

ماهنامه علمی-آموزشی • سال اول • شماره یک
آبان ماه ۱۴۰۱

ماهنامه رشد و کارآفرینی



BUSINESS

START

فهرست

۳	سر مقاله
۴	ما کی هستیم؟
۴	معرفی مرکز رشد
۵	چه مزیت‌هایی داریم؟
۶	خلاصه کتاب «کاش وقتی بیست ساله بودم میدانستم»
۸	معرفی انجمن ایرانی اخلاق در علوم و فناوری
۹	علت شکست پروژه‌های دانش‌بنیان و نرسیدن به مراحل تولید انبوه
۱۱	عقلانیت و توسعه‌یافتگی ایران
۱۲	قانون؛ عضو جداناپذیر کسب‌وکار
۱۳	چگونه استارت‌آپ خود را برای دنیای 5G آماده کنید؟
۱۴	۱۲ فیلم برتر در حوزه استارت‌آپ و کارآفرینی
۱۵	میخواهم کارآفرین باشم! میتوانم؟؟
۱۷	کارآفرینی؛ تصمیم‌گیری، ذهن و شناخت

مشخصات

صاحب امتیاز

- مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه

مدیر مسئول

- دکتر رضا محمدی

سردبیر

- زهرا کرمی

صفحه‌آرا

- نفیسه کلیچ

هیئت تحریریه

- مرتضی قنبری (صفحات قانونی)

خدا را سپاس که مقدمات انتشار این نشریه را فراهم نمود تا کانونی باشد برای ارائه اندیشه‌ها، ایده‌ها و تجربه‌ها در عرصه فناوری و تولید دانش بنیان. دغدغه‌ای که طی این سالها آرمان‌های بسیاری برای آن در قالب مفاهیمی زیبا و گاه مبهم و نیز سندهای مختلف تعریف شده است و از آنجا که سنگ بزرگ علامت نزدن است گاهی نه تنها به آن نرسیده‌ایم بلکه کاری کرده‌ایم که نتایجی بس متناقض داشته است. حال آن که بایستی بیاندیشیم که اقدامات در عرصه فناوری و تولید نه فردای یک فرد بلکه فرداها و آینده چندین نسل کشور را تحت تاثیر قرار می‌دهد. و آن گاه که این مهم را به درستی درک کنیم اهمیت و مسئولیت پذیری را در می‌یابیم. و با بهره‌گیری از ظرفیت های موجود متعهد می‌شویم به ایفای سهم خویش در جهت بهبود شرایط



علم و فناوری کشور.

اینک که اولین شماره این ماهنامه علمی آموزشی منتشر می‌شود امید داریم که با همدلی و همکاری اعضای خانواده بزرگ مرکز رشد گامی مثبت در جهت آگاهی بخشی، انتقاد سازنده، تحلیل موثر، انتشار دانش و نتایج پژوهش‌های کاربردی و تجربه‌ها برداریم. در یک کلام امید که این نشریه پنجره‌ای باشد به سوی تحقق آرمان فناوری.

دکتر رضا محمدی

مدیر مسئول

ما کی هستیم؟

معرفی مرکز رشد

تاریخچه مرکز رشد

مرکز رشد فناوری سلامت دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه در تیر ماه ۱۳۹۱ با مجوز رسمی وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی و با هدف گسترش فناوری سلامت و بستر سازی برای تجاری سازی دستاوردهای تحقیقاتی در حوزه علوم پزشکی راه اندازی گردید.



آموزش مباحث بنیادین و تخصصی فناوری

برگزاری کارگاه های فناوری



برگزاری مدارس تابستانه فناوری



واحدهای مدیریت توسعه فناوری سلامت

واحد توسعه فناوری

مرکز رشد

واحد مالکیت فکری

واحد ارتباط با صنعت و جامعه

پارک فناوری سلامت

واحد توسعه فناوری

وظایف

توسعه فرهنگ و گفتمان فناوری

آموزش مباحث بنیادین و تخصصی فناوری

حمایت از حرکت آموزش و تحقیق به فناوری

مدیریت انتقال تکنولوژی

توسعه فرهنگ و گفتمان فناوری

● برگزاری رویدادها:

مسابقات فناورانه

خوشمزه مفید

مرهمی برای زخم

ربات پرستار

رویدادهای ایده شو

● ایجاد فضاهای گپ و گفت فناوری

● ایجاد مدیریت های فناوری دانشکده/پژوهشکده

● همکاری با کمیته تحقیقات و فناوری دانشجویی

● ایجاد مراکز رشد اقماری و فضاهای تعاملی در سطح دانشگاه

- حمایت از واحدهای فناور جهت شرکت در دوره‌های آموزشی تخصصی، نمایشگاه‌های داخلی و خارجی، جشنواره‌ها
- ارزیابی و پایش واحدهای فناور
- ارتباط با سازمان های مرتبط جهت انجام امور مربوط به واحدهای فناور

دستاوردها و شرایط موجود

- عضویت ۶۹ واحد فناور
- تایید اعتبار دانش بنیانی ۱۳ شرکت فناور
- اشتغال ۲۰۰ نفر (۹۸ بیمه شده و ۱۰۲ پاره وقت)
- دریافت پروانه بهره برداری مرکز مشاوره و ارائه مراقبت‌های پرستاری در منزل از دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه
- دریافت گواهینامه GMP اتاق تمیز تولید مواد اولیه دارویی شرکت نیکان
- اکسیر باختر و GMP تولید فرآورده‌های سنتی شرکت طب سنتی نیکا
- از سازمان غذا و دارو
- دریافت ۵ پروانه بهره‌برداری و ۹ جواز تاسیس از وزارت صنعت، معدن و تجارت و ۳ پروانه ساخت وسیله پزشکی از اداره کل تجهیزات پزشکی
- دریافت پروانه شرکت خدمات مسافرتی و گردشگری
- دریافت دریافت گواهی ISO9001:2015 کرم التیام زخم نیکا
- پروانه ثبت ماده اولیه دارویی و موافقت اصولی داروهای: پرامی‌پکسول، دنزیل، الانزاپین، تامسولوسین، دولوکستین و ایمیکویمود از سازمان غذا و دارو

زیرساخت‌ها

- فضای تولیدی واقع در سه راه ۲۲ بهمن به مساحت ۲۱۴ متر مربع، مشتمل بر دو اتاق و سالن بزرگ، انبار و سرویس بهداشتی است با پوشش سرامیک برای کف و کاشی دیوار تا سقف
- سایت شیمی سنتز و اتاق تمیز کرمانشاه مشتمل بر بیش از ۱۷۰ متر مربع فضای پنل کاری شده و ۸۰ متر مربع فضا با کلاس دارویی D و آزمایشگاه کنترل کیفی و دارای امکانات کامل تاسیساتی مانند دیگ بخار، خط نیتروژن و چیلر اتیلن گلیکول با دمای عملیاتی منفی ۲۰ درجه سانتی گراد.
- اتاق تمیز سلولی به مساحت ۳۵ متر
- فضای کارگاهی ۴ واحد به متراژ ۲۰ متر مربع و یک واحد به متراژ ۴۰ متر مربع

آموزش دانشجویان المپیاد کارآفرینی

حمایت از حرکت آموزش و تحقیق به فناوری

حمایت از طرح های فناوری:

- معمولی
- تک برگی
- حمایت از پژوهش‌های کاربردی
- پایان نامه های محصول محور
- پایان نامه های ارتباط با صنعت
- تعریف امتیازهای فناوری در آیین نامه ارتقا



چه مزیت‌هایی داریم؟

وظایف

- پیگیری امور مربوط به پذیرش صاحبان ایده، فناوران و نوآوران در حوزه سلامت به عنوان هسته و واحد فناور
- آموزش و مشاوره واحدهای فناور
- پیگیری فرایند دانش بنیان شدن شرکت‌های فناور

خلاصه کتاب «کاش وقتی بیست ساله بودم میدانستم»



نویسنده این کتاب، دکتر تینا سیلیگ، مدیر اجرایی برنامه «دانشمندان نایت هنسی»، استاد تمرین در گروه علوم مدیریت و مهندسی دانشگاه استنفورد و مدیر دانشکده برنامه سرمایه‌گذاری‌های فن‌آوری استنفورد است. او دوره‌های درسی در دانشکده طراحی در دانشگاه استنفورد برگزار و همچنین برنامه‌های مصاحبه را در دانشکده مهندسی رهبری می‌کند که بر خلاقیت، کارآفرینی و نوآوری متمرکز است. خانم سیلیگ دکترای علوم اعصاب خود را در دانشکده پزشکی استنفورد به دست آورد و اکنون مشاور مدیریت و کارآفرینی است. او نویسنده ۱۷ کتاب از جمله همین کتاب است، چندین سخنرانی در «TED talk» انجام داده است و یکی از معروف‌ترین چهره‌ها در زمینه آموزش کارآفرینی و خلاقیت است. کتاب «کاش وقتی بیست ساله بودم میدانستم»، یکی از مشهورترین کتاب‌های او در زمینه خلاقیت، نوآوری و ابتکار برای استارت‌آپ‌ها است.

خلاصه فصل اول کتاب

- دوم اینکه طوری به مشکلات نگاه نکنید که انگار نمی‌توانید آنها را حل کنید؛ چون با این بینش، راه‌های خلاقانه‌ای را که درست جلوی چشمتان است نمی‌بینید. فارغ از اندازه مشکل، معمولاً راه‌های خلاقانه‌ای وجود دارند تا از منابعی که در اختیار دارید، برای حل مشکل استفاده کنید.

- سوم اینکه مسائل را در چهارچوب‌های خیلی تنگ قرار ندهید و سریع به سراغ جواب‌های ساده نروید. باید مسائل را با دید بازتری ببینید و بررسی کنید تا روش‌های خلاقانه‌تر نیز به ذهنتان برسد. بازکردن چشم‌ها، دنیایی از فرصت‌ها را نمایان خواهد کرد. پس می‌توانید تمام مشکلات را به چشم فرصت‌هایی برای حل، از راه خلاقانه‌تر ببینید. اصلاً مگر کارآفرین چیزی جز این است؟ تعریفی که استاد سیلیگ از کارآفرین دارد، این عبارت است: «کارآفرین کسی است که همیشه در جست‌وجوی مشکلاتی است که می‌توانند تبدیل به فرصت شوند. او از روش‌های خلاقانه برای بهره‌برداری از منابع محدود خویش، در رسیدن به اهدافش استفاده می‌کند.» مسائل و مشکلات پیرامون ما چیزی نیستند که مثل تست‌های دینی کنکور، فقط یک گزینه‌اش جواب درست باشد. پاسخ‌های بسیاری برای هر سؤال وجود دارد که بسیاری از آنها به نحوی صحیح هستند. زندگی معمولاً فرصت‌های زیادی را برای آزمایش در اختیارتان قرار می‌دهد و مهارت‌ها و اشتیاق شما را به روش‌های جدید و غافلگیرانه، با هم در می‌آمیزد. اگر به این سؤالات، گاهی جواب اشتباه هم بدهید چیز عجیبی نیست! همه ما با چندین بار تلاش توانسته‌ایم راه برویم، که در حال حاضر راه رفتن و دویدن برای ما بسیار ساده است. ما همان افراد هستیم؛ پس همچنان نباید از بزرگسالان و دانشجوها انتظار داشته باشیم که با اولین تلاش، وظایف پیچیده را به انجام برسانند.

اگر بخواهید از این مشکلات، استفاده درست‌تری داشته باشید، باید در محیط‌های پویا کار یا این محیط‌ها را ایجاد کنید؛ جاهایی که موقعیت‌ها

اگر ۵ دلار پول و ۲ ساعت وقت داشتید، چه کار می‌کردید تا پول بیشتری در بیاورید؟ این یکی از تکالیفی است که استاد سیلیگ در یکی از کلاس‌هایش به دانشجوها داد. او به دانشجوهایش پاکتی داد که شامل ۵ دلار سرمایه اولیه بود و به آنها گفت در وقت تعیین‌شده، هر مقدار زمان که بخواهند، می‌توانند برای برنامه‌ریزی برای آن پول صرف کنند، ولی به محض بازکردن پاکت فقط ۲ ساعت وقت دارند تا پول بیشتری در بیاورند. اکثر تیم‌هایی که طی این تکلیف توانستند موفق شوند، آنهایی بودند که مفروضات را زیر سؤال بردند و خودشان را در معرض احتمالات بیشتری قرار دادند تا بیشترین ارزش ممکن را خلق کنند. آن افراد، چشمشان را روی آن ۵ دلار بستند؛ زیرا تمرکز روی این پول چهارچوب مسئله را محدود می‌کند. آنها تصمیم گرفتند از این مقدار پول ناچیز صرف نظر کنند و با مشاهده اطراف خود و استفاده از خلاقیت، مشکلات پیرامونشان را حل کنند؛ برای مثال، یک گروه به بادزدن لاستیک‌های دوچرخه‌های همدانشگاهی‌هایشان پرداخت و از آنها، مبلغی را به دلخواه خودشان درخواست کرد. گروه دیگری نیز از مشکل صف‌های طولانی رستوران‌ها استفاده کرد.

در حال حاضر این نوع تمرین‌ها به یک مسابقه با عنوان «مسابقات نوآوری» تبدیل شده است و مشارکت‌کنندگان، از این رقابت به عنوان وسیله‌ای برای نگاه دقیق به دنیای پیرامونشان و شناسایی فرصت‌ها، حتی در حیات خلوت خودشان استفاده می‌کنند.

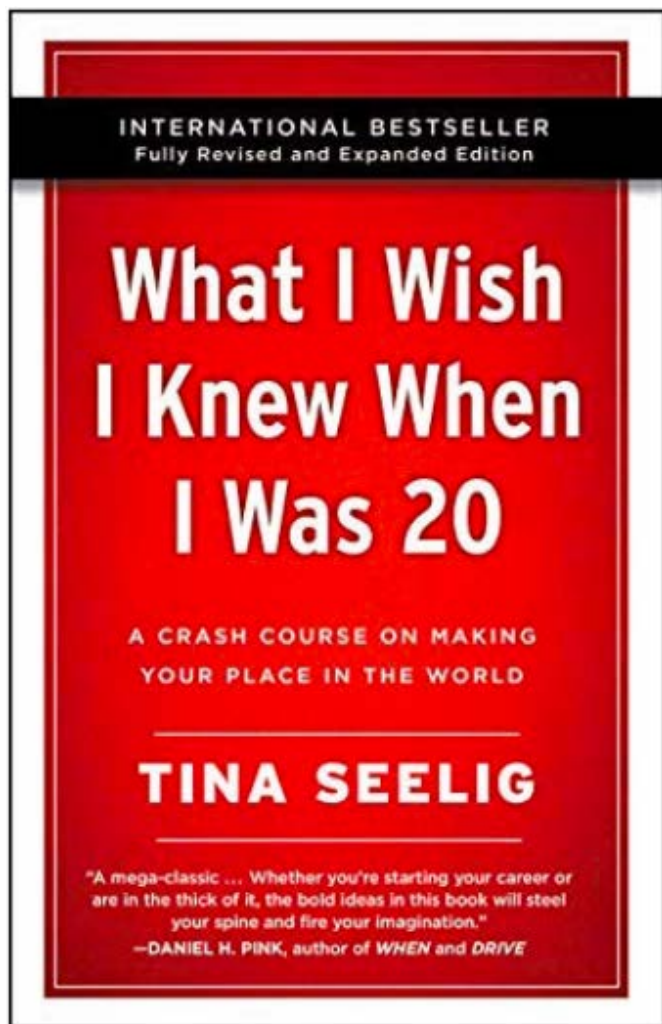
از این نوع تکالیف در مسابقات نوآوری، چه نتیجه‌ای می‌گیریم؟

- اول اینکه فرصت‌ها فراوان هستند. در هر مکان و زمانی، می‌توانید به اطراف خود نگاه بیندازید و مشکلاتی را که نیاز به حل شدن دارند، شناسایی کنید. برخی پیش پا افتاده هستند؛ مانند باد زدن لاستیک‌های دوچرخه؛ بسیاری از آنها خیلی بزرگترند و هرچه مشکل بزرگتر باشد، فرصت بزرگتر است.

❖ سال اول / شماره یک / آبان ماه ۱۴۰۱

باید به خودتان اجازه بدهید که به باور عام و قواعد پیرامون خود شک و در آنها تجدید نظر کنید.

همواره در حال تغییر هستند و افراد را ملزم می‌کنند که بدانند چگونه فرصت‌ها را شناسایی کنند، اولویت‌ها را بسنجند و از شکست‌ها درس بگیرند.



معرفی انجمن ایرانی اخلاق در علوم و فناوری

موسسه‌ای غیرانتفاعی است که با مجوز معاونت پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در سال ۱۳۸۳ فعالیت خود را آغاز کرد. این انجمن با هدف گسترش و ارتقای اخلاق در علوم و فناوری، توسعه کیفی نیروهای متخصص و بهبود بخشیدن به



از (Studies Case)

نقض اخلاق پژوهش در دانشگاه‌ها و ترویج اخلاق در پژوهش،

تهیه فیلم‌های آموزشی و مصاحبه با صاحب‌نظران و تدوین کدهای اخلاقی لازمالاجرا بوسیله دانشگاه‌ها (موثر در اعتبار و

درجه‌بندی دانشگاه‌ها)

- آموزش بسته آموزشی اخلاق در پژوهش به مدرسان اخلاق در پژوهش و استادان عضو کارگروه های اخلاق در پژوهش در وزارت علوم و موسسات پژوهشی (آموزش عالی) در جهت اجرای موثر قانون «پیشگیری و مقابله با تقلب در تهیه آثار علمی»

- ارتقاء آگاهی و حساسیت اخلاقی عموم استادان و دانشجویان و کادر اداری و مدیریت به وسیله انواع برنامه‌های ترویجی مانند سمینارها، کارگاه‌های آموزشی و همایش‌ها

- ارائه مشاوره‌های لازم در زمینه اخلاق به مدیران ارشد و دانشگاه‌ها و در موارد لازم به قضات مستقر در وزارتین و یا دیوان عدالت اداری.

کمیته اخلاق حرفه‌ای، کمیته علمی و پژوهشی، کمیته روابط بین‌الملل، کمیته انتشارات و ارتباطات، کمیته اجتماعات، کمیته طرح و برنامه. با توجه به اهمیت اخلاق در ادامه به معرفی کمیته اخلاق میپردازیم: کمیته اخلاق حرفه‌ای با محوریت اخلاق دانشگاهی شکل گرفته است و اهداف و برنامه‌های آن عبارتست از:

- ترویج اخلاق حرفه‌ای در محیط علمی و دانشگاهی و تثبیت مسئولیت‌شناسی اخلاقی در دانشگاهیان، اعم از استادان، مدیران، دانشجویان و کارکنان و کمک به فراهم‌سازی زمینه‌های لازم برای اجرای موثر قانون «پیشگیری و مقابله با تقلب در تهیه آثار علمی»

- تولید بسته آموزشی اخلاق پژوهش مشتمل بر تالیف و ترجمه کتابها و مقالات مربوط با اخلاق دانشگاهی و پژوهشی و تهیه موردهای واقعی

ارزش‌های اخلاقی در امور آموزش و پژوهش تاسیس شد. از نام انجمن پیداست که به طور ویژه هدف آن توجه به اخلاق در گستره علم و فناوری است که سرفصل‌هایی چون؛ اخلاق حرفه‌ای، اخلاق در پژوهش، اخلاق در آموزش، اخلاق در زمینه‌های تخصصی، اخلاق در زمینه‌های نوین، اخلاق و جامعه را شامل می‌شود. همچنین انجمن با هدف گسترش ارتباطات و مبادلات فکری، علمی و فرهنگی میان اندیشمندان، صاحب‌نظران، فلاسفه، عالمان دینی و متخصصان حوزه فناوری شروع به فعالیت نمود. بنابراین، رسالت انجمن، اعتلای موازین اخلاقی و معنویت در مجامع و نهادهای مختلف علمی، اجرایی و تخصصی کشور و فرهنگ عمومی جامعه است.

در این راستا انجمن یادشده شامل ۶ کمیته زیر می‌باشد:

علت شکست پروژه‌های دانش‌بنیان و نرسیدن به مراحل تولید انبوه

کسب و کارهای نوپای دانش‌بنیان معمولاً توسط فناوران بنیان گذاشته و اداره می‌شوند، نه متخصصان مدیریت یا مدیران باتجربه. سهم قابلیت‌های مدیریتی در مجموعه قابلیت‌های استراتژیک در این شرکت‌ها، به مراتب از شرکت‌های خصوصی کمتر است. افراد در این شرکت‌ها با آورده دانش فنی به جایگاه تصمیم‌گیری مدیریتی می‌رسند. یک کسب و کار برای موفقیت به مجموعه‌ای متنوع از قابلیت‌ها شامل انواع قابلیت‌های تکنولوژیک و مدیریتی و آشنایی با مسائل قانونی و حقوقی نیاز دارد. توانمندی تکنولوژیک پیش‌نیاز و بستر شکل‌گیری کسب و کار نوپا است و به احتمال زیاد، از ابتدای شکل‌گیری، هسته اصلی کسب و کار حول این قابلیت تشکیل می‌شود، اما توان مدیریتی خلاف توان فنی، در ابتدای فعالیت

کسب و کار نقش پررنگی ندارد؛ مشتریان اولیه کسب و کار، در بسیاری از موارد، در ابتدا مشخص هستند و ارزش محصول را می‌دانند. هسته اولیه نیروی انسانی هم معمولاً حول صاحبان دانش اولیه شکل می‌گیرد؛ پس توانمندی مدیریتی در شروع کار و فازهای اول رشد، به نسبت توانمندی تکنولوژیک نقش کم‌رنگ‌تری دارد و به مرور و با تغییراتی که در شرکت، محصولات و مشتریان اتفاق می‌افتد، تأثیر استفاده از مباحث علمی مدیریتی جدی‌تر می‌شود. اگر دلایل شکست کسب و کارهای نوپای دانش‌بنیان را بررسی کنیم، اکثر دلایل شکستشان در مباحث مرتبط با مدیریت است، نه در تکنولوژی.

سطح ناخودآگاه ذهن و غیرارادی است که طی آن، ادراک فرد نسبت به خود، دنیای اطراف و آینده بسیار روشن‌تر از واقعیت است. پدیده روانشناختی سوگیری‌های خودخواهانه نیز در سطح ناخودآگاه انسان فعالیت می‌کند که طی آن، فرد در تحلیل دلایل یک نتیجه موفقیت‌آمیز، تأثیر خود و عملکرد خود را بسیار بیشتر از واقعیت می‌داند و در تحلیل یک شکست، عوامل بیرونی و محیطی را بیش از واقعیت، تأثیرگذار می‌بیند. این احساس توهم مثبت به همراه سوگیری‌های خودخواهانه، دامنه تصور توانمندی مدیران اولیه یک کسب و کار نوپا را به تمام حیطه‌ها می‌کشاند. اشتباه دیگری که مدیران تکنولوژیست جوان مرتکب می‌شوند، زمان‌بندی ذهنی نادرست است. فرآیندهای مدیریتی کسب و کار مانند فرآیندهای فنی سریع نیستند و انجام محاسبات زمانی آنها با مدل ذهنی مهندسی به تخمین‌هایی بسیار خوشبینانه و غیردقیق منجر می‌شود. بخش عمده‌ای از مسائل عمومی مدیریتی، مطالب منطبق با عقل سلیم هستند؛ مطالبی که وقتی برای کسی توضیح می‌دهید، منطقی، قابل قبول و حتی در مواردی، بدیهی به نظر می‌رسند. در بسیاری از مواقع، داده‌های خام فرآیند تصمیم‌گیری مدیریتی،

و محصولات اقدام می‌کنند و مدیران کسب و کار بعد از فروش و دریافت‌های مالی از اولین مشتریان، در اثر خطاهای ناخودآگاه قضاوت به این نتیجه می‌رسند که توانمند هستند، این حس با حضور سرمایه‌گذاران اولیه و پیشنهادهای جدید تقویت می‌شود، اما اینکه این تصور و ادراک چقدر دقیق است، جای سؤال دارد. یکی از خطاهای قضاوت انسان، توهم مثبت است. توهم مثبت پدیده‌ای در

ایجاد یک کسب و کار نوپای دانش‌بنیان معمولاً معلول دو رویداد همزمان است: اول دستیابی به تکنولوژی یا توانمندی صنعتی در آزمایشگاه‌های علمی و دوم شناسایی فرصتی در بازار و مشتریانی برای این تکنولوژی که این محصول علمی، ارزشی ملموس و قابل ادراک برای آنها دارد و حاضر هستند برای دریافت آن، ارزش هزینه کنند. مشتریان اولیه کسب و کارها برای خرید این خدمات





شرکت را به سمت انحلال پیش می‌برند. در قدم اول برای جلوگیری از این اتلاف وقت، انرژی و سرمایه‌گذاری، مدیران و بنیان‌گذاران تکنولوژیست کسب‌وکارهای نوپای دانش‌بنیان باید از خطاهای ذهنی که در کمین آنها است، آگاه باشند و در قدم‌های بعد باید سهم قابلیت‌های مدیریتی را در مجموعه قابلیت‌های استراتژیک شرکت افزایش دهند؛ این افزایش می‌تواند در قالب گسترش طیف توانمندی‌های شرکای اولیه به متخصصان مدیریت علاوه بر متخصصان تکنولوژی، یا در قالب استفاده از خدمات مشاوران مدیریت و برون‌سپاری بعضی کارها به شرکت‌های تخصصی مدیریتی باشد. این رویکرد تخصص‌گرایی، علاوه بر کاهش ریسک و افزایش احتمال موفقیت و بقای کسب‌وکار نوپا، به مدیران تکنولوژیست کسب‌وکار اجازه می‌دهد بر قابلیت‌هایی که در آن تخصص دارند تمرکز کنند، به توسعه تکنولوژی بپردازند و جایگاه تکنولوژیست شرکت را ارتقا دهند.

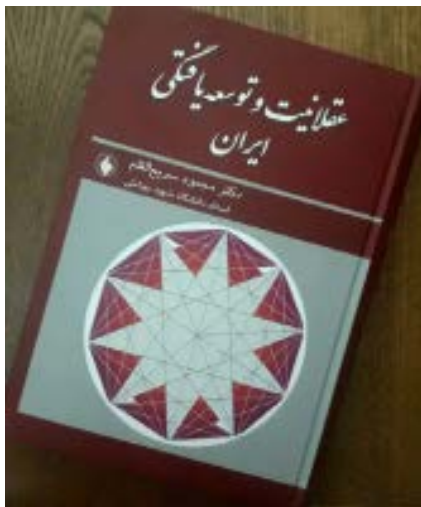
ارزیابی باشد. سوگیری‌های خودخواهانه و توهم مثبت به مدیران مؤسس شرکت‌های نوپای دانش‌بنیان، شجاعت اتخاذ تصمیم‌های خارج از حیطه تخصصشان را می‌دهد؛ تصمیماتی که بسیار حیاتی هستند و بقا و فنای شرکت به آنها وابسته است. زمان مشخص شدن نتیجه تصمیمات، معمولاً از تخمین‌های انجام شده بیشتر است و در این فاصله زمانی، شرکت باید مشغول فعالیت و هزینه‌کردن باشد. با توجه به اینکه عموم شرکت‌های نوپای تکنولوژیست از سرمایه‌گذاری مالی قدرتمندی برخوردار نیستند، زمانی برای سعی و خطا و تجربه‌کردن وجود ندارد و این شرکتها عملاً نمی‌توانند به مرور، قابلیت‌های مدیریتی خود را افزایش دهند و همزمان، شرکت را مشغول فعالیت نگه‌دارند. معمولاً در مکانیزمی جبران‌ناپذیر، تصمیمات بزرگ و جدی که بدون تخصص و صلاحیت اتخاذ می‌شوند، چرخه‌های پویای ذوب سازمانی و نابودی شرکت را به راه می‌اندازند و

اطلاعات مطالعه بازار و اطلاعات داخلی خود شرکت هستند که دومین محصول داخلی است که خود مدیران، آن را تهیه می‌کنند یا در تهیه آن نقش اساسی دارند. اینکه اطلاعات خود شرکت با اطلاعات محیطی، در فرآیندی منطقی و منطبق با عقل سلیم، جمع‌بندی شود و خروجی آن، تصمیمات مهم شرکت باشد، برای مدیر جوان و بدون تجربه یک کسب‌وکار نوپا، این تصور را به‌وجود می‌آورد که فرآیند تصمیم‌گیری و توانمندی مدیریتی، بخش بدیهی اداره شرکت است؛ درحالی‌که اتخاذ این تصمیم‌گیری‌های علمی مدیریتی، براساس ساختاردهی روشمند به اطلاعات ورودی و اعمال تحلیل‌های روشمند روی آن اطلاعات انجام شده است. هنگام توضیح دادن خیلی عجیب و پیچیده به نظر نمی‌رسند، اما نباید از یاد برد که برای این نتیجه‌گیری علمی، فرآیندی علمی طی شده است و بداهت تصمیم و نتیجه پیشنهادی، در اکثر اوقات چون بداهت معمای حل شده است. تصور مخربی در بین تکنولوژیست‌ها در عدم اعتماد به مشاوران کسب‌وکار رایج است. بسیاری از آنها اعتقاد دارند که برای مشاوره، فقط افرادی واجد صلاحیت هستند که تجربه انجام کار مشابه آنها را داشته باشند. این تصور اشتباه است؛ همانطور که نداشتن تجربه کارگری در یک پروژه ساخت‌وساز موجب سلب صلاحیت طراحی یک برج بلند از یک مهندس عمران نمی‌شود، برای مباحث مدیریتی هم باید تخصص علمی مشاور، معیار



عقلانیت و توسعه‌یافتگی ایران

می‌آورند که به نظر می‌رسد نگاه مطلق این دو طیف هیچگاه گرهی از این مسئله در همین نقطه احساس باز نخواهد کرد و دقیقاً مطالعه و تحقیق بیشتر به شدت در این حوزه خودنمایی می‌کند. در همین راستا ابتدا باید به موانع پیش رو با نگاهی منطقی نگریست. با این نگاه می‌توان پی برد که موانع اصلی توسعه در ایران ضعف در انسجام درونی و سیستمی و محدودیت و ضعف در تداوم اندیشه‌ها، رفتارها، سیاست‌ها و رویه‌ها، سوم پراکندگی در عمل که منجر به پراکندگی ذهن می‌شود و در گام چهارم عدم استفاده از افراد توانمند در امور جامعه است. در این راستا نیز راه‌حلهایی برای نزدیک شدن به توسعه مطرح می‌گردد که عبارتند از: ترغیب فردگرایی مثبت، اندیشه متاع عمومی و مهارت، آموزش کار جمعی، ترغیب به قانون‌پذیری، همسو شدن منافع دولت با منافع عمومی، گسترش فعالیت نهادهای غیر دولتی، تصمیم‌گیری بر اساس اصلاح‌پذیری، اصلاح در گزینش افراد لایق و حرکت به سمت آرامش اقتصادی. مجموعه مباحث فوق مسیری خواهد بود تا بتوان در امتداد آن به بحث و تبادل نظر پرداخت.



● عقلانیت و توسعه‌یافتگی ایران
● دکتر محمود سریع‌القلم

سه بخش نظریه‌های توسعه، رشد جهان سوم و ایران و توسعه‌یافتگی به طرح مسئله پرداخته است. توسعه عبارت از فرآیندی است که تابع تصمیمات و اقدامات به صورت پی در پی و تسلسلی است و سریع‌القلم به چرایی عدم توسعه‌یافتگی ایران می‌پردازد و پرسش‌هایی در این خصوص مطرح می‌کند که مهمترین آنها این است که چه استراتژی‌هایی موجبات توسعه‌یافتگی را فراهم می‌سازد و چرا برخی کشورها در مسیر رسیدن به توسعه شکست خورده‌اند. در این کتاب مطالعه‌ی مقایسه‌ای میان ایران و سایر کشورها ارائه شده تا حلقه مفقود در فقدان توسعه یافتگی بررسی گردد. در حالیکه کشورهایی که با مسئله عدم توسعه‌یافتگی روبرو بودند در این جدال به پیروزی رسیدند اما ایران از صد و پنجاه سال پیش تا به امروز در مسیر پر پیچ و خم آن مفقود شده است. سریع‌القلم بر این باور است که «اصول توسعه‌یافتگی جهان‌شمول و در همان حال الگوی توسعه‌یافتگی قابلیت بومی شدن را دارد»؛ در حقیقت اصول توسعه جامد نیست و امکان تبدیل به امری سیال را دارد؛ در برخی کشورها همچون بریتانیا و آلمان از اصول ثابت رشد و برخی دیگر از الگوهای مختلف بهره گرفته شده است. دو نوع رویکرد در توسعه پیش روی ما قرار دارد؛ از یک سو رهیافت جامعه محور و از طرف دیگر رهیافت نخبگان محور. در رهیافت جامعه محور از طریق سیستم رقابتی و انتخابات آزاد، دولت در دستگاه قدرت به پاسخگویی به مردم متعهد می‌شود و از سوی رسانه‌ها مورد نقد قرار می‌گیرد و به تدریج اهداف خود را تحقق می‌بخشد. از سوی دیگر در رویکرد نخبه‌گرا نخبگان سیاسی در کنار نخبگان فکری در راستای توسعه‌یافتگی گام برمی‌دارند. نظریه‌پردازان توسعه در پرداختن به فرآیند توسعه به دو گروه تقسیم می‌شوند: گروهی توسعه‌یافتگی را تابع عوامل خارجی و در مقابل گروهی آن را در گرو تحولات و عوامل داخلی به شمار

در برهه‌ای از زمان قرار گرفته‌ایم که جهان پیرامون ما در ورطه افراطی‌گری و جنگ‌افروزی گرفتار شده است و حس انسانیت را به سوی پرتگاه سوق داده است تا جایی که داشتن یک زندگی مطلوب تبدیل به رؤیایی دست نیافتنی شده است؛ به گونه‌ای که صحبت از امر توسعه بیشتر شباهت به یک روایت تخیلی دارد تا یک امر واقع که به دنبال تحقق آن باشیم؛ اما با این وجود گفت‌وگو حول محور ایران پیوندهای اجتماعی را تقویت و زمینه آگاهی و اقدام مؤثر را فراهم می‌کند. توسعه همواره یکی از مقوله‌های چالش‌برانگیز در مباحثات بوده است و این مسئله در قید زمان و مکان نیست. در ایران نیز همچون بسیاری از نقاط جهان این مسئله با فراز و نشیب‌های فراوانی روبرو بوده و تبدیل به یک هزارتو شده است. توسعه‌ی ایران مقوله‌ای است که همواره فرهیختگان ایرانی در حوزه‌های مختلف آن را مورد پرسش قرار داده‌اند و در آثار آنان نمایانگر شده است؛ به‌عنوان نمونه می‌توان به کتاب‌هایی نظیر «از ماست که بر ماست» و «خلق و خوی ایرانیان» اشاره کرد. در این قبیل نوشته‌ها برخی سنت را مانع توسعه و مدرن شدن را راه‌حل و عامل توسعه می‌دانستند و برخی نیز این نظریات را رد کرده و به دنبال درمان از طریق دیگری بوده‌اند. از سوی دیگر برخی نظریه‌پردازان خلیقات مردم را مورد توجه قرار دادند. سریع‌القلم از جمله کسانیست که روی این حوزه تأکید دارد و مجموعه‌ای از تجربیات خود را در این مورد در کتاب عقلانیت و توسعه‌یافتگی در ایران به رشته تحریر درآورده است. ایشان فوق دکترای خود در رشته روابط بین‌الملل را از دانشگاه اوهایو اخذ کرده و مطالعاتی در حوزه‌های توسعه، علوم سیاسی و تاریخ معاصر ایران داشته است. مهمترین تألیفات ایشان «توسعه، جهان سوم و نظام بین‌الملل»، «اقتدار گرایی ایرانی در عصر قاجار»، «عقل و توسعه‌یافتگی» و «ایران و جهانی شدن» است. کتاب «عقلانیت و توسعه‌یافتگی» در

قانون؛ عضو جداناپذیر کسب‌وکار



مرتضی قنبری

انسان‌ها از شروع حیات خود حائز حقوقی می‌شوند که مستثنا از هیچ یک از انواع افراد بشر نمی‌باشد و هیچ نیرویی، جز قوانین مدون هر کشوری، نمی‌تواند مانع بهره‌مندی انسان

از این حقوق گردد. در هر سرزمینی، متناسب با دین و فرهنگ آن جامعه، ضمن حفظ حقوق بنیادین و طبیعی هر شخص، دولت مردان برای جلوگیری از ناهنجاری‌ها، مبادرت به وضع قوانینی می‌کنند که شخصیت حقیقی انسان را از شخصیت حقوقی او مستثنا می‌کند که برای درک بهتر معنای کلمه، به شرح و بسط آن می‌پردازیم: شخص حقیقی به هر یک از افراد نوع بشر گفته می‌شود و مهمترین حقوقشان فقط منحصر به خودشان است، نه اشخاص حقوقی (احوالالت شخصیه شامل: تولد، ازدواج، طلاق، وفات و ...). شخص حقوقی به مجموعه‌ای از افراد انسانی (شخص حقیقی) می‌گویند که به منظور نیل به هدف مشترک با یکدیگر همکاری می‌نمایند. مانند انجمن‌ها و مؤسسات و یا مجموعه‌ای از اموال می‌باشد که توسط فرد یا افرادی به منظور معین اختصاص داده شده است؛ مانند موقوفات و ... تعاریف فوق با هدف نیل به جایگاه استارت‌آپ‌ها طرح شده و بدین ترتیب، کسب‌وکارهای نوبنیاد، «شخصیت حقوقی» می‌باشند و برخودار از تمام حقوق این شخصیت؛ حقوقی که در قوانین تمام کشورها، از جمله کشور ما پیشبینی شده‌است و وجه تمایزشان با حقوق اشخاص حقیقی، در وظایف، صلاحیت دادگاه‌ها، نحوه اعمال مجازات و ... است. حال با این توضیحات مختصر، به بررسی حقوق استارت‌آپ‌ها می‌پردازیم.

حقوق کسب‌وکار

طبق قوانین مدون کشور افراد حق دارند آزادانه هرگونه فعالیت شغلی که مخالف قوانین کشور نباشد برای خود انتخاب کنند. کارآفرینان اغلب در ابتدای



کار به دنبال یک نوآوری و بازار مناسب برای ارائه خدمات خود هستند و همین امر موجب غفلت آنها از شفاف‌سازی حقوق مربوط به کارشان می‌شود و در آینده‌ای نه چندان دور با چالش‌ها و مشکلاتی برای خود و دیگران در این مسئله روبه‌رو می‌شوند و همانطور که در اصل ۴۰ قانون اساسی آمده است: هیچ کس نمی‌تواند اعمال حق خویش را وسیله اضطراب به غیر یا تجاوز به منافع عمومی قرار دهد. راه‌اندازی کسب‌وکارهای اینترنتی دارای الزامات قانونی بسیاری است؛ احکام قضایی همچون: تجارت الکترونیک، جرائم رایانه‌ای، حقوق مالکیت فکری و رعایت حریم شخصی و حقوق شهروندی چند نمونه از قوانین متعددی است که در این زمینه میتوان به آنها اشاره کرد. یکی از مهمترین مزایای دانستن حقوق کسب‌وکار، جلوگیری از پیش آمدن مشکلات احتمالی است که به تفصیل به بررسی برخی از آنها می‌پردازیم.

غیر قانونی بودن یا جرم بودن فعالیت

طبق ماده ۷۷ منشور حقوق شهروندی که سال ۱۳۹۵ توسط رئیس جمهور وقت منتشر شد، حق شهروندان است که آزادانه و بدون تبعیض و با رعایت قانون، شغلی را که به آن تمایل دارند، انتخاب کنند. و همچنین، در قوانین همه کشورها، محدودیت‌هایی برای فعالیت‌های تجاری و اقتصادی در نظر گرفته شده است و شرایط مربوط به آن

شرح داده شده است؛ برای مثال، معامله برخی کالاها مخالف شرع و قانون کشور ماست، درحالی‌که در کشورهای دیگر چنین نیست. در کشور ما بالغ بر دو هزار جرم در قوانین پیشبینی شده است که هر کدام از آنها ممکن است بدون داشتن اطلاعات کافی، موضوع فعالیت کارآفرینان واقع شود.

مالکیت فکری

مهمترین سرمایه استارت‌آپ‌ها، اموال فکری آنهاست که توانسته‌اند با تلاش بی‌وقفه آن را به‌دست بیاورند. مالکیت فکری به حقوقی گفته می‌شود که به صاحبان آن حق بهره‌وری از فعالیت‌های فکری و ابتکاری انسان را می‌دهد و ارزش اقتصادی و قابلیت داد و ستد دارد ولی موضوع آن شیء معین مادی نیست مانند حق ابتکار یا اختراع و ... پس افکار انسان هم، چنانچه ابتکاری در پی داشته باشد، مورد حمایت قانون است و به آن نباید تجاوز کرد. پس کارآفرینان باید سعی کنند ابتکاری که به کار بسته‌اند پیش از آن به نام دیگری ثبت نشده باشد.

داشتن مجوز

انجام فعالیت‌های استارت‌آپی نیاز به دریافت مجوز از سازمان‌های خاصی دارد. مشخص است که اگر شخصی بدون دریافت مجوز اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکاری نماید، پایانی جز فیلترینگ در انتظار فعالیت او نخواهد بود. موارد ذکر شده پاره‌ای از مشکلاتی است که در صورت عدم رعایت قوانین و عدم داشتن آگاهی کامل در این بحث به وجود می‌آید که پیشنهاد می‌شود قبل از ورود به هر حرفه و فعالیت جدیدی ابتدا آگاهی لازم در این باره به‌دست بیاید. خواه از طریق مطالعه و خواه از طریق مشورت با یک وکیل مجرب که خود بحث مستقلی است؛ زیرا همانطور که هر گردی گردو نیست، هر وکیلی هم خبره در امور کسب‌وکارهای نوپا نمی‌باشد و دقت نظر در انتخاب وکیل بسیار با اهمیت است.

چگونه استارتاپ خود را برای دنیای 5G آماده کنید؟



موفقیت در تکنولوژی 5G را می‌دهد و اطمینان می‌دهد که هر بخش پاسخ قابلیت سازگاری دارد.

۳. کانال‌های جدید را برای پشتیبانی کارمندان باز کنید.

طبق تحقیقات کرن فری^۲، انتظار می‌رود تقاضا برای نیروی کار ماهر در سراسر جهان تا سال ۲۰۳۰ بیش از ۲.۸۵ میلیون نفر باشد. رهبران سازمان‌ها لازم است از کارمندانشان حمایت کنند تا اطمینان حاصل کنند که در آینده دچار مشکل نخواهند شد. همیشه منحنی یادگیری جدید برای کارکنان متناسب با فناوری و فرآیندهای جدید در کسب‌وکار وجود خواهد داشت. پشتیبانی ساختاریافته قبل، حین و بعد از تغییر، انگیزه‌ی کارمندان را حفظ می‌کند چراکه فناوری 5G اولین موفقیت خود را ایجاد می‌کند. به عنوان مثال، آمازون در حال آموزش مجدد یک سوم کارمندان خود برای آموزش اتوماسیون، یادگیری ماشین و 5G و در نهایت آنها را برای عبور از مسیر آینده آماده می‌کند. همچنین، توجه داشته باشید که آموزش بخشی از تغییر است و در عین حال کارکنان باید احساس کنند که همکار هستند و مشارکت دارند؛ نه اینکه حس کنند دانشجو هستند. آنها به فرصتهایی برای بازخورد دادن و مشارکت در ایجاد روند نیاز دارند. پذیرش گسترده فناوری 5G، دنیای کسب‌وکار را طی سه تا چهار سال آینده متحول می‌کند؛ بنابراین، شرکت‌هایی که می‌خواهند مزایای آن را

دارند، تسهیل شود. استارت‌آپ‌های نوپا برای استفاده از مزایای کامل انقلاب 5G باید آماده شوند و هم اکنون باید این کار را شروع کنند. در اینجا به بررسی سه راهکار در مورد چگونگی شروع کار می‌پردازیم.

۱. ایجاد 5G در فرهنگ سازمانی

براساس تحقیقات آماری استاتیستا^۱ یازده میلیون نفر تا پایان سال ۲۰۱۹ از تلفن‌های هوشمند 5G در سراسر جهان استفاده می‌کنند، رقمی که پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۲ به ۶۲۷ میلیون نفر برسد. این افزایش ۵۷ برابری در طول سه سال گذشته و سرعت گیج‌کننده آن بدان معنی است که کارکنان برای انطباق به پشتیبانی محکم نیاز دارند. برنامه‌های آموزشی و راهبردهای ارتباطی مشخص برای تجهیز کردن همه افراد بسیار ضروری است. رهبران مشاغل نمی‌توانند فرض کنند که همه کارکنان مفهوم 5G را برای سازمان می‌فهمند. لازم است رهبران سازمان، نوآوری را بخشی از فرهنگ سازمان قرار دهند تا اطمینان داشته باشند که همه‌ی کارکنان به آن پایبندند و ارزش آن را می‌دانند.

۲. همه تکنولوژی را باهم هماهنگ کنید.

همه‌ی ابعاد کسب‌وکار تحت تأثیر 5G قرار می‌گیرد. لازم است قطعات متحرک زیادی با هماهنگی لازم انجام شود و سیستم‌های مدیریت قدیمی و شیوه‌های انجام امور ممکن است از بین بروند تا شرکت‌ها چابک‌تر شوند. آئودی قبلاً با استفاده از وای‌فای برای اتصال روبات‌ها در خط مونتاژ خود، با فلسفه «کهنه‌ها حذف می‌شوند، جدیدها ماندگارند» آغاز به کار کرده است. در همین شرایط همچنین آزمایش 5G را آغاز کرده است و انتظار دارد که آن را در سراسر عملیات آلمانی خود در سال‌های پیشرو اجرایی کند. شرکت‌های فعال در صنایع دیگر نیز می‌توانند از این مثال الگو بگیرند. آنها باید فرآیندهایی را تنظیم کنند که به آنها امکان

اگر می‌خواهید از فواید آن بهره‌مند شوید، هم‌اکنون جهت آماده‌سازی اقدام کنید. ظهور عصر 5G فرارسیده است. درحالی‌که ممکن است خیلی زود به نظر برسد که پول واقعی از تلفن 5G بیرون بیاید و از آن استفاده کنیم، شرکت‌های بزرگ شبکه‌های 5G خود را در حمل‌ونقل مانند وریزون قبلاً تعدادی از شهرهای آمریکا از جمله نیویورک دیترویت و آتلانتا ایجاد کرده‌اند. این فناوری فرصت گسترده‌ای را برای استارت‌آپ‌ها فراهم می‌کند. خصوصاً توسعه فناوری 5G شبیه اختراع موتور احتراق داخلی است که قوانین بازی را تغییر می‌دهد؛ کاهش گسترده‌ی زمان تأخیر و افزایش پهنای باند منجر به امکان‌پذیری مدل‌های جدید تجاری می‌شود. پردازش بیشتر بر روی ابر نسبت به سطح دستگاه اتفاق می‌افتد که به‌طور نمایی هزینه‌های نرم‌افزار و سخت‌افزار را کاهش می‌دهد و با خالی کردن فضای انتهای پایین طیف الکترونیکی 5G، ساخت یک شبکه عظیم از دستگاه‌های متصل به IoT را آسان‌تر می‌کند. این فرصت برای شرکت‌های مخابراتی برای مهار بازار 5G وجود دارد و آنها به سرعت حرکت می‌کنند تا شبکه‌های خود را از بین ببرند و کارمندان را برای تغییرات آماده کنند. از طرف دیگر، شرکت‌هایی که روتر تولید می‌کنند و خدمات اینترنتی کابلی ارائه می‌دهند، تحت تأثیر چالش‌ها قرار می‌گیرند اما این بدان معنا نیست که همه درها به روی آنها بسته خواهد شد. انتقال سریع به 5G به کارمندان جدید اجازه می‌دهد تا وارد صنایع قدیمی شوند و مدل‌های تجاری مخرب را مختل کنند. نسل 5G تنها بازار مصرف‌کننده را تکان نمی‌دهد؛ دستگاه‌های هوشمند و فناوری حسگر کاربردهای جدی‌ای در صنعت دارند؛ بنابراین مطمئن باشید که به زودی لوله‌های نفتی، کف کارخانه و انبارهای آنها به خوبی از این تکنولوژی استفاده خواهند کرد. کاهش هزینه‌های دستگاه‌های متصل نیز باعث می‌شود که استفاده از فناوری برای دستیابی به نوآوری واقعی در مدل‌های تجاری که بیشتر به آن احتیاج

² Ferry Korn

¹ Statista

۱۲ فیلم برتر در حوزه استارتاپ و کارآفرینی

The Social Network فیلمی که داستان ایجاد شبکه اجتماعی فیس‌بوک و زندگی مارک زاکربرگ، خالق آن را روایت می‌کند.	
Pirates of Silicon Valley فیلمی که درباره زندگی دو غول تکنولوژی، استیو جابز (مؤسس اپل) و بیل گیتس (مؤسس مایکروسافت) است.	
Joy فیلم روایت واقعی زندگی جوی منگانو است که یکی از بزرگترین کارآفرینان و مشتریان زمان خود بود.	
The Founder این فیلم داستان ری کراک و ماجرای چگونگی آغاز رستوران‌های زنجیره‌ای مک‌دونالدز را به تصویر می‌کشد.	
The Wolf of Wall Street روایت زندگی جوردن بل فور، دلال بورس که به مرور با پیشرفت در کارش به یکی از غول‌های بزرگ وال استریت تبدیل شد.	
Wall Street: Money Never Sleeps داستان کارگزار جوان بورس در وال استریت که با شخصی کهنه‌کار اما بدنام همکار می‌شود.	
Erin Brockovich داستان حقیقی ارین براکویچ که به عنوان دستیار وکیل شروع به کار می‌کند و به تنهایی با یکی از شرکت‌های بزرگ انرژی می‌جنگد.	
Boiler Room داستان دانشجویی که با هدف کسب ثروت زیاد برخلاف نظر پدرش ترک تحصیل می‌کند و به مؤسسه معاملات سهام می‌پیوندد.	
Moneyball روایت زندگی مدیر ناموفق یک تیم بیسبال که در حال فروپاشی است اما تصمیم می‌گیرد با تلاش بسیار تیمش را از بحران نجات دهد.	
Barbarians at the Gate داستان درباره مدیر عامل شرکتی بزرگ است که تصمیم می‌گیرد با خرید شرکت، آن را از حالت سهامی عام به شرکت خصوصی تبدیل کند.	
Startup.com فیلمی مستند با نگاهی بر فرازونشیب‌های یک شرکت نوپا اینترنتی و داستان دوستی‌ها در شراکت و کسب‌وکار.	
Office Space درباره کارمندی که متوجه می‌شود چقدر از نشستن داخل اتاقک و دستور گرفتن از رئیس حریصش متنفر است و قصد شورش دارد.	

میخواهم کارآفرین باشم! میتوانم؟؟

آیا همه کارآفرین می‌شوند؟ موفق کیست؟ به نظر من فرد موفق، فرد خلاق است؛ فردی که عملی کردن ایده خلاقانه‌اش برایش ارزش داشته باشد. اما خلاقیت چیست؟ برای کارآفرین شدن فقط باید ذهن خلاق داشت؟ قبل از هر چیزی پیشنهاد می‌کنم کتاب «پدر پولدار پدر بی پول» اثر رابرت کیوساکی را بخوانید.

همچنین، مطمئن شوید کدام موقعیت‌ها، بیشترین تناسب را برای صنعت شما دارند. اگر قصد شما تولید یک اپلیکیشن گوشی هوشمند است، استخدام یک ویراستار انتخاب عاقلانه‌ای است، در جایی که شما نیاز به یک کدنویس یا توسعه‌دهنده اپلیکیشن نیاز دارید. اگر مطمئن نیستید که باید از کجا شروع کنید، از دیگر کارآفرینان و رهبران کسب و کار حوزه‌ی کاری خود که قبلاً تجربه گروه‌سازی و تشکیل تیم کاری داشته‌اند نظر بخواهید.

۲. ارتباط‌های گسترده داشته باشید.

تنها کسانی که در چهاردیواری شرکت شما هستند نقش محوری برای رشد کسب و کار شما ندارند، بلکه افرادی که از بیرون می‌آورید هم مهم هستند. مشاوران، مربی‌ها و اعضای هیأت مدیره فقط برای نمایش دادن نیستند! آنها نقشی مهم در حمایت و راهنمایی شما چه از نظر شخصی و چه حرفه‌ای دارند. روی شبکه‌های ارتباطات خود تکیه کنید تا متخصصان صنعت و کهنه‌کارهایی را پیدا کنید که در می‌توانند درباره‌ی مسائل مختلف از دید کسی که قبلاً در آن موقعیت‌ها بوده مشاوره دهند.

۳. افراد خالق را پیدا کنید.

حالا که شبکه‌ی ارتباطات خارجی خود را ساخته‌اید وقت آن رسیده که آدمهایی را که به موفقیت روزم‌ری کسب‌وکار شما کمک می‌کنند بیابید. آژانس‌های استخدامی گزینه‌های خوبی هستند. لیستی از مهارت‌های حرفه‌ای و ویژگی‌های شخصیتی که در تیم خود می‌خواهید تهیه کنید و فعالانه به دنبال آنها باشید. خالق باشید و از بهره‌گیری از همه‌ی منابع موجود نترسید، از اعضای هیأت مدیره و مشاورین گرفته تا شبکه‌های اجتماعی.

ناچیز می‌باشد و تنها افرادی که ذهن خلاق دارند و یا از نظر مالی تکمیل هستند موفق نیستند. اگر از شرایط فعلی خود چه از نظر مالی و چه از نظر موقعیت شغلی راضی نیستید، همین الان فقط برای چند ثانیه فکر کنید. اطراف همه ما نیازهایی حس می‌شود که تنها اراده افراد باانگیزه را می‌طلبد تا به یک استراتژیت تبدیل شود، و مطمئن باشید همه کارآفرین‌ها از بین خود خود ما هستند.

و اما تیم کاری خوب و خلاق؛ درست است در دهه‌های گذشته ستاره‌های کارآفرینی به‌صورت فردی به سمت هدف پیش رفتند و به نتیجه خودشان رسیدند، اما رفته رفته خودشان به این نتیجه رسیدند که داشتن یک تیم کار و انجام کار گروهی آنها را زودتر به موفقیت می‌رساند. با ایجاد یک تیم تمام فرآیند کاری بر دوش یک نفر نخواهد بود و تعداد شکست‌ها و خطاهای فردی کاهش پیدا خواهد کرد. برای تشکیل یک تیم خوب کاری فرمول از پیش تعیین شده و شسته و رفته‌ای وجود ندارد، اما اگر این ۵ نکته را در روند انتخاب به یاد داشته باشید حتماً می‌توانید یک تیم بی‌نقص و خوب را برای رسیدن به اهداف خود تشکیل دهید:

۱. ضعف‌های خود را بشناسید.

شناسایی ضعف‌هایتان مهم است. موقعیت‌های خالی که باید برای آنها افراد متخصص را استخدام کنید شناسایی کنید. این موقعیت‌ها را بر اساس اهمیت و تخصص‌های لازم اولویت‌بندی کنید، چون احتمالاً در آغاز کار منابع مالی شما اجازه استخدام تمام متخصص‌های مورد نیاز را نمی‌دهد. براساس اولویت‌های تعیین شده به دنبال افراد بروید.

برای کارآفرین شدن چهار اصل لازم است:

۱. انگیزه

۲. ایده

۳. تیم کاری

۴. منابع مالی

بیشتر افراد فکر می‌کنند صرفاً داشتن پول و تأمین بودن از نظر مالی سه اصل اول را پوشش می‌دهد؛ اما سخت در اشتباه هستند! (من هم به‌شخصه همین فکر را می‌کردم) اما چطور بفهمیم این حرف صحت دارد و اولین اصل برای کارآفرین شدن داشتن انگیزه و پافشاری است؛ پس همه می‌توانند کارآفرین باشند فقط کافی‌ست خودشان بخواهند که برایش تلاش کنند.

فرض کنید ایده داشته باشید، منبع مالی تأمین باشد، تیم بسیار خوبی داشته باشید اما انگیزه عملی کردن آن ایده را نداشته باشید، یا ایده را عملی کنید اما در برخورد با اولین مشکل و شکست انگیزه تمام افراد تیم یا تنها یک نفر از تیم از بین برود و ادامه کار برای کل مجموعه بی‌معنی شود؛ چرا که کارآفرین شدن یک اتفاق و یک رویداد نیست؛ یک روند است. و اما مهمترین چیزی که یک کارآفرینان را از افراد عادی متمایز می‌کند، انرژی و پافشاری آنها می‌باشد. اما اصل دوم داشتن ایده!! همه افراد فکر می‌کنند که باید ایده‌ای خاص و فوق‌العاده داشته باشند، اما اگر با کارآفرینان بسیار موفق و کاربلد صحبت کنند و یا تجربیات آن را بخوانند، فقط و فقط به این می‌رسند که ایده باید یک ویژگی داشته باشد و آن هم «احساس نیاز در جامعه» می‌باشد. گاهی نیاز در جامعه آنقدر ساده می‌باشد که حتی منبع مالی اولیه آن بسیار

۴. در تیم کاری، «من» وجود ندارد.

در یک استارت‌آپ همه سریع حرکت می‌کنند و تک‌تک افراد در حال انجام کار چندین نفر هستند؛ پس باید تیمی درست کنید که برای دستیابی به هدفی بزرگتر با همدیگر همکاری کند. به‌دنبال افرادی باشید که بتوانند به‌سرعت خودشان را با تغییرات تطبیق دهند و وقتی بحران پیش می‌آید خشکشان نزنند! این فرهنگ کارگروهی و ازخودگذشتگی را شما به‌عنوان کارآفرین و بنیانگذار استارت‌آپ خود باید ایجاد کنید و اولین قدم در ایجاد این فرهنگ استخدام افرادی است که پتانسیل لازم را داشته باشند.

۵. اصل گروهی بسازید.

فرهنگی بسازید که برای آدم‌هایش اهمیت قائل است و حول یک چشم‌انداز مشترک کار می‌کند. برای ایجاد فرهنگ مورد نظر ضمن اینکه باید با دقت و جدیت عمل کنید، این نکته را هم مد نظر قرار دهید که سازوکار و خصوصیات استارت‌آپ‌ها با شرکت‌ها و سازمان‌های کوچک متفاوت است. نمی‌توانید مدت زیادی را برای حل مشکلات بین اعضای تیم صبر کنید. اگر از اخراج هم‌تیمی‌های خود خوشتان نمی‌آید، پیش از استخدام جوانب لازم را در تشکیل تیم استارت‌آپ خود رعایت کنید.



کارآفرینی؛ تصمیم‌گیری، ذهن و شناخت

بشر یا نوع انسان به هنگام روبه‌رو شدن با جهان خارج دو وسیله برای شناخت آن در دست دارد؛ اولی از طریق «تجربه از راه مشاهده» و دومی استفاده از «قوهی عقل» می‌باشد. نتیجه مهم قسمت قبل این بود که حیوان مانند انسان از ابزار اول برخوردار است، ولی با این حال بشر یگانه موجود زنده در جهان است، که از قوهی عقل به مثابه یک پدیده‌ی پیش از تجربه برخوردار است.

باین حال قوهی عقل به عنوان یک امر پیش از تجربه خود به چه معنایی است؟ مگر تجربه را می‌توان به چیزی مقدم بر آن تقلیل نمود؟ به عبارت دیگر ساختار حاکم بر خود تجربه چه چیزی است؟ در ادامه به این موضوع که قوهی عقل به‌طور دقیق چه تعریفی دارد یا چه ارتباطی با «تجربه از راه مشاهده» دارد، پرداخته می‌شود.

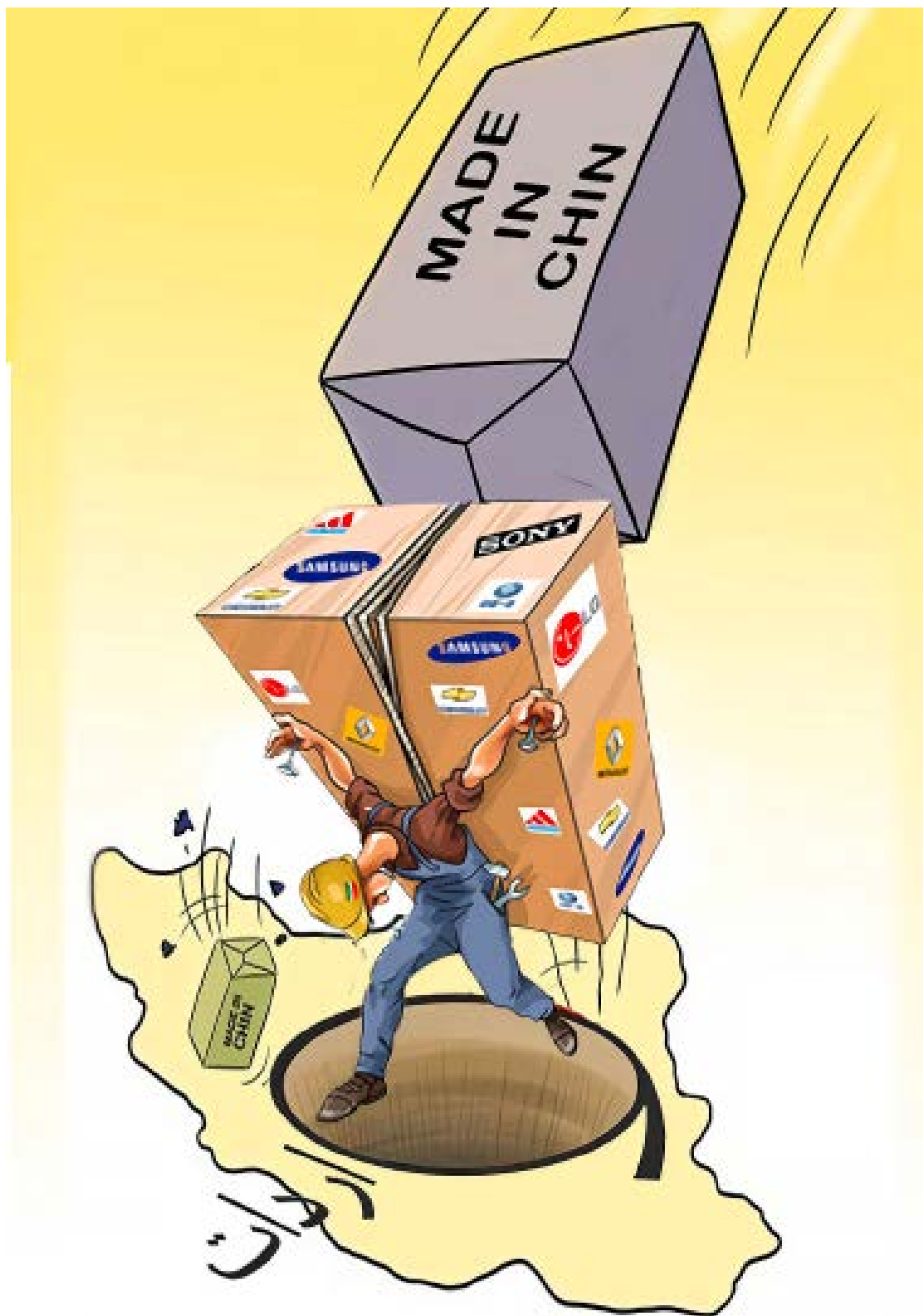
مشاهده نمود بلکه این واقعه را برای یک مکان و زمان خاص متصور شد. یا کارآفرینی که با استفاده از مدیریت زمان و برنامه‌ریزی، امور خود را جلو می‌برد، بدون شک از عنصر زمان در شکل‌بندی تجارب خود استفاده می‌نماید. باین حال آیا خود این اجزای قوهی عقل که حاکم و مقدم بر تجارب ما هستند، وجود خارجی دارند؟ پاسخ خیر است؛ زیرا این اجزا تنها یک واکنش انسان در مواجه شدن با پدیده‌های بیرونی و جهان خارج هستند؛ به عبارتی دیگر این اجزا در جهان برقرار نبوده و تنها فرضیات ساده‌ساز ذهن ما هستند. پس نتیجه بنیادی شماره یک «رابطه علت و معلولی، زمان و مکان همگی فقط یک نوع قرارداد هستند ما بین ذهن ما و جهان خارج نه بیشتر، به طوری که شناخت ما نسبت به جهان را ممکن می‌سازند». چون اجزای قوهی عقل (رابطه علت و معلولی، زمان و مکان) همگی قرارداد یا یک توهم بشری هستند، پس وجود خارجی ندارند و همچنین چون مقدم بر تجربه‌اند، پس نتیجه بنیادی شماره دو «تمامی مشاهدات و تجربیات حاصل از این مشاهدات که در ساختار قوهی عقل قرار می‌گیرند، همگی و تمامی آثار آنها بطور کلی قرارداد یا توهم هستند». حال این سؤال مطرح می‌شود که اگر تمامی تجارب ما، برای مثال علمی مانند فیزیک و ریاضیات و غیره، یک قرارداد یا یک توهم هستند پس چرا جواب می‌دهند و کاربرد دارند؟ چرا ما توانسته‌ایم با علم زیست‌شناسی جلوی مرگ و میر را بگیریم؟ و چراهای بیشمار دیگر.

معلولی قرار می‌گیرند؛ مانند غذایی که در یک ظرف



قرار دارد. اگر ظرف مربعی شکل باشد؛ غذا نیز به تبع آن مربعی شکل است (بالعکس چطور؟). در اینجا به تعریف مصداقی از قوهی عقل اشاره نمودیم. در این مثال‌ها تجارب همان اتفاقات افتاده و قوهی عقل همان رابطه علت و معلولی بود که مقدم بر تجربه بود و به آن شکل و ساختار داد. به عبارت دیگر ذهن ما اگر قوهی عقل نداشت ما هیچگاه قادر به یادگیری و ساختاربندی تجارب و مشاهدات خود نبودیم و در اینجا تفاوت میان حیوان و انسان دوباره مشخص می‌شود. ولی آیا رابطه علت و معلولی تنها ساختار حاکم بر تجارب ماست؟ مسلماً خیر. با کمی تفکر و تأمل به راحتی می‌توان بقیه قطعات این پازل را یافت. فیلسوفان تا به امروز در حوزه فلسفه‌ی شناخت، سایر اجزای مقدم بر تجربه را شناسایی کرده‌اند، از جمله، مکان و زمان. در واقع ذهن ما به کمک فروزی مانند زمان و مکان قادر به ساختاربندی وقایع و تجارب خود می‌باشد. اگر به مثال مدیر کارخانه بازگردیم، مدیر زمانی توانست دست به پیش‌بینی کاهش درآمد با کاهش تقاضا بزند که نه تنها رابطه علت و معلولی را

تعریف ابزار شناخت اول، یعنی «تجربه از راه مشاهده»، نسبتاً ساده و ملموس است؛ یعنی به‌طور ساده آنچه از جهان پیرامون توسط حواس پنجگانه بر ما ظاهر می‌شود از رهگذر «تجربه از راه مشاهده» عبور می‌نماید؛ برای مثال، تصور نمایید که زنبوری شما را در حین اینکه در طبیعت دراز کشیده‌اید نیش بزند؛ واکنش بدن و درد نسبی از طریق حواس پنجگانه به شما این تجربه را منتقل می‌نماید که نیش زنبور دردناک است؛ یک شناخت ساده. در مثال پیچیده‌تر فرض نمایید که شما به عنوان یک مدیر در یک کارخانه صنعتی شاهد این موضوع بدیهی بوده‌اید که اگر تقاضایی برای محصولات خود نداشته باشید، درآمد شما رو به کاهش خواهد بود. دوباره به دو مثال در ظاهر ساده دقت نمایید. چه چیزی مقدم بر کلمات و جملات وجود دارد؟ بلی درست است؛ هر دو جمله ساختار شرطی اگر-آنگاه دارند. حال چه چیزی مقدم بر ساختار شرطی وجود دارد؟ بلی دقیقاً؛ وجود رابطه علت و معلولی در هر دو مثال. این رابطه علی به ما کمک می‌نماید تا در دفعات بعدی مراقب نیش زنبور و کاهش تقاضا باشیم. ولی سوال مهم اینجاست که چه چیزی مقدم بر رابطه علت و معلولی است؟ سوالی بسیار چالش برانگیز که پاسخ آن مرز و حدود شناخت ما نسبت به جهان پیرامون را واضح‌تر خواهد ساخت. قبل از پرداختن به امر مقدم بر علت و معلولی، به خود رابطه علت و معلولی توجه نماییم. همه جا و تمامی محیط پیرامون ما از رابطه علت و معلولی تشکیل شده است؛ البته در ذهن ما! پس نکته مهمی که به آن رسیدیم این بود که خود تجارب در ساختار علت و





BUSINESS

START