

# شوقکار آفرین

# یادگیری

- ۳.....از داشتن پشتوانه تا سخت کوشی
- اولین سمینار و نمایشگاه بین المللی فناوری غذاهای سنتی،
- ۴.....تجاری سازی، بازاریابی و تأثیر آن بر گردشگری برگزار شد
- ۷.....نکاتی که روزنامه نگاران کار آفرین باید بدانند
- ۸.....ذهن کار آفرینان - بخش دوم
- ۱۰.....سبک زندگی
- ۱۱.....معرفی کتب لاتین
- ۱۳.....معرفی منابع فارسی

ماهنامه الکترونیکی دفتر توسعه کار آفرینی دانش بنیان /

شماره چهل و یک / اردیبهشت ۱۳۹۶

صاحب امتیاز: دفتر توسعه کار آفرینی دانش بنیان  
سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران  
مدیر مسئول: محمدرضا بختیاری

سردبیر: ناهید مهریزی

طراح و صفحه آرایی: نادر میرزاجانی شلمانی

همکاران: فرحناز کی کلادوز، آمنه برنگی، محمد تقی دارابیان

نشانی: بزرگراه آزادگان (جنوب) - احمدآباد مستوفی -

خیابان انقلاب - خیابان شهید احسانی راد

سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

صندوق پستی: ۳۳۵۳۵۱۱۱

تلفکس: ۰۲۱-۵۶۲۷۶۳۳۴

رایانامه: shogheka@irost.org

وبگاه: <http://karad.irost.org>

آیا پنداشتید که  
داخل بهشت می شوید،  
بی آنکه  
خداوند جهادگران و  
شکیبایان شما را معلوم  
بدارد؟

آل عمران / آیه ۱۴۲

سورة التوبة



## از داشتن پشتوانه تا سخت کوشی

برخی از عبارات به طور دوره‌ای وارد فرهنگ گفتاری جامعه می‌شود، در حوزه‌های مختلف به کار می‌رود و در ادامه تبدیل به باور افراد می‌گردد. یکی از این موارد داشتن پشتوانه در زمینه اقتصادی است که امروزه به تکرار آن، توسط جوانان، تأکید می‌شود. روزی نمی‌گذرد که در باره موفقیت افراد در فعالیتهای مختلف، به خصوص فعالیت کارآفرینانه صحبت کنیم و این پاسخ را نشنویم که چنین افرادی حتماً پشتوانه داشته‌اند. که منظور آنها داشتن حمایت از سوی خانواده، سازمان‌ها و نهادهای تابعه است. این تعبیر البته در بسیاری از موارد درست است و بدون حمایت شاید نتوان گام‌های اصلی و اولیه را برداشت. اما نباید فقدان آن را توجیه و دلیلی بر قطع و انکار کل فرآیند کار و کارآفرینی دانست. فعالیتهایی که شامل مراحل از قبیل داشتن ایده متهورانه، تعیین اهداف، مقاصد و روش رسیدن به اهداف، تعیین منابع مالی، ساختار، استراتژی و چشم انداز موفقیت است.

در یکی از یادداشتهای این صفحه در شماره‌های پیشین اشاره شد که بسیاری از افراد موفق به این نکته اذعان دارند که در مسیر کاری خود فقط به ذکر موفقیت‌ها و حمایت‌ها می‌پردازند و از مشکلات و سختی‌ها نمی‌گویند تا جوانان ناامید نشوند. در این رویکرد متأسفانه توجه و تمرکز برخی از افراد صرفاً به داشتن پشتوانه محدود شده و راهکار ایشان این است

که چون پیش نیاز را ندارند، به دلیل تراشی بپردازند، از تلاش اجتناب کنند و فقط به دنبال شغلی امن باشند.

به دور از هر گونه شعار زدگی باید گفت مراجعه به مستندات تاریخی نشان می‌دهد، چه بسیار بوده‌اند اشخاصی که میراثی گرانبها چه از نظر اقتصادی و چه از نظر جایگاهی اجتماعی و فرهنگی به جا گذاشته‌اند ولی امروز نامی از آنها برده نمی‌شود و تعداد کسانی که با این پشتوانه‌ها اثرگذار و شاخص بوده‌اند، آنقدر اندک است که تبدیل به مثال و نمونه شده‌اند.

در واقع آنچه به داشتن پشتوانه و حمایت عینیت می‌بخشد، سخت‌کوشی است. سخت‌کوشی از ویژگی‌های مثبت شخصیت‌های سالم است. یعنی کسانی که مهم‌ترین تجربیاتشان تنها از طریق تلاش و تجربه زیاد و مستمر به دست می‌آید.

جامعه هم برای توسعه و پیشرفت نیازمند انسان‌هایی است که به جامعه خود عشق می‌ورزند و تلاش و سخت‌کوشی را بهترین وسیله برای دستیابی به اهداف مدنظر قرار می‌دهند.

طبیعتاً سرگذشت دانشمندان، محققان، مخترعان، کارآفرینان و هنرمندان معروف نشان می‌دهد که موفقیت آنها سریع صورت نگرفته و رسیدن به سطحی از موفقیت که فرد از آن لذت می‌برد، حاصل سال‌ها کار سخت است.

این کار سخت و رسیدن به موفقیت، نیازمند ملزوماتی است که در ذیل به بعضی موارد اشاره می‌شود:

- شروع کار با اشتیاق، آغاز مشتاقانه به فرد توان طی مسیر طولانی و سخت را می‌دهد، در غیر این صورت او خسته می‌شود و از ادامه راه می‌ماند.

- دانستن چرایی انجام کار با پرسیدن این سؤالات: این ایده و فعالیت چه تأثیری بر زندگی و موقعیت من دارد و چه کمکی به دیگران می‌کند؟

- نگارش برنامه کار برای عملی ساختن ایده که شامل مراحل کاری محسوس و خاص می‌شود و یک چارچوب زمانی برای انجام آن ایجاد می‌کند.

- تبدیل فعالیت‌ها به عادات کاری روزانه با یافتن روشی مشخص به حدی که کار، امری روزمره و روالی عادی شود.

- وفادار ماندن به ایده و رها نکردن آن با نگه داشتن تصویری در ذهن تا انتها و اینکه اجازه ندهیم هیچ کس و هیچ چیز باعث دلسردی ما شود.

### سردبیر

**کوشش، دقت و مقاومت سه رکن اصلی هر پیروزی محسوب می‌شود.**



## اولین سمینار و نمایشگاه بین‌المللی فناوری غذاهای سنتی، تجاری سازی، بازاریابی و تأثیر آن بر گردشگری برگزار شد

تلاش‌های تجربی مردم به لحاظ سنت‌مداری و هویت‌مداری با ایجاد روش‌های سازماندهی، استاندارد و با کیفیت، برای برندسازی شهر رشت مدعی هستیم و این بدین معناست که اگر ما خوراک با هویت ایجاد کردیم، از ماده خام اولیه تا ارائه نهایی، از دید سرمایه‌گذاران در این زمینه تا بحث‌های پیچیده انسانی، از تولید و توزیع تا مصرف به ویژه در بخش بازاریابی و تبلیغات و فروش به گونه‌ای تداعی شود که نگاه برندسازی را اشاعه دهد و با ورود به مرزهای سایر استان‌ها با ایجاد اختلاط فرهنگ هویت‌مدار به همراه بازار مناسب در سایر زمینه‌ها به جاذبه هویت شهری رشت برای جمعیت انسانی و کشور مبدل شود.

دکتر مولی نژاد، رئیس مرکز منطقه‌ای علوم و انتقال فناوری اتحادیه کشورهای حاشیه اقیانوس هند نیز اظهار داشت: توسعه فناوری صنایع غذایی سنتی در سال‌های اخیر در کشورهای مختلف از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و به عنوان منبع توسعه اقتصادی و فرهنگی بسیاری از کشورها مورد توجه می‌باشد.

بسیاری از کشورهای منطقه از جمله چین، هند و تایلند با استفاده از ظرفیت‌های خود توانسته‌اند در بسیاری از کشورها صنعت غذای سنتی خود را برندسازی نمایند و آن را به صورت یک صنعت به ثبت برسانند. ایران با داشتن بیش از دو هزار غذای سنتی و محلی می‌تواند با معرفی آن به جهانیان قسمتی از بازار پر رونق جهانی را به خود اختصاص دهد. برگزاری این اجلاس منطقه‌ای در زمینه فناوری غذاهای سنتی برای اولین

بار در کشور سمینار و نمایشگاه بین‌المللی فناوری غذاهای سنتی، تجاری سازی، بازاریابی و تأثیر آن بر گردشگری برگزار شد.

این نشست با توجه به مصوبه شورای وزیران اتحادیه کشورهای حاشیه اقیانوس هند در سال ۲۰۱۶ و به طور هم‌زمان با نخستین فن‌بازار و استارت‌آپ در حوزه صنایع غذایی و نخستین کنگره دانشجویی صنایع غذایی با حضور دانشجویان و شرکت‌های خصوصی ارائه دهنده غذای سنتی استان گیلان و کشورهای منطقه برگزار گردید.

در این همایش دو نمایندگی صنایع غذایی از کشور تایوان و نمایندگانی از شش کشور اندونزی، تاجیکستان، عمان، افریقای جنوبی، اتریش و تایلند حضور داشتند.

در مراسم افتتاحیه، دکتر احمد رضی، رئیس دانشگاه گیلان، یکی از وظایف تخصصی دانشگاه را نقش آفرینی در حوزه‌های تخصصی و تجاری‌سازی در جامعه دانست. با توجه به ثبت شهر رشت به عنوان شهر خلاق خوراک شناسی در سازمان یونسکو، وی گفت: این دانشگاه می‌تواند در بحث برندسازی شهر رشت به عنوان شهر خلاق غذا و اثربخشی در بخش ایجاد آگاهی در جهانیان نقش ویژه‌ای داشته باشد، زیرا بحث برندسازی می‌تواند سبب ایجاد اشتغال و جذب گردشگری به سوی استان گیلان شود که لازمه آن پیوند دانشگاه و مدیران شهری است.

دکتر ثابت قدم شهردار رشت اظهار داشت: برای ما جنبه علمی و در عین حال تداوم رویکرد تفکر در حوزه برندسازی از شاخه گردشگری شهر رشت حائز اهمیت است. چرا که ما در مقوله



برای اولین بار در کشور سمینار و نمایشگاه بین‌المللی فناوری غذاهای سنتی، تجاری سازی، بازاریابی و تأثیر آن بر گردشگری در تاریخ ۱۹-۲۰ اسفند ۱۳۹۵ به میزبانی دانشگاه گیلان و با همکاری شهرداری شهر رشت، منطقه آزاد انزلی، مرکز منطقه‌ای علوم و انتقال فناوری اتحادیه کشورهای حاشیه اقیانوس هند (IORA RCSTT)، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران، یونسکو، انجمن علوم و صنایع غذایی ایران و با حضور شهردار شهر رشت، رئیس دانشگاه گیلان، نمایندگان سفارتخانه‌های کشورهای منطقه و متخصصان برجسته داخلی و خارجی برگزار شد.



بار، شروعی است تا در این بخش مهم جایگاه جدیدی برای کشورهای عضو اتحادیه IORA به ایران فراهم شود.

دکتر مجید جوانمرد دبیر علمی این سمینار و رئیس پژوهشکده کشاورزی سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران نیز در این مراسم با اشاره به اینکه در اروپا تمایل زیادی به غذاهای سنتی وجود دارد، بیان کرد: غذای سنتی از عوامل فرهنگی و میراث یک کشور جهت شناسایی آنها به جهانیان به حساب می‌آید.

وی گفت: کشورهای زیادی اقدام به ثبت غذاهای سنتی خود در مجامع بین‌المللی کرده‌اند. یکی از کشورهای موفق در امر ثبت غذا کشور ترکیه است که توانسته دوغ را به نام خود ثبت جهانی کند.

دبیر علمی همایش توضیح داد: رنگ، عطر و شیوه ارائه غذا در گیلان بسیار متنوع و زیبا است و تاکنون ۱۵۰ نوع غذا (انواع خورش) در این منطقه شناسایی شده است. اما در مستندسازی غذاهای سنتی مشکلات زیادی وجود دارد که باید این نقایص مرتفع شود.

دکتر جوانمرد افزود: یکی از پیشنهادات راهبردی در امر توسعه و معرفی فرهنگ و تحقیق بر روی غذاهای سنتی، راه اندازی مرکز غذای سنتی است.

در این نشست همچنین پروفیسور فراگنر ایران شناس برجسته، مدیر مؤسسه ایران‌شناسی آکادمی علوم اتریش، و رئیس سابق بخش ایران‌شناسی فرهنگستان علوم اتریش درخصوص

تاریخچه و فرهنگ مصرف غذاهای سنتی ایران در دوره‌های مختلف تاریخی صحبت کردند.

محققان و اساتید داخلی و خارجی سخنرانی‌های خود را در زمینه‌های مختلف مربوط به فناوری غذای سنتی ارائه نمودند که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

«استفاده از غذاهای تخمیری سنتی جهت تولید غذاهای جدید سلامتی بخش» عنوان سخنرانی دکتر سعید میردامادی عضو هیئت علمی و رئیس پژوهشکده زیست فناوری سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران بود.



ایشان در سخنرانی خود به موارد زیر اشاره نمودند: با توجه به اینکه ارتباط مستقیمی بین تغذیه و سلامت وجود دارد، قابلیت غذاها و ترکیبات آنها برای بهبود کیفیت زندگی سال‌ها مورد توجه دانشمندان بوده است. غذاهای تخمیری سنتی دارای ظرفیت بالایی برای تولید غذاهای سلامتی‌بخش هستند. در این غذاها ترکیبات مفید بسیاری نظیر مواد آنتی‌اکسیدان، ضد سرطان، ضد فشار خون، ویتامین‌ها و مواد ضد فساد وجود دارد که به آنها ترکیبات زیست‌فعال می‌گوییم. استفاده از غذاهای سنتی تخمیری، جداسازی میکروارگانیسم‌های مفید آن و حذف میکروارگانیسم‌های مضر، استاندارد سازی غذای طراحی شده جدید و صنعتی کردن تولید باعث طراحی غذاهایی با کیفیت بالا و جدید می‌شود که در انحصار کشور است و دارای پتانسیل صادرات نیز می‌باشد.

تا به حال ترکیبات زیست‌فعال بسیاری از ماکروبیومولکول‌ها (مثل لیپیدها و پروتئین‌ها) مشتق شده‌اند. هرچند که ترکیبات مشتق شده از پروتئین‌ها جزء مهم‌ترین و متداول‌ترین انواع مورد مطالعه هستند. در بدن انسان بسیاری از محصولات هیدرولیز پروتئینی، منافع سلامت بخشی متفاوتی نشان داده‌اند. محصولات هیدرولیز پروتئینی (پپتیدهای زیست‌فعال) اجزاء پروتئینی خاصی هستند که دارای اثرات بیولوژیکی قابل توجهی می‌باشند و اثرات مثبتی بر عملکرد یا شرایط بدن دارند و بنابراین دارای اثرات سلامت‌بخشی هستند و از نظر اقتصادی به خاطر کاربردشان در تولید غذاهای فراسودمند و داروها بسیار مورد توجه قرار گرفته‌اند.



۳. پیگیری برگزاری اولین اجلاس شهرداران شهرهای خلاق غذا ( ثبت در یونسکو) در منطقه IORA  
۴. آغاز مشارکت منطقه آزاد انزلی در فعالیتهای علمی مرکز IORA RCSTT بر اساس تفاهم‌نامه‌ای که این مرکز با شورای عالی مناطق آزاد به ریاست آقای ترکان امضا نمودند  
۵. طبق بیانیه نشست مقرر گردید اجلاس بعدی در سال ۲۰۱۷-۲۰۱۸ به میزبانی کشور عمان برگزار گردد.

مهارت‌های جدید برای راه‌اندازی شرکت‌های فوق‌الذکر، برنامه‌های آموزشی برای تجارت در این حوزه، کیفیت و ایمنی غذا، رقابت، مدل‌ها و استراتژی‌های قیمت‌گذاری، طراحی تسهیلات تهیه غذا، بازاریابی، مدیریت زنجیره تولید و توزیع مواد غذایی، توسعه محصولات غذایی مطابق با نظر مصرف‌کننده، استفاده هوشمندانه از فناوری اطلاعات در تولید غذای سنتی، نوآوری، حقوق مالکیت فکری و قوانین مربوطه در صنایع غذایی؛

-تاریخچه و جنبه‌های اقتصادی و فرهنگی غذاهای خیابانی، جنبه‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زایی، سلامت و ایمنی و عوامل مخاطره آمیز در رویه ارائه مواد غذایی به این شیوه در کشورهای در حال توسعه.

دکتر بوراکورن از وزارت علوم کشور تایلند در زمینه غذاهای سنتی، آزمایشگاه ارزیابی حسی غذا و غذاهای سنتی و سلامت‌افزای آن کشور مطالبی را ارائه نمود.

خانم ساناز مینایی سرآشپز ایرانی در خصوص آشپزی ایرانی و به ویژه غذای گیلانی در این همایش صحبت کرد.

### دستاوردهای این همایش عبارت بود از:

۱. امضاء تفاهم‌نامه بین شهرداری رشت و مرکز IORA RCSTT
۲. امضاء تفاهم‌نامه بین شهرداری رشت و سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران در خصوص راه‌اندازی مرکز تحقیق غذاهای سنتی

دکتر محمد رضا بختیاری عضو هیئت علمی و مدیر کل دفتر توسعه کارآفرینی دانش بنیان سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران با ارائه مقاله خود تحت عنوان «جنبه‌های کارآفرینانه غذاهای سنتی» در باره موضوعات زیر بحث نمود:  
-مفاهیم بنیادی کارآفرینی، تعریف کارآفرین، ایده و صاحبان ایده، دانش سنتی، منابع ژنتیکی، ایجاد شغل و راه‌اندازی شرکت‌های کوچک و متوسط در صنعت غذا؛





## نکاتی که روزنامه‌نگاران کارآفرین باید بدانند»

ناهید مهریزی

در تعاریف مربوط به کارآفرینی ویژگی‌های یک کارآفرین چنین توصیف می‌شود:

- مهارت‌های تحلیلی،
- توانایی کار تیمی،
- تشخیص اینکه شاید ایده‌ها از حد توانایی‌های یک فرد بزرگتر باشند،
- داشتن ذهن باز نسبت به پیشنهادات و انتقادات،
- توانایی گوش دادن و یادگیری از شرکاء و مصرف‌کنندگان،
- تسلط به برقراری ارتباط اجتماعی موفقیت‌آمیز،
- پایه‌گذاری چارچوب کاری بر مبنای چرخه تولید کوتاه مدت،
- تشریک مساعی،
- به‌دست آوردن قدرت استدلال برای اثبات اینکه ایده‌ها و محصولاتشان بهترین هستند،



روزنامه‌نگاران کارآفرین به این ترتیب تعریف می‌شوند:

آنها خوداشتغال هستند، خدمات و حاصل کار خود را به طیفی از کارفرمایان، بدون تعهد درازمدت به هیچ‌کدام می‌فروشند و سال‌های متمادی باقی می‌مانند و رشد می‌کنند.

این طیف از روزنامه‌نگاران ضمن داشتن ویژگی‌های کارآفرینانه فوق‌الذکر به چند شیوه و رویه تأکید دارند:

- آنها منابع درآمد چندگانه را توسعه می‌دهند. از حامیان بیشتر استقبال می‌کنند تا تبلیغات و تشخیص می‌دهند که نمی‌توانند به ازای هر مورد تبلیغات پول بدست آورند. در جستجوی حامیانی هستند که از مأموریت و ارزش‌های آنها استقبال می‌کنند. ایجاد باشگاه یا گروه‌هایی که از فعالیت ایشان حمایت می‌کند، یکی از اقدامات در این مسیر است. یک منبع درآمد دیگر آنها عبارت است از فروش مستقیم محصولات مانند کتاب- موسیقی، ایجاد و مدیریت وب سایت و کانال‌های رسانه‌های اجتماعی برای احزاب و ایجاد محتوی برای وبلاگ و وب سایت آنها و ارائه مشاوره به رسانه‌های دیجیتال

- محتوایی با کیفیت بالا تهیه می‌کنند. نیاز کاربران را برآورده می‌سازند و یا به ایشان در حل مسایل کمک می‌نمایند.

مارک بریگ نویسنده کتاب روزنامه‌نگاری کارآفرینانه می‌گوید ما باید مطلبی را ارائه بدهیم که مردم می‌خواهند، این مطالب باید مسئله‌ای را حل کند و کاری را انجام دهد. او ادامه می‌دهد، ایده‌ها ارزان هستند، اما اصل و اساس کار اجرایی کردن آن است.

- شوق زیادی برای عملی ساختن ایده‌هایشان دارند تا حدی

که اگر به طور واضح ببینند ایده‌هایشان کار نمی‌کند، به تغییر تاکتیک‌ها و ورود به یک مسیر جدید می‌اندیشند.

- به طور مستمر نوآوری می‌کنند. Juanit Leon بنیان‌گذار Silla vacia در کلمبیا یک سایت اخبار تحقیقاتی با حضور پنج روزنامه‌نگار برای ایجاد پایگاه داده بازیگران اصلی در سیاست، کسب و کار و قدرت ایجاد کرده است و اطلاعاتی از قبیل نقشه‌ای از ارتباطات آنها در سطح خانواده، تحصیلات، کسب و کار، حزب سیاسی و ... ارائه می‌دهد.

- ابزار سه‌گانه مهارت‌ها را توسعه می‌دهند که عبارت است از روزنامه‌نگاری، فناوری، فروش و بازاریابی. - تعامل با مخاطب را گسترش می‌دهند.

سایت‌های موفق برای توسعه و تفسیر گفتگوهایشان در مورد خبر از ارتباط دو سویه در ایستگاه‌های اجتماعی مختلف سود می‌برند و کاربران را در انتخاب موضوع و فراهم کردن اطلاعات درگیر می‌کنند.

- به طور وسواس‌گونه در جستجوی تفاوت‌ها هستند. آنها درک می‌کنند که با انتشار اطلاعات موجود در باره موضوعات جاری نمی‌توانند به فعالیت ادامه بدهند. بنابر این به کاوش محدوده‌های کشف نشده اطلاعات می‌پردازند.

- محتوایشان را به طور متفاوت مناسب هر ایستگاه می‌سازند و به این فکر نمی‌کنند که یک محصول مناسب همگان تهیه کنند. چون تشخیص داده‌اند که باید بر اساس خواسته‌های کاربران اطلاع‌رسانی کنند.

- روزنامه‌نگاران کارآفرین یک مدل شغلی را از ابتدا توسعه می‌دهند.



## ذهن کارآفرینان - بخش دوم

کتاب ذهن کارآفرینان تألیف کوین جانسون / ترجمه الهام کیان مهر، هاجر معیری فرد. انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۴. به بررسی صد مورد از اعتقادات، خصوصیات و عادات حیاتی کارآفرینان می‌پردازد. در پیشگفتار آمده است این کتاب با روش آموزش توصیفی نوشته شده است. نویسنده می‌گوید: در این مجموعه یک صد درس وجود دارد که به طور دقیق اصول پایه و مبنایی را تشکیل می‌دهند که من برای ساخت یک شرکت مولتی میلیونر در سنین جوانی به کار بردم. در واقع، این فقط کتاب دیگری در خصوص کارآفرینی نیست که بر تئوری‌های سطح بالا یا افکار عمومی تمرکز کند، بلکه منبعی با رویکرد عملگرا است. اگر شما از تجربیات من و درس‌های عملی کارآفرینی چیزی بیاموزید، و این اصول را باور داشته باشید، موفقیت در انتظاراتان است.

بخش اول این صد اصل در شماره چهل ارائه شد. در این شماره بخش دوم آنها فهرست‌وار ذکر می‌شود، و توضیحی برای برخی از اصول که به صورت کلی مطرح شده است، ارائه می‌گردد.

۳۷. شما عجله‌ای برای گرفتن مدرک بالاتر ندارید. پس از اتمام دانشگاه، من آن کاری را انجام دادم که هر کارآفرین موفق انجام می‌دهد: مدام و تا حد امکان در باره کسب و کار مشغول یادگیری شدم که شامل اشتراک در مجلات صنایع، خواندن مقالات سفید، شرکت در کنفرانس‌ها

ایده بازاریابی و جلب مخاطب را پذیرفته و اصلا بر این مبنا فکر نمی‌کنند که مردم خودشان به سمت آنها خواهند آمد. علاوه بر تولید انواع محتوی در قالب رسانه‌های سنتی مانند متن، تصویر، ویدئو و صوت از نقاط قوت و توانایی‌های شبکه جهانی به خصوص فرهنگ پیوند، گزارش‌های چند رسانه‌ای یکپارچه و تعامل با مخاطب سود می‌برند.

التزام و پشتکار برای غلبه بر شکست‌ها و موانع در دنیای رقابتی امروز یکی از اصول بنیادی کار آنهاست.

مآخذ:

Making Failure Acceptable: Entrepreneurship in Journalism/Mike Williams Founder and director of the Media Innovation Lab at the University of Kansas

AMERICAN JOURNALISM REVIEW/ February 2014

Eight Practices of Successful Entrepreneurial Journalists

James Breiner June 2015. Global Investigative / Journalism Network- <http://gijn.org>

و بررسی تحقیقات موردی عالی و ... می‌شود. کارآفرینان به شدت به دنبال کسب و حفظ مزایای رقابتی برای کسب و کار خود هستند. وقتی من می‌خواستم برای گرفتن MBA اقدام کنم، یکی از مربیانم وقتی شنید قصد رفتن به دانشگاه هاروارد را دارم، مرا سرزنش کرد. او گفت: مدرکی که از آنجا می‌گیری، قرار است برایت چه کار کند؟ در نهایت باید برگردی، مشغول کسب و کارت شوی. زمان و پولت را از دست می‌دهی، تو نیازی به هاروارد نداری بلکه، هاروارد به تو نیاز دارد. در واقع در مقطعی، شرکت در کلاس و دانشگاه می‌توانست کسب و کار مرا نابود کند.

۳۸. وقتتان را با افراد باهوش‌تر از خود بگذرانید.

۳۹. فضای دفتر در اولویت نیست، تیم خوب اولویت دارد.

۴۰. آنچه می‌پوشید، ارزش شما را نشان نمی‌دهد.

۴۱. همیشه نباید شما با هوش‌ترین فرد در اتاق باشید.

۴۲. استعداد، ارشد بودن را مغلوب می‌سازد.

۴۳. شما متفاوتید و این خوب است.

۴۴. مردم فقط به خاطر پول کار نمی‌کنند.

۴۵. شما یک همراه دارید.

۴۶. اجازه ندهید کسی از انعطاف‌پذیری شما سوءاستفاده کند.

۴۷. افراد را مدیریت نکنید، انتظاراتشان را مدیریت کنید.

۴۸. برای خود مربی مناسب انتخاب کنید.

۴۹. دوست خود را عاقلانه انتخاب کنید.

۵۰. افرادی را که بهره‌وری ندارند، اخراج کنید.

۵۱. برای به‌دست آوردن پول نیازی به پول نیست.

تصور من در راه‌اندازی سه شرکت اولم این بود که داشتن پول





برای هر کسب و کاری از ضروریات نیست و خوشحالم که این گونه فکر می‌کردم. اگر پیش از آن عبارت ترسناک پول، پول می‌آورد را شنیده بودم، شاید ایده‌هایم را به تأخیر می‌انداختم و یا اصلاً هرگز به سراغشان نمی‌رفتم. در عوض من ایده‌ام را سنجیدم و مهمتر از آن با منابعی که داشتم به سمت اهدافم رفتم.

در واقع دسترسی داشتن به سرمایه اولیه وقتی که به آن نیازی ندارید، می‌تواند مانع رشد شما شود.

## ذهن کارآفرینان



۵۲. هر فصل، مالیات را پرداخت کنید.

۵۳. چکی که در دست دارید، یعنی هیچی.

۵۴. از جریان نقدینگی منفی جلوگیری کنید.

یکی از مربیان کارآفرینی می‌گوید، راحت‌ترین کسب و کار شروع آن و سخت‌ترین، دوام آوردن در آن است. وقتی کلی

قبض دارید و باید این قبض‌ها را طبق انتظار با پولی که قرار است از کارفرما بگیرید، بپردازید، در چنین شرایطی اگر روز پرداخت قبوض همین امروز باشد، اما روزی که پولتان را دریافت می‌کنید دو هفته بعد باشد، شما در جریان منفی نقدینگی قرار گرفته‌اید.

جریان نقدی منفی به خودی خود چیز بدی نیست. در حقیقت برای هر کسب و کاری در صنایع مختلف اجتناب ناپذیر است. اما ماندن در موقعیت جریان نقدی منفی به مدت طولانی، بسیار خطرناک است. هدف شما به عنوان رهبر باید پی بردن به هنجارهای مناسب برای صنعتتان و سلامت آن باشد. یا با کاهش هزینه‌ها و محکم کردن چرخه فروش، یا دریافت پول نقد. در نهایت می‌توانید از ناکامی و شکست در آغاز کار جلوگیری کنید.

۵۵. پیش از آنکه نیاز پیدا کنید، از بانک وام بگیرید

بانکدار با تجربه‌ای سالها پیش به من گفت: قبل از آنکه نیاز پیدا کنی، از بانک پول قرض بگیر.

بانک‌ها ترجیح می‌دهند به کسب و کارهایی وام دهند که در حال حاضر پول کافی و شرایط خوبی از سلامت مالی داشته باشند. چرا؟ چون این کسب و کارها به احتمال زیاد اقساط خود را به موقع پرداخت می‌کنند و در نتیجه برای بانک کم‌مخاطره‌تر هستند.

بنابراین وقتی شرکت شما رشد زیادی را تجربه می‌کند و در آمدش افزایش می‌یابد ساختار سرمایه‌اش تقویت می‌شود. برای مثال خطوط اعتباری جدید درخواست کنید و یا درخواست گسترش خطوط فعلی خود را انجام دهید، علاوه

بر این درخواست وام در شرایط مناسب موجب رشد بیشتر می‌شود و همچنین پول سرمایه‌گذار را بیشتر می‌کند.

کارآفرینان باید آگاه باشند که رکود و سقوط اقتصادی در هر جامعه‌ای امکان وقوع دارد. یکی از بهترین روش‌ها برای مقابله با این طوفان این است که در شرایطی که همه چیز مساعد است و شما نیاز مالی ندارید درخواست اعتبار مالی دهید، و با دریافت آن شرکتتان را از لحاظ رفاهی ایمن‌سازی کنید.

۵۶. پیش پرداخت پادشاه است؛ دوره پرداخت استاندارد را نادیده بگیرید.

استراتژی‌هایی برای آن که بتوان سریع‌تر از مشتری پول گرفت، وجود دارد:

۱. بلافاصله ایجاد اعتماد کنید.

۲. در باره دوره‌های اقساط صریح و واضح صحبت کنید.

۳. نسبت به خط زمانی خود تهاجمی باشید.

۵۷. استخدام یک حسابدار حرفه‌ای، هزینه کردن درست پول است.

۵۸. بدهی را به خوبی مدیریت کنید.

۵۹. داشتن سرمایه‌گذار معیابی هم دارد.

۶۰. بر ایجاد درآمد تمرکز کنید.

۶۱. بزرگترین سرمایه در شرکتتان خود شما هستید.

۶۲. برای کاهش خطر، از بانک‌های مختلف استفاده کنید.

۶۳. امتیاز پیدکس خود را بدانید.

در دنیای کسب و کار یک شرکت نمره پیدکس دارد که از سوی دان و برد استریت محاسبه و نگهداری می‌شود.



## سبک زندگی



کسی در سازمان صرف کنید. بدون این اطلاعات مهم، شما انگار با چشم‌های بسته دارت بازی می‌کنید و می‌خواهید به قلب هدف بزنید. یعنی تقریباً نمی‌توانید موفق شوید.

۷۰. چیزی شبیه تماس سرد و خشک وجود ندارد. قبل از تلاش برای ترغیب مشتریان احتمالی خود، برای شناخت افراد تا جایی که امکان دارد، وقت بگذارید. بدین ترتیب دیگر تماس شما صرفاً یک تماس سرد نخواهد بود.

۷۱. در باره کسب و کارتان به همه بگویید.

۷۲. سؤالات درست بپرسید.

۷۳. برای کالاها و خدماتتان بیشترین مبلغ را دریافت کنید.

۷۴. با مشتریان، رئیس وار رفتار نکنید.

معمولاً مشاهده می‌شود که کارآفرینان جوان یک اشتباه اساسی را مرتکب می‌شوند: برای آنکه خود را حرفه‌ای نشان دهند با مشتری رئیس وار رفتار می‌کنند. با انجام این کار آنها مشتریانشان را از دست می‌دهند.

چرا کارآفرینان و مدیر عاملان این گونه رفتار می‌کنند؟ چون:

۱. فکر می‌کنند مدیر عاملان باید این‌گونه رفتار کنند.

۲. کمی بیش از حد معمول برای واگذاری امور به افراد دیگر تعلل می‌کنند.

۳. خود را خیلی بزرگتر از چیزی که هستند، تصور می‌کنند.

۴. می‌خواهند این حس را القا کنند که کسب و کار بزرگی را رهبری می‌کنند

حتی اگر مدیرعامل یک شرکت بزرگ هستید، هرگز این حس را در مشتری بوجود نیاورید که از شما کمتر است. هیچ دلیلی برای انجام این کار وجود ندارد.

۷۵. شبکه خود را خلاقانه بسازید.

مطابق با وب سایت دان و برد استریت، این سایت منبع پیشرو و جهانی اطلاعات در زمینه کسب و کار است. پایگاه داده تجاری جهانی آن بیش از دویست میلیون رکورد کسب و کار دارد.

نمره پیدکس، شاخص عددی منحصر به فرد وزنی دلار است. اینکه یک شرکت طی سال گذشته چه مقدار از قبض‌هایش را پرداخت کرده که بر اساس حدود ۵۵ درصد تجربیات داد و ستد گزارش شده از سوی فروشنده‌های مختلف است. نمره پیدکس برای دان و برد استریت از یک تا صد است. به طوری که نمره بالاتر نشانه پرداخت بهتر است.

۶۴. شما چه بخواهید، چه نخواهید در حال فروش هستید.

۶۵. مشتری رئیس شما است.

۶۶. فروش بر کسب و کار مقدم است.

۶۷. همیشه شما بهترین فرد برای بستن قرارداد نیستید.

۶۸. شبکه‌سازی همه چیز در باره شما نیست.

۶۹. وقت خود را برای افرادی که نمی‌توانند بگویند، بله هدر ندهید.

کمتر چیزی در کسب و کار آزردهنده‌تر از سر و کار داشتن با اشخاصی است که وانمود می‌کنند تصمیم گیرنده هستند اما در حقیقت اصلاً اینطور نیست و آنها فقط یک فرمانبردارند.

وقتی با پرس و جوی فراوان از افراد مختلف به دنبال تصمیم گیرنده اصلی بگردید، به آسانی هدایت می‌شوید.

البته شما به کسانی که تصمیم‌گیرنده نهایی نیستند، هم نیاز دارید.

باید بفهمیم که زمان و انرژی را باید برای ارتباط مؤثر با چه

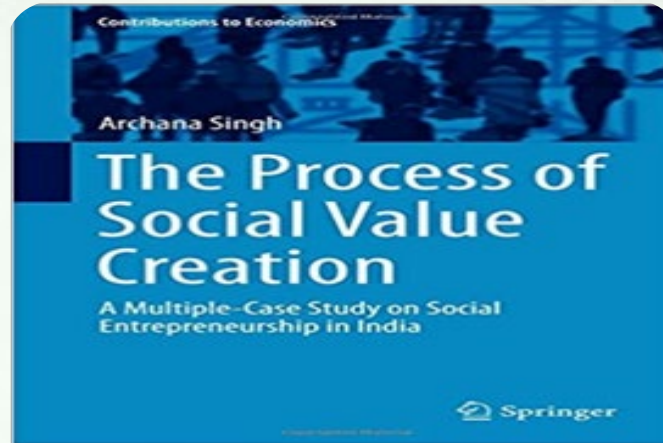
### وحید شامخی . مشاور مدیریت استراتژیک

#### هرچه اهداف شخصی بیشتر، طول عمر زیادت

تحقیقی در میان کارکنان یک شرکت ژاپنی بزرگ انجام شده است که رابطه جالبی را میان اهداف زندگی شخصی و سلامتی بیان می‌کند. براساس این تحقیق هرچه اهداف زندگی شخصی پررنگ‌تر و روشن‌تر باشد، خطر فشارخون بالا کمتر، خطر سکته مغزی کمتر، خطر آلزایمر کمتر و طول عمر بیشتر می‌شود! نکته جالب این نتایج تأکید بر اهداف شخصی و نه سازمانی، شرکتی و... است. اهداف زندگی شخصی ممکن است مادی و غیرمادی باشد. ممکن است کوچک و بزرگ باشد. خواندن تعداد مشخصی کتاب در طول زندگی، رسیدن به وزنی خاص یا ورزش کردن، خوابیدن و بیدار شدن در ساعتی خاص، انجام فعالیت داوطلبانه، کسب درآمد به میزانی مشخص، خوشحال کردن افراد دیگر و یا بسیاری اهداف دیگر



## معرفی کتب لاتین



The Process of Social Value Creation: A Multiple-Case Study on Social Entrepreneurship in India (Contributions to Economics) / Archana Singh (Author)/2016 ISBN: 9788132228257 publisher: Springer

**فرآیند ایجاد ارزش اجتماعی: یک مطالعه چند وجهی در مورد کارآفرینی در هند**

این کتاب در باره کارآفرینی اجتماعی، به خصوص در ساختار کشور هند بحث می‌کند و بر درک کل فرآیند ایجاد ارزش و

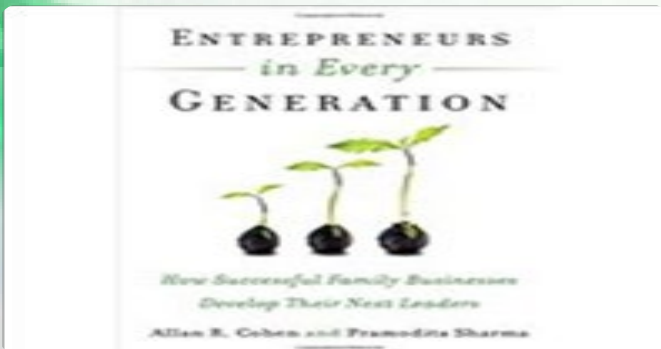
باشد. داشتن هدف شخصی و فکر کردن به آن نقش به‌سزایی در لحظه لحظه زندگی‌مان دارد. یکی از استادان مدرسه کسب و کار استنفورد می‌گوید اگر در لحظه لحظه زندگی و فعالیت‌هایمان بدانیم که آن کار را برای چه انجام می‌دهیم، اهدافمان پررنگ‌تر می‌شود و میزان استرس‌مان هم به میزان زیادی کاهش می‌یابد.

**سکوت، درمان مغفول این روزهای ما!**

اگر می‌خواهیم قدری تفکر خلاق و نوآوری، ایده‌ها و نگرش‌هایی به‌عنوان انسانی منحصربه‌فرد داشته باشیم و بدانیم در حال انجام چه کاری هستیم، نباید از دقایقی سکوت در شبانه‌روزمان غافل شویم. منظور از سکوت، صرفاً سکوت بیرونی (محیط اطرافمان) هم نیست. سکوت درونی یا خالی کردن ذهن از افکار و خیالات درهم و برهم نیز بخشی از سکوت است. اخیراً مطالعاتی در همین زمینه انجام شده که نشان می‌دهد زمانی را در سکوت سپری کردن، سیستم عصبی را بازیابی و ترمیم نموده و باعث می‌شود سطح انرژی‌مان را حفظ کنیم و به مغزمان کمک می‌نماید که پاسخ‌گویی بهتری در شرایط پیچیده زندگی امروزمان داشته باشیم. حتی سکوت می‌تواند منجر به جوان شدن مغزمان نیز بشود. به نظر می‌رسد انسان‌های بزرگ نیز سکوت را به‌عنوان بخشی از زندگی‌شان به رسمیت می‌شناختند و می‌شناسند؛ می‌گویند «کارل یونگ»، روان‌شناس مشهور و پایه‌گذار روان‌شناسی تحلیلی یا «جی‌کی رولینگ»، نویسنده مشهور مجموعه داستان‌های هری پاتر نیز دوره‌های منظم سکوت عمیق برای خود داشته‌اند. ما هم امروز، بیش از هر زمان دیگری نیاز به سکوت داریم.

کارآفرینی اجتماعی تمرکز دارد. تعریف فرصت، بسیج منابع، ارزش اجتماعی، قابلیت‌های کارآفرینان اجتماعی و نوآوری در سه سطح متفاوت شرکت‌های اجتماعی، ۱. انواع غیر انتفاعی و خیریه، ۲. شرکت‌های اجتماعی غیر انتفاعی، پایدار با درآمد ترکیبی از کمک هزینه‌های مالی، یارانه‌ها و درآمدهای کسب شده شخصی ۳. شرکت‌های اجتماعی انتفاعی مطرح می‌گردد. موارد نمونه کارآفرینان اجتماعی از سه بخش به هم پیوسته انتخاب شدند: سلامتی، آموزش و پرورش و زندگی

به منظور فراهم کردن دیدگاهی جامع، مصاحبه‌ها نه تنها با بنیان‌گذاران (کارآفرینان اجتماعی) کادر مدیریت و دیگر کارکنان صورت گرفت، بلکه با ذی‌نفعان هم انجام شد. کتاب نشان می‌دهد در مقایسه سه نوع از شرکت‌های اجتماعی، گزاره‌های متعدد و نهایتاً چارچوب‌های تئوریک در کارآفرینی اجتماعی توسعه یافته‌اند و پیشنهاد می‌کند که کارآفرینی اجتماعی می‌بایست مهیا شود و کارآفرینان اجتماعی می‌توانند به حل مسایل اجتماعی گسترده و مبتلا به کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه کمک کنند.





Impact of Entrepreneurship Education in Technical Institutions: New Venture Creation / Pamela Shiramba (Author)/2016. Publisher: LAP LAMBERT Academic Publishing . ISBN: 9783659952142

Impact of Entrepreneurship Education in Technical Institutions: New Venture Creation / Pamela Shiramba (Author)/2016. Publisher: LAP LAMBERT Academic Publishing . ISBN: 9783659952142



(Entrepreneurship in Europe /2016.Robert Goffee (Editor);Richard Scase (Editor)/ Publisher: Routledge ISBN: 9781138889385.

**کارآفرینی در اروپا**  
تغییر ویژگی اقتصاد در اروپای غربی و شرقی بیشتر مردم را به شروع کسب و کار مستقل سوق می‌دهد. این کتاب رویه‌هایی را که در دهه‌های پایانی قرن بیستم توسعه یافتند، نشان می‌دهد. شرکت‌های نوپا علاوه بر مهارت‌های مدیریتی و بازاریابی به ورودی‌های اطلاعاتی جامعه شناختی و روانشناسی نیز نیاز دارند. در مجموعه حاضر تجربیات متنوع کارآفرینی در میان گروه‌های مختلف در اروپای شرقی و غربی شامل اقلیت‌های قومی، زنان و افراد غیر شاغل توصیف می‌شوند. در معرفی آمده است: کتاب برای دانشجویان مطالعات کسب و کار و جامعه‌شناسی قابل توجه خواهد بود.

## تأثیر آموزش کارآفرینی در مؤسسات فنی: ایجاد سرمایه‌گذاری جدید

آموزش کارآفرینی به طور گسترده‌ای در مؤسسات آموزش عالی سراسر دنیا به منظور تلاش برای توسعه نگرش‌های مثبت در راستای خود اشتغالی و ایجاد شرکت به عنوان یک گزینه شغلی صورت می‌گیرد. این کتاب به وضوح در باره برنامه آموزش کارآفرینی و استراتژی‌های غلبه بر محدودیت‌های کاربرد آن بحث می‌کند. این متن می‌تواند برای دانشجویان و مربیان آموزشی، سیاستگذاران، مؤسسات خیریه و دیگر گروه‌های علاقمند به ترویج کارآفرینی مفید باشد.

Entrepreneurs in Every Generation: How Successful Family Businesses Develop Their Next Leaders /Allan Cohen (Author), Pramodita Sharma (Author)/2016. Publisher: Berrett-Koehler Publishers. ISBN: 9781626561663

## کارآفرینان در هر نسل: چگونه مشاغل خانوادگی موفق رهبران بعدی را تربیت می‌کنند.

دریابید چه چیز به مشاغل خانوادگی و رشد آنها آسیب می‌رساند.

خانواده‌ها پیچیده هستند و مشاغل خانوادگی پیچیده‌تر. مانند دیگر شرکت‌ها، شرکت‌های فامیلی باید مهارت‌های رهبری و کارآفرینی را توسعه دهند (اما آنها باید پویایی خانواده را هم مدیریت کنند).

نویسندگان کتاب متخصصانی با پیش‌زمینه‌های شخصی و حرفه‌ای عمیق در مشاغل خانوادگی هستند. با استفاده از مثال‌ها در مورد شرکت‌هایی که رونق یافته‌اند و مواردی که شکست خورده‌اند. آنها رویه‌هایی را که اشخاص کارآفرین، خانواده‌ها و سازمان‌ها به کار می‌برند، توصیف و مشاوره‌های عملی را برای موقعیت منحصر به فرد مخاطب، پیشنهاد می‌کنند.



## معرفی منابع فارسی

**اشتغال و کارآفرینی / مولف محمدرضا نظری؛ [به سفارش] موسسه اطلاع‌رسانی، مشاوره و خدمات کارآفرینی میغان پیام. گرگان : انتشارات نوروزی، ۱۳۹۵.**

**اسرار خداوندگان تکنولوژی: صفر تا یک یادداشتی برای استارت‌آپ‌ها چگونه آینده را بسازیم / مولف پیتر تیل، با همکاری بلیک مسترز؛ مترجم مریم همتیان، حسام زندحسامی. تهران: پارس کتاب، ۱۳۹۵**

**اصول دراکر: جوهره شصت سال اندیشه و تجربه اسطوره مدیریت نوین / نویسنده پیتر اف. دراکر؛ برگرداننده به فارسی علی شیرازی. تهران: نشر افرا، ۱۳۹۵**

**چالشگران : دومین رُمان‌واره‌ی آموزش موفقیت و مدیریت فردی ایرانی / به قلم امیرحسین مظاهری سیف ؛ [به سفارش] ثروت‌آفرینان پارس. تهران: امیرحسین مظاهری سیف، ۱۳۹۵**

**چک لیست دستنامه الگوی کسب و کارهای جوانان / سیداحمد قاسمی. ساری: انتشارات کارو ودانشگاه، ۱۳۹۵**

**حقایقی در مورد راه اندازی یک کسب و کار/نویسنده**

**[بروس. آر بارینگر] ؛ مترجمین علیرضا گلابدوست ، محمدرضائی ، علی نقره. تهران: سخنوران، ۱۳۹۵**

**کارآفرینی در مزرعه / تالیف دیوید کاهان؛ ترجمه محمداصادق ابراهیمی کوه بنه، غلامرضا انداده. اصفهان: جهاد دانشگاهی، واحد صنعتی اصفهان، ۱۳۹۵**

**گام‌های مدیریت کارآفرینی / غلامعباس شعبانی. تهران: آرمان برتر، ۱۳۹۵**

**رازهای موفقیت یک کسب و کار ایرانی : یادداشت‌های غلامرضا جامعی، کارآفرین و بنیانگذار برند امیران در مورد موفقیت در زندگی و کار/نویسنده غلامرضا جامعی. تهران: نگاه نوین، ۱۳۹۵**

**طرح جامع رشد و تقویت اکوسیستم استارت‌آپی ( با محوریت راه‌اندازی شتاب‌دهنده در استان سمنان) / ارائه‌دهنده شرکت اراده نوپای کومش (مجموعه سپرهون) ؛ به اهتمام سیدسعید اکرم. تهران: پژوهشگران نشر دانشگاهی، ۱۳۹۵**

**عوامل پیشرفت اروپای مدرن / ایوان تی. برند؛ مترجم محمدابراهیم محبوب. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۵**

**قدر رویاهایت را بدان: سرگذشتی از زندگینامه داوود رضایی مدیرعامل برند بستنی نعمت / حسین شیرمحمدی، مجید خرابی. تهران: نوآوران سینا، ۱۳۹۵**

**مجموعه مقالات اولین همایش ملی شرکت‌های دانش‌بنیان: فرصت‌ها و چالش‌های توسعه کشور (نخستین : ۱۳۹۵ : چابهار). دانشگاه پیام نور- استان سیستان و بلوچستان، ۱۳۹۵**

**مدیریت مالی برای کارآفرینان : راهبردهای مالی و تجاری کارآفرینان هدمند/ استیون راجرز، [رزا مکانن] ؛ ترجمه علیرضا سلوکار، کیارش مهرانی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، ۱۳۹۵**

**نقش گردشگری روستایی در توسعه روستاها/ مولف سعید شیخی، حامد مهاجیدی [صحیح: مجاهدی]. تهران» انتشارات موجک، ۱۳۹۵**