



بی شک رویکرد ادیسون به اختراع و نوآوری عملگرا بود. او با شناسایی مسئله یا نیاز آغاز کرده و سپس ابزار برآورده کردن آن نیاز را طراحی می‌کرد. پس از تکمیل این فاز مفهومی، تبدیل طرح خود به نمونه اولیه آزمایشگاهی واقعی را آغاز می‌کرد. او با دقت، داخل دستگاه‌های ساخته شده را بررسی می‌کرد و سعی می‌کرد عملکرد داخلی آن را درک کند. دانشی که او از این مشاهده‌های آزمایشی به دست می‌آورد به ندرت به ایجاد نظریه منجر می‌شود؛ در عوض این مخترع یادداشت‌های دقیقی درباره ویژگی‌های کاری وسیله اختراعی خود و همه اجزای آن ثبت می‌کرد. دانش بنیادی دانشمندان محض، دانش نظری است در حالی که مهمترین و اصلی‌ترین دانش برای ادیسون دانش کاری بود و آن عبارت بود از درک ویژگی‌های ذاتی با نیم نگاهی به دستکاری آن‌ها برای تولید وسایلی با کاربرد، کارایی، صرفه اقتصادی و سادگی بیشتر. این نکته، دانش زیربنایی مخترع و نوآور را شکل می‌دهد.

قدم به قدم تا کارآفرینی

فرصت حاصل برخورد ایده‌ها با شرایط دنیا واقعی و خلاقیت کارآفرینانه در یک نقطه زمان است. فرصت‌ها از جمع ایده و یک نقص یا نیاز به وجود می‌آیند و به دو طریق خلق می‌شوند؛ به این معنی که یا ایده‌ای داریم و باید دنبال خلاه و نیازی بگردیم که ایده ما پاسخی به آن نیاز باشد و یا نقص و نیازی را می‌شناسیم و باید ایده‌ای برای رفع آن نقص یا نیاز بیابیم. فرصت در دنیا کسب و کار، ایده جدیدی است که بتوان آن را به کسب و کار یا ارزش اقتصادی تبدیل کرد. لذا افراد کارآفرین باید به دنبال ایده‌ای باشند که مشکلی را برطرف کنند یا دستاوردهای جدیدی را برای مشتریان به همراه داشته باشند که آن‌ها راضی باشند در ازای داشتنش پول پرداخت کنند. اگر فقط یک ایده، فرد و تمیش صرف نسبت به آن احساس خوبی دارند لزومی بر پذیرش آن از طرف مشتریان و بازار نخواهد بود. برای یافتن ایده کسب و کار باید سراغ دردها رفت، بررسی کرد که چه چیزی باید خلق کرد تا دردی از مشتریان برطرف گردد.

هدفمند باشیم (۲)

اهداف از آرزوها، خواسته‌ها و نیازهای انسان سرچشمه می‌گیرد. اگر تصور می‌کنید در زندگی هدفی ندارید به آرزوها و نیازهایتان فکر کنید که می‌خواهید به آن برسید. مهم‌ترین آن را انتخاب کنید که آن هدف شماست. از لحاظ روانشناسی میل درونی شما برای رسیدن به هدف مقداری افزایش دارد که به واسطه آن می‌خواهید به هدف برسید؛ از سوی دیگر مقاومت درونی شما نیز مقداری افزایش دارد که می‌گوید شما نمی‌توانید به آن هدف برسید. اگر مقاومت درونی شما بر میل درونی‌تان غلبه کند هرگز به آن هدف نخواهید رسید. عواملی که باعث می‌شوند مقاومت درونی شما زیاد شود و نگذارند به هدفتان برسید عبارتند از برخورد با مشکلات و برخورد با افراد منفی‌باف. در هنگام برخورد با مشکلات به راه حل فکر کنید نه به مشکلات. فکر کردن به مشکلات باعث نامیدی می‌شود اما اگر به راه حل فکر کنید مطمئن باشید یک یا چند راه پیدا خواهید کرد. در مورد افراد منفی‌باف باید گفت که آن‌ها از یک نکته مهم غافلند و آن ظرفیت و توانایی بی‌نهایت انسان است که حتی می‌تواند کوه را جابجا کند؛ کافی است انسان در شرایطی قرار بگیرد تا از ظرفیت و قدرت پنهان خود استفاده کند. اشخاصی را که به شما ارزشی منفی وارد می‌کنند شناسایی کنید یا آن‌ها را توجیه کنید یا با آنها هم صحبت نشوید بلکه اشخاص دیگر را پیدا کنید که با شما هم هدف باشند که در این صورت ارزشی‌تران چندین برابر افزایش پیدا کند.

«فرصت» این ماه را با این واژه‌ها آغاز می‌کنیم که هدف از راههای این مطالب، ترویج تفکر کارآفرینی و در نهایت سبک زندگی کارآفرینانه است. مسلماً برای رسیدن به این امر مهم، نوع نگاه و نگرش ما نسبت به مسائل و مشکلات از اهمیت بالایی برخوردار است. نگرش ما نسبت به مشکلات به عنوان یک فرصت، حلقه مفقودهی زنجیره کارآفرینی است. در حقیقت این نوع نگاه، جز عوامل لینفک فرآیند کارآفرینی می‌باشد. «فرصت» ما پنجه‌های کوچکی است که به واسطه‌ی آن می‌خواهیم نگاهمان را به مشکلات به فرصت تغییر دهیم. امیرالمؤمنین علی علیه السلام می‌فرمایند: «مراقب افکارت باش که رفتارت می‌شود، مراقب رفتارت باش که گفتارت می‌شود، مراقب گفتارت باش که عادت می‌شود، مراقب عادت باش که شخصیت می‌شود، مراقب سرزنشت باش که سرزنشت می‌شود.

فرصت ثروت

یاد بگیریم که پول حساس است. اگر خودت را عاشق پول نشان دهید و خود را محتاج آن بدانید مثل خرگوش از تو فرار می‌کند اما اگر خودت را عاشق و محتاج به آن ندانیم به سراغت خواهد آمد. اگر شما، تلاش را اصل و مبنای زندگی‌تان قرار دهید و دیگران را متوجه تخصص کارمان نمایید و بدانند به خاطر تخصص‌تان کار می‌کنید و به دنبال پول نیستید خودشان به سراغ شما خواهد آمد و پول خوبی به شما خواهد داد تا برایشان مشکل گشا باشید؛ این همان حساسیت پول است که خودش به سراغ شما خواهد آمد. پس یادتان باشد که نسبت به پول کم محلی داشته باشید.

به نام خالق کارآفرین



تیم باشیم (۲)

بجای
جهانی
کارآفرینی
نوآوران
ازش
جهانی
بجای

اگر شما یک سبب داشته باشید و من هم یک سبب، می‌توانیم سبب‌هایمان را باهم تعویض کنیم که باز هم هرکدام از ما یک سبب خواهیم داشت ولی اگر شما یک ایده داشته باشید و من هم یک ایده و ایده‌هایمان را با هم تبادل کنیم آن وقت هر یک دو ایده خواهیم داشت.
»جورج برنارد شاو«

باید بدانیم که

مراحل اصلی رشد تیم عبارتند از مرحله شکل‌گیری، مرحله طوفانی، مرحله ضابطه‌مندی، مرحله کار و تلاش و مرحله اصلاح. **مرحله‌ی شکل‌گیری:** این مرحله در واقع ماه عسل تیم و فاز اولیه تشکیل تیم است. در این مرحله از افراد دعوت می‌شود که برای تشکیل یک تیم کاری گرد هم جمع شوند. اعضای تیم در این مرحله انتخاب می‌شوند. انتخاب هر عضو بدهی معناست که دیگران برای او ارزش و اعتباری قائلند. این امر، حسی مثبت در افراد و در کل تیم ایجاد می‌کند و به تیم انرژی و انگیزه می‌دهد. اعضاء، این انتخاب را به منزله فرصتی برای نشان دادن استعدادها و شایستگی‌های خود به حساب می‌آورند. اعضای تیم در نخستین جلسه مشترک با امید و آرزوهای زیاد و انگیزه و قدرت بالا ظاهر می‌شوند، آنها مشتقاند درباره مسیر آتی پروژه و نقشی که قرار است خود در آن ایفا کنند بیشتر بدانند. شرکت‌کنندگان در تیم به علت اینکه هنوز به عمق مباحثت وارد نشده و نسبت به شخصیت یکدیگر شناخت کمی دارند در بیان دیدگاه‌ها و نظرات، محتاطانه عمل می‌کنند و از طرفی رفتاری مؤدبانه دارند.

کاری از مرکز کارآفرینی دانشگاه کاشان

کسب و کار آنلاین (۲)

امروزه با پیشرفت فوق العاده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی و ورود آن‌ها به درون ساختار اجرایی کسب و کارها و پذیرش عمومی این پدیده، کسب و کارهای آنلاین رونق زیادی پیدا کرده است. بی‌شک صرف نظر از هر مدل کسب و کار در فضای اینترنت برای ورود به این نوع کسب و کارها و کسب درآمد از آن‌ها ابزارهایی لازم است. ایجاد وبسایت برای ارائه محصولات و خدمات به مشتریان اولین ابزار این نوع کسب و کارها می‌باشد. برای جلب رضایت و اعتماد مشتریان و تضمین خرید و فروش چندبرابر، بهره‌گیری از ابزارهای واسطه‌ای مانند اینماد و جهت حفاظت اطلاعات شخصی کاربران و امنیت وبسایت، ابزارهای لازم مورد نیاز است. با استفاده از درگاه‌های واسطه پرداخت و بانک متناسب با پلتفرم استفاده شده، درگاه پرداخت سایت را فعال و مدیریت باید کرد و در ادامه ابزارهایی مختلف تبلیغات اینترنتی و استانداردهای ترویج محصول و خدمات، بررسی و تحلیل وب سایت خود و رقبا جهت گسترش بازدید و جذب مشتری و کاربر، تحلیل رفتار کاربران، شناسایی بهتر سایت خود، تحلیل همه بخش‌های سایت خود باید به کار گرفت. همچنین یک سری ابزارهایی در بستر تلفن همراه (..., Fabric, IFTTT, Tweet Reach, Iconosquare, Instagram Insight) برای ورود به این حوزه‌ها لازم است.

مرکز رشد دانشگاهی (۲)

مراکز رشد دانشگاهی یکی از ابزارهای رشد اقتصادی هستند که به منظور حمایت از کارآفرینان تحصیل کرده برای پرورش ایده‌های آن‌ها جهت تبدیل شدن به یک کسب و کار نوپا تأسیس می‌شوند. اهداف این مراکز عبارتند از:

۱. ایجاد فضای لازم جهت رشد و گسترش واحدهای فناور و کمک به این واحدها جهت تولید و توسعه محصولات و خدمات
۲. ایجاد زمینه کارآفرینی و حمایت از نوآوری و خلاقیت دانش‌آموختگان دانشگاهی و نیروهای محقق جوان
۳. بستر سازی جهت تجاری‌کردن دستاوردهای تحقیقاتی
۴. توسعه شبکه همکاری بین بخش‌های تحقیقاتی و محیط کسب و کار
۵. کمک به رونق اقتصاد محلی مبتنی بر فناوری

خواستن توانستن است

خواستن توانستن است. خواستن آغاز یک حرکت است. عاملی که باعث خیزش شما می‌شود به زانوهایتان انرژی برخاستن می‌دهد خواستن است. هر امید و آرزو بدون خواستن فقط در ذهن می‌ماند و هر ایده بدون خواستن لای کاغذها حبس می‌شود. خواستن مرز بین سکون و حرکت است. خواستن یعنی ایجاد یک آهنگ پرانزی از اراده انجام کار که رفتاب فیزیکی فرد را متأثر از خود می‌سازد، او را وادار به حرکت می‌کند. این جمله معروف رنه دکارت است که می‌گوید «باید بخواهیم تا بتوانیم». وقتی اراده خواستن را در خود به وجود می‌آورید تمام اعضا بدن شما آمادگی انجام یک کار عظیم را پیدا می‌کند. خواستن انرژی بخش است. از این انرژی به خوبی استفاده کنید. خواستن شما باید ممت足، مستمر و همیشگی باشد. در تمام کارها خواستن را جزئی از یک مرحله مهم کار خود قرار دهید.

