

# مجله کار آفرینی

شماره ۲



مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۱۴ تهران

منابع فاق ایده

مسیرهای فلق ایده

تکنیک های تولید ایده

ارزیابی ایده

آینده ایده پردازی

اسرار تفکر فلاق نیکلا تسلا

کارآفرینان برتر ایرانی

تول

مدیر اجرایی: دکتر حمید حسین لو

هیئت تحریریه: اعظم اسلامی، معصومه

جهانگیری صفت، احمد رنجبر

طراحی جلد و صفحه آرایی: آمنه سبزعلی

دبیر اجرایی: تارا امیری

با تشکر از دکتر حسین گوهری

# تولید و ارزیابی ایده‌های کسب‌وکار

## مقدمه

اولین گام برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار، داشتن یک ایده مناسب است. کارآفرینان برای آغاز فعالیت‌های کارآفرینانه خود، نیاز به یک ایده جذاب و نوآورانه دارند تا بتوانند یک کسب‌وکار جدید را رشد و توسعه دهند. ایجاد ایده، یک فرآیند مبتنی بر خلاقیت و نوآوری است و گاهی اوقات، دشوارترین بخش از شروع یک کسب‌وکار به شمار می‌رود.

شما حتی اگر یک ایده کلی برای کسب‌وکار خود در اختیار داشته باشید، معمولاً باید پیش از اجرا و پیاده‌سازی آن، یک پردازش و اصلاح دقیق در مورد آن به مرحله اجرا درآورید. با توجه به اهمیت «ایده» در فرآیند کارآفرینی و این نکته که پشت یک کسب‌وکار موفق، یک ایده با ارزش تجاری بالقوه وجود دارد، در این نوشتار به منابع خلق ایده، تکنیک‌های تولید ایده‌های جدید و چگونگی ارزیابی آن‌ها می‌پردازیم.



## منابع خلق ایده

فرصت تجاری متمرکز هستند. پس در ابتدا باید بدانیم که یک ایده خوب کسب‌وکار، به چه معنا است.

هر ایده خوب در کسب‌وکار، می‌تواند شامل یک اختراع، محصول، سرویس جدید و یا یک ایده اصلی برای رفع یک مشکل روزمره باشد. پس ایده خوب، لزوماً به معنای یک محصول یا خدمت منحصربه‌فرد نیست و هر آنچه که بتواند ارزش افزوده‌ای بیشتر برای مشتریان به همراه داشته باشد، می‌تواند یک ایده مناسب برای آغاز کسب‌وکار به شمار رود. در ادامه، برخی از روش‌های خلق ایده، بر مبنای فرصت‌های موجود بازار آورده شده است:

یک پرسش مهم در زمینه خلق ایده، این است که یک ایده کسب‌وکار مطلوب، از کجا نشأت می‌گیرد. در پاسخ به این سؤال، می‌توان گفت که ایده‌های پرترفدار، اغلب در حوزه‌هایی نمود می‌یابند که مهارت‌های شما در آن‌ها متمرکز شده است و یا از علاقه‌مندی‌های شما محسوب می‌شوند. این ایده‌های جدید، در شبکه‌های اجتماعی و به بیان بهتر، فعالیت‌ها و افرادی که اطراف شما هستند، به دست می‌آید.

همان‌طور که «کاپلان» در سال ۲۰۰۳ میلادی استدلال نموده است، تمامی کارآفرینان لزوماً در ابتدای کار، یک ایده منحصربه‌فرد در اختیار ندارند و بیشتر بر تبدیل خلاقیت کارآفرینانه به یک

توسعه ایده ها به عنوان شکلی از یک محصول موجود (برای

مثال، افزودن ویژگی دوربین و پخش موسیقی به تلفن همراه)

ایجاد یک سرویس بهبود یافته ( برای مثال، خدمات تحویل سریع)

توسعه بازار برای محصولات با یک قیمت پایین تر ( برای مثال، به

کارگیری تجارت الکترونیک در سایت آمازون)

تغییر در روش بسته بندی و شکل یا اندازه محصول

افزودن یک ارزش جدید به یک محصول یا خدمت موجود ( برای

مثال، یک نام تجاری معتبر و یا خدمات تحویل بیشتر)

تغییر در کیفیت یا کمیت محصول

به کارگیری اتوماسیون و ساده سازی در ارائه خدمت ( برای مثال،

محصولات هوشمند)

تغییر در رنگ یا ماده استفاده شده در ساخت محصول

اقدام تمرینی اول: اگر به دنبال کارآفرینی و راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید هستید، در ابتدا سه راه برای ساخت و توسعه محصول یا خدمت بر مبنای مواد موجود که می‌توانند سود را به‌طور قابل توجهی افزایش دهند، فهرست نمایید. استفاده از اینترنت، برای بررسی روندها و یافتن ایده مناسب، به شما کمک خواهد کرد.

برای ایده‌پروری، نیاز به خلاقیت و فکر باز نسبت به مسائل گوناگون است. در زیر با هفت منبع کلیدی خلق و توسعه ایده‌های خلاقانه کسب‌وکار آشنا خواهیم شد.

۱- مشکلات را حل کنید: بهترین و آسان‌ترین راه برای ایجاد ایده‌های خلاقانه کسب‌وکار، حل مشکلات موجود است. می‌توانید از ایده‌ها و مشکلات کوچک، اما مهم شروع کنید.

۲- مسائلی که ممکن است تبدیل به مشکل شوند را حل نمایید: شاید فکر کنید که توجه نمودن به مسائلی که ممکن است در آینده تبدیل به مشکل شوند، در حال حاضر بیهوده باشد؛ اما این تصور آن‌چنان درستی نیست. تولید ایده برای حل یک مشکل بالقوه، علاوه بر سودآوری احتمالی بالا، می‌تواند نوعی مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز تلقی شود. اگر فکر می‌کنید که برای ایده شما، هنوز بازاری شکل نگرفته است، مطمئن باشید که با عملی شدن ایده، بازار آن نیز به وجود می‌آید.

۳- راهکارهای کاهش هزینه: هنوز هم توجه به فکر به جیب مردم و صرفه‌جویی در هزینه‌ها، یکی از بهترین روش‌ها برای خلق ایده کسب‌وکار جدید است.

۴- زندگی را آسان تر و لذت بخش تر کنید: شرکت های خدمات خشکشویی آنلاین با تحویل درب منزل، یا استارت آپ های فعال در زمینه هوشمندسازی محل کار و زندگی، شاید بتوانند مثال های خوبی برای آسان تر و لذت بخش تر شدن زندگی برای کاربران باشند. اگر به دنبال ایده های خلاقانه کسب و کار می گردید، به ایده های خلاقانه برای آسان و لذت بخش نمودن زندگی خود و اطرافیان فکر کنید.

۵- از کاری که به آن علاقه دارید، استفاده نمایید: یکی دیگر از راه های خلق ایده و راه اندازی کسب و کار، توجه به موضوعات و زمینه های کاری مورد علاقه خودتان است. هر کسی به چیزی علاقه دارد، یا در آن از استعداد قابل توجهی برخوردار است. می توانید از این علاقه و استعداد، استفاده نموده و آن را به یک کسب و کار جدید بدل نمایید.

۶- تحقق یک نیاز: آیا تاکنون چیزی در مورد سلسله نیازهای مازلو شنیده اید؟ در هرم نیازهای مازلو، می توان با انواع نیازهای انسان، اعم از خوراک، پوشاک و سرپناه و نیز برخی نیازهای متعالی تر آشنا شد. کمی فکر در مورد نیازهای انسانی، می تواند ذهن را به سمت هزاران ایده بکر و خلاقانه رهنمون نماید. (سلسله مراتب نیازهای مازلو، غالباً به صورت یک هرم نشان داده می شود. در سطوح پائین تر هرم، ابتدایی ترین و پایه ای ترین نیازها و در بالاترین سطح هرم، نیازهای پیچیده تر قرار دارند. این هرم، از پنج طبقه اصلی تشکیل شده است که به ترتیب عبارتند از: نیازهای زیستی مانند خوراک، پوشاک و مسکن، نیازهای امنیتی، نیازهای اجتماعی یا احساس تعلق

و محبت، احترام و در نهایت، خودشکوفایی. به طبقه‌بندی مذکور، دو نیاز «کسب دانش و شناخت و درک پدیده‌ها» و نیز «نیاز به نظم و زیبایی» نیز اضافه شده است که قبل از نیاز به خودشکوفایی قرار می‌گیرند.

۷- تجربه‌های بیشتری کسب نمایید: در هر زمینه‌ای که فعالیت می‌نمایید، سعی کنید از محدوده و دامنه فعالیت خود خارج شوید و تجربه‌های بیشتری کسب کنید. کسب تجربیات بیشتر در هر زمینه‌ای، می‌تواند دید شما را وسیع نموده و ایده‌های جدیدی درون ذهن شما ایجاد کند.

## مسیرهای خلق ایده

منبع خلق ایده جدید، هر چه که باشد، می‌توان مسیر ایده‌پروری را در سه دسته کلی ایده‌پردازی اتفاقی، ایده‌پردازی درونی و ایده‌پردازی تعمدی و آگاهانه جای داد. ایده‌های اتفاقی یا خود به خودی، حین یک مکالمه دوستانه، پشت فرمان خودرو و یا در حمام به ذهن شما خطور می‌نماید. این نوع از خلق ایده، بسیار هیجان‌انگیز و همراه با کمی خیال‌پردازی در مورد ارزش تجاری ایده خواهد بود؛ به طوری که صاحب ایده فکر می‌کند که این ایده تاکنون به ذهن هیچ‌کس خطور نکرده و بهترین راه برای پولدار شدن خواهد بود. این در حالی است که در بسیاری از مواقع، این ایده قبلاً وجود داشته است. آیا در این مرحله باید متوقف شد؟ مسلماً خیر، شاید بتوان آن ایده را به یک راهکار بهتر نسبت به راه‌حل‌های فعلی بدل نمود. پس هیچ ایده‌ای را به سادگی دور نیندازید.

مسیر دوم خلق ایده، به موقعیت شغلی فرد و خلق یک ایده در خلال انجام وظایف شغلی اشاره دارد. تصور نمایید که شما به مدت چند سال بر روی یک نرم‌افزار سازمانی برای شرکت‌های هواپیمایی کار کرده و متوجه برخی شکاف‌ها یا فرصتهایی برای توسعه محصول شده باشید، در صورتی که کارفرما به دلایل مختلف، حاضر به اولویت قرار دادن آن نبوده و از سوی دیگر، شما نیز در خودتان ببینید که این ایده را اجرایی نمایید. پس شروع به جمع‌آوری اطلاعات، یادگیری و توسعه ایده نموده و سعی در تجاری‌سازی آن خواهید کرد.

مسیر سوم برای خلق ایده را ایده پردازی تعمدی یا آگاهانه می‌نامند که به تمایل و قصد جدی فرد برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید و ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه اشاره دارد. شاید دو مسیر نخست، نوعی خلق ایده ناخواسته باشد؛ ولی افرادی که در دسته سوم جای می‌گیرند، شاید در ابتدای امر، هنوز ایده‌ای نداشته باشند. نکته مهم این است که آن‌ها عزم جدی برای خلق و پرورش ایده و راه‌اندازی کسب‌وکاری مبتنی بر آن دارند.



## تکنیک‌های تولید ایده

به‌طور کلی، کارآفرینان ایده‌های بیشتری در مقایسه با فرصت‌های پیش روی خود خلق می‌نمایند. این امری بدیهی است، چرا که بسیاری از ایده‌ها، در راستای یافتن بهترین راه برای استفاده از فرصت، توسعه می‌یابند و به ازای هر فرصت، مجموعه‌ای از ایده‌ها ممکن است به وجود آید. تکنیک‌های متعددی برای تحریک خلاقیت و تسهیل در فرآیند تولید ایده وجود دارد که می‌توان از آن‌ها استفاده نمود؛ در ادامه با برخی از آن‌ها آشنا خواهید شد:

الف) طوفان فکری «Brain Storming»: روش طوفان فکری، یک ابزار شناخته شده است که به شما در ایجاد راه‌حل‌های خلاقانه برای حل مسئله کمک می‌نماید. روش طوفان فکری، به‌ویژه هنگامی بسیار مفید است که شما بخواهید سنت‌شکنی نموده و الگوهای تفکر تثبیت‌شده را تغییر دهید، طوری که بتوانید به روشی نو به همه چیز بنگرید. این تکنیک که نخستین بار توسط یک مدیر تبلیغاتی به نام «آدکس اسبورن» در دهه ۱۹۵۰ میلادی ابداع شده است، مبتنی بر یک فرآیند ارتباطی میان گروهی کوچک از افراد است که هدف از آن، خلق مجموعه‌ای بزرگ از ایده‌های جدید و نوآورانه است. برای این کار، فضایی باز و غیرساختارمند در پیش رو است، تا به اعضای گروه مجال دهد که ایده‌های خود را (هر چند تخیلی و غیرعملی) به‌طور آزادانه مطرح نمایند. در این روش، رهبر گروه از افراد می‌خواهد تا ایده‌های خود را بیان نموده و سپس بر مبنای تعامل بین افراد، هر یک

از ایده‌ها بررسی و اصلاح شده و در نهایت، ایده‌های کاربردی و جالب، به‌عنوان خروجی جلسه طوفان فکری فهرست می‌شود.

ب) گروه‌های متمرکز: در این روش، مجموعه‌ای از افراد در یک شکل ساختاریافته و تحت نظارت رهبر گروه، اقدام به ابراز نظرات خود در مورد ایده‌های موجود می‌نمایند. گروه‌های متمرکز، یک منبع عالی برای رصد ایده‌ها و مفاهیم و غربالگری آن‌ها است.

ج) مشاهده: استفاده از این تکنیک، به معنای پاسخ به برخی سؤالات در یک موضوع یا چالش خاص است که می‌تواند ایده‌هایی جدید برای رفع و یا بهبود راهکارهای موجود ارائه دهد. «مردم یا سازمان چه چیزی را می‌خرند؟»، «آن‌ها چه می‌خواهند و نمی‌توانند بخرند؟»، «آن‌ها چه چیزی را می‌خرند و دوست ندارند؟»، «خرید در کجا، چگونه و در چه زمان‌هایی انجام می‌گیرد؟» و «چه نیازهای دیگری ممکن است وجود داشته باشد؟»، از مهم‌ترین پرسش‌هایی است که باید به آن‌ها پاسخ داد.

د) نظرسنجی: این روش در سال ۱۹۹۴ میلادی، از سوی «زیکموند» پیشنهاد شده است و شامل فرآیند جمع‌آوری داده‌های اطلاعاتی از یک جامعه نمونه بوده که توصیف‌کننده کل جامعه هدف است. برای اخذ نظرات، می‌توان از پرسشنامه، مصاحبه چهره به چهره، مصاحبه تلفنی و ... استفاده نمود.

ه) روندهای نوظهور: جمعیتی را تصور نمایید که تقاضا برای یک محصول یا خدمت قدیمی و موجود در بازار را شکل داده‌اند. حال، همین جمعیت می‌تواند به‌عنوان ایجاد کننده یک تقاضای جدید برای محصولات و خدمات جدید محسوب شود. رصد دقیق نیازهای مرتبط با تقاضای موجود و روند تغییر در آن، می‌تواند به‌عنوان یک منبع بسیار عالی برای تشخیص فرصت‌های بازار و ایده‌های لازم برای استفاده از فرصت محسوب شود.

و) تحقیق و توسعه: تحقیق را می‌توان یک فعالیت برنامه‌ریزی شده برای کشف دانش جدید دانست که با امید به توسعه محصولات و خدمات جدید و یا بهبود یافته، همراه است. تحقیق در زمینه روش‌های جدید و نیز مهارت‌های مرتبط با موضوع، می‌تواند به کارآفرینان کمک نموده تا عملکرد خود برای ارائه محصولات و خدمات بهتر را افزایش دهند.

ز) نمایشگاه‌های تجاری و جلسات تخصصی کسب‌وکار: این راهکار، برای بررسی محصولات دارای پتانسیل رقابتی، کشف روند تغییر در محصول یا خدمت موجود در بازار و شناسایی محصول یا خدمت بالقوه، بسیار مناسب است.

## ارزیابی ایده

در بخش پیشین، پیرامون ویژگی‌های یک ایده خوب، منابع آن و تکنیک‌های خلق ایده صحبت شد. تصور نمایید که یک ایده خوب یافته‌اید، برای توسعه ایده‌های کسب‌وکار خود، بهتر است که اقدامات زیر را با دقتی زیاد دنبال نمایید:

۱- شناسایی ارزش‌افزوده ناشی از ایده کسب‌وکار

۲- بحث و گفتگو پیرامون محصولات و خدمات مبتنی بر ایده با تأکید بر مشتریان بالقوه

۳- ارزیابی بازار با استفاده از یک تحقیقات بازار عمیق

- تقسیم‌بندی بازار از منظر قیمت، مکان جغرافیایی، کانال‌های توزیع و ...؛
- بخش‌های هدف‌گذاری؛
- اندازه و ابعاد بخش‌های هدف‌گذاری شده و روند تغییرات آن‌ها؛
- ساختار قیمت‌گذاری؛
- سهم بازار بالقوه.

۴- آنالیز دقیق رقبا

- شناسایی تمامی رقبای موجود در بازار؛
- شناسایی رقبای بالقوه؛
- تحلیل موفقیت و چرایی آن؛
- پیش‌بینی واکنش رقبا به ورود شما به بازار؛
- مزیت‌ها و نقاط تمایز شما برای گرم کردن تنور رقابت و موفقیت در آن.

۵- بررسی استراتژی‌های استارت‌آپی در زمان راه‌اندازی کسب‌وکار

- بررسی امکان کار در منزل و یا فعالیت پاره‌وقت؛
- اتحادهای استراتژیک؛
- اخذ یک کسب‌وکار موجود؛
- نحوه تأمین تجهیزات؛
- مکان پیاده‌سازی ایده کسب‌وکار؛
- بازاریابی و تحریک فروش.

#### ۶- تدوین برنامه‌های مالی و ترسیم نقشه راه

- برآورد فروش؛
- هزینه‌های احتمالی؛
- مدیریت جریان درآمدی.

#### ۷- تهیه یک برنامه عملی مختصر و ارزیابی انتقادی ایده

- آیا می‌توان سرمایه کافی تأمین نمود؟
- آیا مکان مدنظر در دسترس است؟
- نحوه تیم‌سازی و استخدام کارکنان؛
- روش‌های بازاریابی و فروش.

یکی از نکات بسیار مهم در زمینه ارزیابی ایده کسب‌وکار، توجه به موضوع تأمین مالی و بازنگری در ایده

کسب‌وکار بر مبنای ارزیابی‌های مالی مرتبط است. برای این کار، باید برآوردی دقیق از میزان سرمایه مورد نیاز

برای اجرایی نمودن ایده و روش‌های تأمین آن داشته باشیم.

این که از چه کسانی و یا چه مؤسسات حمایتی می‌توان برای جذب سرمایه کمک گرفت، یکی از نکات کلیدی در ارزیابی واقع‌بینانه ایده کسب‌وکار است. بحث تأمین مالی و جذب سرمایه، به‌ویژه در کسب‌وکارهای نوآورانه و مبتنی بر فناوری، با پیچیدگی‌هایی همراه است که موجب می‌شود از طرق معمول، نظیر دریافت وام از بانک یا مؤسسات مالی امکان‌پذیر نباشد. در این موارد بهتر است از فرشتگان کسب‌وکار و شرکت‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر کمک گرفته شود تا علاوه بر تأمین سرمایه لازم برای توسعه و تجاری‌سازی فناوری، از تخصص، مهارت و تجربه آن‌ها برای رفع موانع پیش رو استفاده شود. گفتنی است، امروزه برخی از روش‌های نوین تأمین مالی، نظیر سرمایه‌گذاری جمعی نیز به طور گسترده از سوی فناوران و استارت‌آپ‌های مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته برای جذب سرمایه مورد نیاز، بکار گرفته می‌شود.

یک کارآفرین، باید بداند که علاوه بر سرمایه اولیه، چه مدت زمانی طول خواهد کشید تا به سوددهی برسد؟ در طی این مدت که با نوعی زیان انباشته مواجه خواهد شد، مدیریت منابع مالی می‌بایست به چه صورتی انجام گیرد؟ برآورد دقیق نقطه سربه‌سر، به‌عنوان نقطه عطف ورود کسب‌وکار به سودآوری و نرخ بازگشت سرمایه پس از این نقطه زمانی، از مهم‌ترین مواردی است که شما به‌عنوان فردی که می‌خواهید یک ایده کسب‌وکار را تجاری‌سازی نمایید، باید در نظر داشته باشید.

هنگامی که کار توسعه ایده به پایان رسید، زمان آن فرا می‌رسد که ایده را ارزیابی نموده و سپس یک برنامه‌ریزی جامع برای اجرا و پیاده‌سازی آن، تدوین نمایید. در ارزیابی ایده، نیاز به اطلاعات است و این اطلاعات

که در متقاعدسازی سرمایه‌گذاران بالقوه و یا بانک‌ها و سایر مؤسسات مالی یاری‌دهنده خواهند بود، از راه‌های مختلفی به دست می‌آیند. در این راه، کارشناسان و متخصصین حوزه کسب‌وکار، نمایشگاه‌ها و انجمن‌های تخصصی، منابع کتابخانه‌ای و اینترنت، شرکت‌های مشاور کسب‌وکار و نیز شرکت‌های فعال در حوزه تحقیقات بازار، از مهم‌ترین منابع برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز محسوب می‌شوند.

اقدام تمرینی دوم: حداقل سه منبع اطلاعاتی که فکر می‌کنید می‌تواند به توسعه کسب‌وکار شما کمک می‌نماید را فهرست کنید و سپس، مهم‌ترین عناصر اطلاعاتی که می‌بایست از طریق منابع یاد شده در مورد آن‌ها اطلاعاتی کسب نمایید را مشخص کنید.

## تجزیه و تحلیل فرصت‌ها

اگر یک کارآفرین یا فرد علاقه‌مند به راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید، مراحل ذکر شده در بالا را دنبال نموده باشد، احتمالاً دو یا سه ایده جدید، برای بررسی بیشتر در اختیار دارد. نکته کلیدی این است که یک ایده خوب، لزوماً یک فرصت ارزشمند به حساب نمی‌آید. بنا بر مطالعات انجام گرفته، یک فرصت را می‌توان بر اساس چهار ویژگی کلیدی تعریف نمود:

- جذابیت؛
- دوام؛
- زمان مناسب؛
- وجود یک محصول یا خدمت نهایی که ارزش افزوده برای کاربر ایجاد می‌نماید.

تجزیه و تحلیل فرصت‌ها، به شما کمک نموده تا دریابید که آیا ایده‌های کسب‌وکار منتخب شما، دارای پتانسیل

تجاری‌سازی واقعی هستند یا خیر. این پرسش، یکی از چالش‌های اصلی پیش روی کارآفرینان است که می‌توان

آن را با رویکردی سیستماتیک، رفع نمود. دو سؤال اساسی که باید به آن‌ها پاسخ داده شود، عبارتند از:

- آیا تقاضای کافی برای محصول یا خدمت مورد نظر وجود دارد؟
- آیا محصول یا خدمت مذکور می‌تواند سودآور باشد؟

برای آنالیز دقیق‌تر فرصت، بهتر است از رویکرد پنج مرحله‌ای زیر استفاده شود:

### **فاز اول: شناسایی فرصت‌ها:**

در این مرحله، باید بدانیم که چه عوامل و فاکتورهایی می‌توانند فرصت‌های کسب‌وکار را ایجاد نمایند. این

فاکتورها، می‌تواند طیف وسیعی از عوامل محیطی کسب‌وکار را در بر گیرد که از مهم‌ترین آن‌ها، می‌توان به سه

دسته اصلی «فناورانه» (منسوخ شدن فناوری فعلی و جایگزینی آن، کاربردهای مرتبط با بازارهای حاشیه‌ای و

جایگزینی زیرساخت‌ها)، «اقتصادی» (کاهش هزینه، منافع حاصل از بهره‌وری و خدمات مطلوب) و «جمعیتی»

(تولید فناوری و تغییرات بازار از منظر تقاضا) اشاره نمود. مجموعه این عوامل، می‌تواند منجر به ایجاد



استانداردهای صنعتی جدید، مقررات و دستورالعمل‌های حمایتی دولتی متفاوت و نیز تغییر در بازار تقاضا شود که فرصت‌های جدیدی را پیش روی کارآفرینان قرار می‌دهد.

### فاز دوم: بررسی نیاز از طریق تحقیقات بازار

برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار و عرضه محصول یا خدمت جدید به بازار، باید نیاز بازار با توجه به فرصت‌های شکل گرفته، ارزیابی شود. برای این کار، باید تحقیقات بازار مبتنی بر ایده مدنظر انجام گیرد که شامل موارد زیر است:

- برخی پرسش‌های مقدماتی مطرح شود: «آیا محصول یا خدمت، به نیاز مشتریان پاسخ می‌دهد؟»، «نقاط تمایز محصول یا خدمت شما در مقایسه با محصولات و خدمات رقبا چیست؟»، «حفاظت» (محصول نیاز به حفاظت از طریق سیستم پتنت یا کپی‌رایت دارد؟)، «بسته‌بندی و تبلیغات» (تبلیغات و بازاریابی چگونه انجام می‌گیرد؟)، «هزینه» (هزینه‌های اولیه و نیز هزینه‌های فاز توسعه محصول به چه میزان است؟) و «فروش» (توزیع محصول و روش‌های فروش چگونه خواهد بود؟).
- آماده‌سازی مجموعه داده‌ها که شامل جمع‌آوری داده‌های اولیه از طریق نظرسنجی و مشاهدات و نیز استفاده از داده‌های ثانویه، مانند آمار و اطلاعات موجود در نشریات و ادارات مختلف است.
- بررسی و تجزیه و تحلیل داده‌ها و تفسیر نتایج.

### فاز سوم: توسعه برنامه کسب‌وکار

پس از شناسایی یک فرصت تجاری و بررسی دقیق آن، باید یک طرح کسب‌وکار مناسب برای آن طراحی و تدوین نمود. پیاده‌سازی یک طرح کسب‌وکار، در عمل با مشکلات پیش‌بینی نشده‌ای همراه خواهد بود و برای

همین، نیاز به تعهد و مسئولیت‌پذیری زیاد از سوی کارآفرینان خواهد داشت. پایداری و استقامت در برابر مشکلات، می‌تواند رمز موفقیت در تجاری‌سازی ایده جدید تلقی شود.

### **فاز چهارم: تعیین منابع مورد نیاز**

برای اجرای یک ایده استارت‌آپی مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته، منابع قابل توجهی مورد نیاز خواهد بود. این منابع، عمدتاً از طریق خود بنیان‌گذاران قابل تأمین نبوده و می‌بایست از راه‌های دیگر برای جذب سرمایه استفاده نمود. البته منظور از منابع، چیزی بزرگ‌تر از منابع مالی صرف بوده و طیف وسیعی از شبکه‌های ارتباطی، مهارت‌ها و تخصص‌های فنی، مهارت‌های مدیریتی، تیم کاری مناسب و ... را در بر می‌گیرد.

### **فاز پنجم: مدیریت ویژگی‌های متمایز و برجسته کسب‌وکار**

تا به اینجای کار، ایده‌ای مناسب بر مبنای یک فرصت شناسایی شده در بازار، در اختیار شما قرار داشته، تا بتوانید بر اساس طرح کسب‌وکار تدوین‌شده، به پیاده‌سازی و اجرای آن بپردازید. با این حال، موفقیت در این اقدام، منوط به مشخص نمودن قابلیت‌های محوری کسب‌وکار و توسعه ویژگی‌هایی است که مزیت رقابتی پایدار برای شما ایجاد می‌نماید. «برنامه‌ریزی دقیق در مقولاتی نظیر پیش‌بینی موانع، شناسایی شرکای استراتژیک و اتخاذ استراتژی هوشمندانه قیمت‌گذاری»، «آمادگی لحظه‌ای برای ارائه راهکارهای رقابتی» و نیز «جذب و

توسعه منابع ارزشمند دانشی، مانند استخدام نیروهای ماهر جدا شده از شرکت‌های بزرگ فناور»، از مهم‌ترین مواردی است که باید به آن‌ها توجه داشت.

## آینده ایده پردازی

آفرینش ایده‌های نو و طرح افکار نوین محصول کارکردهای شناختی و عصبی فردی است. میزان تکامل یافتگی نیمکره‌های مغز و سامانه عصبی در هر فرد عاملی تعیین کننده در سطح و میزان ادراک و شناخت محیط و پردازش ذهنی دریافت‌های حسی است. هر ایده یا اندیشه نوینی بر اثر پردازش ذهنی و یافتن ارتباط‌ها و تمایزهای موجود و بالقوه میان عناصر طبیعی حاصل می‌شود. فرآیند پردازش ذهنی متأثر از عوامل طبیعی سامانه عصبی و آموخته‌ها و مهارت‌های فردی است. بر این اساس در بحث پیرامون ایده پردازی با دو جنبه زیست‌شناسی سامانه عصبی و ظرفیت‌های آموزش انسانی رو به رو هستیم.

گروهی از پژوهشگران که در حوزه علوم انسانی و اجتماعی فعال هستند به کارکردهای نظری مطرح در شناخت و ادراک انسان می‌پردازند. مهارت‌ها و روش‌های تفکر، خردورزی، کنجکاوی، یادگیری، پرسشگری و دیگر مباحثی از این دست همگی در این بخش مطرح می‌شوند. اما بخش دیگر یعنی جنبه زیست‌شناسی و عصب شناختی سامانه عصبی که در پردازش ذهنی و ایجاد افکار موثر است، مورد مطالعه عصب‌شناسان و دانشمندان علوم اعصاب قرار دارد. اگر این سامانه را به عنوان ابزار تفکر در انسان در نظر بگیریم، میزان کارایی این ابزار نقش و تأثیری مستقیم در شکل محصول نهایی یعنی "ایده" و "فکر" دارد.

به بیانی دیگر هر قدر از سامانه عصبی کامل تری برخوردار باشیم، صاحب افکار و ایده های برتری خواهیم بود. ممکن است سامانه عصبی کنونی انسان کامل به نظر برسد، اما واقعیت این است که همین سامانه عصبی نیز به مرور زمان مسیر تکاملی را پیموده است و انسان امروزی نسبت به انسان چندین هزار سال پیش از سامانه عصبی تکامل یافته تری برخوردار است. طبیعی است که راه این تکامل مسدود نیست و تا آینده ای نامعلوم امتداد دارد. این که انسان های هزاره های پیشین از تکامل نسبی سامانه عصبی برخوردار بوده اند یا خیر قابل بررسی است و مطالعاتی که تاکنون صورت گرفته نشان می دهد به مرور زمان تمرکز کارکرد مغزی در نسل های مختلف از یک نیم کره به نیمکره دیگر انتقال یافته است.

در نسل کنونی بشر سمت راست مغز کنترل کننده توانایی های فضایی، درک و احساس هنرمندانه و افکار خلاقانه و مبتکرانه است. نیمکره راست مغز است که مسایل را به طور کلی و کل نگرانه مجسم و ادراک می کند. به عبارت دیگر، شما مایلید به جای مشاهده جزییات سازنده و تشکیل دهنده، تصویر اصلی و بزرگ را ببینید. به همین شکل، نیمکره راست مغز است که یک الگوی کلی را از قطعات جزیی و فردی بازسازی می کند و نقطه نظرات و نگرش های جدید را به وجود می آورد. می توان تصور نمود که نیمکره راست به طور کلی محل آفرینش ایده های نو و ایده پردازی است.

یک شخص راست مغز، از استعداد هنر و موسیقی برخوردار است و به کند و کاو در آداب، مناسک، تشریفات، آیین، شعائر، عرفان و تصوف علاقه خاصی دارد. افراد راست مغز، عمدتاً مایلند به شیوه های خلاقانه و ناخودآگاه مسایل جدید را یادگیرند و همین به واکنش های احساسی و عاطفی نسبت به شرایط و موقعیت های تحلیل گرایانه منجر می شود. در بسیاری از موارد، چنین افرادی وقتی پاسخی صحیح یک سؤال یا مشکل را دریافت می کنند، بدون آن که بفهمند این پاسخ چگونه حاصل شده است، به شهود و الهام (حس ششم) خودشان تکیه

می‌نمایند.

نیمکره چپ مغز مسایل را به صورت سلسله وار تجزیه و تحلیل می‌کند، در حالی که نیمکره راست به ندرت چنین پردازشی را انجام می‌دهد. در نتیجه، اشخاص راست مغز، بدون آن که اولین کار را به اتمام برسانند، مایلند از این شاخه به آن شاخه بپرند و به سراغ کار دیگری بروند. شاید این یک نقطه ضعف محسوب، اما به نوبه خود منشاء نوآوری نیز می‌تواند به شمار آید. چنین افرادی گاهی اوقات خود را با کارهای متعدد ناتمامی مواجه می‌بینند.

با آنکه دو نیمکره مغز عملکرد یکپارچه ای دارند و در همکاری تنگاتنگی با یکدیگر می‌باشند، اما از جنبه های گوناگونی با یکدیگر تفاوت دارند. افراد نیز از نظر آن که کدام نیمکره مغزشان بر افکار و پردازش اطلاعات مغزشان سیطره دارد با یکدیگر تفاوت دارند. اکنون به تفاوت‌های ذهنی دو نیمکره مغز می‌پردازیم:

ویژگی های افراد نیمکره راست مدار:

• دیداری- تمرکز بر تصاویر و الگوها.

• درک مستقیم و شهودی- پیروی از احساسات.

• حافظه تصویری- توسط یادداشت و یا ترسیم موضوعات می‌توان آنها را به خاطر سپرد.

• پردازش افکار به طور همزمان صورت می گیرد.

• اطلاعات را به یکدیگر ارتباط می دهد.

• ابتدا به کلیات و سپس به جزئیات می پردازد.

• سازمان نیافته می باشد.

• تداعی آزاد دارد.

• بسیار در جستجوی استدلال بوده و به دنبال علل قوانین می باشد.

• فاقد حس زمان می باشد.

• در تلفظ و یافتن واژه ها مشکل دارد.

• از لمس اشیاء لذت می برد.

• در اولویت بندی مشکل دارد. واکنشی و بدون اندیشه اقدام به کاری می کند.

• هنگام صحبت کردن دستان خود را حرکت می دهد.

• به چگونگی بیان سخن توجه می کند و نه به مضمون آن.

ویژگی های افراد نیمکره چپ مدار:

• شفاهی - تمرکز بر واژه ها، نمادها و ارقام.

• تحلیل گر - پیروی از منطق.

• برای بخاطر آوردن از واژه ها سود می برد - اسامی را به جای چهره ها بخاطر می سپارد.

• پردازش افکار به طور متوالی و ترتیبی صورت می گیرد - مرحله به مرحله.

• استنتاج منطقی از اطلاعات به عمل می آورد.

• ابتدا جزئیات را بررسی کرده سپس به کلیات دست می یابد.

• بسیار سازمان یافته می باشد.

• علاقه مند به تهیه فهرست و برنامه ریزی است.

• معمولاً بدون تحقیق و کورکرانه از قوانین تبعیت می کند.

• در پیگیری و حفظ زمان کارآمد است.

• تلفظات و فرمولهای ریاضی به سهولت به خاطر سپرده می گردند.

• از مشاهده اشیاء لذت می برد.

• از پیش برنامه ریزی می کند.

• هنگام سخن گفتن به ندرت از اشارات و حرکات دست استفاده می کند.

• به مضمون سخن توجه می کند و نه به چگونگی بیان آن.

ناگفته نماند که تفاتهای دیگری نیز میان مغز زنان و مردان یافت شده است که مهمترین آنها شامل این موارد است:

• سلولهای مغزی در مردان ۴٪ بیشتر از زنان می باشد. مغز مردان ۱۰۰ گرم سنگین تر از مغز زنان می باشد.

• ارتباطات میان سلولهای مغزی در زنان بیشتر از مردان می باشد.

• انتقال اطلاعات میان دو نیمکره مغز در زنان با سرعت بیشتری انجام می گیرد.



• زنان تقریباً به هر دو نیکره مغزشان دسترسی دارند اما مردان عمدتاً از نیمکره چپ مغزشان استفاده می کنند.

• طول نخاع در مردان اندکی طولی تر از زنان می باشد.

از آنجایی که میان کارکردهای نیم کره راست و چپ مغز تمایزهای آشکاری وجود دارد، انتقال کارکردهای ذهنی از یک نیم کره به نیم کره دیگر به مرور زمان و بر اثر تکامل در شیوه تفکر و محصولات فکری یعنی "ایده ها" تاثیر به سزایی دارد. انسان هایی که نیم کره راست مدار هستند، به طور بالقوه می توانند پردازش ذهنی قدرتمندتری داشته باشند. شکی نیست که این موضوع تنها جنبه طبیعی و زیستی قضیه است و همان گونه که پیشتر ذکر شد، جنبه های آموزشی و اجتماعی نیز حایز اهمیت هستند. به بیانی دیگر باید با استفاده از آموزش مهارت های تفکر و خردورزی زمینه های بالقوه تفکر را تقویت و فعال سازی نمود.

اکنون این پرسش مطرح می شود که آینده ایده پردازي چگونه خواهد بود؟ روشن است که سامانه عصبی انسان به صورت تدریجی و خیلی آرام مسیر تکاملی خود را همچنان طی می کند و بسیاری از تغییرات آینده در شیوه تفکر و ایده پردازي انسان مرهون همین تکامل تدریجی خواهد بود. اما پایش در روندهای موجود نشان دهنده آن است که بخشی از تلاش پزشکان و عصب شناسان با همراهی کارشناسان ژنتیک با هدف ارتقای کارکردهای عصبی و سامانه های شناختی و ادراکی انسان صورت می گیرد. تاکنون آینده های گوناگونی برای ادامه این کوشش ها تصور شده است که برخی از آنها ممکن است در حال حاضر قدری علمی – تخیلی به نظر برسد. حتا آنچه که تاکنون با عنوان حس ششم از آن یاد شده است، اینک در آستانه شناسایی قرار گرفته است و آثاری از آن در بررسی هایی که پیرامون گسترش آگاهی صورت گرفته است، مشاهده شده است. شناخت گروهی از آرایه های ژنتیکی که شکل دهنده ویژگی های عصب شناختی و ادراکی هستند، کانون مطالعه کارشناسان دانش

ژنتیک شده است. در همین حال بکارگیری علوم و فناوری های الکترونیک و نانو مقیاس و ابداع ریز تراشه های پر قدرت و فوق سریع و گنجاندن آنها در حوزه های عصبی شکل پیچیده و در همان حال تکامل یافته ای از این سامانه ها را برای انسان های عصر جدید پدید آورده است.

این احتمال وجود دارد که در آینده ای نه چندان دور با شکلی بسیار تکامل یافته از ادراک و ایده پردازی رو به رو شویم که ممکن است اینک برای "ابر انسان ها" یا "فرا انسانها" قابل تصور باشد. روشن است که ترکیبی از تکامل طبیعی سامانه عصبی افزون بر به کارگیری فناوری های فوق پیشرفته شیوه اندیشیدن و ایده پردازی را در دهه های آینده تغییر خواهد داد و در آن زمان با انسانهایی بسیار هوشمند و فکور مواجه خواهیم شد. انسانی هایی که با آفرینش ایده های نو افق های تازه ای از اندیشمندی را ظاهر خواهند ساخت و به چیزهایی خواهند اندیشید که ما هرگز حتا تصور آنها را نیز به ذهن خود نیاورده ایم.

## اسرار تفکر خلاق نیکلا تسلا

نیکلا تسلا مانند توماس ادیسون شناخته شده نیست ولی کسانی که او را می شناسند، معتقدند که این نابغه مخترع از ادیسون هم پیشی گرفته است. او فاقد دانایی بازاریابی ادیسون بود ولی چشم انداز او سطوح جدیدی را برای شناخت انسانی بازگشایی کرد. حتی امروزه، بازنگری به ایده های او برای دستیابی به یک سیستم انرژی آزاد طبیعی و نجات محیط زیست و کره زمین و تجدید حیات، بهره گیری می شود.

تسلا نخست در ۱۸۸۴ وارد آمریکا گردید و در ۳۰ جولای ۱۸۹۱ به تابعیت رسمی ایالات متحده آمریکا در آمد. وی نخست مدتی در نیویورک زندگی کرد و برای توماس ادیسون کارهای مهندسی انجام می داد.

اما مدتی بعد بدلیل مخالفت ادیسون با پرداخت و افزایش حقوق تسلا (که هفته‌ای ۲۵ دلار برای کارهای زیربنایی شرکت ادیسون بود) از مقام خود استعفا داد. ادیسون حاضر نبود به نظرات تسلا در مورد برق متناوب توجهی کند، و برق جریان مستقیم را برتر از جریان متناوب می دانست. ادیسون در اواخر عمر خود البته از این تصمیم خود پشیمان گشت.

تسلا در حالی نظریات برق جریان متناوب چند فازه خود را تکمیل کرد که در کانال ها برای ادیسون بیل می زد. وی در سال ۱۸۸۸ طرحی نوین از موتور القایی را برای انجمن مهندسان برق و الکترونیک معرفی کرد.

این متن تنها یک نتیجه گیری از برخی اسرار تفکر خلاق شگرف تسلا است و آنچه، پس از گذشت یک قرن، باعث فعالیت و گسترش ایده هایی که امروزه هم در حال بهره برداری و مطالعه قرار می گیرد و اینکه چه چیزهایی می تواند ما را از تقلید سبک اندیشه تسلا برای آزادسازی و شناخت توانایی های فوق العاده و خلاق خودمان آگاه سازد.

نیکلا تسلا دارای تفکر تصویری خارق العاده ای بود. هرگاه که ایده جدیدی برای اختراع یک ماشین بدست می آورد، توانایی چیدن و راه اندازی آن و همچنین اجرا و چگونگی کارکرد آن ماشین را در ذهن خود نیز داشت.

هوشمندی فوق العاده دقیق تسلا، در نتیجه توسعه ظرفیت توانایی ذهنی او بود. این امر در هنگام ساختن نخستین نمونه ماشین جدیدی که در حال پایه ریزی آن بود، تایید شد. او دقیقا چگونگی کارکرد آن ماشین را می دانست زیرا که آن را در "آزمایشگاه ذهن" خود تجربه کرده بود.

به نظر می‌رسد که توانایی‌های عجیب و قدرتمند نیکلا تسلا از سنین کودکی او شروع شد. شاید یک نوع خودگرایی در کودکی باعث این شد که او این توانایی‌ها را بدست آورد. باقی ما انسان‌های معمولی؛ با تمرین، توانایی توسعه قدرت تجسم خود را بالا می‌بریم. هیچ چیزی چشم سوم تصور شما را مثل تمرین جریان تفکر تصویری افزایش نخواهد داد.

تسلا در مورد روش تفکر تصویری خود اینگونه توضیح می‌دهد: "روش من متفاوت است. من هیچ عجله‌ای برای ورود به حوزه کاری ندارم. هنگامی که یک ایده جدید به ذهنم می‌رسد، در تخیل خود شروع به ساختن آن می‌کنم و دستگاه را در ذهنم راه اندازی و تکمیل می‌نمایم. هنگامی که اختراع خود را به اتمام رساندم و از هرگونه تکمیل کردن آن فارغ شدم و هیچ ایراد و اشکالی در آن ندیدم، آنگاه است که آن را به مغز خود ارائه می‌دهم تا محصول نهایی را به انجام برسانم".

### یک نابینا می‌تواند چگونگی دیدن را بیاموزد

نمونه‌ای از یادگیری چگونگی گسترش فوق‌العاده قدرت تجسم؛ "مارک تیو" است که نابینا دنیا آمده. در سال ۱۹۸۴ او کتاب خارق‌العاده "یادگیری بزرگ" را با خط بریل (خط ویژه نابینایان) خواند و متوجه شد، چیزهایی را که نیاز دارد در این کتاب موجود است. او شروع به یادگیری و تمرین تکنیک‌های آموزش سریع و حرفه‌ای برنامه‌نویسی کامپیوتر کرد و طولی نکشید که به یک متخصص ماهر عیب‌یابی تبدیل شد و کافرمانش، پس از مدت کوتاهی، او را به مدیریت قسمت نرم‌افزار و برنامه‌نویسی ارتقاء دادند. در کتاب یادگیری بزرگ سال ۲۰۰۰، در مورد شیوه یادگیری او اینگونه نوشته شده: "با استفاده از مهارت‌های جدیدی که برای آرامش یافتن آموخته بود، شروع به تجسم همراه با موسیقی برای ساده‌سازی ارتباط با ذهن ناخودآگاهش کرد. او این روش را برای برنامه‌نویسی کامپیوتر، مناسب خود دید چون می‌توانست برنامه‌ها را به حافظه خود بسپارد و در ذهن خود آنها را ببیند. او می‌توانست ویروس‌ها را در برنامه‌هایش مشاهده کند و حتی، به چاپ برنامه‌هایش به زبان بریل نیز احتیاجی نداشت. او تمام برنامه‌ها را می‌توانست در ذهن خود براند".

## اهداف انسان دوستانه تسلا

نیکلا تسلا در یک بخش پر مشکل در جهان دنیا آمده و فقر، درد و رنج مردم فقیر را دیده بود. هنگامی که در امریکا سکنی گزید، تمرکز خود را بروی آرمان های انسان دوستانه آغاز کرد. او می خواست دنیا را به مکان بهتری تبدیل کند، یک مکان راحت تر برای زندگی انسان ها! او می خواست که تمامی مردم توانایی تماس از فاصله دور را با یکدیگر داشته باشند. او آرزو داشت که همه دارای شغل باشند و به تمامی منازل دنیا برق رایگان برساند که همه از انرژی طبیعی و رایگان، بتوانند ماشین آلات خود را بدون هزینه براه بیاندازند و از وسایل نقلیه عمومی رایگان استفاده کنند.

تسلا عقیده داشت که می توان الکتریسیته را به صورت بیسیم انتقال داد و در این راه سعی بسیار کرد اما موفق نشد. در فیلم حیثیت ساخته کریستوفر نولان؛ تسلا می تواند انرژی الکتریسته را بصورت بیسیم منتقل و حتی انسان را شبیه سازی کند.

او با اینکه به ثروت دست یافت اما تمام آن را صرف پژوهش علمی کرد، و در فقر و بدهکاری در نیویورک در یک اتاق در یک هتل درگذشت.

## ماموریت ما برای بدست آوردن خلاقیت بیشتر

ما نیز می توانیم از خلاقیت خود برای اهداف انسان دوستانه و آرمان های نیک استفاده کنیم. از ابتدای تمدن بشر تا امروز، انسان به خیرخواهی تمایل شدید داشته است. این خدمات می توانند جنبه ملی یا مذهبی و برای خدمت به خالق و مخلوق، خدمت به عشق و خانواده و یا اجتماع و حتی صلح و آشتی باشد. ما می توانیم با خلاقیت به مبارزه با مشکلات شخصی و جامعه خود بپاخوریم و جهان را به مکان بهتری تبدیل کنیم.

منابع

<http://www.creativethinkingwith.com/Nikola-Tesla-Creative-Thinking-Secrets.html>

## کارآفرینان برتر ایرانی

### خانم فرحناز مظفری

خانم فرحناز مظفری، کارآفرین موفق استان گلستان، در سال ۱۳۵۳ در روستای گمیشان از استان گلستان متولد شد. خانم فرحناز مظفری که اکنون ۳۱ سال دارد، مدیرعامل شرکت نخ و طناب مظفری و نیز مؤسس و عضو هیأت مدیره اتحادیه غیر دولتی زنان توانمند استان گلستان می‌باشد. وی در سال ۱۳۸۰ در جشنواره سراسری عذرا به عنوان زن نخبه کشور و در سال ۱۳۸۱ به عنوان زن توانمند استان و همچنین دبیر نمونه انتخاب گردید. خانم فرحناز مظفری از شرکت‌کنندگان در طرح ملی ترویج کارآفرینی و توان‌افزایی زنان کارآفرین بوده‌اند که در سال ۱۳۸۲ توسط خانه پژوهش نواندیش و با حمایت دفتر امور بانوان وزارت کشور اجرا شد.

این بانو صنعتگر نمونه سال ۱۳۸۴ نیز برگزیده شده است. خانم فرحناز مظفری برای احداث کارخانه و گرفتن مجوز همان سختی‌ها و مشکلاتی را که برای مردان وجود دارد پشت‌سر گذاشته است، اما مشکل اصلی او این دوندگی‌ها و کارهای اجرایی نبود، چون همه آن‌ها با تلاش و کوشش‌ها حل شد.

خانم **فرحناز مظفری** چندین بار به عنوان زن کارآفرین برتر استان انتخاب شده است، وی بر این باور است که زنان باید بدانند فعالیت اقتصادی اصلا ترسناک نیست و اگر مدیرهای خوبی باشند، بر همه مشکلات فائق می‌آیند، هرچند مشکلات هم در این راه کم نیست.

### خانم فرحناز مظفری و ایده کارآفرینی

خانم **فرحناز مظفری** می‌گوید: “در خانواده ما، تولید طناب سابقه کهن دارد، جد بزرگ من تاجر طناب بوده و در کار صادرات و واردات آن به شوروی سابق از طریق آستارا فعال بوده‌است. او عقیده داشت فرزندان از طریق صنعت پیشرفت خواهند کرد نه کشاورزی و دامپروری، عموی من نیز به فعالیت در زمینه نخ و طناب مشغول بوده‌است. من نیز با توجه به سابقه خانوادگی به پدرم پیشنهاد نمودم که سرمایه‌ای برای تاسیس کارخانه تولید طناب‌هاب صنعتی در اختیارم قراردهد و این ایده با استقبال پدرم روبه‌رو شد.”

### خانم فرحناز مظفری و حضور در جامعه سنتی

مساله یا مشکل اصلی او باورهای فرهنگی و باورهایی بود که حضور زنان را در عرصه اجتماع نمی‌پذیرفت. باورهایی که به عقیده خانم **فرحناز مظفری** در نهایت حس خطرپذیری اقتصادی زنان را تضعیف می‌کند و به آنان می‌قبولاند که در عرصه اقتصادی نمی‌توانند مدیران موفقی باشند، خانم **فرحناز مظفری** این باور را در منطقه‌اش تغییر داد و به عنوان اولین زن صنعت‌گر و کارآفرین موفق استان با وجود مشکلات میدان را خالی نکرد.

خانم **فرحناز مظفری** می‌گوید: “از آن‌جا که محیط کار ما بسیار سنتی بوده و آداب و رسوم سنتی داشت، در ابتدای امر اطرافیان، پدر مرا نکوهش می‌کردند که چرا سرمایه خود را در اختیار دختر خودش قرار داده است.

مشکلات دیگری هم بود. اما من از برخورد با مشکلات هراسی ندارم و معتقدم اگر کاری راحت به دست بیاید، راحت هم از دست خواهد رفت.”

خانم **فرحناز مظفری** زمانی را به یاد می‌آورد که برای اولین بار در شهر گمیشان رانندگی کرد. خانم **فرحناز مظفری** می‌گوید: ” باور کنید بلوایی به راه افتاد. من مجبور بودم هر روز برای رفتن به کارخانه ۲۵ کیلومتر را بپیمایم و این امر بدون خودرو غیرممکن بود. دوستان و نزدیکانم بارها به من گفتند که این کار را نکن و از خیر رانندگی و کارخانه‌داری بگذر؛ اما من بی‌توجه به همه این حرف‌ها، هر روز برای رفتن به کارخانه با ماشین خودم راهی می‌شدم. حالا نصف زنان شهر گواهی‌نامه گرفته‌اند و براحتی با ماشین در شهر رفت و آمد می‌کنند. اقتدار سبب می‌شود تا زنان ترس و دلهره را فراموش کنند. وی معتقد است که هر حرکتی حتی لحن سخن گفتن، در مدیریت تاثیرگذار است. گاهی با کسانی که تلفنی صحبت می‌کردم و مرا نمی‌شناختند نمی‌توانستند باور کنند من زنی جوانم و جدیتم مرا به زنان مسن شبیه می‌کرد.”

خانم **فرحناز مظفری** مهم‌ترین مشکل زنان شهر گمیشان و بندر ترکمن را حضور کم‌رنگشان در اجتماع می‌داند، خانم **فرحناز مظفری** می‌گوید: “همیشه در شهرم به زنانی که بخواهند در اجتماع حضور یابند و همپایه مردان فعالیت اجتماعی- اقتصادی داشته باشند با دیده تحقیر می‌نگرند و جامعه حضور آن‌ها را بسختی می‌پذیرد.”

### خانم فرحناز مظفری و سرمایه شروع کار

خانم **فرحناز مظفری** می‌گوید: “علاوه بر آن سرمایه ای که پدرم در اختیارم قرار داده بود، با استفاده از تبصره ۳ توانستم مبلغ ۴۳ میلیون تومان هم وام بگیرم و کار را آغاز کنم.”



خانم فرحناز مظفری در ادامه می گوید: “منابع مالی ما ۹۰٪ را تسهیلات بانکی تشکیل می داد که ۷۰٪ این تسهیلات از محل تبصره ۳ با سود ۱۷٪ بود و ۲۰٪ آن از سلف صنعتی تامین شده بود که مدت بازپرداخت سلفها ۷ ماهه و تبصره ۳، ۶ سال بود.

### خانم فرحناز مظفری و تحصیلات

خانم فرحناز مظفری می گوید: “دوره چهار ساله دبیرستان را در تربیت معلم گذراندم و بعد از اتمام آن در سال ۱۳۷۴ در رشته جامعه‌شناسی پذیرفته شده و وارد دانشگاه شدم. به علاوه دوره‌های کار با کامپیوتر را گذرانده‌ام که در مدیریت شرکت بسیار کمکم کرد. به طور کلی تحصیلات در حرفه ما بر دو محور علم و تجربه تأثیرگذار است. ولی من معمولاً برای انتخاب کارمندان از افراد بومی و غیر آشنا استفاده می کنم.”

### خانم فرحناز مظفری و شروع به کار

خانم فرحناز مظفری می گوید: “همزمان با تحصیل، تدریس نیز می کردم تا سرانجام در ۱۲ تیرماه ۱۳۷۷ با خاتمه یافتن امتحانات دانشکده، موفق به اخذ جواز تأسیس کارگاه خود در شهرک صنعتی شدم. در خرداد سال ۱۳۷۸ با رسیدن ماشین آلات مورد نیاز کارگاه راه اندازی شد و محصولات از همان زمان وارد بازار شدند.”

خانم فرحناز مظفری در ادامه می گوید: “شروع فعالیت کارآفرینی ام در تیرماه ۱۳۷۷ در ناحیه صنعتی بنادر شهرستان بندر ترکمن در زمینی به وسعت ۲۱۰۰ مترمربع بود که با تأسیس سالنی به مساحت ۶۰۰ مترمربع و در ادامه با افزایش سالن دیگری به مساحت ۲۰۰ مترمربع بوده و ابتدای راه اندازی خط تولید دارای ماشین‌الات به شرح زیر بود یک خط تولید انواع نخ شامل نخ‌های کادویی، سرکیسه‌دوزی، کاهبندی و نخ‌های طناب و سه ماشین نخ‌تاب بیلر، که در اردیبهشت سال ۱۳۸۷ تولید آزمایشی را شروع کردیم و توانستیم با همان تولیدات آزمایشی با دادن ضمانت یا گارانتی مصرف و همراه با خدمات پس از فروش وارد بازار شدیم و خوشبختانه با

استقبال مصرف‌کنندگان روبه‌رو شدیم و در همان سال با ارایه طرح تکمیلی به سازمان صنایع روستایی میزان تولید را گسترش دادیم به این ترتیب که خط تولید و همچنین ماشین‌آلات تابنده نخ را دوبرابر کردیم و سپس طرح توسعه طناب را پیاده کردیم و قسمت پایانی طرح تولیدی یعنی طناب را عملی ساختیم.”

### خانم فرحناز مظفری و محصولات اصلی

خانم فرحناز مظفری می‌گوید: “مواد اولیه مورد نیاز خط تولید پلی‌اتیلن سبک ۰۰۳۵، پلی‌پروپیلن، مواد مستریج، مواد UV می‌باشد که این مواد با ترکیبات در مقیاس‌های مختلف نخ‌های مختلفی را بدست می‌آید. انواع نخ‌های صنعتی، کاهبندی، طناب و نخ‌های صیادی را در حال حاضر تولید می‌کنیم.”

کارخانه خانم فرحناز مظفری 20 کارگر دارد و سالانه حدود ۱۲۰۰ تن نخ کادویی و شیشه‌دوزی و ... تولید می‌کند. خانم فرحناز مظفری می‌گوید: “با توجه به نیازهای منطقه و شرایط اقلیمی استان گلستان- بویژه مجاورت آن با دریا، دریافتیم که تولید نخ و طناب در شهرم توجیه اقتصادی دارد، به ویژه این‌که در استان با کمبود این کالا روبرو بودیم و واردات این کالا از دیگر استان‌ها نیز نیازهای استان را تأمین نمی‌کرد.”

### خانم فرحناز مظفری و مشکلات کار

خانم فرحناز مظفری می‌گوید: “من بازاریابی را ابتدا از مزارع شروع کردم به طوری که مستقیماً با مشتری‌ها ارتباط برقرار کردم، و از آن‌ها خواستم در صورت تمایل به جنس به کارخانه مراجعه نکنند بلکه از بازار پیگیری کنند، این کار سبب شد که عمده فروش‌ها به سراغ ما بیایند. در حال حاضر بازار کار ما داخلی و شامل استان‌های خراسان، سمنان، گلستان، گیلان، مازندران، قزوین و تهران می‌باشد ولی سعی ما همواره این است که به بازار تهران وابسته نباشیم.

خانم فرحناز مظفری در ادامه می گوید: “هدف اصلی تجارت من، حضور در بازارهای جهانی است. البته در حال حاضر صادرات کالا نداریم ولی فروش خارجی داشتیم و البته رایزنی‌های با کشورهای حوزه‌ی خلیج فارس شده، کارخانه در سه شیفت فعالیت دارد در هر شیفت ۵ کارگر و ۵ نفر کارمند اداری مشغول به کار هستند”.

### خانم فرحناز مظفری و ثروت آفرینی

خانم فرحناز مظفری می گوید: “اگر انگیزه‌ی اصلی کارآفرینی خودم را مطرح کنم، ثروت آفرینی و تولید ثروت بوده است. چرا که بنده به جهت فرهنگی بودنم استقلال مالی شخصی داشتم و هدفی بالاتر از تامین شخصی بوده است. به نظر بنده تنها به دلیل عشق و علاقه به کارآفرینی و تولید و صنعت و یا مدیریت بدون فکر کردن به ثروت آفرینی و تولید ثروت معنایی ندارد و عقل اقتصادی نیز نمی‌پذیرد و هر فعالیتی که توجیحی اقتصادی نداشته باشد نه فقط به خود فرد بلکه به جامعه ضرر خواهد رساند. در خاتمه برای همه‌ی کارآفرینان محترم و نیز افرادی که ایده‌های کارآفرینی را در سر می‌پرورانند آرزوی موفقیت در کسب و کارشان دارم و امیدوارم تا دست در دست هم دهیم به مهر، میهن خویش را کنیم آباد”.