

## خلاصه‌ی پادکست مدرسه‌ی استارتاپ، قسمت اول:

### کارآفرین یا فریلنسر؟

#### پیش‌نوشت ۰:

سلام :) ؛

این نوشته طولانیه و فشرده، پیشنهاد می‌کنم سر فرصت بخونیدش.

#### پیش‌نوشت ۱:

این روزها دارم **listening** رو تقویت می‌کنم.

البته این جمله زیاد دقیق نیست.

اگه بخوام دقیق‌تر بگم باید کمی تغییرش بدم:

این روزها **listening** دارم تقویت می‌شه.

دقیقا به همون روشی که **reading** تقویت شد.

روش خاصی نیست، فقط به قصد لذت و به صورت تفریحی چیزمیز گوش می‌دم

و هرچی که به دستم برسه می‌شنوم و می‌بینم. در واقع حتی به «تقویت

**listening**» فکر هم نمی‌کنم.

چند روز پیش دنبال یه سری پادکست جالب می‌گشتم که به **Startup School**

رسیدم.

به نظرم رسید نوشتن خلاصه‌ش از **زبون خودم** می‌تونه به من از جهات مختلفی کمک

کنه و برای شما هم مفید باشه.

پیش‌نوشت ۲:

در سال ۲۰۱۲ یه تعداد آدم با انگیزه که در ابتدای راه ساختن کسب و کارشون بودن

توی یه دوره‌ی سه روزه شرکت می‌کنن.

توی اون سه روز **ست گادین** هر چیزی که لازم می‌دونسته باهاشون در میون گذاشته. طبیعتا خیلی تیتروار این کار رو انجام داده و تقریبا همه‌ی بحث‌ها رو به صورت مثال و داستان طرح می‌کرده.

نتیجه‌ی اون سه روز، تبدیل به ۱۵ قسمت پادکست Startup School شده که هر قسمتش حدود ۳۰ دقیقه است.

پیش‌نوشت ۳:

سادگی بیش از حد حرف‌ها باعث نشه ساده از کنارشون رد بشید.

اگه در خفن بودن ست گادین شک دارید اندکی درباره‌ش سرچ کنید.

شخصا هر جمله از این آدم رو جدی می‌گیرم و هر مثالش رو به عنوان یه درس خیلی خیلی مهم توی ذهنم نگه می‌دارم و ازش نتایج ضمنی بسیاری می‌گیرم.

پیش‌نوشت ۴:

می‌تونید پادکست‌ها رو از **این آدرس** دانلود کنید.

همچنین برای مطالعه‌ی بیشتر در این زمینه این کتاب‌ها رو پیشنهاد می‌کنم:

**کتاب Bootstraper's Bible** (از ست گادین، حدود ۱۰۰ صفحه است، به تعدادی

از دوستانم می‌گفتم «توی این فضای **سکسی** استارتاپ‌ها، این کتاب همون

دختر نجیب و ساده‌ایه که به درد زندگی می‌خوره.»

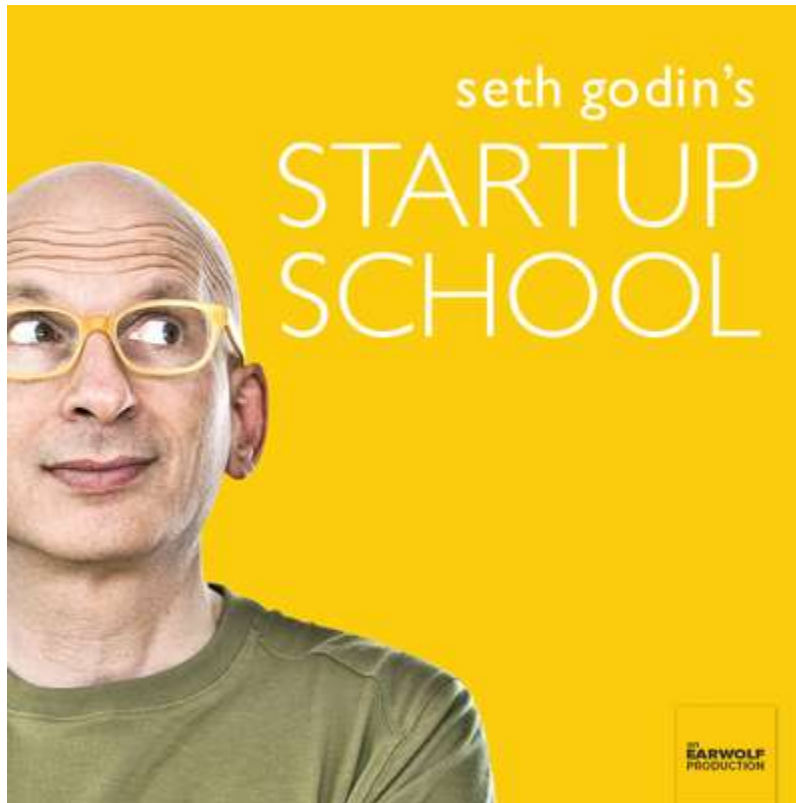
**کتاب Anything You Want** (از درک سیورز، حدود ۱۰۰ صفحه است، این رو از

بالایی بیشتر دوست داشتم. خوندنش خیلی جذاب و راحت بود، هرچند عمل

کردن بهش خیلی جذاب و سخته.)

می‌بخشید پرحرفیم رو، از این جا به بعد فقط خلاصه‌ی قسمت‌ها رو می‌ذارم بدون حرف

اضافه:



## آرشیتکتی که تصمیم گرفت برای خودش خانه بسازه

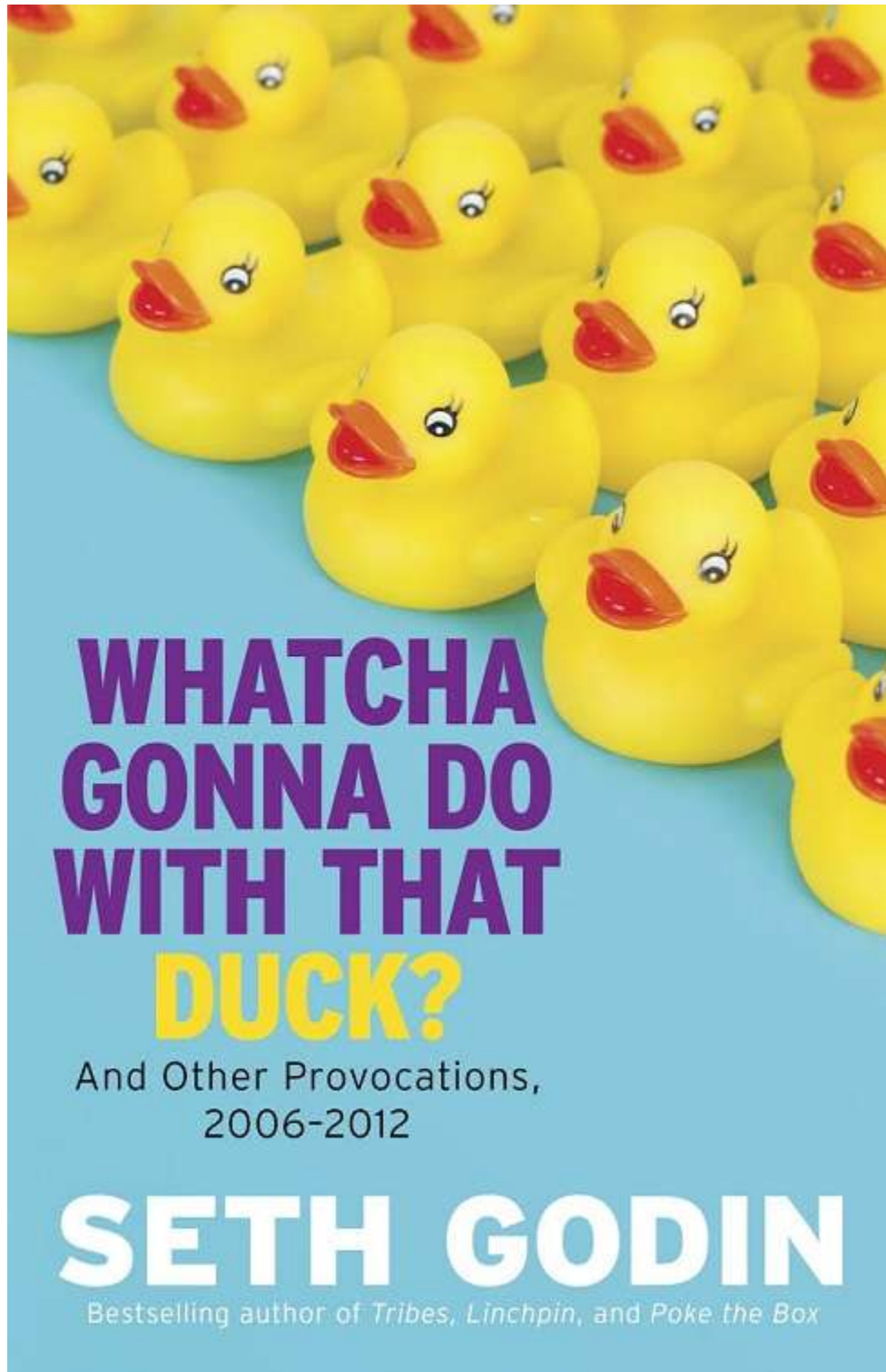
داستانی هست درباره‌ی یه آرشیتکت خیلی موفق که برای آدم‌ها مختلف خانه طراحی می‌کرد. او کارش رو به بهترین نحو انجام می‌داد و درآمد خیلی خوبی هم داشت. تا این که بچه‌هاش بزرگ می‌شن و با همسرش تصمیم می‌گیره یه خانه برای خودشون طراحی کنه.

با این که اون بهترین آرشیتکت برای دیگران بوده حالا یک مشکل بزرگ داره: هیچ محدودیتی برای انجام این کار نداره؛ و هیچ کس بهش نمی‌گه که باید چکار کنه.

شاید در نگاه اول محدودیت نداشتن جذاب باشه ولی:  
به این فکر کنید که چند نفرتون بعد از روزهای مدرسه ساعت ۷ صبح بیدار شده‌اید؟  
یا وقتی جایی استخدام نبودید و به صورت فریلنسر کار می‌کردید بهره‌وری تون چقدر بوده؟  
یا زمانی که پول زیادی داشتید چقدرش رو هدر داده‌اید؟  
تا حالا شده موقع خرید به خاطر انتخاب‌های زیاد گیج بشید و نتونید تصمیم بگیرید؟  
یا براتون پیش آمده که وقتی مسئولیت یه کاری کاملاً با خودتون هست و خرابکاری می‌کنید آرزو می‌کردید که کاش یه نفر رو پیدا می‌کردید تا گندی که زدید رو گردنش بندازید؟  
خب این‌ها همه چالش‌های آزادی داشتن هستن.

### درباره‌ی اردک‌ها

خییلی از مردم بیشتر وقتشون رو به این کار می‌گذرونن که تعداد اردک‌هاشون رو زیاد می‌کنن و یا این‌که اون‌ها رو توی یه ردیف مرتب بچینن.  
در حالی که موضوع بسیار مهم اینه که با این اردک‌ها می‌خوای چکار کنی؟



با اردک‌ها چکار می‌خوای بکنی؟

یک موضوع جذاب درباره‌ی کارآفرینی وجود داره:  
اگه بخوای جراح مغز باشی باید سال‌ها درس بخونی و تمرین کنی و اردک جمع کنی تا  
یه روز بگن تو جراح مغز هستی.  
ولی وقتی بخوای کارآفرین باشی، در همون لحظه هستی!  
هیچ گواهینامه یا کلاس یا مدرکی لازم نداری.  
در طول زمان می‌تونی اردک‌ها رو بیشتر کنی یا در جای مناسب قرارشون بدی، ولی  
چیزی که اهمیت داره اینه که باهاشون بهترین کار ممکن رو انجام بدی.  
سوال اصلی میزان منابع یا کانکشن‌ها یا مهارت‌ها نیست،  
سوال اصلی اینه که از منابع و کانکشن‌ها و مهارت‌هایی که الان داری چطور  
اسفاده می‌کنی؟

## انحصار

هر بیزنس موفق یه انحصار داره،  
چیزی رو خلق می‌کنه که دیگران نمی‌تونن مثل اون خلق کنن. (ممکنه بهتر از دیگران  
یا سریع‌تر یا ارزون‌تر یا دردسترس‌تر یا دوست‌داشتنی‌تر یا ...)  
و کارآفرینی یعنی: پیدا کردن کاری که فقط تو می‌تونی انجام بدی و هیچ کس  
دیگه‌ای مثل تو نمی‌تونه انجامش بده. یعنی خلق چیزی که آدم‌ها تفاوتش رو  
متوجه بشن و حاضر باشن به خاطرش بیان سراغ تو، و نه کس دیگه‌ای.  
اون چیه که می‌تونی منحصراً داشته باشیش؟

## تفاوت پایه‌ای اقتصاد صنعتی و اقتصاد کانکشن

مدل ذهنی اقتصاد صنعتی (دهه‌ی ۳۰ و ۴۰ قرن بیستم) که ما باهاش بزرگ شدیم این  
بوده که یه محصول بهتر یا سریع‌تر یا ارزون‌تر تولید کنیم.

ولی در اقتصاد امروز یکی از ساده‌ترین راه‌ها اینه که در مرکز اتصال‌ها باشی. چون این روزها کانکشن‌ها از محصول خیلی مهم‌ترن.



باید با خودم تکرارش کنم: «ما دیگه در دوران اقتصاد صنعتی زندگی نمی‌کنیم.»

برای مثال:

تو مجبوری از سایت دیوار استفاده کنی، چون مشتری‌ها ازش استفاده می‌کنن. (حتی اگه یه سایت سریع‌تر یا بهتر از دیوار وجود داشته باشه)  
مجبوری از تلگرام استفاده کنی، چون دوستان ازش استفاده می‌کنن. (حتی اگه یه پیام‌رسان سریع‌تر یا بهتر از تلگرام وجود داشته باشه)  
به این لیست این‌ها رو اضافه کنید: شبکه‌های اجتماعی و اسنپ و دیجیکالا و م‌ت‌م‌م و کانون قلم‌چی و حتی ویندوز. پیشنهاد می‌کنم روی تک‌تک‌شون تامل کنید و کانکشن‌ها رو ببینید.

مفهوم کانکشن در اقتصاد امروز خیلی گسترده‌تر از اونیه که توی ذهن ماست. در قسمت‌های بعدی بیشتر درباره‌اش صحبت می‌کنه،

می‌تونید تا اون موقع [این ویدیو](#) (انگلیسی) رو ببینید، (با تشکر از [یاور](#) مشیرفر)

و [این نوشته](#) رو بخونید. (طولانیه، سر فرصت و با حوصله بخونیدش)

## غر زدن ممنوع

بی‌معنی‌ترین و احمقانه‌ترین کاری که یه کارآفرین (یه انسان) می‌تونه انجام بده  
غر زدن هست.

تا وقتی که می‌تونن چیزی رو تغییر بدی، چرا غر می‌زنی؟  
و زمانی که چیزی خارج از اراده‌ات هست، چرا غر می‌زنی؟  
اگه ۲۰ سال توی یه زمینه وقت گذاشتی و الان بازارش دچار رکود شده، حرکت کن.  
اگه توی یه رشته تحصیل کردی و می‌بینی شرایطت توش خوب نیست می‌تونن تو یه  
زمینه‌ی دیگه کار کنی.

اگه یه زمانی وبلاگ می‌نوشتی و می‌بینی وبلاگ‌نویسی دچار رکود شده، برو توی  
شبکه‌های اجتماعی فعال شو.  
اگه ازدواج کردی و دیدی طرف مقابل مناسب نیست، طلاق بگیر یا باهاش سازگار شو.  
غر زدن ممنوع!

کارآفرین‌ها واقع‌بین‌ترین آدم‌ها هستن. و آدم‌های واقع‌بین دنیا رو همون‌طوری که  
هست می‌بینن، نه اون‌طوری که دوست دارن باشه. اونا می‌دونن که دنیا اصلاً قرار  
نیست مطابق خواسته‌ها یا انتظارات اون‌ها رفتار کنه.

## فریلنسر یا کارآفرین؟

درباره‌ی این موضوع باید فکر کنی و هرچه زودتر تصمیم بگیری. چون دو مسیر  
متفاوت هستن.

و برای انتخاب باید خودت رو خیلی خوب بشناسی.

فریلنسر کسیه که به خاطر کاری که شخصا انجام می‌ده پول می‌گیره.

**جایی خوندم** که در بسیاری از کشورها به طور میانگین فریلنسرها ۹۰ درصد  
درآمد بیشتری دارن.



ولی کارآفرین کسیه که یه چیز بزرگتر از خودش خلق می‌کنه، سیستم می‌سازه، و در خواب پول در میاره. (خطر! توی خواب پول درآوردن خیلی سگسیه، فریش رو نخورید.)  
بله، در خواب پول درمیاره، ولی در بیداری کاری می‌کنه که ۹۹ درصد آدم‌ها حاضر به انجامش نیستن:



Gary Vaynerchuk   
@garyvee

I eat shit everyday - it's called leadership and patience and strategy and leverage .. it's a skill of the winners .. glad u are getting it

مهم‌ترین اصل در کارآفرینی، از ترجمه‌ش معذورم: |

مدل ذهنی کارآفرین اینطوره که سیستم باید خودش بتونه تا جایی که ممکنه مستقل کار کنه، نه این که دائما درگیر همه‌ی جزئیات باشی.  
البته وقتی از صفر شروع می‌کنی خیلی از کارها رو خودت انجام می‌دی، ولی این دید رو باید تقویت کرد.  
مثلا مارک زاکربرگ اگه واقعا درباره‌ی فیسبوک جدی باشه باید کد زدن رو کنار بذاره و کارهایی رو بکنه که فقط یک مدیرعامل می‌تونه انجامشون بده.

البته فریلنسر بودن هم خیلی باحاله و خود ست گادین می‌گه ۸۰ درصد وقتش رو فریلنسر هست و ۲۰ درصدش و کارآفرین.

کار اصلی کارآفرین بعد از طراحی سیستمش اینه که مدام تغییرش بده، تغییراتی که بعضی‌هاشون سیستم رو بهتر می‌کنن و بعضی‌هاشون بدتر، و تنها کسی که قدرت انجام این کار رو داره همون مدیر هستش.

ساختن یک شرکت یعنی:

ساختن ارزش.

و ارزش یعنی:

چیزی که مردم حاضرن به خاطرش به شما پول بدن. چون «فکر می‌کنن» چیزی که شما بهشون می‌دید از پولی که به شما می‌دن ارزشمندتره. دقت کنید، مشتری این ارزش رو تعیین می‌کنه، نه تلاش شما، نه تخصص شما، نه پولی که خرج تولید محصولتون کردید و نه هیچ‌کدوم از انتظارات دیگه‌ی شما.

شما یه جور تعهد اخلاقی دارید که این ارزش رو در معرض دید مردم قرار بدید، چون اون‌ها از این موضوع سود می‌برن، مشتری‌ها با خرید از شما سود می‌کنن. اگه مجبوری محصولت رو به زور به مردم غالب کنی و با انواع مختلف مارکتینگ مردم رو مجبور به خرید محصولت کنی معلوم می‌شه یه جای کارت می‌لنگه و یه جای کار مشکل داره، چون به طور طبیعی محصول برای مردم مفید هست و مردم از خرید سود می‌کنن.

وقتی دیدی محصولت برای مردم جذاب نیست باید محصول رو عوض کنی، یا جامعه‌ی هدفت رو، یا داستانی که درباره‌ی محصولت می‌گی رو.

کارآفرینی یعنی ساختن سیستمی که بتونه در طولانی مدت به مردم خدمت بده و برای مردم ارزش تولید کنه. علت این که از مردم پول می‌گیره هم در درجه‌ی اول بقای

خود کسب و کار هست نه چیز دیگه‌ای. (آقا این خیلی مهمه، معمولاً اون قدر به خاطر پول آب از لب و لوجه‌مون آویزون می‌شه که این اصل مهم رو فراموش می‌کنیم.)

مارکتینگ چیه؟

تمامش همینه: گفتن یک داستان درباره‌ی این ارزش به مردم، به طوری که اونقدر باهاش ارتباط برقرار کنن که حاضر بشن پولشون رو برای به دست آوردنش خرج کنن.

سه سوال نهایی:

چه ارزشی رو خلق می‌کنی؟

این ارزش رو برای چه کسانی خلق می‌کنی؟

و چه داستانی درباره‌ی این ارزش به اون افراد می‌گی؟

این سه تا سوال باید به طور مداوم پرسیده بشن،

و تمام کار یک کارآفرین اینه که به طور مداوم به این سوال‌ها پاسخ بده.

قسمت اول تموم شد.

امیدوارم براتون مفید بوده باشه.

سعی می‌کنم قسمت بعدی رو زودتر منتشرش کنم.

برای خوندن بقیه‌ی نوشته‌هام می‌تونید به این آدرس بیاید:

<https://virgool.io/@edrism>

ادریس میروسی هستم. درباره‌ی زندگی، تفکر، دین و روان‌شناسی می‌نویسم.

در صورتی که این پست رو دوست داشتید، با دیگران به اشتراک بذاریدش.

يا يه كار باحال تر بكنيد:

توي [اينستاگرام](#) يا [تويتر](#) بهم پيام بديد و بگيد:

«سلام؛

نوشته ت رو توي ويرگول خوندم،

دوستش داشتم،

ممنون. 😊»