتبه ها را بگیرند می توانند این رتبه ها را بگیرند.



# بنیاد علمی آموزشی



شما سال های گذشته را نگاه کنید اکثر رتبه های برتر کنکور از تهران و کلان شهرها بودند، اما کاری که ما کرده ایم این است که امکانات آموزشی را در دور افتاده ترین نقاط کشور توزیع کرده ایم. وقتی همانجا بودیم و سوال کردم، دیدم فرزندان چندتن از معاونین دیگر آنجا هم در آزمون ها شرکت می کنند.

**- بسیاری اعتقاد دارند حیات کانون به حیات کنکور وابسته است و کانون در برابر حذف کنکور موضع گیری دارد، این موضوع صحت دارد؟**

این جزو سوالات متداول است، من دو نکته را اشاره می کنم. اصلا علت اینکه من این ساختمانی که اینجا (ساختمان مرکزی) را وقف کردم همین بود. وقتی که تصمیم به وقف گرفتم، یکی از دوستانم آقای علی اکبر که در مجمع خیرین مدرسه ساز هم هست به من گفتند که شما چه چیزی را وقف می کنید؟ اگر فردا کنکور را برداشتند دیگر این بنیاد درآمدی نخواهد داشت، به همین دلیل من این ساختمان را هم وقف کردم که اگر در سال های آتی چنین اتفاقی افتاد تمام درآمدهای این ساختمان هم به اهداف وقف برسد. اما اینکه اگر کنکور نباشد آیا فعالیت ما بلاموضوع خواهد بود؟ یکی از رتبه های برتر کنکور پاسخ جالبی به این سوال داد من از او پرسیدم که به نظر شما چه سالی برای ورود به کانون مناسب است و او گفت اگر کنکور باشد، از سال دوم دبیرستان اما اگر کنکور نباشد

از سال دوم دبستان. برای اینکه ما روش درس خواندن و برنامه ریزی و خودآموزی را به بچه ها یاد می دهیم و اتفاقا اگر این فضای استرس و آزمون نباشد بچه ها بهتر یاد می گیرند. آقای میرعماد معافی مدنی که از رتبه های یک رتبه هم هست از دوره راهنمایی در آزمون ها شرکت کرده است. اعتقاد داریم که کاری که ما می کنیم، آموزش برنامه ریزی و رسیدن به خودآموزی است که نیاز زمان و آموزش است ولی چرا ما در کنکور تمرکز می کنیم؟ چون ما تا به دقیقه نود نرسیم به فکر نمی افتیم. البته این را بعدها تاریخ نشان خواهد داد که تا چه اندازه این کار رونق پیدا می کند.

**- صراحتا بگویید شما موافق کنکور هستید یا مخالف؟**

ما راجع به این قضیه یک پاسخ روشن داریم. اولین اصل برنامه ریزی ما این است که ما هماهنگ هستیم با نظام آموزش کشور. یک دلیل روشن و ساده هم دارد. دانش آموز باید ذهن منظم داشته باشد. اگر ما دائما بگوییم که ما با این روش موافق هستیم یا خیر، این آرامش دانش آموز را برهم می زند. ما خودمان را زیاد درگیر نمی کنیم. بودن یا نبودن کنکور موضوع کار ما نیست. در سال ۵۴ یا ۵۵ یکسال کنکور را برداشتند، فقط با معدل دانشجویان را گزینش کردند، فقط همان یکسال بود و بعد هم تغییر کرد، اما در همان سال هم شخصی که نفر اول شده بود که وارد دانشکده فنی دانشگاه تهران هم شد و او را با نام آقای ۲۰ معرفی کردند، کسی



بود که تمام نمراتش در سال ششم دبیرستان ۲۰ شده بود.

هر جایی که امکانات گسترده است مثلاً در آمریکا هم همه دوست دارند که به دانشگاه هاروارد، ییل، کلمبیا و... دانشگاه‌های معتبر بروند اینطور نیست که هر کسی بتواند وارد شود. در آنجا هم باید امتحان SAT بدهد. خب در ایران هم کسی که می‌خواهد وارد دانشگاه شریف، تهران، امیرکبیر و... بشود باید مکانیزم مشخصی وجود داشته باشد. به هر حال این مکانیزم مساله ما نیست.

### – شما با طیف وسیع دانش آموزانی که عضو کانون هستند در بدنه نظام آموزشی کشور تا چه اندازه نفوذ دارید؟

نوع نگاه من اینگونه است که ما باید به دانش آموزان کمک کنیم که بهتر درس بخوانند. و اولین اصل این است که هماهنگ باشیم با نظام آموزشی، معتقد نیستیم که وارد بحث‌های چالشی بشویم. مثلاً در مورد روش تدوین کلاس‌های درسی نظر بدهیم یا در مورد متمرکز بودن یا نبودن کنکور نظر بدهیم. ما اگر الان در بنگلادش، فرانسه یا ترکیه هم باشیم. معتقدیم اگر بخواهیم به دانش آموزان کمک کنیم باید تقویت کننده نظام آموزشی باشیم. یک مثال بزنم، گاهی اوقات مثلاً دبیران عربی می‌گویند چرا کتاب درسی این‌طور تدوین شده است... ما می‌گوییم اگر ما بخواهیم اینطور سلیقه‌ای عمل کنیم، سلیقه شما را هم عده کثیری نخواهند پذیرفت، پس منطقی‌ترین راه این است که فعلاً همین کتاب درسی با همین ویژگی مبنای کار ما قرار بگیرد. من به مشاوران و پشتیبانان کانون هم می‌گویم که ما اگر بخواهیم به مباحث چالشی پردازیم و اعمال نظر کنیم، به کار اصلی خودمان نمی‌پردازیم. بنابراین حوزه کار ما، یک حوزه مستقل است که ما نباید از آن خارج شویم.

### – در تمام کشور چند نفر نیرو دارید؟

ما به ازای هر ۵۰ نفر دانش آموز یک پشتیبان داریم. فکر می‌کنم الان در کل کشور چیزی حدود ۵ هزار نفر پشتیبان داشته باشیم.

### – یعنی شما چیزی حدود ۵ هزار نفر پرسنل دارید؟

اینها همکاران ما هستند ولی پرسنل کانون نیستند. نمایندگی‌های کانون در شهرها و استان‌های مختلف مستقل هستند. گاهی اوقات این شبهه ایجاد می‌شود که اینها در شهرستان‌ها موسساتی هم دارند. گاهی وقتی نمایندگی‌های ما در شهرستان‌ها در تبلیغاتشان از لوگوی کانون استفاده می‌کنند برای مردم این شبهه ایجاد می‌شود که کانون در شهرستان‌ها هم شعبه دارد. در صورتی که اینطور نیست. نمایندگی‌های ما در شهرستان‌ها موسسه یا مدرسه غیر انتفاعی مستقلی دارند که نمایندگی کانون را هم دارند و استخدام پرسنل و... همگی با خود آنهاست. در واقع از ما فقط نمایندگی برگزاری آزمون را گرفته‌اند. یعنی به لحاظ قراردادی استخدام کانون

نیستند.

### – چند نمایندگی در سراسر کشور دارید؟

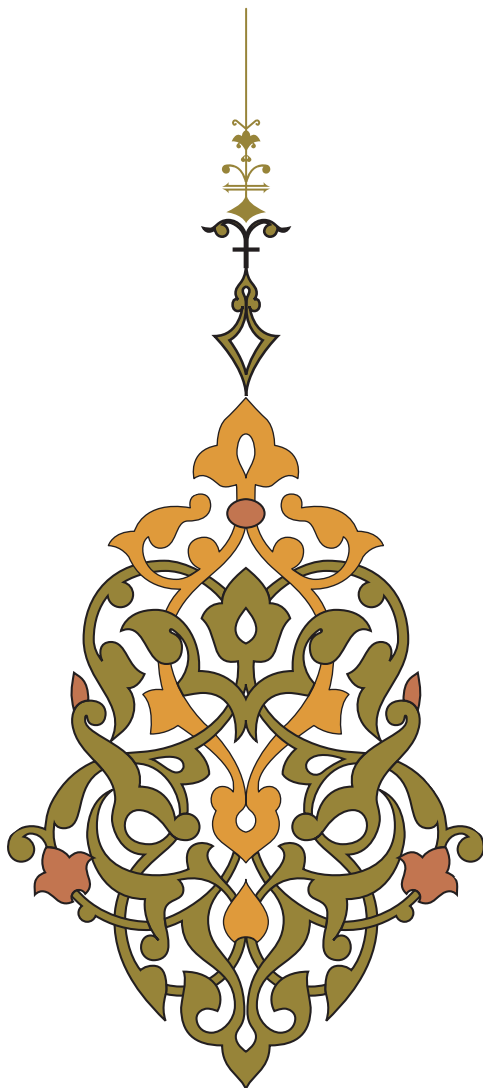
بیش از ۳۰۰ نمایندگی در کل کشور داریم.

### – مبلغ بورسیه تحصیلی که برای برخی از دانش آموزان پرداخت می‌کنید چقدر است و چند نفر از شما بورسیه دریافت می‌کنند؟

ماهانه بیست هزار تومان. اولین سال، سال ۸۴ هشت هزار نفر بورسیه داشتیم، سال ۸۵ ۲۰ هزار نفر، سال ۸۶ هم ۲۰ تا ۲۵ هزار نفر. این دانش آموزان یک حساب بانکی دارند که ماهانه کمک هزینه تحصیلی برایشان واریز می‌شود.

### – این یک سوال عمده است و آن اینکه اگر بنیاد قلم چی وقف شده است پس آقای کاظم قلم چی از چه طریقی کسب درآمد می‌کند؟

قسمت انتشارات وقف نشده است ولی این ۳۰۰ نمایندگی و درآمد حاصل از برگزاری آزمون‌ها وقف شده است.





## استفاده از عدد پی (۳/۱۴) در ساخت بنای تخت جمشید



مهندسان هخامنشی راز استفاده از عدد پی ۳/۱۴ را ۲۵۰۰ سال پیش کشف کرده بودند. آنها در ساخت سازه های سنگی و ستون های مجموعه تخت جمشید که دارای اشکال مخروطی است، از این عدد استفاده می کرده اند.

عدد پی (۳/۱۴) در علم ریاضیات از مجموعه اعداد طبیعی محسوب می شود. این عدد از تقسیم محیط دایره بر قطر آن به دست می آید. کشف عدد پی جزو مهمترین کشفیات در ریاضیات است. کارشناسان ریاضی هنوز نتوانسته اند زمان مشخصی برای شروع استفاده از این عدد پیش بینی کنند. عده زیادی، مصریان و برخی دیگر، یونانیان باستان را کاشفان این عدد می دانستند اما بررسی های جدید نشان می دهد هخامنشیان هم با این عدد آشنا بودند.

«عبدالعظیم شاه کرمی» متخصص سازه و ژئوفیزیک و مسئول بررسی های مهندسی در مجموعه تخت جمشید در این باره، می گوید: بررسی های کارشناسی که روی سازه های تخت جمشید به ویژه روی ستون های تخت جمشید و اشکال مخروطی انجام گرفته؛ نشان می دهد که هخامنشیان ۲۵۰۰ سال پیش، از دانشمندان ریاضی دان استفاده می کردند که به خوبی با ریاضیات محض و مهندسی آشنا بودند. آنان برای ساخت حجم های مخروطی راز عدد پی را شناسایی کرده بودند.

دقت و ظرافت در ساخت ستون های دایره ای تخت جمشید نشان می دهد که مهندسان این سازه عدد پی را تا چندین رقم اعشار محاسبه کرده بودند. شاه کرمی در این باره گفت: مهندسان هخامنشی ابتدا مقاطع دایره ای را به چندین بخش مساوی تقسیم می کردند. سپس در داخل هر قسمت تقسیم شده، هلالی معکوس را رسم می کردند. این کار آنها را قادر می ساخت که مقاطع بسیار دقیق ستون های دایره ای را به دست بیاورند. محاسبات اخیر، مهندسان سازه تخت جمشید را در محاسبه ارتفاع ستون ها، نحوه ساخت آنها، فشاری که باید ستون ها تحمل کنند و توزیع تنش در مقاطع ستون ها یاری می کرد. این مهندسان برای به دست آوردن مقاطع دقیق ستون ها مجبور بودند عدد پی را تا چند رقم اعشار

محاسبه کنند.

هم اکنون دانشمندان در بزرگ ترین مراکز علمی و مهندسی جهان چون «ناسا» برای ساخت فضاپیماها و استفاده از اشکال مخروطی توانسته اند عدد پی را تا چند صد رقم اعشار حساب کنند.

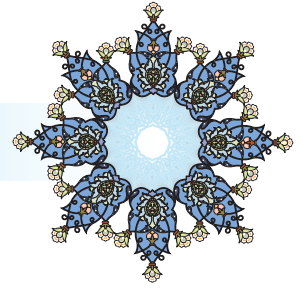


بر اساس متون تاریخ و ریاضیات نخستین کسی که توانست به طور دقیق عدد پی را محاسبه کند، «غیاث الدین جمشید کاشانی» بود. این دانشمند ایرانی عدد پی را تا چند رقم اعشاری محاسبه کرد. پس از او دانشمندانی چون پاسکال به محاسبه دقیق تر این عدد پرداختند. هم اکنون دانشمندان با استفاده از رایانه های بسیار پیشرفته به محاسبه این عدد می پردازند.

شاه کرمی با اشاره به این موضوع که در بخش های مختلف سازه تخت جمشید، مقاطع مخروطی شامل دایره، بیضی، و سهمی دیده می شود، می گوید: «به دست آوردن مساحت، محیط و ساخت سازه هایی با این اشکال هندسی بدون شناسایی راز عدد پی و طرز استفاده از آن غیرممکن است.»

داریوش هخامنشی بنیان گذار تخت جمشید در سال ۵۲۱ پیش از میلاد دستور ساخت تخت جمشید را می دهد و تا سال ۴۸۶ بسیاری از بناهای تخت جمشید را طرح ریزی یا بنیان گذاری می کند. این مجموعه باستانی شامل حصارها، کاخ ها، بخش های خدماتی و مسکونی، نظام های مختلف آبرسانی و بخش های مختلف دیگری است. مجموعه تخت جمشید مهمترین پایتخت مقاومت هخامنشی در استان فارس و در نزدیکی شهر شیراز جای گرفته است.





## سرگذشت زندگی یک کارآفرین



آخرین جمله زندگی او: من کارم را انجام دادم، پس ماندن دیگر لزومی ندارد.

### بنیانگذار شرکت Kodak

امروزه از «George Eastman» موسس کمپانی بزرگ «Eastman Kodak» به عنوان پدر صنعت عکاسی مدرن و نوین یاد می‌شود. او در سال ۱۸۵۴ در یکی از روستاهای «نیویورک» دیده به جهان گشود.

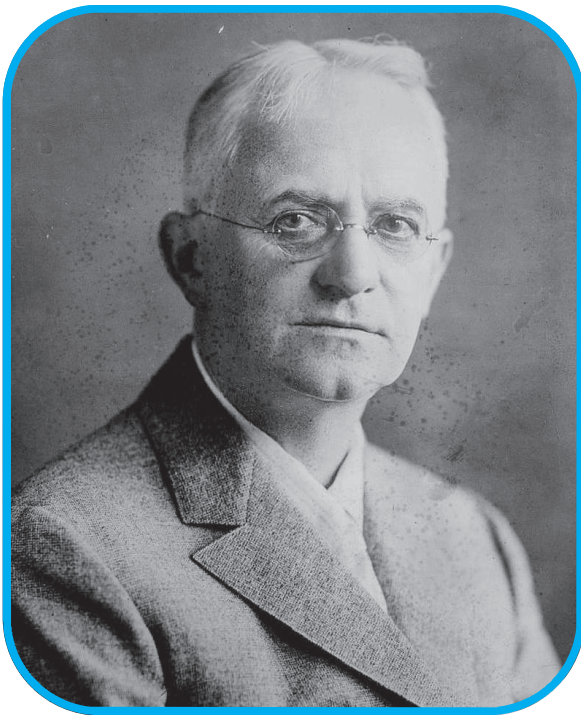
پدرش «George Washington Eastman» در همان سال دانشکده اقتصاد «Eastman» را در «Rochester» بنا کرد و چند سال بعد خانواده را برای زندگی در آن شهر به «Rochester» برد. در سال ۱۸۶۲ درست زمانی که دانشکده در حال شکل‌گیری و رشد خود به سر می‌برد، به ناگاه پدر خانواده از دنیا رفت و اندک سرمایه ای را برای آنها به ارث گذاشت.

با پدید آمدن چنین شرایطی «George» که تنها پسر خانواده بود برای سرپرستی و حمایت مالی مادر و دو خواهرش مجبور به ترک تحصیل شد و راهی بازار کار گردید. ابتدا برای یک شرکت کوچک بیمه مشغول به کار شد و پس از آن به استخدام بانک محلی «Rochester» درآمد.

هنگامی که ۲۳ سال بیشتر نداشت یکی از همکارانش با مشاهده فعالیت‌های خستگی‌ناپذیر او پیشنهاد کرد که تعطیلات آخر هفته را به همراه مادر و خواهرانش به خارج از شهر بروند و به تفریح بپردازند.

در میان کلام همکار دلسوز پیشنهادی مطرح شد که سرآغاز تحول زندگی «George» و تکنولوژی بشر به حساب می‌آید. او گفت که برای ثبت خاطره آن روز گردش «George» دوربینی تهیه نماید و از خانواده‌اش چند عکس یادگاری بگیرد.

اگر چه «George» دوربینی اجاره کرد اما هرگز تعطیلات آخر هفته را در بیرون از خانه نگذراند. سنگینی، حجم و گرانی مبلغ تهیه یک دوربین و یا حتی یک عکس تمامی فکر او را به خود مشغول ساخته بود. «آیا امکان ظهور دوربینی جدید با خصوصیات کاملاً متفاوت وجود ندارد؟»



از همان روز به مدت سه سال، شب‌ها و در ساعات بیکاری او مدام در آشپزخانه خانه مشغول آزمایش موادی بود تا بتواند امولسیون ژلاتین را در جایگاه نگاتیو فیلم دوربین قرار دهد. سرانجام پس از یکسری آزمایشات مستمر و طولانی مدت او در سال ۱۸۸۰ توانست ماشینی با قابلیت کارایی با نگاتیو خشک جهت تهیه عکس اختراع نماید و به ثبت رساند.

یکسال بعد با کمک‌های مالی «Henry Strong» کمپانی «Eastman Dry Plate» برپا شد و به سبب فعالیت‌های شدید «George» در آن دیگر مجبور به استعفا از بانک شد.

در سال ۱۸۸۴ فعالیت‌های کمپانی «Eastman» که حال به یک کمپانی تولید فیلم تبدیل شده بود گسترش یافت و او توانست فیلم‌های حلقه‌ای را جایگزین نگاتیوهای شیشه‌ای نماید که با استقبال بسیار بی‌نظیری مواجه شد.

سرانجام در سال ۱۸۹۲ کمپانی «Eastman Kodak» افتتاح شد، کمپانی که با ظهور خود انقلاب بزرگی در صنعت عکاسی دنیا پدید آورد. اندکی بعد کمپانی «Kodak» توانست با بکارگیری چند نوآوری





دیگر، دوربین‌های سبک با کارایی بسیار ساده را با نام «Kodak» وارد بازار نماید.

شعار آنها با فرستادن این دوربین‌ها به بازار این بود: «شما تنها یک دکمه را فشار دهید، ما بقیه کارها را انجام می‌دهیم.» در مدت زمان بسیار اندکی دوربین‌های عکاسی «Kodak» در سراسر جهان شهرت یافت و میزان تقاضای آن به شدت سرعت گرفت.

در همان فاصله زمانی ایتکار جدید «Eastman» برای پایه ریزی ظهور فیلم‌های متحرک در سال‌های بعد نیز با سر و صدای بسیاری همراه شد.

در سال ۱۸۸۸ هنگامی که «Eastman» نام «Kodak» را برای کمپانی و محصولات خود برگزید، از او سؤالات بسیاری در مورد علت انتخاب این نام پرسیده شد و او در پاسخ اظهار داشت که از دوران کودکی علاقه خاصی به حرف «K» داشته است و همیشه آن را حرف مورد علاقه و قدرت بخش خود می‌دانسته است.

از نظر او انتخاب کلمه‌ای که با این حرف شروع و با آن خاتمه می‌یابد، قطعاً خوش‌شانسی و موفقیت فراوانی برای او در برخواهد داشت.

در سال ۱۹۰۲ «George Eastman» که حال به یک ثروتمند مشهور تبدیل شده بود، تصمیم گرفت تا خانه‌ای را که همیشه در خواب‌های کودکی‌اش می‌دیده بنا نماید.

از همین رو مشهورترین آرشیتکت آن دوران در ایالات متحده «J. Foster Warner» را به خدمت گرفت و ساخت خانه را آغاز نمود. خانه‌ای به مساحت ۳۲۰۰ متر با ۵۰ اتاق و مجهزترین سیستم گرمایش، تلفن و برق و از همه مهم‌تر با طراحی داخلی طراحان کاخ سفید که هزینه ساختش مبلغی معادل ۳۳۵ هزار دلار آن زمان شد، ساخت.

از خصوصیات بارز «Eastman» می‌توان به سخاوتمندی و علم دوستی او اشاره کرد. از آنجا که او در دوران نوجوانی به دلیل مصائب مالی و خانوادگی نتوانسته بود ادامه تحصیل دهد، در این دوران که صاحب مال و شهرت شده بود همواره به موسسات آموزشی کمک‌های شایانی اهدا می‌کرد.

او در دوران حیاتش مبلغی معادل ۲۰ میلیون دلار به موسسه

تکنولوژیکی «ماساچوست» اهدا نمود. همچنین مرکز فن آوری «Rochester» مبلغی معادل ۶۲۵ هزار دلار در سال ۱۹۰۱ از «Eastman» به عنوان هدیه دریافت کرد. او همچنین هدیه‌ای معادل ۲ میلیون دلار به هر یک از موسسات آموزشی «Tuskegee» و «Hampton» ارایه نمود.

«George Eastman» همچنین علاقه فراوانی به شهر «Rochester» داشت و با تمام قوا جهت پیشرفت و توسعه این شهر گام برمی‌داشت. بنای موسسه و انجمن «Chest» به عنوان دانشکده موسیقی این شهر و همچنین بخشیدن منزل مسکونی مشهورش پس از مرگ به دانشگاه «Rochester» از جمله این اقدامات به شمار می‌روند.



سرانجام در ۱۴ مارس ۱۹۳۲ این مخترع بزرگ و ثروتمند خیر دار فانی را وداع گفت. هنگامی که جسد او را به خاک می‌سپردند، آخرین جمله وصیتنامه او توجه همگان را به خود جلب کرد: «من کارم را انجام دادم. پس ماندن دیگر لزومی ندارد.»

اگر چه «Eastman» به این نتیجه رسیده که کارش را به اتمام رسانده است اما کمپانی صاحب‌نامش راه درازی را مقابل خود می‌دید. امروز کمپانی «Kodak» به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان فیلم‌های دوربین عکاسی در جایگاهی قرار گرفته که بدون شک روح بنیانگذار خود را راضی و خشنود در بالای سر خود مشاهده می‌نماید.



### راهکارهای خلاقانه

شکی نیست که همه افراد موفق پس از پشت سر گذاشتن دوره های سخت و طاقت فرسای زندگی، توانایی عملی کردن اهداف خود را بدست آورده اند. هر گونه شکست، سختی، و مشکل می تواند به منزله سرآغاز ایجاد ابداعات و اختراعات شگرفی به شمار رود. باید توجه داشت که "نیاز" سرچشمه هر گونه نوآوری و اکتشاف است. اگر احساس می کنید در زندگی خود به بن بست رسیده اید باید بدانید که در مکان مناسبی برای افزایش خلاقیت خود قرار دارید، پس دست بکار شوید و از تنگنای موجود به نفع خود بهره برداری کنید.

#### ۱- خشم خود را در آغوش

##### بگیرید.

در مقالات و نشریه های مختلف به وفور می خوانیم که شاد بودن یکی از ارکان زندگی افراد موفق است. اما چگونه می توان خشم را مهار کرد و به واسطه آن به آرامش دست پیدا کرد؟ باید سعی کنید که حتی در بدترین شرایط هم خونسردی خود را حفظ کنید.

از امروز تصمیم بگیرید که در برابر مشکلات از خود عکس العملی کاملاً متفاوت نشان دهید. این کار عملی نخواهد شد مگر با کمک گرفتن از نیروی بالقوه خلاقیت.

#### ۲- اجازه دهید ذهنتان آزادانه پرسه بزند.

در حقیقت شما به هر چه که فکر کنید ناخودآگاه آنرا به زندگی خود دعوت کرده اید. قدرت تخیل خود را تقویت کنید، به افکار مثبت دامن بزنید، و خوبی ها را در کائنات منعکس سازید. با استفاده از خلاقیت بهترین امکانات و شرایط ممکن را برای خود به تصویر بکشید.

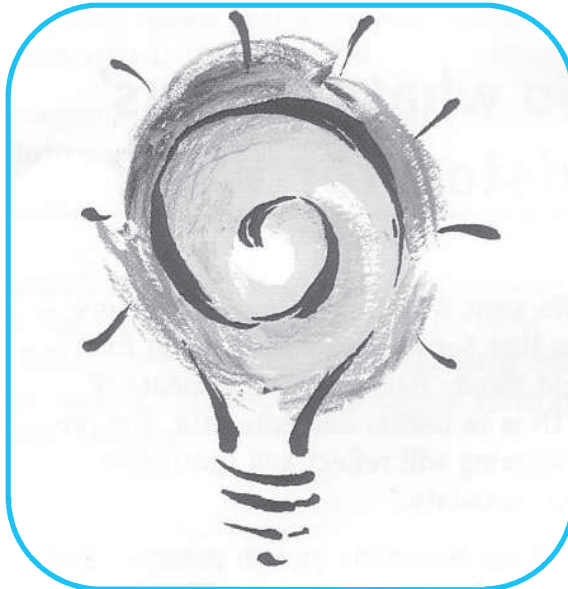
#### ۳- نواختن یک ساز را یاد بگیرید.

تحقیقات علمی اثبات کرده اند که گوش دادن به موسیقی سبب

التیام آرام و کاهش استرس می شود. کارشناسان اخیراً به این نتیجه رسیده اند که موسیقی، فعالیت اعصاب مغزی را افزایش داده و در نتیجه میزان خلاقیت و نوآوری افراد را بالا می برد. هنگامیکه فرد خودش شخصاً سازی را می نوازد، آرامش او افزون شده و ذهنش با فراخ بال بیشتری به تفکر واداشته می شود.

#### ۴- دنیای اطرافتان را آبی کنید.

در مورد روانشناسی رنگ ها چه اطلاعاتی دارید؟ رنگ آبی تداعی گر آسمان و دریاست که هر دو مظهر آرامش، برکت، و وجود نیروی برتر هستند. از این گذشته روانشناسان معتقدند که قرار گرفتن در محیط آبی و مشاهده مکرر این رنگ سبب افزایش و ارتقای خلاقیت افراد می شود.



#### ۵- با افراد خلاق ارتباط برقرار کنید.

ایده های بی نظیر در خفا عملی نمی شوند. سعی کنید با افراد خلاق و فعال ارتباط برقرار کنید تا بتوانید از آنها ایده گرفته و استراتژی هایی را

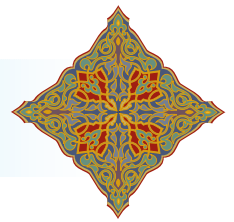
برای عملی ساختن افکار ناب خود پیدا کنید.

#### ۶- سفر کنید.

سپری کردن مدت زمانی به دور از خانه سبب بالا رفتن حس کنجکاوی و به منزله آن خلاقیت می شود. در سفر ذهن به آرامش می رسد و آمادگی فعالیت مجدد را پیدا می کند.

#### ۷- سرزندگی و شادی را به زندگی خود راه دهید.

بیشتر افراد هنگامیکه در شرایط دشوار زندگی قرار می گیرند، حالت هایشان بیش از اندازه جدی می شود، اما تحقیقات، گویای این مطلب هستند که سرزندگی، تفریح، و قدری بازیگوشی مسیر خلاقیت شما را باز کرده و راه حل های بی نظیری را در پیش رویتان قرار می دهد.

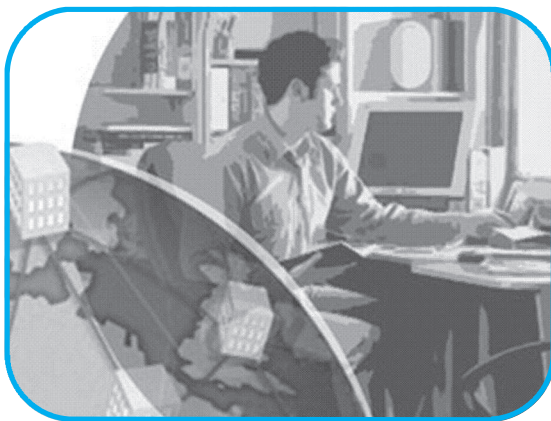


آشنایی با:

## روش نگارش انواع طرح‌های تجاری

مقدمه:

یک طرح تجاری یک صفحه‌ای خوب با یک بار دقیق خواندن قابل فهم است. همه‌ی اطلاعاتی که می‌خواهید در پنج بخش مختصر و مفید تقسیم شده است:



داشتن یک تخمین کلی از حجم مطلوب یک طرح تجاری تا حد زیادی به شما در سازماندهی مطالب آن از ابتدای کار کمک می‌کند. هر چند که در ابتدای کار به نظر شما نوشتن صفحات زیاد سخت و حتی غیر ممکن به نظر می‌رسد، اما معمولاً یکی از مشکلاتی که گریبان‌گیر طرح‌های تجاری می‌شود این است که حجمشان از حجم استاندارد بیشتر می‌شود. تجربه نشان داده است که نوشتن یک طرح تجاری خلاصه و درعین حال موثر بسیار سخت‌تر است. بطور کلی طرح‌های تجاری را به چهار زیر مجموعه کلی می‌توان تقسیم کرد:

۱- طرح‌های تجاری یک صفحه‌ای

۲- طرح‌های تجاری خلاصه (در حدود ۱۰ صفحه)

۳- طرح‌های تجاری کامل (۴۰ تا ۵۰ صفحه)

۴- طرح تجاری عملیاتی (بیش از ۵۰ صفحه)

طرح تجاری یک صفحه‌ای

طرح تجاری یک صفحه‌ای مثل کاتالیزور برای ایده‌های شما عمل می‌کند و ابزار قدرتمندی برای ایجاد و اداره‌ی فعالیت‌های اقتصادی است. طرحی است کوتاه و برنامه شما را به شکلی موثر بیان می‌کند. چرا طرح تجاری یک صفحه‌ای مفید است؟

تا وقتی به طور جدی نوشتن یک طرح تجاری یک صفحه‌ای را شروع نکنید، نمی‌فهمید چه اهمیتی دارد. آدم‌ها معمولاً دوست دارند زیاد از فکرهاشان حرف بزنند و آنها را با آب و تاب جلوه بدهند. این مسئله ممکن است در مورد نوشتن هم پیش بیاید. گاهی وقت‌ها هنگام نوشتن رشته‌ی کلام از دستمان در می‌رود. گاهی فکر نشده و متناقض می‌نویسیم. اولین کار طرح تجاری یک صفحه‌ای این است که یک موضوع پیچیده را آسان می‌کند. چون یک صفحه است، خواندن و فهمیدن آن راحت است. طرح تجاری یک صفحه‌ای به دردبخور است چون فقط روی چیزهای مهم متمرکز می‌شود. جای کم برای نوشتن در هر بخش باعث می‌شود از بهترین کلمه‌ها و عبارات برای رساندن منظورتان استفاده کنید و این یعنی دقت، تمرکز و رک بودن با آنچه واقعاً به آن فکر می‌کنید.

چشم‌اندازهای خیالی و آرمانی ترسیم شده‌اند. مأموریت‌ها تأثیرگذار، محرک و مشتری‌گرا هستند. اهداف دقیق، واقع‌گرا، و قابل اندازه‌گیری هستند. استراتژی‌ها نشان می‌دهند که در موردشان حسابی فکر شده است. برنامه‌ها عملی و قابل اجرا هستند.

طرح تجاری یک صفحه‌ای ابزار خوبی است برای انتقال چیزی که در ذهن شما می‌گذرد. اگر کسب و کاری دارید، طرح تجاری یک صفحه‌ای خیلی به درد کارمندها، شرکاء، سهام داران و سرمایه‌گذاران می‌خورد. آنها با خواندنش با کار شما به خوبی آشنا می‌شوند و به توانایی برنامه‌ریزی شما اعتماد می‌کنند. انسجام مطالب در یک صفحه خیلی مهم است. وقتی کلمات را خودتان با دقت انتخاب می‌کنید، مفهوم هر بخش طرح تجاری یک صفحه‌ای واضح و روشن است.

آیا تاکنون برای کسب و کارتان طرح تجاری نوشته‌اید؟ طرح تجاری یک صفحه‌ای عین یک نقشه‌ی گنج است؛ نقشه‌ای با فکر و کلمات خودتان برای رسیدن به گنج که همان هدف کسب‌وکار شماست. مرجع خوبی است برای تصمیم‌گیری، به خصوص تصمیم‌گیری‌های مالی، ساده است و دقیق. اصلاً کپی خود خودتان است.





حال چگونه آنرا بنویسید؟ در ادامه اشاره کوتاهی به سرفصل‌های یک طرح کسب و کار یک صفحه‌ای خواهیم داشت:

#### ۱) اول چشم‌انداز کارتان را بنویسید. چشم‌انداز اولین بخش طرح

کسب و کار یک صفحه‌ای است که در آن شما باید به زبان خودتان بگویید از کارتان چه تصویری دارید. چشم‌اندازها باید پرمحتوا و آرمانی باشند. باید ذهن را تحریک کرده و خواننده را سر ذوق بیاورد و در عین حال تصویر واضحی از کسب و کار شما ارائه دهد. جلوی هیچ فکری را نگیرید و از هرچه به ذهن‌تان می‌رسد استفاده کنید. بگذارید ذهن‌تان به دوردست‌ها برود. دیدگاه‌تان وسیع باشد، جامع و ایده‌آل‌گرایانه. تصور واضحی از کاری که می‌خواهید انجام دهید ترسیم کنید. در چشم‌انداز جواب این سؤال را بدهید: چه چشم‌انداز یا دورنمایی از آینده کسب و کارتان متصور هستید؟ می‌خواهید چه کسب و کاری شوید و به کجا برسید؟ به عنوان مثال تبدیل شرکت الف به بزرگترین ارائه دهنده خدمات اینترنتی در سطح استانی نمونه نسبتاً خوبی از یک چشم‌انداز است.

#### ۲) سپس ماموریت کسب و کارتان را بنویسید. در این

بخش از طرح کسب و کار یک صفحه‌ای شما باید رسالت خود را بیان کنید. بگویید چه کاره هستید؟ چه کالا یا خدمتی تولید می‌کنید؟ به صورت مختصر بیان کنید مشتری‌های شما چه کسانی هستند؟ کسب و کار شما چه نیازی را برطرف می‌کند؟ فلسفه وجودی کالا یا خدمت یا کسب و کارتان را توضیح دهید در چند کلمه حیطه تمرکز شرکت‌تان و چیزی را که به مشتری عرضه می‌دارید بیان کنید. مثلاً یافتن راه‌کارهایی برای افزایش بهره‌وری، و کاهش هزینه‌های عملیاتی می‌تواند ماموریت مناسبی برای یک شرکت مشاوره مهندسی باشد.

#### ۳) در بخش بعدی باید اهداف خود را مشخص کنید. در این

قسمت از طرح باید بگویید به دنبال چه هستید؟ باید اهداف خود را به صورت مقاصد ویژه بطور دقیق و قابل اندازه‌گیری بیان کنید تا تاثیرگذار باشند.

اهداف، انواع مختلفی دارند؛ برای یک طرح کسب و کار یک صفحه‌ای معمولاً بین شش تا نه هدف کافی است. اهداف می‌توانند مربوط به امور مالی از قبیل فروش، سود، جریان نقدی یا موجودی کالا باشند؛ یا بازاریابی مثل سهم بازار؛ تعداد مشتری‌ها و تبلیغات؛ یا منابع انسانی مثل حقوق و مزایا، سطح آموزش کارمندان سود، محیط

کار؛ یا تحقیق و توسعه مثل محصولات جدید، قابلیت طراحی، بهبود کالا، تاریخ عرضه، میزان رضایت‌مندی کارمندان از شغلشان و یا مربوط به مسائل تولید از قبیل ظرفیت تولید، کیفیت تولید، موجودی کالا و ..... .

در نوشتن اهداف به این نکته توجه کنید، که اهداف نه باید خیلی راحت و قابل حصول باشند و نه خیلی دور از انتظار و دست نیافتنی. معمولاً دوره زمانی برای حصول اهداف ۲ یا ۳ ساله است. یک هدف مؤثر، دارای نقطه پایانی کاملاً تعریف شده‌ای با عناصر قابل اندازه‌گیری می‌باشد.

مثلاً افزایش ساعت آموزش کارمندان به ۴۰ ساعت در ماه تا پایان سال ۸۴ و یا معرفی ۶ محصول جدید به بازار تا پایان سال ۸۵ به گونه‌ای که جمع مبلغ فروش آنها از ۴ میلیارد ریال کمتر نباشد، نمونه‌های مناسبی از اهداف هستند.

#### ۴) سپس استراتژیهای کسب و کار خود را مشخص کنید.

در این بخش از طرح کسب و کار یک صفحه‌ای پاسخگوی این سؤال باشید: چگونه این کسب و کار راه‌اندازی می‌شود و در ادامه اداره می‌شود؟ چه عواملی در طول زمان سبب موفقیت این فعالیت خواهد شد؟ چگونه این کسب و کار رشد خواهد کرد؟

در بیشتر صنایع، فعالیت‌های اقتصادی از چهار تا شش استراتژی پایه‌ای پیروی می‌کنند که با گذشت زمان کمتر تغییر می‌کنند. و فهم‌شان ساده است و در نهایت باعث رشد و سودآوری می‌شوند. استراتژی باید هم به عوامل خارجی مؤثر بر کار و هم بر عوامل داخلی مؤثر توجه داشته باشند.

برای اینکه بتوانید استراتژی مناسب بنویسید یک راهش این است که مجلات تجاری و اقتصادی و روزنامه‌ها را بخوانید و از مسائل مورد بحث درون صنعت در

قلمرو بازاریابی، جذب سرمایه، عملیات و ... آگاه شوید. به این مسائل توجه کنید که مشتریان شما چه کسانی هستند و در حال حاضر چگونه محصولات شما را می‌خرند؟ از کدام طبقات اجتماعی هستند؟ هدف از خرید آنها چیست؟ سپس برنامه‌هایی که برای تبلیغ کالا و یا خدمت‌تان برای جذب این مشتریان نیاز دارید را ذکر کنید.

می‌توانید عوامل مؤثر یا عوامل ناکارآمد در کارهای شرکت را پیدا کنید. مثلاً چه عاملی جلوی رشد و سوددهی یا کارایی‌تان را می‌گیرد؟ سپس علت این عوامل را ریشه‌یابی کنید، ببینید چی باید عوض شود یا تغییر کند و چه رویه‌ای را باید دنبال کنید.

به فرض، "استخدام بهترین‌ها و حفظ آنها به وسیله رضایت شغلی و مشارکت در سهام" یک نمونه استراتژی مناسب می‌باشد.

**۵) در پایان در طرح کسب و کار یک صفحه‌ای خود، باید برنامه‌ها و دستورالعمل‌هایی که به وسیله آنها به اهداف مورد نظر تان می‌رسید را بیاورید.** برنامه‌ها، کارهای مشخصی هستند که یک شرکت (کسب و کار) باید انجام دهد تا به اهداف خود برسد هر برنامه به طور مشخص و مستقیم باید به یک هدف و استراتژی مربوط باشد. برنامه‌ها باید عمل‌گرا باشند و وظایف مشخصی را بیان کنند. زمان انتهایی برای انجام داشته باشند و اینکه چه کسی، چگونه، کجا و با چه هزینه مالی و غیر مالی این کارها را انجام خواهد داد، مشخص نمایند. برای اینکه از عهده فعالیت‌تان برآید باید کارهایتان را خوب و جدا جدا به شکل دستورالعمل بنویسید. این طوری می‌فهمید که هر کدام از کارها چه تأثیری روی امور مالی و عملیاتی دارند و چطور می‌خواهید نتیجه کارتان را ارزیابی کنید.

در برنامه‌ریزی همیشه زمان‌بندی و جدول هزینه‌های هر پروژه را باید از قبل آماده کرد. پس برنامه‌های‌تان را به دقت بنویسید و هنگام اجرای آنها به محدودیت بودجه و زمان‌بندی نیز توجه کنید. مثلاً تهیه بروشور تبلیغاتی برای محصولات گروه الف در سه ماهه اول سال زیر نظر مدیر بازرگانی یک برنامه مناسب است.

### طرح‌های تجاری خلاصه

این گونه طرح‌ها که معمولاً حدود ۱۰ صفحه هستند؛ در سال‌های اخیر بسیار متداول شده‌اند. برای نوشتن آنها احتیاج کمتری به اطلاعات و تحقیقات خواهید داشت و سریع‌تر نوشته خواهند شد. همچنین این طرح‌ها برای کسب و کارهای ساده‌ای که در مراحل اولیه‌ی راه‌اندازی هستند، و یا کسب‌وکارهای خانگی بکار می‌روند چرا که این کسب و کارها پیشینه و پیچیدگی زیادی مانند کسب و کارهای بالغ ندارند.

اجزای این طرح‌های تجاری مشابه طرح‌های تجاری کامل است ولی با تفاوت‌هایی جزئی که حاصل ساده‌تر شدن این نوع طرح‌های تجاری است. هدف اصلی این طرح‌های تجاری برنامه‌ریزی و جهت دهی است و در برخی موارد برای تامین منابع مالی و یا دریافت مجوز کاربرد دارد.

در برخی مواقع نیز خود مقدمه‌ای برای نوشتن طرح‌های تجاری کامل به حساب می‌آید. همانطور که گفته شد کاربرد اصلی این طرح برای گرفتن وام‌های بانکی و کمک به برنامه‌ریزی کسب‌وکارهای خانگی است. معمولاً کارآفرینان سرشناس نیز برای جذب سرمایه‌گذار بجای طرح‌های تجاری کامل از همین طرح‌های تجاری استفاده می‌کنند.

### طرح‌های تجاری کامل ۱۰ تا ۴۰ صفحه

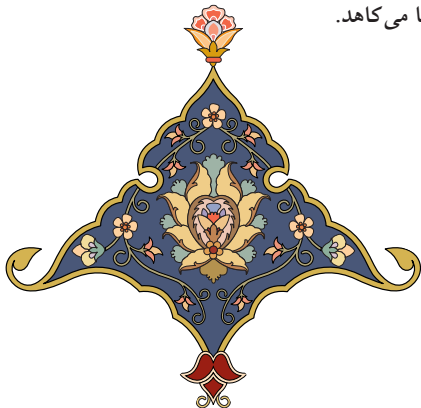
این همان طرح تجاری سنتی است که ما درباره‌ی آن صحبت خواهیم کرد. این طرح تمام زمینه‌هایی که لازم هستند را به اندازه‌ی کافی می‌پوشاند و بهتر است که بیشتر از ۵۰ صفحه نباشد. یک طرح تجاری معمولاً حدود ۳۰ تا ۴۰ صفحه است. که البته می‌تواند بیشتر باشد اگر شما می‌خواهید که با جزئیات بیشتری بنویسید که در این صورت جزئیات طرح باید در بخش ضمایم ذکر شود. اما مهم‌تر از این حرف‌ها، باید بدانید که همه چیز به شرایط شما بر می‌گردد. شما باید اطلاعاتی را که خوانندگان لازم دارند را فراهم کنید. شما باید به آنها اطلاعات کافی بدهید تا بتوانند تصمیم بگیرند و عمل مناسب را انجام دهند.

بعضی وقت‌ها لازم است که شما به آنها کمی بیشتر از متوسط اطلاعات بدهید تا به آنها نشان دهید که طرح مناسبی را آماده کرده‌اید.

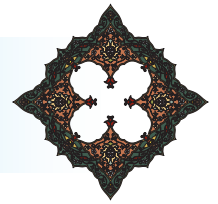
راه‌حل این است که شما همه‌ی اطلاعات مرتبط را جمع‌آوری کنید و تقسیم کنید آنگاه مشخص کنید که خواننده چه اطلاعاتی را لازم دارد و چه اطلاعاتی برای طرح تجاری شما لازم هستند، آنگاه تا حد امکان آنها را خلاصه بنویسید. مهمترین کاربرد این طرح برای تامین منابع مالی است.

### طرح‌های تجاری عملیاتی بیش از ۴۰ صفحه

برعکس دیگر طرح‌های تجاری، طرح تجاری عملیاتی برای پاسخ‌گویی به یک نیاز درونی است و مخاطب بیرونی ندارد. این طرح برای برنامه‌ریزی فعالیت‌های شرکت برای یک بازه ۳ تا ۵ ساله تدوین می‌شود و هر سال به روز می‌شود. با توجه به استفاده این طرح لزومی به خلاصه کردن بیش از حد آن نیست، بلکه باید تمام برنامه کاری‌تان را دقیق در آن بیان کنید، از اینرو در برخی مواقع حجم این طرح‌های تجاری به بیش از یکصد صفحه می‌رسد. این طرح تجاری خصوصاً برای شرکت‌های فعال در محیط‌های پرتلاطم کارآیی زیادی دارد و تا حد زیادی از ریسک فعالیت این قبیل کسب‌وکارها می‌کاهد.



## اشتباهاتی که در هنگام مصاحبه شغلی انجام می دهید



خیلی تند صحبت می کنید،

از تماس چشمی با مصاحبه گر پرهیز می کنید.

سؤال نمی پرسید.

ادوکلن زیادی زده اید.

در مورد سوابق کاری تان دروغ می گوئید.

زود سر جلسه می روید.

جستجوی کار و کاریابی بدون خطا نیست. اما با کمی توجه می شود از بیشتر اشتباه ها پرهیز کنید. بهترین راه برای دست یافتن به یک شغل خوب این است که روی یک هدف متمرکز باشید. هر چه هدفمندتر باشید جست جوی شما برای کار قوی تر خواهد بود. از طرف دیگر، اغلب جویندگان کار رفتارهایی از خود نشان می دهند که معلوم می شود آنها آموزش کافی و بهینه ای را ندیده اند. و یا با شرایط محیط کار جدید تطبیق نخواهند یافت. زومه ها، کاریابی افراد را نشان نمی دهد اما سبک نگارش آن بر توانایی و قدرت شما در کار مورد نظر تأییدی است و اهمیت بسزایی دارد. بیشتر جویندگان کار، میزان حقوق مورد نظر شان با واقعیت تطابقی ندارد باید حقوقی را درخواست کنید که معقول باشد. نه خیلی کم، نه خیلی زیاد.

حال اشتباهاتی را که جویندگان کار انجام می دهند بررسی می کنیم:

۱. **نداشتن آمادگی و بی هدف بودن:** قبل از اینکه شغل ایده ال خود را پیدا کنید، وقت خود را در فرستادن رزومه تلف نکنید، وقتی شما دنبال شغلی می روید که صلاحیت و توانایی آن را ندارید بیشتر اوقات طرد خواهید شد. از وقت با ارزش خود استفاده کنید و خود را برای کاریابی آماده کنید. روی آن شغلی که می خواهید هدف گذاری کنید و تصمیم تان را بگیرید و عزم خود را راسخ کنید و به پیش بروید.

۲. **به هر شرکتی تقاضای کار دادن:** فقط برای شرکتی که مورد علاقه تان است درخواست بدهید. مثل قهرمانان که برای گرفتن مدال و کاپ می روند، به دنبال کار بروید. وقت خود را با فرستادن

رزومه برای پست شرکتی که واقعا نمی خواهید به آنجا بروید، تلف نکنید.

۳. **خودمانی صحبت کردن با مصاحبه گر:** کارشناسان مدیریتی می گویند: هرگز مصاحبه کننده خودتان را حتی در صورتی که او را از قبل می شناسید نیز با اسم کوچک خطاب نکنید. حتی اگر مصاحبه کننده جوانتر از شما باشد. او را به طور رسمی و با نام فامیل و محترمانه خطاب کنید.

۴. **باز کردن سفره دل:** زندگی شخصی خود را محرمانه نگه دارید. این اطلاعات فقط به شما تعلق دارد با هیچ کس در این رابطه صحبتی نکنید. مطمئن شوید که تمام عکس های خصوصی تان در دسترس بقیه نباشد.

۵. **نداشتن اطلاعات کافی:** از نظر مدیران استخدام بزرگترین اشتباه و خطا زمانی رخ می دهد که یک داوطلب بدون تحقیق درباره مناسب و شغلی در جلسه ای حاضر شود و تازه در آن زمان شروع به تحقیق در مورد آن شغل را آغاز کند. باید خود را پر جنب و جوش و فعال نشان دهید.

۶. **غفلت از ظاهر:** لباس های نامناسب یا هر لباسی که دستتان می آید را نپوشید. به خصوص خانم ها از جواهرات و زیور آلات



استفاده نکنید. متناسب با شأن اجتماعی خود و شرکتی که متقاضی شغل هستید لباس بپوشید.

۷. به علت استرس در جلسه مصاحبه حرف نمی زنید:

مصاحبه گر برای سوالهایش به دنبال جواب آری و خیر نیست. آنها جوابی مستقیم به سوالهایشان می خواهند. خیلی خوب است که نقطه نظرات خود را با مثال هایی که نشان دهنده ی تجربیات شماست بیان کنید. از سوی دیگر خیلی مفصل توضیح ندهید که موجب خستگی طرف مقابل خود شوید و او را عصبانی کنید.

۸ ندانستن اصول و رفتار

لازم: برای اینکه بخواهید به خود و کارتان یک نوع پرستیژ بدهید اکیداً از مصاحبه کننده نخواهید که با ایمیل شما تماس بگیرد.

۹. رزومه طولانی خسته کننده

خواهد بود: فرستادن یک رزومه ۱۰ صفحه ای اشتباهی بسیار بزرگ است. توانایی های خود را در یک صفحه رزومه برجسته و پررنگ بنویسید.

۱۰. به تنهایی دنبال شغلی نگردید:

شبکه ارتباطی خیلی مهم است، با دیگران رابطه برقرار کنید زیرا در این رابطه شغل های بهتری به شما پیشنهاد خواهد شد.

۱۱. از کمک گرفتن امتناع نورزید:

بسیاری از متقاضیان فکر می کنند کمک گرفتن نشانه ضعف آنهاست و برای همین از کسی کمک نمی گیرند. در واقع این کار یکی از مؤثرترین کارهاست. آن را باور کنید بدون هیچ گونه احساس ضعف.

۱۲. فراموش نکردن تشکر و قدردانی:

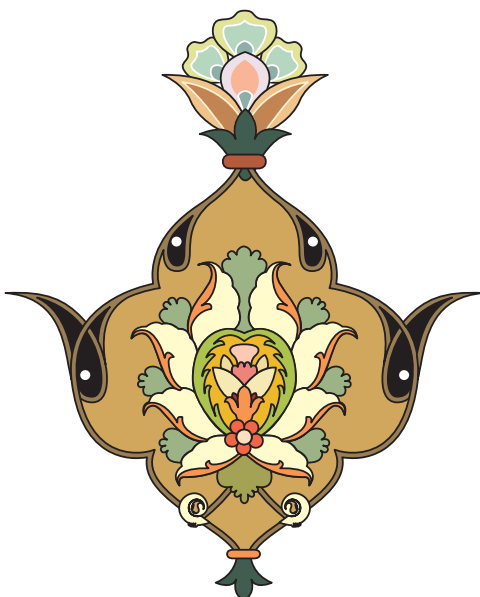
همیشه در پایان رزومه کاری از مدیر استخدام و یا مسئول شرکت تشکر کنید و جمله ای برای قدردانی از او را متذکر شوید. بسیاری از رزومه های کاری به این دلیل رد می شوند چون تشکر نشانه ی مهمی در رزومه شماست.

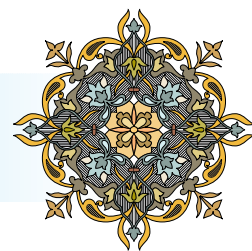
۱۳. در مورد کارفرمای سابق خود به هیچ وجه به صورت

منفی صحبت نکنید: صرف نظر از صحت و درستی نظرات شما، نیازی نیست که موارد ضعف رئیس قبلی خود را توضیح دهید. اجازه دهید این گونه از رفتار شما برداشت شود که برای تجربه قبلی خود ارزش زیادی قائل هستید. اگر از شما خواسته شد در مورد شغل قبلی خود توضیحاتی را بدهید آماده صحبت کردن باشید تا با صحبت هایتان تاثیری مثبت در فرد مقابل ایجاد کنید.

۱۴. سوال های خوب پرسید:

اگر از اول تا انتهای جلسه سوالی نپرسید نشان دهنده ی این است که شما هیچ توجهی به صحبت های طرف مقابل خود نداشته اید پس سوال پرسید! اما نه هر سوالی، سوالهایی که نشان دهنده ی درایت بالای شما باشد.





## ایده ها و افکار بزرگ در ذهن

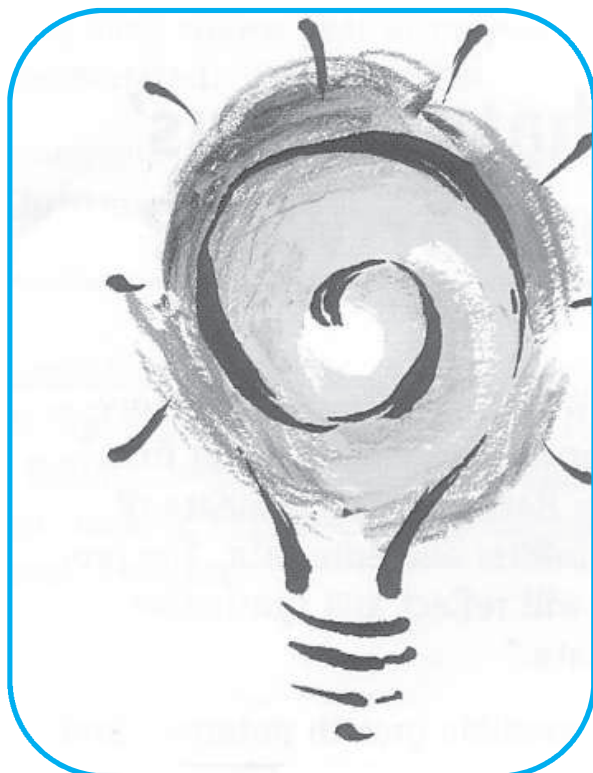
خلاقیت باعث بروز افکار بزرگ در انسان می‌شود. اما معمولاً سخت‌ترین مرحله نقطه شروع است. افکار بزرگ ما را به سمت پیشرفت راهنمایی کرده و فردایی روشن را برایمان به ارمغان می‌آورند. با به کارگیری اصولی که در این قسمت برای شما شرح می‌دهیم، می‌توانید یک تجارت بزرگ و بی‌نقص راه اندازید. ما متأسفانه ذهن خود را به انجام این امور عادت نداده‌ایم. این امر سبب می‌شود تا توانایی خود را برای پروبال دادن به تصورات و تخیلات از دست داده و در نتیجه قدرت را به کار نگیریم. به همین دلیل فرصتهای بی شماری را به آسانی از دست می‌دهیم. ایده‌های بزرگ از محلی فراتر از باورهای شخصی نشأت می‌گیرند. باید به دوردست‌ها بنگرید و افکار متفاوت را آزمایش کنید تا به نتیجه مطلوب دست پیدا کنید. عده‌ای با به کار نرفتن ذهن خود آن را به طرز وحشتناکی بی‌حس و کرخت می‌کنند، چنین رفتاری باعث می‌شود درخت افکار آنها هیچ گاه به بار ننشیند.

### زیاد مطالعه کنید

ذهن شما همانند بدنتان برای اینکه رشد پیدا کرده و پرورش یابد، نیازمند تمرین و تحرک است، و چه تمرینی بهتر از کتاب خواندن. سعی کنید با افکار و عقاید انسان‌های موفق در طول تاریخ آشنا شوید. شرح حال و تاریخچه زندگی هر یک از آنها را مرور کنید و از آن درس بگیرید. با مطالعه این کتب می‌توان حدس زد که چگونه این افراد بزرگ ذهن خود را برای رسیدن به بهترین‌ها پرورش داده بودند. همچنین می‌توانید مجالتی نظیر تجارت و یا اقتصاد روز را نیز مطالعه کنید. با آگاهی از نظرات دیگران پیرامون مسایل مختلف، شما سطحی نگری را کنار می‌گذارید و با یک دید عمقی به موضوعات مختلف می‌نگرید.

### فرصت‌هایی را که در آن ذهن شما خلاق است از دست ندهید

شاید بروز بسیاری از مسائل را به شانس واگذار می‌کنید. تصور شما نادرست است. شاید بعضی مواقع حس می‌کنید که مغزتان اصلاً



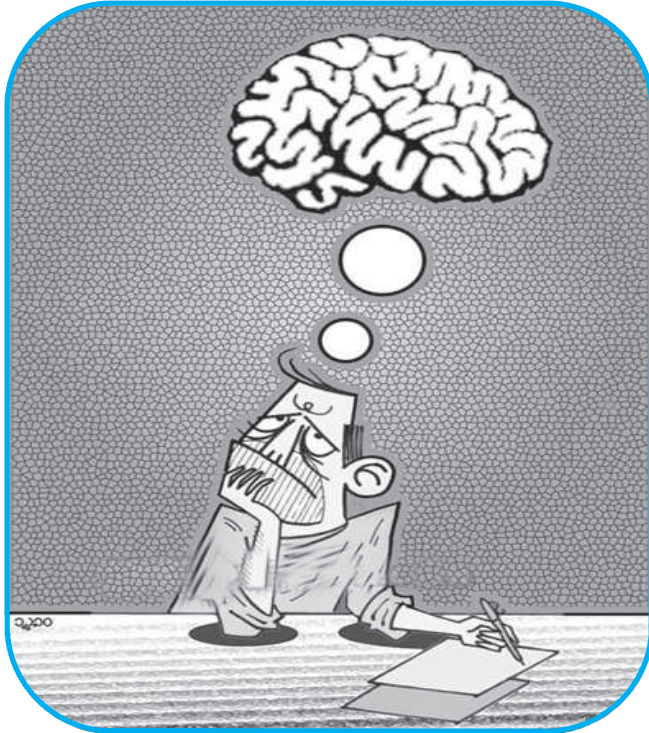
کار نمی‌کند و هیچ عکس‌العملی از خود نشان نمی‌دهد. اما مواقعی هم وجود دارد که ذهنتان به قدری فعال است که می‌خواهید انیشتین را به رقابت دعوت کنید. تنها مشکل موجود این است که این زمان طلایی مواقعی که شما به آن نیاز دارید، ظاهر نمی‌شود. زمانی که ذهن در حال فوران است تا آنجا که می‌توانید به افکار خود پر و بال دهید. اجازه دهید افکارتان مثل آب آتش نشانی به بالاترین نقطه صعود کنند. هنگامی که برای پرواز کردن به ذهن خود فضا می‌دهید، او شما را به دوردست‌ها خواهد برد و نتایج شگفت‌انگیزی را به دست خواهد داد.

### یک دفترچه یادداشت به همراه داشته باشید

هنگامی که افکار بی‌نظیر به ذهن شما خطور می‌کنند، از ذخیره کردن آنها اطمینان حاصل کنید. در این امر به یادداشت‌های ذهنی اکتفا نکنید زیرا ممکن است به دست فراموشی سپرده شوند. سعی



احساساتشان از طریق فشارهای اجتماعی سرکوب نشده است. به جهان با شگفتی می‌نگرند و مانند بزرگترها پاکی و معصومیت خود را از دست نداده‌اند. با کودکان پیرامون مسائل مختلف صحبت کنید تا با نقطه نظرات ساده و بی‌آلایش آنها آشنا شوید. اگر می‌خواهید



مشکلی را حل کنید نظر آنها را نیز جویا شوید. عقاید آنها شما را به تعجب وا می‌دارند. آنها قصد تأثیرگذاری بر دیگران را ندارند و همه چیز را تنها با اتکا بر پاکی و صداقت بیان می‌کنند.

از سوی دیگر با افراد سالخورده و مسن نیز مشورت کنید. آنها مدت‌ها پیش با تمام این مشکلات مواجه شده‌اند و با آن دست و پنجه نرم کرده‌اند. تجربیاتشان آنقدر سودمند و با ارزش است که هیچ قیمتی نمی‌توان بر روی آن گذاشت. پس آنها را دست کم نگیرید، با دیدگاه‌هایشان نسبت به زندگی آشنا شوید و از آنها درس بگیرید. قطعاً شما را به سوی جهت مناسب هدایت می‌کنند و از مشکلات در امان خواهید بود.

### به رفیق شفیق خود مراجعه کنید

همه ما دوستی داریم که به نظر می‌رسد توانایی پاسخ به تمام مسائل و مشکلات ما را دارد. چرا تنها در مورد مشکلات شخصی از او کمک می‌خواهید؟ بد نیست گاهی در مورد مسائل مهمتر نیز از او یاری بجوید.

کنید همیشه یک دفترچه یادداشت و یا یک ضبط صوت به همراه داشته باشید؛ به ویژه در کنار تخت خواب خود برای مواقعی که افکار طلایی در حدود ساعت ۲ نیمه شب به ذهن شما خطور می‌کنند. هنگامی که افکارتان در جایی ثبت شوند، به راحتی می‌توانید به آنها دسترسی پیدا کنید و آنها را به سرعت به کار ببندید. افکار بزرگ نیز مانند میوه‌ها فقط تا زمانی که تازه و شاداب باشند، قابل استفاده‌اند.

### از افکار دیگران بهره بجوید

بهره جستن از افکار و عقاید دیگران نیز به نوبه خود روش مناسبی برای گسترش ایده‌های شخصی شماست. افراد مختلف دارای نقطه نظرات و چشم اندازهای متفاوتی هستند. توانایی‌های آنها مختلف است و سوابق و پیشینه‌های متفاوتی دارند. کارکرد ذهن افراد منحصر به فرد است. با مطرح شدن یک بحث در میان جمع، پیشنهاد‌های مختلفی شنیده می‌شود که نیمی از آنها هرگز به ذهن شما نمی‌رسند. به این طریق شما می‌توانید با کوله‌باری سرشار از افکار متفاوت در جاده تصمیم‌گیری گام بردارید. نسبت به نظر هیچ کس بی‌توجهی نکنید. شاید در نگاه اول احمقانه به نظر برسند اما شاید مانند صدف‌هایی باشند که در خود گوهرهای گرانبه‌ای را جای داده‌اند. درست نیست که در مورد نظر دیگران به قضاوت بنشینیم. سعی کنید به جای قضاوت‌های بیهوده آنها را سبک سنگین کرده و در امور روزمره خود به کار بندید.

### تغییراتی در محیط اطراف ایجاد کنید

گاهی اوقات تنها چیزی که باعث می‌شود ذهن خسته شما دوباره به کار بیفتد، تغییر وضع ظاهری محیط اطرافتان است. اگر چشم انداز پیرامون شما تغییر کند، ذهن شما نیز به صورت ناخود آگاه به سمت یک دیدگاه جدید تغییر جهت می‌دهد. اگر تمام مدت پشت میز بنشینید، ذهن خود را در آن شرایط محدود می‌کنید و هیچ فضایی برای برانگیختگی آن باقی نمی‌گذارد. می‌توانید پیاده روی کنید، به باشگاه ورزشی بروید، کنار آب رود بنشینید و در کل به یک مکان جدید قدم بگذارید تا ذهن شما نیز بتواند آزادانه به تمرین و تقلا بپردازد.

### بر روی شکاف میان دو نسل خط بطلان بکشید

ذهن کودکان تروتازه و شاداب است. آنها جسورند و





## به توانایی‌های خود اتکا کنید

مبحث حائز اهمیت است این است که شما به ذهن خود اجازه غرق شدن در مسائل مختلف را داده‌اید و این خود یک امتیاز محسوب می‌شود. هیچ کس نمی‌داند، شاید به نتیجه‌ای برسید که سال‌ها منتظر آن بوده‌اید.

### ایده‌های گذشته را از نو بسازید

افکار شما مثل کامپیوتر هستند. هر چند وقت یک بار نیاز است که سخت‌افزار آن را ارتقا دهید. ایده‌های بزرگ گذشته را پیش روی خود بگذارید و بر روی آن‌ها عملیات نوسازی انجام دهید. آن‌ها را اصلاح کنید و برای بهبودی آن‌ها

تلاش کنید. ضوابط لازم را نیز برای تقویت هر چه بیشتر به آنها بیفزایید. این کارها را می‌توان با نوشتن عقاید اولیه خود بر روی کاغذ و نظم دادن به آشفتگی ذهنتان انجام دهید. عالی به نظر می‌رسد. پس منتظر چه آن تعجیل کنید.



را از قید و بند قوانین آزاد کنید. شما می‌توانید بدون توجه به کارآیی روش‌های گذشته به آسانی و بدون بروز هیچ شک و تردیدی در راه مورد نظر خود گام بردارید. کمی جسارت به خرج دهید و سیستم‌های فعلی را زیر سوال برید.

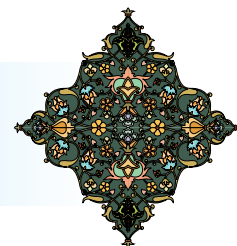
### در حیطه کاری خود به فعالیت بپردازید

خیلی خوب است که به ذهن خود اجازه دهید آزادانه به گردش بپردازد. اما این گردش باید در حیطه دانش شما انجام پذیرد. اگر یک طراح هستید، لازم نیست راه حلی برای مشکلات اقتصادی پیدا کنید. افکار شما تنها در رشته‌ای که مهارت دارید خوب کار می‌کنند و در سایر رشته‌ها نتیجه‌ای مصیبت بار به دنبال خواهند داشت. اگر نیاز به ورود به قلمرو دیگری دارید، بهتر است قبل از هر کار با یک متخصص مشورت کنید و اجازه انجام همه امور را به دست او بسپارید تا با استفاده از دانش و تخصص خود عمل کند.

### به ذهن خود آزادی عمل دهید

آیا با تمرین‌های رایج نویسندگان آشنایی دارید؟ آنها برای مبارزه با محدودیت‌ها یک روش بسیار جالب را برگزیده‌اند. فقط کافی است قلم را بر روی کاغذ گذاشته و هر آنچه که در ذهنتان است، را بر روی کاغذ بیاورید. می‌توانید از مشکلات شروع کنید و به دنبال هیچ گونه ارتباطی در دست نوشته‌های خود نباشید. مهم نیست که تا چه حد عبث و نامعقول به نظر می‌رسند. بعداً می‌توانید مثل یک جدول تناوبی آنها را سازماندهی کنید، در آخر نیز امکان دارد به چیزی دست پیدا کنید که بیهوده و بی‌ربط باشد اما چیزی که در این





## مصاحبه با آقای ابوالفضل جوکار مؤسس گروه آموزشی جوکار (گاج)



اینکه از سال ۸۴-۸۳ هدیه‌هایمان به معلم‌ها به بار نشست و تعداد چاپ شروع کرد به بالا رفتن.

البته تعداد چاپتان بالاست ولی تیراژتان در حد ۱۰ هزارتاست یا کمتر.

درست است. وقتی می‌گویم ۶۰ بار تجدید چاپ شده، منظورم ۶۰ تا پنج هزارتاست. مثلاً از کتاب «دین و زندگی» که کتاب جدید دبیرستانی‌ها بود، ۳۰۰ هزارتا فروختیم.

**آقای جوکار، «گاج» از کجا پا گرفت؟ از نقطه صفر چطور شروع شد؟**

سال ۸۱-۸۰ که دبیر شیمی بودم، به فکر افتادم یک کتاب کنکور شیمی دریاورم. این کتاب حجم کمی داشت و سبک نگارش اش همراه با شعر و طنز بود. شاید اگر آن موقع ناشری پیدا می‌شد که این کتابم را چاپ کند، دیگر اصلاً گاجی به وجود نمی‌آمد. مجبور شدم آن را با سرمایه شخصی چاپ کنم. چون این کتاب خیلی زود به چاپ‌های بعدی رسید، دبیرهای درس‌های دیگر مدرسه‌مان اضافه شدند و «گروه آموزشی جوکار» یا «گروه انتشاراتی جوکار» تشکیل شد.

**نرفتن با «قلم‌چی» همکاری کنید؟**

چرا. وقتی کتابم را به آقای قلم‌چی پیشنهاد دادم، گفتند باید در گروه مطرح شود؛ و من این را نمی‌خواستم. حاضر بودم کتابم ویرایش شود، ولی نمی‌خواستم از آن تکه‌تکه بردارند. این شد که کار کتابم به نشر در قلم‌چی نکشید. ولی با آقای قلم‌چی خیلی دوستم. الان هم روابط ما خیلی صمیمی است؛ روابط کاری، دوستی

برای آنهایی که کنکور برایشان چیز مهمی است، کتاب‌های گاج به اندازه کافی شناخته شده هستند. کتاب‌های کنکور گاج، فهرست «ترین‌های» بازار فروش ناشران آموزشی و جلب مخاطب را پشت سر گذاشته‌اند و آمده‌اند به صدر جدول. به این بهانه رفتیم سراغ مرد اول گاج که بیشتر از ۳۲ سال سن ندارد.

«ابوالفضل جوکار» کارشناس تغذیه از دانشگاه آزاد است و فوق‌لیسانس بیوشیمی‌اش را در آلمان گرفته. از سال ۷۳ تا ۸۱-۸۰ دبیر شیمی دبیرستان‌های تهران و دبیر پروازی شهرستان‌ها بوده.

می‌گوید از اول راهنمایی، هم کار می‌کرده و هم درس می‌خوانده؛ و با نمره ۲۰ شیمی، ۵/۱۹ ریاضی و فیزیک، ۱۲ ادبیات، ۱۰ عربی و زبان، و ۵/۷ زیست‌شناسی، به جای رشته ریاضی، رشته تجربی و شانس شرکت در دانشگاه سراسری را از دست داده.

آقای رئیس را در «ساختمان تالیف گاج» می‌بینیم؛ ساختمان تازه تاسیسی که عنوان بی‌سابقه‌ای در کشورمان دارد. ۴ طبقه از ساختمان، پارتیشن‌بندی شده برای دبیرها و مؤلفان گاج که از ۸ صبح تا ۶ و ۷ عصر توی جایگاه‌های مربوط به هر درس کار می‌کنند. ساعت ۳:۰۰ بعد از ظهر، در سالن شیک جلسه باز می‌شود و مدیر جوان وارد می‌شود.

**بازار فروش تان چطوری است این روزها؟ به نظر می‌آید از «قلم‌چی» جلو زده‌اید.**

ما نمی‌دانیم جلوتریم یا عقب‌تر؛ این را باید بازار بگوید. اوج فعالیت ما سال ۸۵ بود که بعضی از کتاب‌هایمان در حد ۵۰ تا ۶۰ بار تجدید چاپ شد. ولی ما سال ۸۱ ضرر دادیم. آن سال من یک خودرو داشتم، فروختم. منزلی داشتم، فروختم.

من از آن اول، کتاب که چاپ می‌کردم، هدیه می‌دادم به معلم‌های مدارس؛ و دبیرهای منطقه ۱ تا ۲۰ تهران و سرگروه‌های آموزشی سراسر کشور. عملاً می‌دیدم از یک چاپ ۵ هزارتایی، حدود ۱۸۰۰ تا ۲۰۰۰ تایش می‌رفت؛ و آن چیزی هم که می‌ماند، بد پخش می‌شد. پخش‌ها می‌گفتند باید ۵۰ درصد تخفیف بدهی تا برایت بفروشیم. تا



کارآفرینان آینده ویژه نامه مرکز کارآفرینی دانشگاه کاشان  
<http://karafarin.kashanu.ac.ir>

و مهمانی داریم. تقریباً هفته‌ای ۲ بار با هم جلسه داریم.

قلم چی یک سری ایده جدید را برای کنکور آورد؛ چیزهایی مثل کتاب‌های طبقه‌بندی شده رنگ به رنگ، جعبه لاینتر و...  
ایده‌های جدید گاج چی بود؟

ایده «تجمیع کتب» را گاج برای اولین بار در کنکور آورد؛ که نمونه‌اش آوردن ۱۳ کتاب علوم انسانی و ۸ کتاب رشته ریاضی در یک کتاب جامع بود. راستی! گاج دو تا کتاب هم دارد که کپی‌رایت‌اش را فروخته به کشورهای کانادا، انگلیس و آلمان. یک کتاب دیگر هم داریم به اسم «تیک ۸» که یک کار بی‌نظیر است در فراگیری واژگان زبان و در ایران گواهینامه ثبت اختراعات گرفته. در مورد کتاب‌های کنکورمان هم یک سبک خاص داریم که بر مبنای کتاب‌های درسی است.

به نظر می‌رسد سبک‌تان میکروطبقه‌بندی کردن کتاب‌هاست؟

دقیقاً. حالا ما آمدیم چی کار کردیم؟ مثلاً در کتاب شیمی قدیم، مبحث «آلکان‌ها» شامل بخش‌های نامگذاری و ایزومری و واکنش‌هاست. ما تست‌های هر کدام از این بخش‌ها را تفکیک کردیم و طبقه‌بندی ریزتر شد. از طرف دیگر ما کتاب‌هایمان را هر سال به‌روز می‌کنیم. الان تمام تست‌های کنکور ۸۶ را آنالیز کرده‌ایم و در کتاب‌هایمان داریم می‌زنیم. هر سال بلافاصله بعد از کنکور، زینک‌ها را عوض می‌کنیم و کتاب‌های مانده در انبار را اهدا می‌کنیم به کتابخانه‌های سراسر کشور؛ و دوباره از صفر. معمولاً ناشرهای دیگر خساست به خرج می‌دهند و هر ۲ سال یک بار، تست‌ها را ویرایش می‌کنند.

بالاخره همین چیزهای ریز باعث جلب مخاطب می‌شود.  
حالا این از اسمتان شروع می‌شود تا...

اسمان که خیلی ضایع بود! آن‌موقع که همه ناشرهای آموزشی، اسم‌هایشان را در مایه‌های علم و دانش و اندیشه انتخاب می‌کردند، اسم ما متفاوت به نظر می‌آمد.

حرف نصفه ماند آقای جوکار! داشتم می‌گفتم جلب توجه، که... پژو ۲۰۶ دادن هم شاملش می‌شود.

بله. ما به نفرات اول کنکور یک پژو ۲۰۶ می‌دهیم؛ و به نفرات دوم تا دهم، کمک هزینه تحصیلی، تا پایان تحصیلاتشان. از این ایده‌ها داریم باز هم. یک کار جدیدی کردیم که Secret است ولی به شما می‌گویم! خدمات پس از فروش برای کتاب. حالا دنبال یک اسم قشنگ‌تریم. برای اولین بار در کشور می‌خواهیم از ۸ صبح تا ۱۲ شب، در طبقه چهارم این ساختمان رفع اشکال تلفنی کنیم از

کتاب‌های گاج.

شماره‌اش چند است؟

داریم شماره ۶۴۲۰ را می‌گیریم ولی ظاهراً گفته‌اند ۲۰ نداریم، ۱۹ به‌مان می‌دهند. دانش‌آموزان زنگ می‌زنند به ۶۴۱۹ رفع اشکال می‌کنند. هر درسی برای خودش یک اتاق دارد که اپراتور وصل می‌کند به آن. کتاب، در هیچ جای دنیا خدمات پس از فروش ندارد. من به خاطر وضع زندگی‌ام کشورهای خارجی را دیده‌ام و مطمئنم که ندارند.

احتمالاً تبلیغات در فروشتان هم خیلی مؤثر بوده؟

بله. ناشرها معمولاً در این حجم و به این شکل تبلیغات ندارند. قلم چی و آیندگان فقط در تلویزیون تبلیغ دارند. ما در کنار تلویزیون، تبلیغات محیطی، بیل‌بورد و پل‌های دیواری داشتیم و اهدای کتاب به کتابخانه‌ها، معلم‌ها و شاگرد اول‌ها.

بله، همان بیل‌بوردهایی که نمی‌دانیم چرا برای کنکور از عکس دکتر حسابی و اینشتین استفاده شده است.



مگر از عکس بهرام رادان برای LG استفاده نکردند یا از عکس آقای جمشید مشایخی برای اجنرال استفاده نکردند؟ باز اینشتین و دکتر حسابی با علم بی‌ارتباط نبودند. آن‌موقع هم که ما از عکس اینشتین استفاده کردیم، سال ۲۰۰۵ بود که در تمام دنیا به مناسبت یکصدمین سال ارائه نظریه نسبیت و پنجاهمین سال درگذشت اینشتین، سال جهانی فیزیک اعلام شده بود. حالا در برنامه‌هایمان هست که از دانشمندان ایرانی و چهره‌های شاخص رشته‌های دیگر هم استفاده کنیم.

آقای جوکار، چرا گاج در کنار همه این تشکیلات، آموزشگاه و برگزاری آزمون ندارد؟

در دنیایی که متخصص چشم راست با چشم چپ فرق می‌کند و کارها این‌قدر تخصصی شده، من اعتقاد ندارم وارد این حوزه هم باید بشوم. ما دنبال این نیستیم که صرفاً برای اینکه یک کمپانی داشته باشیم، چند تا کار را با هم انجام دهیم. همین کار نشر خیلی سخت





است و ما سعی می‌کنیم همین یک کار را خوب انجام بدهیم. تا حالا برایتان پیش آمده در سیستم نشر، از کارهایتان

**کپی برداری شود؟**

پیش آمده. همین الان هم عینا دارند همین کار را می‌کنند. از روی کتاب‌های قلم‌چی هم همین کار را می‌کنند. ما کتاب «دین و زندگی» مان را ۳۴۰ هزار تا ۳۵۰ هزار تا فروختیم. فکر کنم کپی کارها هم ۷۰-۶۰ هزار تا فروخته باشند. معمولا یک عده کوچکی از همکارها این کار را می‌کنند. کاری هم نمی‌شود کرد؛ نهایتا گلّه می‌کنیم.

**رقابت کپی و اصل کتاب‌ها سر قیمت است؟**

ببینید! رقابت سر قیمت نیست؛ سر این است که کی اول داده و کی برده. مثلا امسال از روی «۱۳ کتاب انسانی» ما زدند. کتاب ما ۷۰-۶۰ هزار تا فروخت، ولی مال آنها ۳ هزار تا هم نتوانست بفروشد.

**به نظرتان اگر کنکور برداشته شود بازار گاج از سکه نمی‌افتد؟**

ببینید! ما در مقاطع دبستان، راهنمایی، کاردانی به کارشناسی و کارشناسی ارشد هم داریم کتاب‌های مختلفی را چاپ می‌کنیم؛ نه به این خاطر که می‌ترسیم یک روزی کنکور جمع شود، نه؛ برای اینکه



کتاب‌های کنکور صرفا ما را اغنا نمی‌کند.

**یعنی موافقید با برداشته شدن کنکور؟**

کنکور را نمی‌توانند بردارند چون بعضی رشته‌های خاص وجود دارد مثل برق شریف، دندانپزشکی شهید بهشتی، پزشکی تهران، حقوق تهران یا شهید بهشتی، که اینها برای انتخاب مخاطب خاص خودشان، نیاز به گزینش دارند. قطعا تیپ گزینش، سال ۱۳۹۰ عوض می‌شود. ممکن است دیگر به شکل سراسری نباشد و مثل قدیم، دانشگاه‌ها کنکور بگیرند. همه جای دنیا هم کنکور هست؛ البته نه به این شکل و با این تب‌وتاب.

**آقا! بچه‌های مردم دارند از استرس له می‌شوند! به نظرتان آدم می‌تواند با این همه استرس نتیجه مطلوب بگیرد؟ حتی**

برای آن گروهی که قرار است یکی‌شان برود برق شریف و دیگری می‌خواهد برود برق تهران.

آدم در استرس نمی‌تواند نتیجه مطلوب بگیرد ولی راهش هم این نیست که کنکور برداشته شود. آیا آموزش و پرورش می‌تواند آزمون هماهنگی بگذارد که در آن عدالت رعایت شود؟ آیا دانش‌آموز منطقه ۳ شهرستانی، می‌تواند در یک آزمون برابر قرار بگیرد با دانش‌آموزی که در شمیران تهران نشسته؟ کنکور استرس دارد ولی آزمون سالمی است.

**خوب، بد، زشت یا گزینه دال؟**

وقتی بخواهی آمار کتاب‌های کنکور موجود در بازار را بگیری به نتایج جالبی می‌رسی. ما هم این کار را انجام دادیم و همه این دیده‌ها و شنیده‌ها را که جمع کردیم، چیزهای زیادی دستان آمد؛ اینکه بعضی انتشاراتی‌ها ترندهای تبلیغاتی خاصی برای فروش دارند مثل تجدید چاپ در تیراژهای پایین (مثلا ۱۰ هزار تا کتاب را در ۱۰ نوبت چاپ می‌کنند تا هم آمارشان بالا برود، هم پزش را بدهند که بله، این همه تجدید چاپ داشته‌ایم)؛ اینکه بعضی‌ها به هوای سود به این حوزه می‌آیند اما نمی‌دانند که آواز دهل شنیدن از دور خوش است؛ اینکه بعضی‌های دیگرشان هم، عکس و اسم برگزیدگان کنکور را به ضرب سکه و پول و ماشین، به نفع خودشان مصادره می‌کنند که بله، اینها یا ما را خوانده‌اند یا... محسن انصاری، مدیر فروش مبتکران است؛ انتشاراتی که از سال تصویب قطعنامه، فعالیت رسمی‌اش را شروع کرده. انصاری می‌گوید که قبل از سازمان سنجش، آنها کار تست‌ها را شروع کرده‌اند.

الان این ناشران را نگاه کنید. ۸۰-۷۰ درصد فروش شان تست و آمادگی کنکور است، بقیه‌اش هم به کتاب‌های دیگر اختصاص دارد. دغدغه کنکور است دیگر. می‌آیند این کتاب‌ها را می‌بینند، می‌گویند بخیریم، شاید چند تا نکته‌ای هم داخل اینها باشد و کم‌کم کند؛ دانش‌آموزان و کنکوری‌ها را می‌گویم.

می‌دانید، همه‌اش هم سود نیست که. من ۲۰ سال است که کارم این است. اندازه‌ای که شما مدنظران است، سود دارد اما وقتی کتاب‌های درسی عوض شوند چه؟ آن موقع می‌شود ضرر. بعدش همه کتاب‌ها هم که گل نمی‌کنند. بنابراین احتمال سوخت شدن سرمایه هم هست. برای خودش ریسک هم دارد.

حسین صدرایی، مدیر فنی کتاب‌های کانون قلم‌چی است؛ حسابی هم به آقای قلم‌چی و محل کارش ارادت و دلبستگی دارد. می‌گوید که قلم‌چی خودش از مدرسان بنام بوده و همراه عده‌ای از

همکارانش آموزش می‌داده‌اند. گل کرده کیفیت کارشان و بعدش تصمیم گرفته‌اند که آن را عمومی کنند و نهایتش، شده است همین چیزی که می‌بینیم. الان هم نزدیک ۱۵۰ نمایندگی در همه‌جای کشور دارد حتی نقاط محروم.

متأسفانه در کشور ما، وقتی کار کسی گل می‌کند، دیگران حساس می‌شوند. در آمریکا بیل گیتس می‌شود میلیاردر و موفق اما این حساسیت‌ها ایجاد نمی‌شود و تازه، همه کمکش هم می‌کنند. من اعتقادات مذهبی‌ای دارم. برایم مهم است برای کی کار می‌کنم. سالم بودن محل کار و کارفرمایم برایم مهم است. اگر مشکل‌دار بودند تا حالا اینجا را ترک کرده بودم.

چیزهای زیادی درباره کانون شنیده‌ام. عجیب‌ترین‌شان همین فروش سؤالات بوده و ارتباط با طراحان سؤال کنکور؛ در حالی که اصلاً طبق سیستمی که سازمان سنجش دارد، امکان‌پذیر نیست.

ما در ۳ مرحله، کارها مان را بازمینی و ویراستاری می‌کنیم. وقتی که این ۳ گروه کار را تایید کردند، می‌رود برای چاپ.

ما در ۶-۷ سال گذشته، ناشر اول کشور بوده‌ایم؛ بین همه ناشران خصوصی و دولتی، طبق آمار رسمی وزارت ارشاد.

کتابی داشته‌ایم که در یک سال، ۱۵ چاپ خورده. شاید ۸۰ هزار تیراژ هم داشته. فکر می‌کنم در کل نمایشگاه هم اول باشیم از حیث فروش و رقم فروش.

خب، سیستم آموزشی ما تستی است. نمی‌شود حالا که این‌جوری است، کار نکرد که. ما با توجه به این سیستم معیوب، داریم به بچه‌ها



کمک

می‌کنیم؛ چرا که هدف اصلی ما بالا بردن سطح علمی در همه کشور است.

در سال شروع تقریباً رقیبی نداشتیم. دیگران که موفقیت مان را دیدند، آمدند خیلی از اسم‌ها و طرح‌ها را هم از ما گرفتند؛ مثل همین عنوان طبقه‌بندی‌شده. این باعث بالا رفتن کیفیت کار شد.

توی این چند سال، چندتایی ناشر آمدند. بعضی‌هاشان خوب کار نکردند و حذف شدند. اسم نرم بهتر است. بچه‌ها خودشان بهتر می‌شناسند. الان هم یک رقیب خوب داریم که خوب دارد کار می‌کند.

ما همیشه به بچه‌ها توصیه می‌کنیم که اولین منبع، کتاب‌های درسی است؛ اول آنها را بخوانند و تمرین‌هایش را حل کنند، بعد اگر وقت اضافه آوردند، سراغ کتاب تست بروند. طراحان تست از طرف سازمان سنجش برای همکاری با بیرون محدودیت دارند. سازمان، بانکی قوی از سؤالات دارد. شب امتحان عده‌ای قرنطینه می‌شوند و سؤالات را انتخاب می‌کنند. طراح مشخص نیست. امکان لورفتن سؤال‌ها و همکاری با طراح خیلی بعید است.

امیرحسین مجتهدی، مدیر اجرایی و تبلیغات انتشارات گاج است؛ همان انتشاراتی که با شعار «ما فقط همین تخصص را داریم» کار می‌کند. به گفته مجتهدی، آنها فقط روی همین تخصص چاپ کتاب زوم کرده‌اند و همین تمرکز حسابی جواب داده است.

اولین ناشری هستیم که استاندارد ایزو ۹۰۰۱ را داریم در صنعت نشر. این سیستم برای همه مراحل نشر، استاندارد دارد، حتی برای نوع کاغذ چاپ. نوعی حرفه‌ای شدن کار است. همه‌جا همین است. بعضی وقت‌ها گرد و خاکی بلند می‌شود. ممکن است در کوتاه مدت هم جواب بدهد اما در درازمدت کم می‌آورد. مشتری‌های خود این کتاب‌ها، سره را از ناسره تشخیص خواهند داد؛ هر چقدر هم که این انتشاراتی‌ها و کتاب‌ها زیاد بشود.

سود؟ چه کسی می‌تواند سود سرشار ببرد؟ کسی که مشتری اش زیاد باشد؛ یعنی عرضه‌ای متناسب تقاضایش داشته باشد. اگر نتواند که ورشکسته می‌شود. این رقابت خودش تعیین می‌کند که کی‌ها بمانند و کی‌ها نمانند. مخاطب این را تعیین می‌کند. شهریور و آبان و آذر سال گذشته ناشر اول کشور بودیم. این را با استناد به آمار خانه کتاب می‌گوییم؛ هم از حیث شمارگان، هم از نظر تعداد چاپ‌ها.

آزاده قاری‌نیت، مدیر فروش نشر آزمون است و دختر مدیر و صاحب امتیاز آن. او حرف اول حوزه تست را تبلیغات می‌داند. از نگاه او، تبلیغات بیشتر یعنی فروش بیشتر، ضمن اینکه این حوزه را هم پرقیب می‌داند.

حوزه کتاب‌های تستی تجاری شده. بچه‌ها خیلی جذب تبلیغات



می‌شوند. تست‌ها هم بیشتر جمع‌آوری و تدوین‌اند، نه تالیف. کتاب تالیفی زیاد ندیده‌ام.

اگر روی تبلیغات

خوب کار کنید، فروش خوبی هم خواهید داشت. بازار خوبی است اما خیلی باید مراقب باشید چون با سرنوشت بچه‌ها سر و کار دارید.

یک ترفند تبلیغاتی است، درست هم نیست اما تا حالا جواب داده. ارشاد باید کاری کند؛ اینکه یک کتاب را در چاپ‌های مختلف به بازار عرضه می‌کنند، در حالی که می‌توانند در چاپ‌های کمتری هم این کار را بکنند.

همه چیز توی کتاب‌های درسی هست. با

آنکه ناشرم، این را می‌گویم. این کتاب‌های تست در کنار کتاب‌های درسی، برای بالا بردن سرعت و مهارت تست‌زنی خوب است.

ریسک هم دارد. کتاب‌ها که عوض شوند، ناشران خیلی ضرر می‌کنند. البته سود هم دارد. لابد دارد که این همه بعضی‌ها خرج تبلیغشان می‌کنند دیگر.

بچه‌ها معمولا از هم سن و سالانشان می‌پرسند سراغ چه کتاب‌هایی بروند. معمولا سراغ ناشرانی که تبلیغات بیشتری دارند، می‌روند یا ناشرانی که تو چشم‌تر هستند یا می‌روند کتابفروشی‌ها، از فروشنده‌ها راهنمایی می‌گیرند.

اسدالله آقاجانی، مدیر انتشارات ژرفاندیشان است. ۶ سالی هست که در این حوزه کار می‌کند. قبلا معلم بوده. از فروش‌شان هم راضی بوده و خود را جزو ۵ - ۴ ناشر پرفروش این حوزه می‌داند. جالب اینکه اولین کتاب انتشاراتش را هم خودش تالیف کرده.

من اگر هزینه تبلیغاتی را صرف خرید ۴ - ۳ واحد آپارتمانی

می‌کردم، الان سود خیلی بیشتری کرده بودم.

مثل بازی استقلال و پیروزی است؛ بعضی وقت‌ها جوانمردانه

بازی می‌کنند اما بعضی

وقت‌های دیگر نه.

بالاخره این، حوزه ای

است که ۱۵ تا ۲۰

میلیون مخاطب دارد و

ممکن است این حجم

از مخاطبان، بعضی

وقت‌ها رقابت را ناسالم

کند.

نمی‌توانم بگویم

ترفندهای تبلیغاتی در

این حوزه نیست اما

بالاخره همکاریم دیگر.

من خودم معلم هستم و

سعی می‌کنم شئونات

کاری‌ام را حفظ کنم.

سعی می‌کنم اصول

حرفه‌ای را رعایت کنم

و همکاران را تخریب

نکنم. درست است

رقیب هستیم اما بابت

خیلی از مسائل غیرکاری

هم با آقای قلم‌چی جلسات خصوصی داشته‌ایم؛ حتی بابت مسائل

کاری؛ اینکه ایشان می‌گوید مرا در جریان کارهایت بگذار و... اینها

هم وجود دارد.

هر کسی دارد از عکس و اسم برگزیده‌ها استفاده می‌کند، مطمئن

باشید مشکل دارد. بعضی‌ها هم این کار را می‌کنند. کسی که برتر

است، خدا به او ذهن خلاق داده و از اولش هم این‌جوری بوده. این

نیست که با کتاب‌ها و آموزش‌های ما اول شده باشد. درست نیست

که همه‌اش را به حساب کتاب‌ها و آموزش‌های خودمان بگذاریم؛

حالا دست بر قضا، چند تا کتاب ما را هم خوانده باشد...

ترفند تعدد چاپ را بعضی‌ها به کار می‌برند؛ هم حرفه‌ای‌ها، هم

ناشران خرد؛ مثلا برای هر ۱۵۰۰ تا یک اعلام وصول می‌گیرند که بار

روانی و تبلیغی دارد. اینها را تبلیغات کاذب می‌دانم. اینها به شأن

آدم‌ها برمی‌گردد. ما ناسلامتی، متولیان امور فرهنگی این مملکتیم و

قلم و علم و کتاب در دینمان مقدس است. اگر هم صددرصد





## برای مطالعه

اما بد نیست آمار مختصری هم درباره آمار کتاب‌های چاپ‌شده در سال ۸۵ داشته باشید و اطلاعات عمومی‌تان بالا برود.

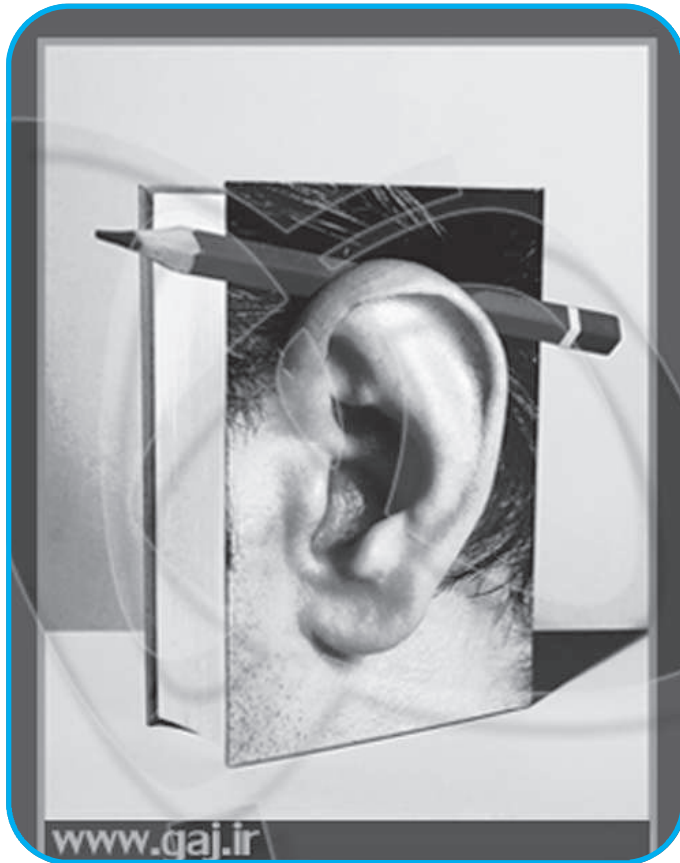
سال ۸۵، ما کلا ۵۱۳۴۷

کتاب چاپ شده داشتیم. ۲۳۵۴۹ تایش چاپ اول و بقیه‌اش چاپ بعدی بود. کل تیراژ همه کتاب‌ها را هم که چرتکه انداختند، نزدیک ۲۲۰ میلیون نسخه درآمد. تیراژ متوسط هر کتاب، ۴۳۰۰ تا بود. متوسط صفحه هر کتاب هم ۲۵۴ صفحه. خب، حالا وسط اینها داشته باشید آمار کتاب‌های کمک‌درسی همان سال ۸۵ را:

کلا ۹ هزار و ۸۵۰ کتاب توی این حوزه چاپ شده. تیراژ متوسط هم حول و حوش ۴ هزار نسخه بوده. از اینها فقط ۸۲ تایش ترجمه بوده. کل تیراژ این کتاب‌ها هم، نزدیک ۳۹ میلیون نسخه بوده و بد نیست بدانید از این تعداد کتاب‌های چاپ شده، ۶۳۱ تایش در شهرستان چاپ شده و بقیه‌اش در پایتخت.

رعایت نمی‌کنیم، خداوکیلی ۵۰ درصد رعایت کنیم.

یک پنجم کتاب‌های کشور، کمک‌درسی است شاخ درآوردید؟! حوصله خواندنش را ندارید؟ ای بابا، شما هم که با این ترس تاریخی‌تان از ریاضیات و آمار، دیگر شورش را درآورده اید. کاری ندارد؛ قلق کار دست‌تان بیاید، دیگر مثل آب‌خوردن است. اگر از این عددها خیلی سر در نمی‌آورید حداقل نگاهی به جدول آمار کتاب‌های کمک‌درسی خانه کتاب بیندازید.



## نکات کنکوری

۱ - از بین ناشران،

تنها ۱۱ ناشر دست به

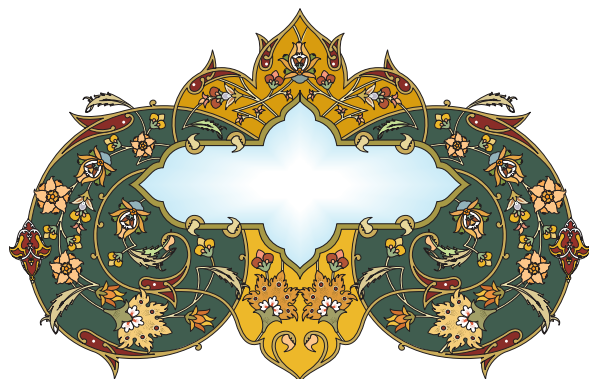
چاپ کتاب‌های ترجمه‌ای در این حوزه زده‌اند؛ کانون فرهنگی آموزشی قلم‌چی هم با ۲۲ عنوان کتاب چاپ‌شده ترجمه‌ای، بیشتر از همه کار کرده.

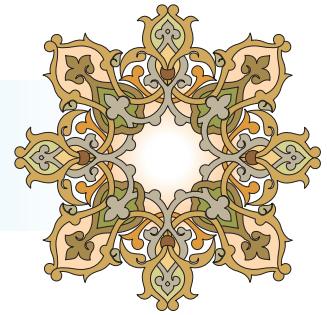
۲ - بیشترین کتاب‌ها را همان ۳ ناشر اولی چاپ کرده‌اند.

۳ - بیشترین تیراژ کتاب‌هایی که چاپ شده متعلق به قلم‌چی، گاج و مهرگان توس است؛ همه بالای ۲ میلیون تیراژ دارند؛ البته منهای قلم‌چی که نزدیک ۴ میلیون نسخه کتاب چاپ کرده.

۴ - بیشترین صفحات تولید شده را هم، گاج، قلم‌چی، آیندگان و مبتکران دارند.

۵ - بیشترین کتاب‌های چاپ اول را قلم‌چی و آیندگان داشته‌اند. بیشترین تجدیدچاپی‌ها هم، متعلق به آیندگان، گاج و قلم‌چی بوده است.





## ۵ سؤال که می توانند زندگی شما را تغییر بدهند!



آیا تمایل دارید بهتر زندگی کنید؟ من مطمئن هستم که پاسخ شما مثبت است. اینکه خوب و خوش و مثبت زندگی کنید، یک آرزوی طبیعی است. ما خیلی تکنیک و رهنمود برای این کار بلد هستیم، اما گاهی اوقات زمان، انگیزه و قدرت نداریم. اما انتظار نداشته باشید که انگیزه از یک جایی سر بلند کند، زیرا که این انگیزه در درون شماست. پس هر روز در خود ایجاد انگیزه نمایید.

با این ۵ سؤال زیر می توانید به هدف خود برسید. هر روز وقتی بیدار می شوید، پاسخ این سئوالات را بنویسید، متوجه خواهید شد که چگونه زندگی شما تغییر می یابد.

۱- اگر بدانم امروز آخرین روز زندگی من می باشد، چگونه زندگی خواهم کرد؟

راجع به زندگی خود مشتاق تر باشید!

۲- باید در زندگی خود شکر گذار چه چیزهایی باشیم؟  
قدردانی خود را نشان دهید.

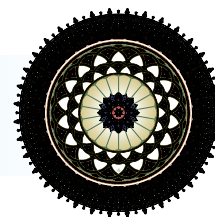
۳- امروز با انجام چه کارهایی می توانم زندگی خود را پر معنا تر کنم؟  
زندگی خود را با ارزش تر کنید.

۴- امروز چگونه می توانم شادی بیشتری را به زندگی خود اضافه کنم؟  
زندگی مملو از سرگرمی است! از هر لحظه آن لذت ببرید! زندگی هرگز تکرار نمی شود!

۵- امروز چگونه می توانم به دیگران کمک کنم؟

دلسوز باشید! با دیگران صادقانه تر رفتار کنید. زمانی که چیزی به دیگران می بخشید، خوشحال تر خواهید بود. تمرین های بالا را هر روز انجام دهید و زندگی جدید، مثبت و زیبایی را برای خود ایجاد کنید.





## خلاقیت شناسی شغلی، نوآوری و کارآفرینی

دنیای امروز که ما در آن زندگی می‌کنیم، تحت عنوان «عصر خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی» نامیده شده است. در این دوران، سرعت ابداع‌ها و اختراع‌ها در عرصه‌های مختلف علمی، فرهنگی، اجتماعی، فناوری و صنعتی، پرشتاب‌تر از هر زمان دیگری در طول تاریخ حیات بشری می‌باشد. از این رو، عصر حاضر هم‌چنین با عنوان‌های «عصر اطلاعات» و «عصر دانش و توانایی» نامیده می‌شود.

اگر کمی توجه کنیم، به‌خوبی درمی‌یابیم که همه‌ی ما در اقیانوس عظیمی از خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها و در میان میلیون‌ها ابداع و اختراع زندگی می‌کنیم، از لامپ برق، رادیو، تلویزیون، تلفن، رایانه، خودرو، قطار و هواپیما گرفته تا میلیون‌ها نوآوری کوچک و بزرگ و ریز و درشت در همه‌جا.

اهمیت و نقش خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی به حدی است که زندگی و تمدن انسان بدون آن‌ها هرگز قابل تصور نیست.

خلاقیت‌شناسی شغلی بر مبنای علم نوین «خلاقیت‌شناسی» استوار می‌باشد که به مطالعه‌ی فرآیندها و پدیده‌های خلاقیت، نوآوری و ابداع‌ها و اختراع‌ها از جنبه‌های مختلف می‌پردازد. پیام اصلی خلاقیت‌شناسی شغلی، این است که هرکس می‌تواند با خلاقیت و نوآوری، نیازی را برطرف نموده و در واقع شغل جدیدی را به‌وجود آورد و افراد می‌توانند به‌جای جویای شغل‌های موجود بودن، خود، شغل‌های جدیدی را ایجاد نمایند.

«خلاقیت» عبارت از تولید یک فکر نو و دست‌یابی به یک راه‌حل جدید برای رفع یک نیاز و یا حل یک مسأله می‌باشد. اگر فکر نو و راه‌حل جدید حاصل تفکر خلاق، به‌مرحله‌ی اجرا درآید، «نوآوری» گفته می‌شود و اگر این نوآوری به مرحله‌ی عمومی‌شدن برسد، مانند تولید انبوه یک محصول جدید، آن‌گاه در این حالت، «کارآفرینی» نامیده می‌شود.

برای نمونه، فکر ساختن لامپ برق توسط «ادیسون» یا فکر ساختن تلفن توسط «گراهام بل» و یا فکر ساختن تلفن همراه توسط «مارتین کوپر»، یک «خلاقیت» است که نیاز به روشنایی یا



برقراری ارتباط از راه دور را برطرف می‌کند و در واقع، مسأله‌ای را حل می‌نماید. به مرحله‌ی اجرا رسیدن این خلاقیت‌ها یعنی تحقق یافتن ساخت لامپ برق، تلفن و تلفن همراه، یک «نوآوری» است و تولید انبوه این محصولات برای استفاده‌ی عموم و تبدیل شدن آن‌ها به یک کالا، «کارآفرینی» است.

«کارآفرینی» (ایجاد محصول یا خدمت نو و جدید)، با «خوداشتغالی» یکسان نیست چون فرآیند کارآفرینی از میزان خلاقیت و نوآوری بیش‌تری نسبت به خوداشتغالی برخوردار است. انجام کارآفرینی می‌تواند با ایجاد شغل جدید، خوداشتغالی هم همراه داشته باشد ولی هر خوداشتغالی، نتیجه‌ی کارآفرینی نمی‌باشد و تفاوت اصلی آن‌ها در میزان نو بودن خروجی عملکرد است.

هر فعالیت کارآفرینی به‌طور معمول شامل چهارگام می‌باشد که در این جا به‌طور خلاصه توضیح داده می‌شوند:



## گام اول) خلاقیت یا ایده‌یابی کارآفرینی:

پایه و اساس هر نوع کارآفرینی، یک فکر جدید یا راه‌حل نو برای رفع یک نیاز می‌باشد. از این رو، اولین گام برای اقدام به فعالیت کارآفرینی، «ایده‌یابی یا طرح‌یابی کارآفرینی» است. این گام، مرحله‌ای خلاق و اکتشافی است که در طی آن، نیاز جامعه شناسایی می‌شود و به‌عنوان یک مسأله، با خلاقیت، راه‌حل آن تعیین می‌گردد.

این نیاز می‌تواند نیاز فردی (نیاز ورزشی، بهداشتی، درمانی، آموزشی، تفریحی و...) و یا نیاز یک سازمان (نیاز یک واحد تولیدی و صنعتی یا نیاز یک مرکز آموزشی) باشد. برای ایده‌یابی کارآفرینی و دست‌یابی به فرصت‌های کارآفرینی، می‌توان از روش‌های زیر استفاده نمود:

### ۱. مشاهده‌ی خلاق و اندیشمندانه‌ی هر یک از بخش‌های

جامعه مانند مطالعه‌ی خلاق و فرصت‌شناسانه‌ی

انواع محصولات، کالاها، خدمات و سازمان‌ها

به منظور شناسایی نیازهای پنهان و بی‌پاسخ

قشرهای مختلف جامعه

(نیازهای کودکان، نوجوانان،

دانش‌آموزان، دانشجویان،

کارمندان، کارگران،

معلولین، سالمندان

و...) و نیازهای

بالقوه و مشکل‌های

مشاغل و سازمان‌ها (مانند

مراکز صنعتی و...)

### ۲. حضور اندیشمندانه و

اکتشافی در نمایشگاه‌ها و بازارها (مانند بازار

پوشاک، محصولات فرهنگی، وسایل منزل،

تجهیزات فنی و...) به منظور شناسایی نیازهای پنهان و ایده‌یابی

### ۳. مطالعه‌ی خلاق و اکتشافی روزنامه‌ها، مجله‌های تخصصی و

دیگر منابع اطلاعاتی

### ۴. مطالعه‌ی جنبه‌های کاربردی رشته‌های تحصیلی (کاربردهای

هر درس)

### ۵. مراجعه به سازمان‌هایی مانند صنایع و معادن، کشاورزی و...

به منظور آگاهی از طرح‌ها و نیازها

به‌طور معمول با انجام فعالیت‌هایی از این قبیل، فکرهای خلاق

ابداعی و اختراعی گوناگونی ایجاد می‌گردد که باید آن‌ها را

براساس شاخص‌های مختلفی مانند میزان مطلوبیت و علاقه‌مندی، میزان سهولت امکان‌پذیری و... ارزیابی اولیه نمود و سپس برای اجرایی نمودن و تحقق آن، مورد انتخاب و بررسی بیشتر قرارداد.

## گام دوم) نوآوری یا تحقق بخشیدن به فکر خلاق:

در این مرحله بایستی به فکر خلاق یا ایده‌ی کارآفرینی، عینیت و وجود خارجی بخشید. اگر کسی از میان فکرهای خلاق، پاسخ‌هایی برای رفع نیاز در یک موضوع خاص، انتخاب کرده (در فاز خلاقیت)، در این مرحله باید آن‌ها را عملی کند. برای نمونه اگر فکر اختراع «ویلچری» که بتواند از پله، پایین و بالا برود و یا فکر اختراع یک ابزار کنترل‌کننده‌ی عصبانیت، ایجاد شده باشد، پس از اولویت‌بندی و انتخاب، بایستی فرد امکان تحقق و اجرایی شدن ساخت وسیله‌ی موردنظر را بررسی کند و در صورت امکان‌پذیر بودن، در خصوص ساخت یک نمونه از آن اقدام نماید و مورد تحلیل قرار دهد.

## گام سوم) طراحی یا برنامه‌ریزی کارآفرینی:

در صورت انتخاب نهایی

موضوع فعالیت

کارآفرینی، یعنی

تعیین شدن ارائه‌ی

محصول یا خدمت خاص،

برای عرضه‌ی عمومی و ارائه به

بازار مصرف، لازم است طرح

و برنامه‌ی تجاری‌سازی تهیه شود که آن را

«برنامه‌ی کسب‌وکار» می‌نامند. طرح و

برنامه‌ی کارآفرینی شامل اطلاعات ضروری و

مهمی مانند طرح و برنامه‌ی تولید، سازمان‌دهی مالی، بازاریابی

و نیروی انسانی و... می‌باشد و در واقع پاسخ‌گوی سه سؤال

اساسی است: «اکنون کجا هستیم؟ کجا می‌خواهیم برویم؟ و

چگونه می‌خواهیم برویم؟»

درواقع کارآفرین، مانند مسافری است که می‌خواهد با یک

وسیله‌ی نقلیه و مجموعه‌ای از امکانات، از یک مبدأ، حرکت را

شروع کند و به مقصدهای مشخص و از پیش تعیین‌شده برسد.

بنابراین لازم است تا حد امکان، کلیه‌ی عامل‌های داخلی (مانند

امکانات، منابع علمی، منابع اطلاعاتی، منابع مالی، منابع انسانی و...)

و نیز عامل‌های خارجی (مانند تغییرهای اجتماعی، تغییر قانون‌ها،

تغییر نیازها، تغییر فناوری و... در نظر گرفته شوند. هر قدر تهیه‌ی طرح و برنامه‌ی کارآفرینی بهتر، دقیق‌تر و کامل‌تر صورت گیرد، انجام فعالیت کارآفرینی، موفق‌تر خواهد بود چراکه طرح و برنامه‌ی کارآفرینی، مانند یک نقشه‌ی راه است که مسیرهای لازم برای طی شدن، در آن مشخص شده است. بنابراین طراحی و تهیه‌ی آن باید با دقت، حوصله و ماهرانه انجام شود.

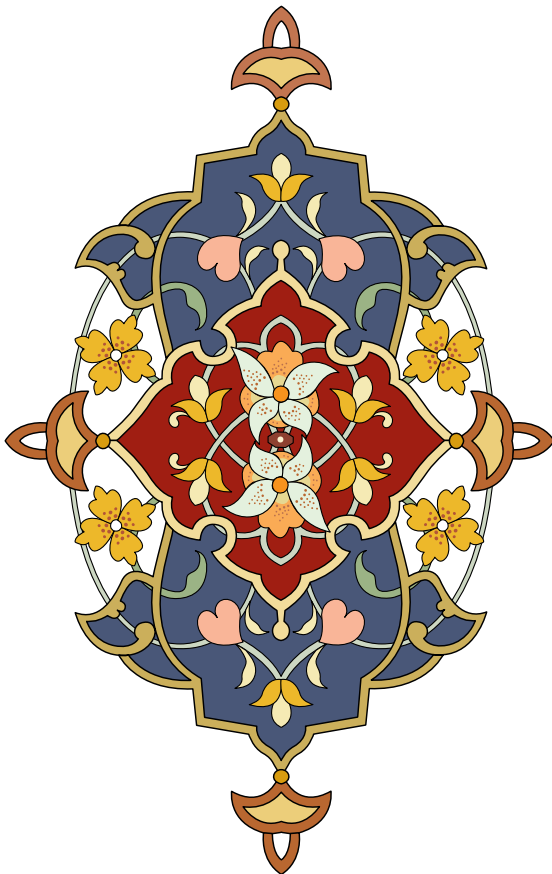
### گام چهارم) اقدام یا مدیریت خلاقانه:

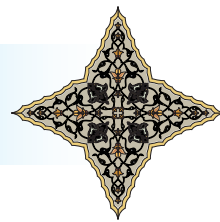
مدیریت خلاق و کارآفرینانه شامل فعالیت‌های مختلف مدیریتی مانند مدیریت استراتژیک، مدیریت اجرایی، مدیریت تولید، مدیریت تبلیغات و بازاریابی و مدیریت نیروی انسانی می‌باشد و در همه‌ی آنها نیز همواره از خلاقیت و حل خلاق مسأله استفاده می‌شود.

**نکته‌ی بسیار مهم این است** که چنانچه در هر یک از مرحله‌های اجرای برنامه‌ی کارآفرینی، ضعف یا نقصی وجود داشته باشد، بایستی با تدبیر و خلاقیت، نسبت به حل آنها اقدام نمود و اگر مرحله‌های اجرا با مشکل یا مانعی مواجه گردد، نبایستی هرگز ناامید و مأیوس شد بلکه بایستی همواره با توکل به خدا و نیز با درایت، خلاقیت، صبر، سعی و تلاش و پشتکار، عزم جزم و امید و اعتمادبه‌نفس بالا در جهت حل مشکل‌ها و مدیریت اثربخش گام نهاد.

اغلب فعالیت‌های کارآفرینی به‌ویژه آنهایی که از میزان خلاقیت و نوآوری بیش‌تری برخوردار هستند، به‌طور معمول به علت ناآشنایی و ناآگاهی جامعه، در مرحله‌های اولیه‌ی فعالیت، به‌کندی پیش رفته و ممکن است با رکود و کم‌استقبالی مواجه شوند اما به‌تدریج، وضعیت، تغییر مثبت یافته و پیشروی شتاب می‌گیرد. اگر فرد یا گروه مجری برنامه‌ی کارآفرینی، مطمئن شود که طرح موردنظر به هر دلیلی، چندان موفق نیست، در این صورت بایستی طرح و برنامه‌ی کارآفرینی مورد بررسی دوباره و بازنگری قرار گیرد و به‌ویژه روش‌های اجرای برنامه، تحت مطالعه و تحلیل واقع شود و با توجه به اصل «انعطاف‌پذیری» و نیز اصل «خلاقیت»، روش‌ها تغییر یابند. بنابراین، در مرحله‌ی اجرای طرح و برنامه‌ی کارآفرینی، باید به‌طور کامل توجه داشت که هیچ‌گاه نباید وقفه‌ها، ناکامی‌ها و شکست‌های ظاهری، مقطعی و موقتی، تعمیم داده شده و باعث توقف و تسلیم شود. اگر سرگذشت کارآفرینان بزرگ و داستان کارآفرینی‌های بزرگ آنان، مطالعه و بررسی شوند (برای نمونه «الکساندر بوئینگ» مؤسس شرکت

هوایمایی «بوئینگ»، «کونوسوکی ماتسوشیتا» مؤسس شرکت «ناسیونال یا پاناسونیک»، «سوئی چیرو هوندا» مؤسس شرکت «هونداموتور»، «تویوتا» مؤسس شرکت «تویوتا»، «آکیو موریتا» مؤسس شرکت «سونی»، «والت دیسنی» مؤسس شرکت «دیسنی»، «ورنر فون زیمنس» مؤسس شرکت «زیمنس»، «کارل بنز» مؤسس شرکت «بنز»، «بیل گیتس» مؤسس شرکت «مایکروسافت» و...، ملاحظه خواهد شد که به‌طور تقریبی، همه‌ی آنان در طی مسیر خلاق و کارآفرینانه‌ی خود، انواع مشکل‌ها و شکست‌های کوچک و بزرگی داشته‌اند ولی به راه خود، مصمم‌تر از قبل ادامه داده و درنهایت به هدف‌ها و نتیجه‌های بزرگ دست یافته‌اند. از این‌رو، اصول «موفقیت از راه شکست»، «امیدواری مستمر و دائمی»، «بأس‌شناسی و شکست‌ناپذیری» و «سعی و تلاش و پشتکار جدی» از مهم‌ترین اصول موفقیت و نتیجه‌گیری در فعالیت‌های کارآفرینی می‌باشند.





به افراد بسیار با استعداد و موفق می‌نگریم- موزارت، بیتل ها، بیل گیتس... و بر این گمانیم که نبوغ خالص صحت دارد. اما در حقیقت اینطور نیست....

بخوانید....

دانشگاه میشیگان مرکز کامپیوتر جدید خود را در سال ۱۹۷۱ در ساختمان قدیمی خیابان بیل در شهر آن آرپور احداث کرد. کامپیوتر مرکزی غول پیکر این دانشگاه در وسط سالن عظیمی جای داده شده بود و به قول یکی از اساتید دانشگاه "یادآور آخرین



صحنه های فیلم سال ۲۰۰۱ بود." در کنار این غول عظیم الجثه چند ماشین پانچ قرار داشت که در آن روزها ترمینال نامیده می شدند. با مرور زمان هزاران دانشجو از این سالن عبور می کردند که یکی از مشهور ترین این دانشجویان جوانی بود به نام بیل جوی.



جوی وقتی وارد دانشگاه شد که مرکز کامپیوتر افتتاح شد و خود ۱۶ سال داشت. او یکی از "درسخوان ترین" دانشجویها لقب داده شده بود. او می خواست وارد رشته بیولوژی یا ریاضی شود. اما در سال اول دانشگاه وارد مرکز کامپیوتر شد و به آن اعتیاد پیدا کرد.

از آن زمان به بعد مرکز کامپیوتر به زندگی جوی مبدل شد. وی در تابستان نیز برنامه نویسی می کرد. جوی در سال ۱۹۷۵ تحصیلات خود را در مقطع کارشناسی ارشد در دانشگاه کالیفرنیا در برکلی دنبال کرد و خود را در دنیای نرم افزار کامپیوتر بیشتر غرق کرد. به هنگام ورود به مقطع دکتری در مصاحبه با اساتیدش یک الگوریتم بسیار پیچیده ساخت که همه حضار جلسه را

شگفت زده کرد.

جوی به گروه کوچکی از برنامه نویسان پیوست و کار بازنویسی Unix را که توسط شرکت AT&T برای کامپیوترهای بزرگ تهیه شده بود، آغاز کرد. سیستم عاملی که وی نوشت به قدری فوق العاده بود که برای میلیون ها کامپیوتر در سراسر جهان به کار گرفته شد.

بعد از خروج از برکلی شرکت سان مایکروسیستمز را در دره سیلیکن احداث کرد. جوی زبان برنامه نویسی دیگری نوشت: جاوا. جوی در دره سیلیکن همانقدر احترام دارد که بیل گیتس دارد. برخی بیل جوی را "ادیسون اینترنت" می نامند.

داستان نبوغ جوی بارها گفته شده است، اما درس همان درس

قبلی است. در جهان کامپیوتر پیشرفت به شبکه دوستان و قدرت ربط نداشت بلکه تنها به استعداد و دست آوردهای شما متکی بود. در جهان کامپیوتر تنها بهترین ها برنده می شوند و جوی یکی از بهترین ها بود.



در صحنه های دیگر نیز افرادی هستند که شبیه بیل جوی عمل می کنند. آیا این افراد از فرصت های ویژه بهره می برند و آیا این فرصت ها الگوی خاصی را دنبال می کنند؟ شواهد حاکی است که اینچنین است.

در اوایل دهه ۹۰، روانشناس کی اندرز اریکسون و دو تن از همکارانش به آکادمی موسیقی برلن رفتند و با کمک اساتید آکادمی دانشجویان ویولن را به



سه گروه تقسیم کردند. گروه اول ستاره هایی بودند که می توانستند





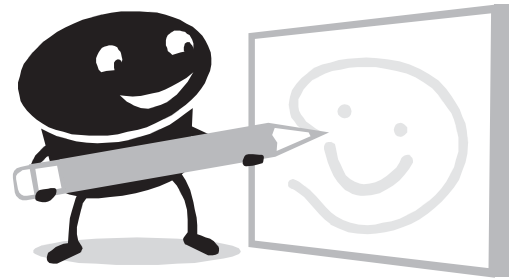
به نوازندگان تراز اول جهانی مبدل شوند. گروه دوم فقط "خوب" بودند. و گروه سوم تنها میتوانستند در مدارس معلم موسیقی شوند. از تمام ویولنیست یک سوال شد: در مدت کارتان چند ساعت تمرین کردید؟



همهء دانشجویان در سن مشابهی ویولن را آغاز کرده بودند - حدود

۵ سالگی. در سال های اولیه همگی حدوداً ۲ تا ۳ ساعت در هفته تمرین می کردند. اما در ۸ سالگی تفاوت ها ظاهر شد. افرادی که در کلاس موفق بودند از دیگران بیشتر تمرین می کردند: ۶ ساعت در هفته تا ۹ سالگی، ۸ ساعت در هفته تا ۱۲ سالگی، ۱۶ ساعت در هفته تا ۱۴ سالگی، و تا ۲۰ سالگی حدود ۳۰ ساعت در هفته تمرین داشتند. تا ۲۰ سالگی گروه اول ۱۰۰۰۰ ساعت ویولن زده بود. گروه "خوب ها" حدود ۸۰۰۰ ساعت و گروه آخر تنها قدری بیش از ۴۰۰۰ ساعت ویولن زده بودند.

نکتهء جالب در مورد تحقیق اریکسن این بود که نتوانسته بودند



"نابعه" پیدا کنند، یعنی افرادی که بدون زحمت بتوانند با زمان کمتری در مقایسه با دوستانشان پیشرفت کنند. ایشان افراد "کودن" نیز پیدا نکردند، یعنی افرادی که هر چه زحمت بکشند نمی توانند پیشرفت کنند. نتیجه اینکه

اگر بتوانید وارد یک مدرسهء خوب شوید آنچه شما را از دیگران متمایز می کند این است که چقدر زحمت بکشید. نکته اینجاست که افراد موفق تنها سخت تر از دیگران کار نمی کنند،



بلکه خیلی خیلی بیشتر از سایرین زحمت می کشند.

در تحقیقات مختلف این مفهوم که برتری در حوزه ای تخصصی مستلزم یک حداقل تمرین است مکرراً مطرح می شود. در واقع محققین به این نتیجه رسیدند که یک عدد جادویی برای نیل به سطح بالای تخصص وجود دارد: ۱۰۰۰۰ ساعت: "این عدد در مطالعات مختلف در مورد موسیقی دانان، ورزشکاران، نویسندگان، پیانیست های کنسرت،

شطرنج بازان مکرراً

مطرح می شود.

۱۰۰۰۰ ساعت تقریباً

برابر سه ساعت در

روز، یا ۲۰ ساعت در

هفته در طی ۱۰ سال

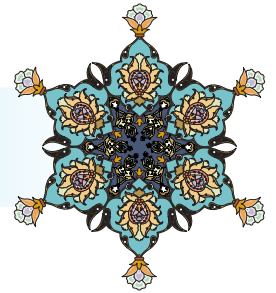
می باشد..هیچ

تخصصی در سطح جهانی بدون صرف این مدت زمان میسر نمی شود. به نظر می رسد که مغز انسان تنها با صرف این مدت زمان می تواند به حدی برسد که مطالب لازم برای نیل به استادی در رشته ای را جذب کند."

در عین حال سختکوشی به تنهایی کافی نیست بلکه این سخت کوشی می باید در زمان درست و در حوزه درست صورت گیرد. داستان های متعددی در مورد افراد

متخلف وجود دارد که نشان می دهد ایشان سخت کوشش کردند اما این کوشش زمانی صورت گرفت که باقی جامعه خواهان آن بود. به عبارت دیگر موفقیت دارای یک منطق خاص است که اگر بتوانیم آن را درک کنیم فرصت های زیادی برای افراد ایجاد خواهد شد.





## افکار منفی را کنار بگذاریم



چیزی که نحوه زندگی انسانها را مشخص می‌کند، تفسیر و نوع دیدشان نسبت به وقایع بیرونی است نه خود آن وقایع.

سرمشأ مثبت اندیشی از باورهای ما می‌آید. باورها و اعتقادات هر فرد و نوع برداشتش از زندگی و وقایع آن است که او را به سمت و سوی خوشبختی و یا بدبختی می‌برد. هر اتفاقی که در زندگی ما پیش می‌آید از نظر ما یا خوشایند است یا ناخوشایند. پس هرامری می‌تواند باعث خوشحالی و خوشبختی ما و یا باعث ناکامی و ناراحتی ما شود.

مثبت اندیشی به ما کمک می‌کند که بتوانیم تغییرات مفیدی در رفتار، گفتار، کار و زندگی خود ایجاد کنیم.

کلمات نیز تأثیر بسیاری بر افکار و احساسات ما می‌گذارند. کلمات می‌تواند ما را بسیار هیجان زده، متأثر یا خوشحال کند. پس دقت کنید کلماتتان را در جهت مثبت و زیبا کردن افکار و احساساتتان به کار ببرید.

به کاربردن واژه‌ها و عبارات تأکیدی مثبت در زیباتر شدن افکار و اعمال ما و بهبود کیفیت زندگیمان تأثیر بسیار زیادی دارد و باعث ایجاد شور و شوق در زندگی می‌شود. مثل این جمله: «من شایسته موفقیت هستم و همیشه به اهدافم می‌رسم.»

هیچگاه مشکلات و سختیهای زندگیتان را لعنت و نفرین نکنید. این فکر که دنیا سرشار از مشکل است را دور بریزید و در عوض هرگاه موقعیت نامطلوب یا مسئله ناخوشایندی در زندگیتان پیش آمد، به دنبال راههای مثبت و طلایی برای حل آن مسائل باشید. به کار بردن این روش باعث ایجاد رضایت در شما و حل شدن مسائل زندگیتان به گونه ای مثبت و خوب می‌شود.

نحوه اظهار نظر کردن در مورد دیگران و کارهایشان نیز بسیار مهم است. سعی کنید سریع و منفی در مورد چیزی اظهار نظر نکنید. ابتدا در مورد آن فکر کنید بعد نظر خود را از جنبه مثبت مطرح کنید تا تأثیر بیشتری بر مخاطبتان داشته باشد.

در اطراف همگی ما افراد منفی بافی هستند که با افکار و گفتار



منفی شان سعی دارند، باعث تضعیف روحیه ما شوند. سعی کنید تا حد امکان با چنین افرادی همنشین نشوید.

بسیاری از مردم افکار منفی را در زندگیشان مد نظر قرار داده و به آنها بها می‌دهند. حتی در صحبت‌هایشان با یکدیگر مدام از سختیهای کارشان، کم خوابیهای شبانه، نداشتن استراحت گله می‌کنند و همین امر تأثیر منفی بر فکر آنها گذاشته و باعث خستگی و ناامیدی شان می‌شود.

مطمئن باشید که اطرافیانتان هیچ علاقه ای به شنیدن سخنان منفی شما ندارند. سعی کنید در مورد جنبه های مثبت زندگی و کارتان برای دیگران صحبت کنید. زیرا شنیدن آنها می‌تواند برای دیگران هم جالب باشد.

به نظر شما بهتر نیست که ما به جای اینکه فقط به مشکلات، بی عدالتی ها، گرانی و تورم، بی پولی، بیکاری و هزاران فکر منفی دیگر تمرکز کنیم، به اینکه در زندگیمان بسیاری از اوقات کارها



درست و خوب پیش می‌روند فکر کنیم و از این موضوع شگفت زده شویم و به جای گله و شکایت از زندگی و کار، هر جا که هستیم از وفور نعمت و ثروت و خوش اقبالی صحبت کنیم؟

ممکن است شما در آخرین سفرتان از اینکه هواپیما چند ساعت تأخیر داشته و مجبور شده اید چند ساعت از وقتتان را در فرودگاه بگذرانید، بسیار ناراحت و معترض باشید و تا چند روز از تأخیر پرواز و خستگی مفروض خود به خاطر معطلی در فرودگاه، با ناراحتی و دلخوری برای دوستان و همکارانتان تعریف کنید. ولی آیا تا به حال از پروازهای خوب، راحت، به موقع و به سلامت خود بسیار خوشحال شده اید و آیا آنها را بارها برای دوستانتان تعریف کرده اید؟

وقتی از شما می‌پرسند آیا امروز روز خوبی داشته اید، چه جوابی می‌دهید؟ آیا جواب می‌دهید: «روز بسیار سخت و طاقت فرسایی بود.» یا می‌گویید: «روز خوبی داشتم. خدا را شکر همه چیز بر وفق مراد بود.»

اگر به تمام لحظات زندگیمان فکر کرده و آنها را مرور کنیم، می‌بینیم که در طول زندگی لحظات خوشایند و لذت بخش زیادی برای ما رخ داده است. پس چرا به جای فکر کردن به لحظات شاد و زیبای زندگیمان به لحظات سخت فکر کنیم؟

فراموش نکنید که افکار منفی می‌تواند یک روز سفید را خاکستری نشان دهد و افکار مثبت حتی یک روز خاکستری را زیبا و سفید می‌کند.

به طور کلی مثبت اندیشی و افکار منفی هر دو به صورت مسری از فردی به فرد دیگر سرایت می‌کند. شما می‌بایست سعی کنید به جای اینکه اجازه دهید افکار منفی دیگران بر شما تأثیر بگذارد و روحیه شما را تضعیف کند، با گفتار مثبت خودتان اندیشه‌ها و افکار مثبت را به دیگران منتقل کنید و به آنها بیاموزید که افکار منفی شان را کنار گذاشته و اندیشه‌های مثبت را جایگزینش کنند. با این کار شما می‌توانید هم به اطرافیان خود کمک کرده و هم روحیه مثبت اندیشی خود را تقویت کنید.

هرگاه حادثه ناراحت کننده‌ای در زندگیتان پیش آمد، به جای اینکه مأیوس و نگران شوید، آن را به فال نیک گرفته و به این فکر کنید که قطعاً راه دیگری برای سعادت و خوشبختی شما گشوده شده و می‌بایست آن راه را بیابید.

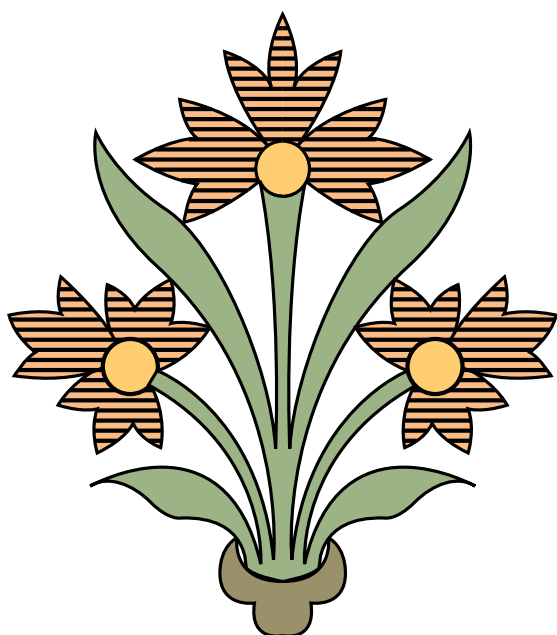
سعدی در بیت زیر به زیبایی این موضوع را بیان می‌کند:

«خدا گر زحمت ببندد دری  
به رحمت گشاید در دیگری»

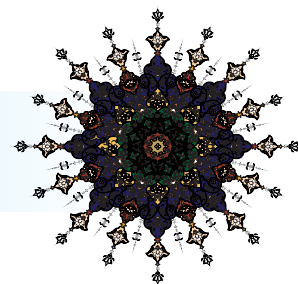
به فرض اگر شما شغلتان را از دست داده اید، پیشنهاد می‌کنم به جای تأسف و ناراحتی، خوشحال باشید زیرا این مسئله پیام مثبتی برای شما دارد. از دست دادن شغلتان بدین معناست که شما باید وارد کار جدید و بهتری شوید و فراموش نکنید که در هر امری حتی به ظاهر ناراحت کننده، جایی برای خوشحالی و موفقیت وجود دارد.

نوع نگرش و تفکرات هر انسانی نشاندهنده شخصیت، اعتقاد و باورهای او می‌باشد و ناشی از نحوه توجیه و تفسیر تجربیاتش است.

خوش بینی نیز می‌بایست عاقلانه باشد. نباید خوش بینی را با اعتماد کورکورانه به هر کسی یا چیزی اشتباه بگیریم. مثلاً در سرمایه گذاری در هر نوع فعالیتی بهتر است هم خوش باشیم و هم در کنار آن با نگاهی نقادانه و دقیق جلو برویم. نظر نقادانه به شما کمک می‌کند که جلوی هدر رفتن سرمایه تان را بگیرید و دقیق تر و بهتر تصمیم بگیرید. اگر قرار است در کاری سرمایه گذاری کنید بهتر است، ۷۰٪ با دید خوشبینانه و ۳۰٪ با دید نقادانه جلو بروید و در مورد آن کار تفکر و بررسی کرده و سپس تصمیم گرفته و اقدام کنید.







## هر کس به اندازه اهدافش ثروتمند است



داشتن هدف و برنامه در زندگی، به انسان حرکت می‌دهد و در او انرژی می‌آفریند. کسی که هدفی مشخص دارد، برای رسیدن به آن، با همه‌ی توانش می‌کوشد و پیش می‌رود و هیچ سد و مانعی را یاری آن نیست که در برابرش، مقاومت کند. او برمی‌خیزد و برای رسیدن به آرمان‌هایش، دست به اقدام و تلاش می‌زند.

### مراحل رسیدن به هدف:

با وجود اهمیت بسیار زیاد انتخاب هدف در زندگی، مردم به‌طور معمول نمی‌دانند که چه‌طور باید برای خود هدف تعیین کنند. در زیر، آموزش‌هایی ارائه می‌شود که به انتخاب هدف در زندگی، کمک شایانی می‌نماید:

کاغذی سفید جلوی روی‌تان قرار دهید و هرچه به فکر‌تان می‌آید را روی آن نوشته و لیستی از رؤیاهای‌تان را تهیه نمایید. خیلی از ما، توانایی خیال‌پردازی را از دست داده‌ایم و این مایه‌ی تأسف است. با خیال‌پردازی می‌توان به آینده امیدوار بود و هرکجا امید باشد، موفقیت نیز هست.

بنابراین سعی کنید تا حد امکان، تمامی رؤیاهایتان را به یاد آورید. بعد از تکمیل لیست‌تان، در مورد هر آیتِم آن، از خود بپرسید «چرا؟» اگر نتوانستید در یک جمله بیان کنید که چرا چنین خیالی داشته‌اید و چرا می‌خواهید به آن برسید، پس دیگر آن ایده، یک خیال نخواهد بود و نمی‌تواند برای شما هدف باشد. بنابراین روی آن خط بکشید. سپس بررسی کنید که آیا این به‌طور واقعی هدف خود من است یا کسان دیگری می‌خواهند من به این هدف

زندگی، هدیه‌ای است که از جانب خداوند به ما

ارزانی داشته شده و ما اجازه نداریم در فقر، ناامیدی و حسرت، روزگار را بگذرانیم و در این دنیا، بدون آرمان و باری‌به‌رحمت زندگی کنیم. بنابراین باید مراقب گذر لحظه‌های ارزشمند عمر خود باشیم و این لحظه‌ها را با هدف بگذرانیم چرا که زندگی، دکمه‌ی بازگشت ندارد و هرچه را با تمام وجود بخواهیم، به دست می‌آوریم.

همان‌گونه که می‌دانیم، لازمه‌ی داشتن یک زندگی ایده‌آل، در مرحله‌ی نخست، داشتن هدف مشخص و تعیین مسیر می‌باشد چرا که بی‌هدف بودن، انسان را دچار روزمرگی می‌کند اما داشتن هدف، برنامه‌ریزی را در پی دارد و داشتن برنامه، هدف‌ها را محقق می‌سازد و درنهایت برنامه‌ریزی درست، موفقیت می‌آفریند.

هدف، وضعیتی است که می‌خواهیم در آینده داشته باشیم و موفقیت، مسیری است برای دست‌یابی به اهدافی خاص. اگر خودمان نتوانیم وضعیت‌مان را در آینده تعیین کنیم، ناچار محیط پیرامون‌مان، وضعیت را به ما تحمیل می‌کند و آن‌چه که محیط بر ما حکم می‌کند، چه بسا با ما سازگاری نداشته باشد. پس چه بهتر که خود، هدف مطلوب‌مان را معلوم نموده و به سمت آن حرکت کنیم.

### انتخاب هدف:

یکی از ضرورت‌های زندگی، انتخاب هدف است که باید به‌صورت آگاهانه انجام گیرد. اهداف زندگی هر شخص، با دیدگاه‌ها، مقاصد و اعتقادات او، ارتباط تنگاتنگ دارد. بنابراین به‌جای داشتن یک‌سری خیال‌ها و آرزوهای مبهم، بهتر است روی اهداف مشخص، متمرکز شویم. این‌که بدانیم هدف‌مان در زندگی چیست، خود باعث رسیدن هرچه سریع‌تر به موفقیت می‌شود.

مشخص کردن اهداف، باعث می‌شود بتوانیم انتخاب‌های بهتری داشته و به دستاوردهای مهمی برسیم. داشتن هدف، باعث می‌شود انسان از تقلید کورکورانه و گم‌شدن در راهی که مقصود او نیست، دوری کند. این هدف‌ها هستند که مسیر و مقصد زندگی را تعیین و روشن می‌کنند و به انسان اعتماد‌به‌نفس، انگیزه و عشق به زندگی می‌دهند. هدف، انسان را با استعدادها و توانمندی‌های بسی‌کران درونی‌اش آشنا می‌کند.



برسم؟ آیا این هدف، کار صحیح و درستی است؟ آیا رسیدن به این هدف، من را از رسیدن به اهداف دیگرم باز نمی‌دارد؟

وقتی کارتان در این مرحله تمام شد، به احتمال زیاد لیست تان بسیار کوچک‌تر از اول شده است و این باعث می‌شود کم‌کم به تشخیص هدفی که توانایی رسیدن به آن را دارید، نزدیک‌تر شوید و این، همان هدف اصلی زندگی می‌باشد. در تعیین اهداف، به ویژه هدف اصلی یا هدف نهایی زندگی، توجه به یک نکته، ضروریست و آن، هماهنگی و تطابق اهداف، با ذات، جوهر، فطرت و رسالت زندگی ماست.

البته این نکته را نیز باید در نظر داشته باشید که بعضی از اهدافتان باید آنقدر بزرگ باشد که باعث شود توانایی‌هایتان را ارتقاء دهید. این اهداف باید در درازمدت حاصل شود که شور و شوق شما را حفظ کرده و ناکامی‌هایتان را از اهداف کوتاه‌مدت کاهش دهد.

**در مرحله‌ی بعد، اهداف‌تان را دسته‌بندی کرده و به دو گروه کوتاه‌مدت و بلندمدت تقسیم‌بندی نمایید و پس از آن، فعالیت‌های لازم برای رسیدن به هر کدام از آن‌ها را نیز مشخص کنید.** برای این کار، نقشه‌ای در ذهن‌تان طراحی کنید که توانایی‌ها و ضعف‌هایتان را در مورد آن هدف به‌خصوص، نشان دهد. دقت نمایید که باید با خود صادق بوده و اهداف عملی و قابل وصول خود را از رؤیاهای تخیلی و غیرقابل دسترس جدا نمایید. نکات مثبت و منفی شخصیت خود را با ذکر جزئیات بیان کنید. نقاط ضعف خود را بپذیرید و بدون احساس ضعف با یک برنامه‌ریزی منظم، سعی در کاهش آن نمایید و با باور نقاط قوت خویش، با اراده و تقویت آن در مقاطع خاص، ارزش‌های شخصیتی خویش را تثبیت نموده و ارتقاء دهید. حال بهترین راه‌های رسیدن به هدف‌تان را بنویسید و پس از در نظر گرفتن تمامی جوانب کار، مسیر خود را مشخص نمایید.

پس از طی تمامی مراحل بالا، نوبت به مهم‌ترین مرحله یعنی شروع حرکت در مسیر هدف می‌رسد. تا زمانی که تصمیم جدی برای قدم در راه گذاشتن نداشته باشید، همواره هدف‌های‌تان در حد رؤیا و آرزو باقی خواهند ماند. بنابراین باید با عقل و درایت تصمیم‌گیری کنید، تردید نداشته باشید، از عواقبش ترسید، عجلانه تصمیم نگیرید، با افکار ناامیدکننده بجنگید و مهم‌تر از همه این‌که تصمیم‌گیرنده، خودتان باشید. پس بدون ترس از خطرات احتمالی راه و با انتخاب بهترین مسیر، اقدام نمایید و به نتیجه‌ی کار خود، مطمئن باشید.

در یک نگاه کلی، مراحل رسیدن به هدف‌ها به شکل زیر تقسیم‌بندی می‌شود:

#### ۱) لیست‌بندی هدف‌ها

۲) زمان‌بندی هدف‌ها (زمان لازم برای رسیدن به هدف)

۳) اولویت‌بندی هدف‌ها

۴) ایجاد انگیزه برای هر هدف (وضوح در هدف)

۵) برنامه‌ریزی برای رسیدن به هدف‌ها

۶) اقدام و شروع حرکت در مسیر هدف (تلاش مستمر برای رسیدن به هدف)

به خاطر بسپارید که هدف‌گذاری، یک فعالیت همیشگی است که نیازمند به‌روزرسانی، ثبت، اولویت‌بندی و مرور منظم هر دو نوع اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت می‌باشد. بدین منظور، دست‌کم هر شش ماه یک‌بار، اهداف خود را مرور کرده و آن‌ها را (در صورت نیاز) مورد اصلاح قرار دهید. چرا که با حرکت در مسیری منظم، ممکن است متوجه شوید دیگر اهدافی که در قیل ثبت نموده بودید، آن ارزش اولیه را ندارند و نیازمند اصلاح می‌باشند.

در این هنگام، سعی کنید از تناقض یا تضاد بین اهداف یا قیاس نادرست به هر شکلی، آگاه بوده و از آن‌ها اجتناب کنید. به زبان ساده‌تر، ممکن است رسیدن به دو هدف در کنار هم در یک دوره‌ی زمانی، غیرممکن باشد. از

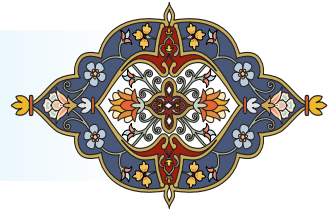


این طریق، می‌توانید چنین تناقضاتی را کشف نمایید اما در عین حال، هرگز کوشش برای دست‌یافتن به آن‌ها را فراموش نکنید.

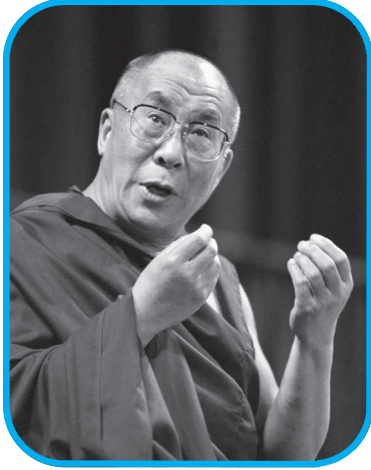
در نهایت، مهم این است که بدانیم همه‌ی چیزهای

لازم برای برداشتن اولین قدم را در اختیار داریم. بنابراین باید دست از بهانه‌گیری و بهانه‌جویی‌های بی‌پایه و اساس برداریم و لحظه‌ی اکنون را به‌عنوان بزرگ‌ترین فرصت زندگی خود بپذیریم و اولین گام را به سوی تحقق آرزوهای خود برداریم و آنقدر در این مسیر مداومت و پافشاری به‌خرج دهیم که در نهایت، اتفاقی که همیشه آرزوی آن را داشتیم، در مقابل چشمانمان محقق شود و به وقوع بپیوندد.

هیچ‌گاه فراموش نکنیم که زندگی، فرصت‌های فراوانی در اختیار کسانی که به جست‌وجوی آرمان‌های بلندشان به‌پا خاسته‌اند و به تحقق رؤیاهایشان همت گماشته‌اند، قرار می‌دهد. بنابراین باید خط‌مشی خود را در زندگی تعیین کنیم و سکان‌دار کشتی سرنوشت خود باشیم و منتظر دیگران نمایم و با طراحی و هدف‌گذاری، مسیر زندگی‌مان را روشن کنیم و از زندگی خود، یک شاهکار بسازیم.

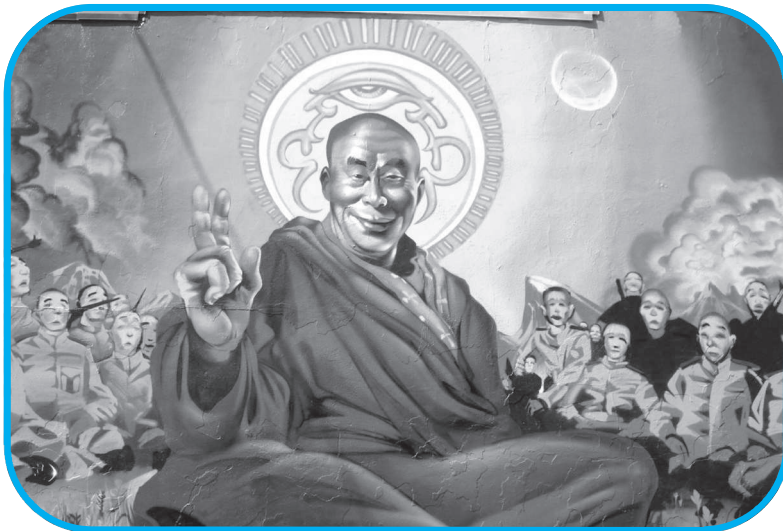


## ۱۸ قانون برای زندگی (ارائه شده توسط Dalai Lama)



گاهی اوقات ما نیاز به یک نصیحت داریم. بهترین جا، برای پیدا کردن نصایح، خواندن توصیه‌های افراد بزرگ می‌باشد. Dalai Lama همیشه روی من تأثیری داشته است. امیدوارم قوانین وی نیز روی شما اثر بگذارد. در زیر چند تا از قوانین وی را ملاحظه می‌فرمایید:

- ۱- توجه داشته باشید که عشق و پیروزی بزرگ، ریسک بزرگ را به همراه دارد.
- ۲- وقتی که چیزی را از دست می‌دهید، درس گرفتن را فراموش نکنید.
- ۳- ۳ تا R را به یاد داشته باشید: Respect for self (احترام به خود)،  
Responsibility (مسئولیت)،  
Respect for others (احترام به دیگران).
- ۴- به خاطر داشته باشید که نرسیدن هم به آنچه که می‌خواهید، یک شانس می‌باشد.
- ۵- قوانین را یاد بگیرید.
- ۶- اجازه ندهید یک بگو و مگو و مشاجره لفظی، رفاقت شما را بر هم بزند.
- ۷- زمانی که متوجه اشتباهات خود شدید، فوراً آنها را تصحیح کنید.
- ۸- زمانی را در روز، تنها سپری کنید.
- ۹- از تغییرات با آغوش باز پذیرایی کنید، اما اجازه ندهید ارزش‌ها از بین بروند.
- ۱۰- به خاطر داشته باشید که گاهی سکوت، بهترین پاسخ است.
- ۱۱- خوب و با افتخار زندگی کنید. که در زمان پیری از گذشته خود لذت ببرید.
- ۱۲- شالوده زندگی شما باید محیطی مملو از عشق و دوستی باشد.

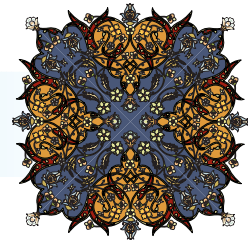


- ۱۳- در زمان مخالفت با افرادی که دوست دارید، به موقعیت حال فکر کنید، نه به گذشته‌ها.
- ۱۴- علم خود را به دیگران بیاموزید.  
با این کار جاودانه می‌مانید.
- ۱۵- با مردم خوش رفتار باشید.
- ۱۶- سالی یک بار به جاهایی که تا حالا نرفته‌اید، بروید.
- ۱۷- بدانید که بهترین رابطه، آن موردی است که در آن عشق شما فراتر از احتیاج شما به یکدیگر می‌باشد.

۱۸- موفقیت خود را مورد بررسی قرار بدهید، ببینید چه چیزهایی را برای رسیدن به آن از دست داده‌اید.







## چگونه مثبت اندیش باشیم؟

۱۱- از تردید و دودلی دوری کرده و کارها را با جدیت دنبال

کنیم.



۱۲- به ندای منفی درونی خود و تلقین‌های مخرب و نگران‌کننده‌ی دیگران بی‌توجه باشیم و سعی کنیم عکس آنها را انجام دهیم.

۱۳- به قدرت بی‌کران خداوند ایمان داشته باشیم و با خود تکرار کنیم که من لیاقت بهترین‌ها را دارم و با لطف خدای بزرگ به آنها خواهم رسید.

۱۴- از میان اهداف خود هدفی را انتخاب کنیم که امید بیشتری به موفقیت آن داریم و در تلاش برای تحقق آن، به فکر تأیید یا تکذیب دیگران نباشیم.

۱۵- در توصیف احوال و زندگی خود از کلمات مثبت استفاده کنیم.

۱۶- در تعریف از افراد خانواده یا دوستان از کلمات مثبت و روحیه بخش استفاده کنیم. مثلاً (فلانی) شخص بسیار شریف و بزرگواری است.

۱۷- از چشم و هم‌چشمی و حسادت که باعث ایجاد افکار منفی می‌شود دوری و سعی کنیم روش زندگی خود را خودمان انتخاب کنیم.

۱۸- هرگز شعار خواستن، توانستن است را فراموش نکنیم و بدانیم که در سایه‌ی سعی و تلاش به آنچه بخواهیم می‌رسیم.

۱۹- قدر لحظات زندگی را بدانیم و از آنها به خوبی استفاده کنیم، زیرا هرگز تکرار نخواهد شد.

افکار از چنان قدرتی برخوردارند که می‌توانند سازنده یا ویرانگر باشند، بنابراین باید به خود و فرزندانمان بیاموزیم که افکارمان را هوشمندانه کنترل کنیم تا در زندگی به موفقیت‌ها و کامیابی‌های بزرگی دست یابیم.

۱- نسبت به خودمان احساس خوبی داشته باشیم و خود را خوب، توانا و با ارزش بدانیم.

۲- لیستی از صفات مثبت خود تهیه کنیم و راه‌های تقویت آنها را بیابیم و تجربه کنیم.

۳- لیستی از افکار منفی خود در طی روز تهیه و سعی کنیم برای هر فکر منفی، یک فکر مثبت معادل بیابیم تا به کمک آن بتوانیم با افکار منفی مقابله کنیم.

۴- سعی کنیم در گفتار و برخوردهای روزانه از کلمات و جملات مثبت استفاده کنیم، مثلاً در ملاقات با دیگران بجای استفاده از کلمه «خسته نباشید» که دارای بار منفی و القای حس خستگی است، بگوییم «خدا قوت»، «شاد باشید» و یا «پر انرژی باشید».

۵- افکار خود را متوجه خوبی‌ها و جنبه‌های مثبت زندگی کنیم تا به مرور، مثبت‌نگر شویم.

۶- با خوش‌بینی سعی کنیم، دستوراتی به ذهن خود بدهیم که اندیشه‌های جدید مثبت شکل گیرند.

۷- هر روز صبح که از خواب برمی‌خیزیم با نگاه کردن به منظره‌ی یک تابلوی نقاشی زیبا و یا اسماء‌الله روز خود را با نشاط و خوش‌بینی آغاز کنیم.

۸- از افراد منفی‌نگر یا موقعیت‌هایی که باعث ایجاد افکار ناخوشایند و منفی می‌شوند دوری و یا سعی کنیم کمتر با آنها برخورد داشته باشیم.

۹- به مشکلات به عنوان محکی برای ارزیابی توانایی‌های خود نگاه کنیم و هرگز نتیجه‌ی بدی را پیش‌بینی نکنیم، زیرا مشکلات فقط به اندازه‌ای مهم هستند که ما آنها را مهم می‌پنداریم.

۱۰- به لحظات و خاطرات زیبا و دوست داشتنی گذشته‌ی خود فکر کرده و سعی کنیم آنها را تکرار نماییم.

۲۰- برای تغییر اوضاع و شرایط نامساعد اقدام کنیم و مطمئن باشیم که می‌توانیم آنها را از بین ببریم.

۲۱- از خود انتظار بیش از حد نداشته باشیم و خود را همه فن حریف ندانیم، به عبارت دیگر از کمال‌گرایی مطلق که باعث اضطراب و احساس عجز و ناتوانی می‌شود خودداری کنیم.

۲۲- خود را از قید و بندهای آزاردهنده رها ساخته و ساده‌زندی کنیم تا فکر و خیال آسوده‌ای داشته باشیم.

۲۳- از انزوا و گوشه‌گیری که باعث ایجاد افکار منفی می‌شود دوری کرده و اوقات خود را در جمع خانواده، فامیل و دوستان سپری کنیم.

۲۴- هر وقت احساس کردیم که افکار منفی سراغمان آمده است،



وضعیت خود را تغییر دهیم و به کاری سرگرم شویم.

۲۵- ممکن است هنگام خواب در رختخواب افکار منفی به سراغمان بیاید، تا خسته نشده‌ایم به رختخواب نرویم.

۲۶- هرگز به هیچ وجه خود را بدبخت، ناتوان و درمانده احساس نکنیم.

۲۷- اعتماد به نفس خود را در هر شرایطی حفظ کنیم و هرگز به دیگران اجازه ندهیم که آن را متزلزل کنند. باید متوجه باشیم که اعتماد به نفس کلید خلق تفکر مثبت است.

۲۸- خندیدن را فراموش نکنیم. خندیدن باعث می‌شود تا افکار ناراحت‌کننده و منفی جای خود را به افکار مثبت و شاد بدهند.

اجرای راهکارهای تقویت مثبت هیچ هزینه‌ای ندارند و به سن و سال افراد نیز مربوط نمی‌شوند.

فقط باید این شعار را فراموش نکنیم:

**اگر افکارمان را کنترل کنیم، زندگی‌مان متحول می‌شود.**

## شما در چه شغلی موفق تر هستید؟

شغلی برای شما مناسب است که با توانایی ذهنی شما هماهنگ باشد.

روان‌شناسی به نام گاردنر معتقد است اگر فردی بتواند شغلش را مطابق با نوع هوش فردی انتخاب کند، کار و مسئولیت خود را به نحو مطلوبی انجام خواهد داد.

### انواع هوش در نظریه ی او عبارتند از:

۱- **هوش منطقی ریاضی:** افراد دارای این هوش با توانمندی بیشتری می‌توانند به حسابرسی، آمارگیری، استدلال و محاسبه کردن، تحقیق اختصاصی و امور مالیاتی پردازند. مشاغلی؛ نظیر ریاضی دان، اقتصاددان، کارشناسی سیستم رایانه، کارشناسی فنی، حسابرسی بانک، مأمور خرید و کارشناس بیمه و ... برای این افراد مناسب تر است.

۲- **هوش زبانی:** افرادی که در صحبت کردن، سخنرانی، تدریس، تفسیر و بحث و گفتگو موفق ترند، از سطح بالای هوش زبانی برخوردارند. مشاغلی؛ نظیر وکالت، نویسندگی، گویندگی، ویراستاری، مشاوره و ... برای این افراد اولویت دارد.

۳- **هوش جسمی - حرکتی:** حمل کردن، مرمت کردن، تعمیر، نصب و تولید کردن از ویژگیهای این هوش است. مشاغلی؛ همچون ورزشکار حرفه ای، پزشک جراح، نجار، کارگر، صنعت گر و ... برای این نوع هوش مناسب تر است.

از نوع دیگر هوش می‌توان به هوش تجسمی فضایی (نقاشی، تصویرسازی، عکاسی) هوش میان فردی، اجتماعی (مهمانداری هواپیما، تبلیغ کردن، مربی گری، آژانس های مسکن و اتوموبیل) هوش درون فردی با ویژگی مهم خودشناسی و تحلیل خود و موقعیت (درمانگر، برنامه ریز، روان شناس و ...) هوش طبیعت گرا (زمین شناس، کارشناس منابع طبیعی، جنگلبانی و غواصی و ...) هوش هستی گرا با ویژگی مهم کنکاش و جستجو در معنای عمیق زندگی و مشاغلی همچون (فلسفه، شعر و شاعری و هر شغلی که در ارتباط با پدیدایی انسان در گردونه ی حیات باشد) اشاره کرد.



## ۱۰ درس مهم در زمینه تجارت اینترنتی



### درس سوم

اگر می خواهید پول زیادی بدست آورید، باید یک بازار خاص را انتخاب کنید که نیاز ویژه ای از مشتری را پاسخ دهد. مردم محصولات و خدماتی که نیاز شخصی آنها را پاسخ دهند خیلی دوست دارند. اگر شما نفر اول در برآوردن این نیاز باشید، برنده هستید. سعی نکنید در سایت خود همه جور خدمات یا محصولات را ارائه کنید. مثلا برای خرید کتاب، یک سایت فرهنگی که روی فروش کتاب متمرکز است را انتخاب می کنید یا یک سایت که از فروش گل و اسباب بازی گرفته تا فروش لوازم منزل و شکلات و کتاب؟ حتی آمازون که همه چیز می فروشد، هنوز به عنوان یک کتاب فروشی شناخته می شود تا یک اسباب بازی فروشی.

### درس چهارم

ایجاد ترافیک بالا برای سایت شما نیاز به صرف وقت و هزینه دارد. کلید ایجاد ترافیک بالا برای سایت شما، برقراری هرچه بیشتر ارتباط از سایر سایتها به سایت شما است. هرچند لیست شدن در موتورهای جستجو اولین قدم شما باید باشد ولی نباید به آن اکتفا کنید. دو روش خوب برای ایجاد ترافیک به سایت شما عبارت است از:

- **برنامه همکاری فروش (Affiliate program)** - چنین برنامه ای به برقراری صدها و حتی هزاران ارتباط از سایر سایتها به سایت شما کمک می کند. موضوع از این قرار است که شما برنامه ای طراحی می کنید که هرکس که خدمات و محصولات شما را از طریق سایت خود بفروشد، درصدی از فروش به او تعلق می گیرد. حتی برخی برنامه ها، در جلب مشتری، حتی اگر فروشی هم صورت نگیرد، پول می دهند.

- **ارائه خدمات و محصولات رایگان** - ارائه چنین امکانات رایگانی به جذب ترافیک زیاد به سایت شما کمک خوبی می کند. مثلا ارائه مقالات رایگان که دیگران بتوانند در سایت خود از آنها استفاده کنند و به سایت شما ارتباط دهند. کتاب های الکترونیک رایگان، نرم افزار، فایل های صوتی که بتوانند در Flash از آنها استفاده کنند، ملودی های طراحی شده برای گوشی های موبایل و خیلی چیزهای جذاب دیگر.

### درس اول

یکی از کارهایی که باید اولویت بالایی برای شما داشته باشد، جمع آوری آدرس پست الکترونیک بازدید کنندگان سایت شما است. از زمان شروع سایت، به جمع آوری آدرسها پردازید. تهیه یک لیست از مشتریان بالقوه خدمات شما، یک باید است. هرچند ارائه یک خبرنامه الکترونیک بسیار عالی است ولی خیلی ضروری نیست. شما می توانید به لیست خود، تغییرات سایت، محصولات جدید یا هرچیز دیگری که دوست دارید ارسال کنید. توجه داشته باشید که تا زمانی که لیست شما کوچک است، می توانید آنرا توسط نرم افزار پست الکترونیک موجود در رایانه خود پیش ببرید ولی وقتی لیست شما بزرگ شود، مثلا از ۱۰۰ آدرس بیشتر شود، دیگر باید به دنبال ابزارهای مخصوص مدیریت لیست باشید و یا از سایت های مخصوص این کار استفاده کنید. هرچند شخصا تمایلی به نام بردن از سایت خاصی برای این کار ندارم، ولی چون خدمات سایت [www.ymlp.com](http://www.ymlp.com) کمک بزرگی در این زمینه برای من بوده، همیشه آن را به دیگران پیشنهاد می کنم. سایت یا هو هم خدمات مناسبی در این زمینه ارائه می کند.

### درس دوم

سایت شما ممکن است باعث پیروزی یا شکست شما شود. یک سایت با ظاهر حرفه ای نقش اساسی در موفقیت شما دارد. اگر در طراحی یک سایت حرفه ای چندان مهارت ندارید، حتما یک نفر حرفه ای برای این کار استخدام کنید. توجه داشته باشید که سایت حرفه ای به معنی یک سایت با امکانات گرافیکی بالا و بخشهای متحرک و یا حتی بخشهای Flash نیست. سایت حرفه ای در نگاه اول ممکن است خیلی هم ساده به نظر آید ولی ساختار مناسب، راحتی حرکت در سایت، دسترسی سریع به اطلاعات، سرعت بالا آمدن مناسب (مخصوصا با خطوط نه چندان مناسب ما)، وجود خدمات مناسب، خدمات پشتیبانی مناسب، پشتیبانی مناسب از زبان های مختلف و پارامترهای متعدد دیگری در حرفه ای شدن سایت شما موثر هستند. وجود یک مشاور در این زمینه در کنار شما، خیلی به شما کمک می کند.



## درس پنجم

فروش محصولات و خدمات خودتان خیلی از فروش برای بقیه، سودآورتر است. برخی از برترین اقلام قابل فروش در اینترنت عبارتند از:

- نرم افزار

- اطلاعات

- سایت های اختصاصی

- خدمات اینترنت

## درس ششم

معمولا مردم دوست ندارند که در معرض فروش قرار گیرند و در مقابل آن مقاومت می کنند. شما خیلی موفق تر خواهید بود اگر در جهت ارائه کمک به مشتریان خود حرکت کنید. این کار با نوشتن مقالات مفید، دوره های آموزشی و یا حتی با حضور فعال در اتاق های گفتگوی مناسب با خدمات شما حاصل می شود. اعتماد، حرف اول را در تجارت اینترنتی می زند. شما باید در میان مخاطبین خود، اعتبار کسب کنید. اگر مشتری احساس کند که شما قبل از فکر کردن به فروش به او و بدست آوردن پول، می خواهید مشکل او را شناسایی کنید و به او در رفع نیازش، کمک کنید، خیلی راحت تر به شما اعتماد می کند.

## درس هفتم

خودکار کردن کارها، وقت با ارزش شما را حفظ می کند. هرچند در تجارت، خیلی کارها را باید شخصا انجام دهید و درگیر آنها شوید، خیلی کارها را هم می توان خودکار کرد، مثل:

- مدیریت لیست آدرسها

- پیگیری ها با مشتری

- پیام های خوش آمدگویی

- پیغام های تشکر

- پیگیری سفارش ها

- تایید سفارش ها

این کار با استفاده از سیستم های پاسخ گوی خودکار، کدها و برنامه های نرم افزاری قابل حصول است.

## درس هشتم

سازمان مناسب کار، یک دلیل اصلی موفقیت تجارت شما است.

- یک برنامه کاری زمان بندی شده برای هر روز خود تنظیم کنید.
- از برنامه دریافت پست الکترونیک با قابلیت طبقه بندی نامه های دریافتی در زیر شاخه های مختلف استفاده کنید.
- فایل ها و شاخه های موجود در رایانه خود را برای دسترسی

راحت تر و سریع تر، تنظیم کنید.

- یک صفحه "سوال و جواب های مکرر" برای سایت خود طراحی کنید.

- برای پیام هائی که بصورت متناوب ارسال می کنید، یک ساختار مشخص تعریف کنید.

- در رایانه خود یک صفحه شامل اطلاعات ورود به سایت هائی که با آنها همکاری دارید و آدرس وب آنها برای دسترسی راحت تر، تهیه کنید.

## درس نهم

بالاترین اولویت برای شما باید خدمات پس از فروش مناسب و رضایت کامل مشتری باشد. هرچند داریم در مورد دنیای اینترنت صحبت می کنیم ولی با مردمی که در دنیای واقعی زندگی می کنند سروکار داریم. خیلی هم به ارتباط های مصنوعی و نرم افزاری و پست الکترونیک تکیه نکنید. خیلی از بازدید کنندگان سایت شما می خواهند با یک نفر در بخش خدمات مشتری شما حرف بزنند و بعد خرید کنند. از امکانات پشتیبانی زنده (Live Agent) در سایت خود استفاده کنید.

## درس دهم

برای بدست آوردن پول، باید پول خرج کنید. شما باید در موارد زیر با دست باز سرمایه گذاری کنید:

- رایانه

- دسترسی به اینترنت

- نرم افزار

- ثبت دامنه

- میزبانی سایت

- آموزش شامل کتاب، سی دی و غیره

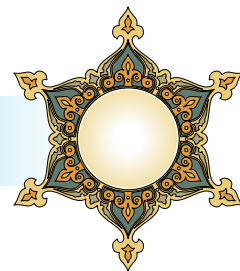
- تبلیغات

## درس یازدهم

هرچند قرار ما فقط ده درس مهم بود، ولی همیشه به خاطر داشته باشید که خطرناک ترین تهدید برای موفقیت شما و غیر حرفه ای ترین کار در اینترنت، SPAM است. همیشه از آن دوری کنید.

مطالب بالا، لیست کاملی نیست و فقط به عنوان شروع و راهنما می تواند مفید باشد. مطمئنا مسائل و نکات بسیاری هستند که باید مورد توجه قرار گیرند و شما بسیاری از آنها را می شناسید و به آنها عمل می کنید





آیا می دانید به چه کسانی موفق می گویند؟ آیا تا به حال از خود پرسیده اید چرا برخی افراد از بعضی دیگر موفق ترند؟ یا حتی چرا بعضی کشورها از کشورهای دیگر پیشرفته ترند؟ موفقیت شما چه تاثیری در موفقیت جامعه یا کشور دارد؟

**موفقیت عبارت است از بالفعل کردن استعدادهای نهانی که در وجود هر کس نهفته است.** آدمی با این استعدادها به دنیا می آید بزرگ می شود و باید آنها را تمام و کمال در راه هدف و منظوری که او را شاد و خرسند می کند به کار ببرد.

موفقیت عبارت است از دستیابی به هدفی که در نظر انسان است و با رسیدن به آن هدف برای خود موقعیت و اعتباری کسب می کند.

**موفقیت عبارت است از شیوه درست فکر کردن و زندگی کردن.**

موفقیت در زندگی لازمه داشتن دانش بالا، ثروت زیاد، قدرت و مقام اجتماعی نیست. بلکه موفقیت یعنی خود باشیم و نه دیگری. موفقیت یعنی شناخت ارجحیت های زندگی و عملکرد بر اساس آن. موفقیت یعنی ساختن امروز برای فردای بهتر. موفقیت تجهیز امروز خود برای فردای پر بار.

به طور کلی می توان گفت که فرد موفق کسی است که به آرزوهای خود برسد و در درون رضایت خاطر احساس کند که این امر خود حاصل تلاش و کوشش مداوم در زندگی است.

**آلفرد اوستن: "آرامش و اطمینان، بهترین موفقیت است"**

برای رسیدن به موفقیت نکات زیر را رعایت کنید:

### الگو برداری از افراد موفق:

شما با شناخت افراد موفق که در اطرافتان هستند به این پرسش پاسخ دهید که این افراد چگونه و چرا موفق شده اند؟ در این صورت با پیروی از الگوها و روشهای آنان می توانید برای موفقیت خود برنامه ریزی کنید.

### تعیین اهداف بزرگ:

افراد موفق به این دلیل موفق می شوند که می دانند به کجا می خواهند بروند. شما باید بدانید که می خواهید چه کسی باشید



و چه کاری بکنید. بهترین کاری که شما را به مسیر صحیح هدایت می کند تعیین هدف است. مشخص کردن اهداف در تعیین زمان رسیدن به آنها یا عقب افتادن از مسیر نیز موثر است. اگر باور داشته باشیم که به هر چیزی که اراده کنیم می رسیم برای خود اهداف بزرگی را انتخاب خواهیم کرد. گرچه هدفهای کوچک و کم ارزش دست یافتنی اند، ولی راضی کننده نیستند. به نظر متخصصان برنامه ریزی اهداف بلند مدت و مهم را باید به اهداف کوتاه مدت و ریز تقسیم کرد تا به راحتی بتوان به آنها دست یافت.

### حداکثر استفاده از زمان:

وقت موهبتی است که به هر یک از ما ساکنان کره ی خاکی به رایگان داده شده و واحد آن برای همه یکسان است. موفقیت ما در زندگی به چگونگی استفاده از این گوهر گران بها بستگی دارد.

بررسی آمار طول عمر مردم کشورهای مختلف جهان و همچنین تحقیقات کارشناسان مدیریت زمان موبد این واقعیت است که موفقیت هر کس در تحقق اهداف، آرمانها و آرزوهایش تا حدود قابل توجهی به استفاده موثر از وقت وابسته است. وقت عامل فوق العاده موثری در دستیابی به اهداف است.

### اشتیاق؛ نقطه شروع همه فعالیتها:

هر کس که می خواهد موفق شود باید آن قدر رسیدن به هدف برایش مهم باشد که در راه آن از هیچ کوشش و فعالیت دروغ نوزد

و تمام فعالیتهايش را معطوف به آن کند. این گونه است که می توان ذهن را درگیر اشتیاق سوزان برای پیروزی کرد و این شرط لازم موفقیت است.

اگر کاری که می خواهید بکنید درست باشد و به آن باور داشته باشید درنگ نکنید قدم پیش بگذارید و رؤیای خود را جامعه عمل ببوشانید. هرگز به گفته های این و آن توجه نکنید تا مبادا موقتاً شکست بخورید. زیرا شاید دیگران ندانند که در هر شکست بذرهایی از موفقیت و پیروزی نهفته است. توجه داشته باشید همه کسانی که موفق می شوند ممکن است در شروع با دشواری روبه رو شوند و مجبور باشند به تلاشهای زیادی دست بزنند. اینان باید با مشکلات دست و پنجه نرم کنند تا به موفقیت برسند.

**پشتکار:**

برای موفقیت در کار و دستیابی

به خواسته های قلبی باید همه نیروهای خود را صرف اهدافمان کنیم و همواره به دستاوردهای نهایی تلاشمان بیندیشیم. در این زمینه ادیسون گفته است: « ۹۰ درصد نبوغ ناشی از داشتن پشتکار در کار است.» داستانهای موفقیت افراد بزرگ نشان میدهد که داشتن پشتکار از مهمترین رموز موفقیت آنان به حساب می آید.

**اعتماد به نفس:**

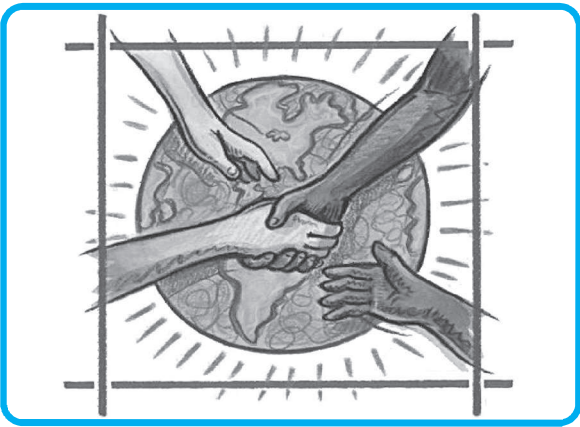
باوری مثبت نیروی خلاقانه و سازنده ای است که موجب شکوفایی و پیشروی بی وقفه انسان در مسیر اهدافش می شود. افراد موفق از شکست ترسی ندارند و از همان ابتدا میدانند که به مراد و مقصود خویش خواهند رسید. شما با فهرست کردن توانایی ها و مهارتهای خویش می توانید اعتماد به نفس لازم را کسب کنید و آن را پرورش دهید.

**نهایت استفاده از هوش و استعداد:**

اگر هوش و استعدادی سرشار داشته باشیم و آن را درست به کار گیریم به یقین راه رسیدن به موفقیت و کامیابی بر ما هموار خواهد شد. اما اگر در کارها جدیت به خرج ندهیم بی استعدادترین افراد مصمم و با اراده نیز از ما پیشی خواهند گرفت. به راستی آیا تا به حال به توانایی های خود فکر کرده اید؟ خداوند نیرویی عظیم به همه ما انسانها داده است که در صورت شناخت و استفاده موثر از این نیرو در راه رسیدن به اهدافمان حتما موفق خواهیم شد.

**استفاده از فرصتها:**

ما ایرانیان سنتها و اعتقادات خوبی داریم اما متأسفانه در بعضی موارد نیز ذهنمان به باورهای غلطی آغشته است. یکی از این باورهای غلط رایج، نسبت دادن موفقیت افراد به شانس است. به عنوان مثال اگر کسی قطعه زمینی بخرد و آن زمین بعدها از موقعیت خوبی برخوردار شود او به ثروتی برسد می گوئیم شانس آورده است. در حالی که چنین موفقیتها حاصل استفاده از فرصتهاست. در حقیقت معنی واقعی شانس



استفاده درست از فرصتهای پیش آمده است. باید همواره جویای چنین شانس و فرصتی باشیم و با فراست و تیزبینی به فرصتهایی که در اختیارمان قرار می گیرد پروبال دهیم.

**خواستن رمز موفقیت:**

خواستن توانستن است. البته باید معنی خواستن را نیز یاد بگیریم. نه هرخواستنی

موجب توانستن می شود و نه حتی هرتوانستنی ما را به هدف می رساند. بسیاری از افراد معنای واقعی خواستن را نفهمیده اند.

خواستن آن است که به تصمیم قطعی منجر شود و تصمیم قطعی آن است که به عمل منجر شود و تنها عمل صحیح است که ما را به نتیجه و هدف می رساند. دانستن خواستن و توانستن تنها در سایه عمل معنی و مفهوم پیدا می کند. واقعیت آن است که در وجود هر یک از ما گنجی عظیم نهفته است که دستیابی به آن به کوششی نه چندان زیاد اما آگاهانه نیاز دارد. به خاطر داشته باشیم که طولانی ترین راهها تنها با برداشتن یک قدم آغاز می شوند. پس باید قدم بگذاریم و همین امروز اولین قدم را در راه رسیدن به هدفهای والای خود برداریم.

**راضی نبودن به وضع موجود:**

موفقیت افراد موفق دستیابی آنان به اهدافشان است. اگر به مسیر زندگی افراد موفق نظری بیندازیم متوجه می شویم که ناراضیاتی آنان از وضع موجود باعث حرکت و گام برداشتن به سوی موفقیت شده است.

**دلایل موفقیت افراد و سازمانها در برنامه ریزی و هدفمندی آنان نهفته است. پس از تعیین اهداف بلند برای خود باید در راه رسیدن به آن اهداف تلاش کرد. مهم ترین عامل موثر در موفقیت خود فرد است.**





کاشان دیار خلد قیس و نوآور سر



