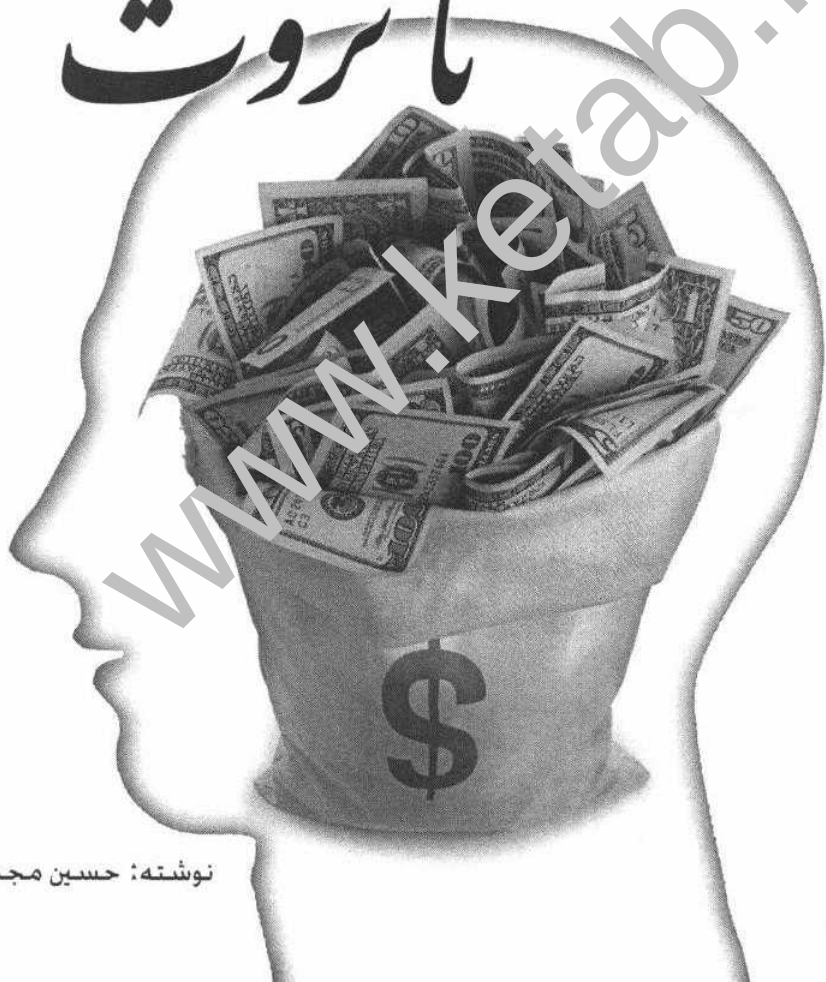


۱۴۳۹۹۷۸

۷/۳

از ایده...

تا ثروت



نوشته: حسین مجد

سرشناسه	: محدفّر، حسين، ۱۳۵۵ -
عنوان و نام پديدآور	: از ايده تا ثروت / حسين محدفّر.
مشخصات نشر	: تهران: حسين محدفّر، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهري	: ۱۱۲ص: ۵/۱۴ × ۵/۲۱ سم.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۰۴-۵۹۷۷-۲ ريال ۱۰۰۰۰۰
وضعيت فهرست نوبسي	: فبيا
موضوع	: کار و اشتغال
موضوع	: Work
موضوع	: کارآفريني -- دستنامه‌ها
موضوع	: Entrepreneurship--Handbooks, manuals, etc
موضوع	: کار و اشتغال -- جنبه‌های روان‌شناسي
موضوع	: Work -- Psychological aspects
موضوع	: کار و اشتغال -- جنبه‌های اخلاقي
موضوع	: Work -- Moral and ethical aspects
موضوع	: برنامه‌ريزي سازماني
موضوع	: Business planning
رده‌بندي کتب	: ۱۳۹۵ ۴۲الف۲م / ۴۹۰۳ HD
رده‌بندي ديويي	: ۳۳۱ / ۳۳
شماره ثبت‌نامي ملي	: ۴۳۹۰۴۳۵

majdfar@alum.sharif.edu

پديدآور: حسين محدفّر

ناشر: مؤلف (ورودي ۷۴ دانشكده مهندسي ميكانيك - دانشگاه صنعتي شريف)

چاپ: آذيني

نوبت چاپ: نخست ۱۳۹۵

شمارگان: ۳۰۰ نسخه

قيمت: ۱۰۰,۰۰۰ ريال

تماس با انجمن فارغ‌التحصيلان دانشگاه صنعتي شريف: ۶۴ - ۶۰۸۰۰۰۰

این کتاب را تقدیم می‌کنم به دوستم، آقای مهندس احمد مرشدیان
(رياضی ۷۳ و ارشد مهندسی صنایع ۷۹) که برای اهداف خيرخواهانه
مشترکمان در دانشگاه صنعتي شريف، همواره «بی دریغ» می‌کوشد.

فهرست مطالب

• فاز یکم: ایده‌پردازی

برای

اشتغال / ص ۹

• فاز دوم: برنامه‌ریزی

برای

کسب و کار / ص ۴۳

• فاز سوم: سرمایه‌گذاری

برای

تولید / ص ۸۱

• فاز چهارم: بازاریابی

برای

فروش / ص ۹۵

پیشگفتار

۱. یک جوان جوانی نام، خوب است که پیش از فراغت از تحصیل و آغاز هر شغلی به اندازه کافی درباره آینده شغلی خود بیندیشد و همه چیز را به قضا و قدر وانگذارد. فرصتهایی مانند کارآموزی یا کارورزی، بهترین زمان برای شناسایی محیطهای مختلف کاری، با کمترین هزینه خطا، پیش از فارغ التحصیلی است. یک نکته عمومی که برای هر جوانی می توان توصیه نمود آن است که حتی صاحب نالبی ابدی های تجاری هم بهتر است نخست چند سالی را در همان زمینه ای که قرار است برای خودش کسب و کاری به راه بیندازد شاگردی کند و از نزدیک و به مرور زمان، به مشکلات پنهان آن رشته کاری واقف شود.

البته انتظار هم نمی رود که او در همان آغاز کار، نقش خود در آینده شغلی اش به طور کامل مطلع باشد، آداب شراکت را بداند و جزئیات فضای کسب و کار را بشناسد. یک ضرورت است بلغاری می گوید:

«معجزه رخ می داد اگر جوانان می دانستند و پیران می توانستند!»

۲. در گام دوم برای راه‌اندازی هر کسب‌وکاری نخست لازم است تا برای خودمان برنامه‌ای داشته باشیم. بدانیم چه منابعی در اختیار داریم؟ چقدر فرصت داریم تا به اندازه مشخص و از پیش، تعریف‌شده‌ای از پیشرفت برسیم؟ و بتوانیم تصور درستی از مسیر حاکمان را در آینده ترسیم کنیم.

مجموعه این بنیادها، می‌تواند چارچوب فعالیت ما را در قالب کسب‌وکاری که قرار است به راه بیندازیم، مشخص نماید. البته از آنجا که ما ایرانی‌ها عادت به نگارش نداریم و از دیدی کلی‌تر، اصلاً عادت به برنامه‌ریزی نداریم، احتمالاً نگارش یک طرح کسب‌وکار، برای ما مشکل‌ترین بخش در راه ایجاد یک شرکت خواهد بود!

ولی متأسفانه اهمیت چنین کاری ممکن است تا قبل از این که سرمان به سنگ نخورد، برایمان آشکار نشود. پس دوم این کتاب می‌کوشد خواننده علاقه‌مند را باطی کمتترین مسیر، به چنین هدفی برساند. به این ترتیب او قادر خواهد بود تا در مرحله‌ای از مسیر، عملکرد خود را بسنجد و در صورت نیاز آن را تصحیح کند.

۳. احتمالاً بارها این جمله را در رسانه‌ها از زبان مخترعان و صاحبان طرح و ایده که با آنها مصاحبه می‌شده است شنیده باشید که:

«دولت باید از طرح ما حمایت کند!»

به کسی تعیین کرده است که دولت باید از جیب ملت، مخارج تحقیقاتی هر مبتکری را تأمین کند؟ از روز اول چه کسی و با چه منطق این توقی را در اذهان مردم قرار داده است که برای آزمودن هر طرح جدید و تجاری‌سازی آن، منابع ملی یک کشور باید صرف گردد؟ هر قریب هم که یک طرح نوآورانه و متجورانه باشد دلیل نمی‌شود که بخشی از بودجه عم می کشور به آزمون و خطا بر روی آن اختصاص یابد. موارد اندک و البت بنا بر اینی مانند دفاع از کشور یا تقویت غرور ملی وجود دارد که صرف منابع ملی برایشان توجیه دارد ولی در فضای کسب و کار خصوصاً در کارهای دیگری وجود دارند تا از طرحهای مبتکران «حمایت نکنند بلکه در آنها «مشارکت» نمایند.

به نظر می‌رسد مفهوم «سرمایه‌گذاری خطرپذیر» در کشور ما حتی برای پژوهشگران و نوآوران نیز مطلبی جدید و ناشناخته باشد. فصل سوم این کتاب می‌کوشد مفاهیم پایه آن را بسیار مختصر و مفید برای مخاطب فرهیخته ولی کم‌اطلاع، توضیح دهد.

۴. پس از طی کردن ۳ گام پیشین، نوبت آن می‌رسد تا کسی که برای راه‌اندازی کسب‌وکارش به اندازه کافی ایده‌پردازی کرده و چند سالی هم در عمل با شاگردی کردن نزد استادان آن فن، افکار نخستینش را به بوته آزمایش نهاده و فوت‌های کوزه‌گری را آموخته است و از طرف دیگر، برنامه مدونی هم به‌عنوان نقشه راهش ترسیم کرده پس از اصلاح طرز فکرش و حذف توقع «حمایت» بی‌چون و چرای دولت از ایده‌اش به مشارکت دادن یک صندوق «سرمایه‌گذار» سرسود بپردازد و فعالیتش و زمینه‌چینی برای تولید یک محصول یا ارائه یک خدمت پیرامون آن می‌رسد تا برای حاصل کارش بازاریابی نماید و بتواند با فروش آن به خلق ثروت و ارزش‌آفرینی دست یابد.

تا آنجا که به سوابق مخترعان ایرانی مربوط می‌شود، تبدیل دانش به فن، چندان مشکل غیر قابل حلی برای ایشان نبوده است و جوانان ما در تبدیل اندیشه خود به دستگاهی که کار کنند بوده‌اند ولی بزرگترین مشکل نوآوران و صاحبان ایده آن است که طرح اولیه خود را به‌گونه‌ای «تجاری‌سازی» کنند که قیمت تمام‌شده آن «صرفه اقتصادی» داشته باشد تا بتوان آن را به بازار مصرف عرضه کرد و در برابر رقبا تاب آورد.

دومین مشکل عمده یک جوان تازه‌وارد به فضای کسب‌وکار خصوصی، آن است که او فقط متخصص همان دانشی است که به کمک آن، محصولش را تولید کرده یا خدماتش را سازماندهی کرده ولی کمترین اطلاعی از مفاهیم بازاریابی و روش ارائه محصول به بازار ندارد!

مان‌طور که در فصل نخست نشان داده شده است، کم‌اطلاعی از «علوم اجتماعی» و کم‌تجربگی در «روابط انسانی» نخستین حقیقتی است که یک جوان باید بدان التفات یابد و برای تبخیر یافتن در آنها «باور» کند که نیازمند تمرین و تفکر است. عادت نداشتن به «نگارش» و نداشتن «برنامه‌ریزی»، دومین ایرادی است که باید برای رفع آن بکوشید. سویی مانع اصلی جهت‌فکری از حالت «متوقع» بودن برای حمایت، به حالت «منطق» بودن برای تقسیم سود با یک شرکت سرمایه‌گذار است. این سازه‌سازی است که در همه کشورهای پیشرفته صنعتی وجود دارد و غده‌های تجاری بزرگی مانند گوگل از این بستر، سر برآورده‌اند. نام چهارم ما می‌آموزد که فروختن، یک هنر است که همه افراد به صورت ذاتی از آن برخوردار نیستند و لازم است تا فنون این علم، آموخته شود.

حسین مجدفر