

کارخانه تبدیل فکر به ثروت

ideas-to-wealth.blog.ir

ماهنامه کارآفرینی و خلاقیت - شماره پنجم - مرداد ۹۱ - ۱۰۰۰ تومان (Donate)

تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت



کارآفرینی با طعم زنبیل
شبکه ملی و پروژه سیناپس
انکوباتور مجازی؛ تیم مجازی
اتحاد اهالی وب = سیلیکون ولی ایران

شبکه ملی را به بهشت کاربران ایرانی و کارآفرینان ایرانی تبدیل می کنیم



شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت

همه چیز از یک رویا شروع شد. رویای ساختن ایرانی ثروتمند و شاد. و سپس ایده ای که در ذهنم شکل گرفت. ایده کارخانه تبدیل فکر به ثروت. هسته ی اصلی کارخانه تبدیل فکر به ثروت، پارک فناوری مجازی است. بستری که این امکان را بوجود می آورد که ۷۵ میلیون ایرانی، در آن ایده های خود را تجاری کنند. برای تحقق این ایده، در تابستان ۹۰، گروه دانش بنیان سلام تشکیل شد. گروهی که بعدها به تفصیل در مورد آن سخن خواهیم گفت. در ابتدا من بادم و یک وبلاگ. اما الان شبکه ای بزرگ در حال شکل گیری است که میلیون ها نفر در آن عضویت خواهند داشت. این شبکه با یک وبلاگ شروع شده، با مجله الکترونیکی رشد پیدا کرده، با انجمن و وب سایت، رسمیت پیدا کرده و همچنان در حال گسترش است. شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت، پشتیبان جوانان خلاق ایرانی خواهد بود تا بار دیگر پرچم ایران را در سراسر جهان به احتزاز در آورند. اما این بار کمی متفاوت خواهد بود. پرچم علم و دانش و تکنولوژی، پرچم کسب و کارهای دانش بنیان، پرچم کارآفرینان و ثروت آفرینان ایرانی.

ما می خواهیم یک پارک علم و فناوری مجازی به وسعت تمام ایران تأسیس کنیم و به دنیایی از موفقیت، شگفتی و ثروت سلام کنیم.

سلام به دنیای زیبای دیگر. سلام به میلیاردرهای آینده ایران، سلام به کارآفرینان جوان و موفق ایرانی. سلام به انسان های زیبای دیگر.

ثمره ی این پارک علم و فناوری مجازی، میلیاردرها دلار ارز آوری برای کشور، و ایجاد ۲۰ میلیون برند ایرانی قابل رقابت با برندهای خارجی در همه ی عرصه ها و حوزه ها خواهد بود. سکندار این ۲۰ میلیون برند ایرانی، ۲۰ میلیون کارآفرین جوان خلاق و خوش فکر ایرانی خواهند بود.

شاید این سوال براتون بوجود آمده باشد که منظور از پارک فناوری مجازی دقیقا چیست؟ برای پاسخ به این سوال با ما همراه باشید.

هم اکنون به شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت بپیوندید.

شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت:

مجله الکترونیکی، وبلاگ، انجمن، دفتر کار مجازی، شبکه اجتماعی کارآفرینان، شبکه مناقصه ایده و پروژه، رادیوی اینترنتی، تلویزیون اینترنتی، پارک علم و فناوری مجازی، دانشگاه مجازی، اینترنت فارسی و در نهایت شهر مجازی سلام



کارخانه تبدیل فکر به ثروت ایده ای برای ثروتمند شدن ایرانیان

ما این امکان هستیم که مردم استعدادهای خود را شکوفا نموده، تبدیل به ثروت و ارزش افزوده نمایند.

چشم انداز ما برای سال ۱۴۰۴
۲۰ میلیون برند ایرانی،
۲۰ میلیون کارآفرین میلیاردر ایرانی

شعار ما

اقتصاد دانش بنیان، خلاقانه و پویا

شماره ۵ - مرداد ۹۱

ماهنامه و انجمن کارخانه تبدیل فکر به ثروت، یک گروه مردمی و دانش بنیان می باشد و به هیچ سازمان و ارگانی وابسته نیست.

صاحب امتیاز: تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر

مدیر مسئول و سردبیر: علی علی اکبرزاده

هیئت تحریریه:

باور ثروتی، ایده غنی پور، علی علی اکبرزاده

همکاران این شماره: --

طراحی جلد و صفحه آرای: ایده غنی پور

ناشر رسمی مجله: کتابخانه مجازی کتابلاین کتابلاین، ساده اما پر محتوا..
www.Ketabline.com



تلفن تعاونی: ۷۷۳۹۱۵۱۲ - ۰۲۱

سایت تعاونی: www.knn-co.com

سایت انجمن: forum.ideas-to-wealth.ir

وبلاگ: ideas-to-wealth.blog.ir

پذیرش آگهی در مجله و انجمن:

ali.anzabi@gmail.com

پست الکترونیکی مجله:

Salam.imperial@gmail.com

دوستان و همراهان عزیز مجله، لطفا برای ارتقای کیفیت مجله، انتقادات، پیشنهادات و مطالب خود را برای ما ارسال کنید.

۱	سرمقاله
۳	درد و دل نامه
۴	همکاری با مجله (فراخوان مقاله)
۵	ایده تیم مجازی
۷	طرح کسب و کار تعاونی (IT) کارخانه تبدیل ایده به ثروت
۹	ایده هایی برای تشکیل مجموعه
۱۳	چگونه یک میلیون برند ایرانی ایجاد می کنیم؟
۱۷	مرکز رشد مرکزی
۲۱	معرفی دوره کارآموزی - کارآفرینی
۲۲	فراخوان جذب نیروی کار خلاق
۲۳	همایش StartUp Weekend
۲۸	دانشگاه کارآفرینی کارخانه تبدیل ایده به ثروت
۲۹	دفتر کار تعاونی کارخانه تبدیل ایده به ثروت در سال ۱۳۹۵
۳۵	سیلیکون ولی ایران
۳۷	جذب سرمایه ، جذب سرمایه گذار
۳۹	یک میلیون ایده ، یک میلیون برند
۴۳	شبکه تلویزیونی ایده و خلاقیت (شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت)
۴۵	ایده دهکده مجازی دانش
۵۵	ایده انکوباتور مجازی
۵۷	دفتر کار مجازی
۵۹	شبکه مجازی فروش و صادرات
۶۰	کارآفرینی با طعم زنبیل
۶۱	شبکه ملی و پروژه سیناپس
۶۵	آموزش نوشتن طرح کسب و کار

**شبکه های عصبی ؛
زیر ساخت سیستم عامل هوشمند و ایرانی سیناپس**

سر مقاله

سلام به همه ی دوستان عزیزم مدتی بود که به خاطر پاره ای از مسائل و مشکلات و نیز مشغله های کاری ، نتوانستیم مجله را منتشر کنیم و بابت این موضوع از همه ی شما عذرخواهی می کنم . از طرفی پیام های محبت آمیز شما که از طرق مختلف به دستم می رسید و مرا شرمندگی لطف شما می کرد ، به من و تیم مجله دلگرمی ، امیدواری و انگیزه می داد که تلاش کنیم تا غیبت مان بیش از این ادامه نیابد .

از همه دوستان که مجله کارخانه تبدیل فکر به ثروت را قابل این همه لطف و محبت دانستند صمیمانه تشکر و قدردانی می کنم و امیدوارم که لایق و قابل باشیم ! جا دارد این نکته را یادآوری کنم که ما هدفی داریم به نام کارخانه تبدیل فکر به ثروت که تا تحقق کامل آن ، دست از تلاش و کوشش برنخواهیم داشت . هیچ مانعی و هیچ قدرتی نمی تواند ما را متوقف کند زیرا به خدا توکل کردیم و به هدف و راه خود ایمان داریم . هیچ قدرتی مافوق قدرت خداوند نیست و ما به منبع لایزال الهی و یاری همیشگی اش امیدواریم .

پس اگر روزی دیدید که مجله کارخانه تبدیل فکر به ثروت منتشر نشده است ، بدانید این آرامش قبل از طوفان است .

این نقطه ی عطفی است که خبر می دهد : طوفانی در راه است !

وای از آن روزی که ایرانی برخیزد . کوله بار بسته ؛ بندهای کفش را محکم کرده ؛ پرچم در دست ، از قله های موفقیت بالا خواهیم رفت و تا بوسیدن خاکستر قله ها خطر خواهیم کرد .

زیرا باید بر فراز قله ، پرچم ایران را نصب کنیم و این پیام را به گوش جهانیان برسانیم که : ایرانی می تواند !

از قطره های آب آموختیم که هیچ بن بستى وجود ندارد . قطرات آب در اوج نرمی و انعطاف پذیری و شفافیت ، وقتی صخره ای در مسیرشان قرار می گیرد ، راهی پیدا می کنند و به نرمی از صخره سخت عبور می کنند .

از طرفی این اراده را نیز دارند که قدرتمندانه صخره های سخت کنار ساحل را به هر شکلی که می خواهند در بیاورند .

این است اوج قدرت در کمال انعطاف پذیری و خلاقیت .

بر آن شدیم مجموعه ای بسازیم به نام «تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت» تا به عنوان یک مرکز رشد خصوصی کمک کنیم دوستان عزیزمان و جوانان خلاق ایرانی ، ایده ها و اختراعات خود را به یک کسب و کار درآمدزا تبدیل نمایند . برای جذب سرمایه ی تعاونی ، ایده ای به ذهنم رسید . برای جذب سرمایه ، نیاز داریم که یک طرح کسب و کار (BP) بنویسیم . ما تصمیم گرفتیم طرح کسب و کار (BP) تعاونی را به صورت عمومی منتشر کنیم تا بسنجیم این ایده برای جذب سرمایه چقدر مؤثر خواهد بود . این شماره از مجله ، به طرح کسب و کار تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، اختصاص دارد .

در این مسیر تصمیم داریم ، انجمن میلیاردرهای آینده ایران ، انجمن مدیریت ایران ، انجمن نخبگان ایرانی ، انجمن مهندسان ایران و چند انجمن اینترنتی دیگر را با خود همراه کنیم و به یاری خدا ، پتانسیل های عظیمی که در این بخش ها وجود دارد را آزاد کرده و بالفعل کنیم . و با همکاری و تعاون و کار تیمی شبکه ای قدرتمند بسازیم تا ان شاءالله ، اقتصاد نفت محور ایران را به یک اقتصاد دانش بنیان زنده و پویا و خلاقانه تبدیل نماییم .

در این راه به توجه شما ، حمایت شما و پیشنهادات و انتقادات شما نیازمندیم .

همه ی ما این روز و این اتفاق بزرگ را تا آخر عمر به خاطر خواهیم داشت .

بهار ۹۱ ، که با شعار تولید ملی ، حمایت از کار و سرمایه ایرانی شروع شد ، بهار تولد تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت خواهد بود که به بهار کارآفرینی تبدیل خواهد شد . روزی که ایده های ایرانی ، کسب و کار های ایرانی ، تکنولوژی های ایرانی ، کارآفرینان ایرانی ، اقتصاد ایرانی ، دانشمندان ایرانی و زبان زد و سرآمد همه مردم دنیا خواهد بود .

در بهار ۱۴۰۴ ، به مناسبت ۱۳ سیزدهمین سالگرد تولد تعاونی کارخانه تبدیل ایده به ثروت و بهار کارآفرینی جشن بزرگی خواهیم گرفت ، که شما نیز در این جشن دعوت اید !!!!

به امید ساختن ایرانی ثروتمند و شاد

شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت در حال گسترش است .

به دنیایی از شگفتی و ثروت خوش آمدید !!

برای هر کسی پیش میاد که شکست ها (یعنی تجربه ها) و ناامیدی ها سرعت حرکت اش رو آهسته کند . این بخشی از کار ماست . این بخشی از کارآفرین شدن است . کسی که شروع کرده و بعد ناامید شده ، بهتر از کسی است که اصلاً شروع نکرده . بنابراین نترسید از اینکه دلسرد بشید .

روغنی و کثیف شدن دست در مکانیکی ، بخشی از کار تعمیرکار خودرو است . تا حالا دیدید که یک مکانیک وقتی دست اش کثیف می شود . ناامید شود . در گوشه ای بشیند و زانوی غم بغل بگیرد ؟ نه . در واقع کثیف شدن دست بخشی از کار اوست . بعد از کار آن را می شوید و پاک می شود . ناامید شدن و دلسرد شدن برای یک کارآفرین دقیقاً همینطوری است . یعنی باید انتظار داشته باشید که نه بشنوید ، دلسرد شوید و یا مجبور باشید فشار زیادی را تحمل کنید . اما باید بدانید که این موقت و مقطعی است . اگر کمی صبر داشته باشید و به مسیر خود ادامه دهید . به موفقیت می رسید .

* * * * *

از آغاز سال ۱۳۹۱ ، یعنی حدوداً ۴ ماه این مجله منتشر نشد . در حال انجام پروژه ای بودیم که با شکست روبرو شد و تیم ما تقریباً از هم پاشید .

نیاز داشتم مدتی سکوت کنم و بیشتر فکر کنم . در این مدت ارتباط نزدیک تری با تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر برقرار کردم و ترجیح دادم چندماه کارمند باشم . دوره های فروش ، مذاکره ، مدیریت رفتار ، کایزن(فرهنگ کیفیت ژاپن) ، نظریه های دکتر دمینگ (ناجی اقتصاد ژاپن بعد از جنگ جهانی دوم) و ... گذراندم . تجربیات خوبی بدست آوردم و احساس می کنم لازم بود این کار را انجام بدم . یاد داستان کرم ابریشم افتادم . کرم ابریشم ، پيله ای به دور خودش میپیچد و مدتی را در پيله زندگی میکند . اگر تو این مدت کسی بخواد به کرم ابریشم کمک کنه و پيله رو پاره کنه . کرم ابریشم تا آخر عمر ، کرم باقی میمونه . ولی اگر خودش پيله رو پاره کنه و بیرون بیاد به یک پروانه زیبا تبدیل میشه .

منظورم اینه که اگر نیافتید ، اگر دل سرد نشید ، تجربه کسب نمی کنید . این تجربه ها باعث رشد میشه . اگر زود رشد کنید و بی تجربه بمانید ، توخالی میشید و به سادگی شکسته خواهید شد که این شکست سخت تر و دردناک تر خواهد بود .

ما همیشه در حال یادگرفتن و تمرین کردن هستیم . تمرین افتادن و بلند شدن . برای اینکه دویدن را یاد بگیریم .

داشتم می گفتم که تیم ما از هم پاشید . همه رفتند و من تنها شدم .

در این مدت ، ۲ شماره از مجله را نیمه کاره طراحی کردم . شماره فروردین برنדיنگ . شماره اردیبهشت شهر مجازی . ولی از لذت نبردم و منتشرش نکردم . اگر انرژی و انگیزه نداشته باشم . نمی نویسم . چون اعتقاد دارم انرژی و انگیزه و هیجان و فکر من تو شماره های مجله کارخانه تبدیل ایده به ثروت به شما عزیزان منتقل میشه .

نیاز داشتم با یک دید جدید و انرژی تازه برگردم . یک گروه جدید و یک تیم جدید ، فعال و پر انرژی تشکیل بدم و با قدرت بیشتری به کار ادامه بدم . در این مدت علاوه بر کسب تجربه ، اتفاقات خوب زیادی برام افتاد . به عنوان مثال طرح دانشگاه کارآفرینی کارخانه تبدیل ایده به ثروت رو مطرح کردیم و مورد استقبال دولت قرار گرفت . با افراد خوبی آشنا شدم . چندتا پروژه بهم پیشنهاد شد که در راستای ایده ها و اهدافم بود .

چندتا ایده ی خوب به ذهنم رسید که سعی می کنم پیگیری کنم و به نتیجه برسونمشون . و یه سری چیزای دیگه . در کل قراره اتفاقات خیلی خوبی در ماه های آینده بیافته . که خیلی خوشحال و هیجان زده هستم . اما نکته ی مهمی که باید بگم اینه که : کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، وقتی محقق میشه که همه با هم دست به دست هم بدیم و با همکاری کنیم . خواهشی که صمیمانه از همه ی دوستان عزیزم دارم اینه که با مجله همکاری کنید . چون اگر قرار باشه حرکت موفقیت آمیزی انجام بشه . باید گروهی ، تیمی و با همکاری و تعاون همه ی شما انجام بشه .

از ابتدای شروع مجله ، بیشتر کارهای مجله رو من انجام میدادم و بار مجله روی دوش من بود . اما با توجه به پروژه ها و کارهایی که در حال انجام آن هستم ، وقت کمتری رو میتونم روی مجله بگذارم . به همین دلیل تصمیم گرفتم یک تیم حرفه ای و فعال تشکیل بدم و مجله رو به صورت حرفه ای تری اداره کنم . بنابراین از همه ی کسانی که علاقه مند هستند و تمایل به همکاری دارند ، دعوت می کنم که به گروه ما بپیوندند .

دلایل تشکیل این گروه :

- اینکه مطالب مجله مفیدتر و کاربردی تر باشه .

- اهداف مجله رو با جدیت بیشتری پیگیری کنیم .

- مجله سروقت منتشر بشه و تأخیر نداشته باشه . (حتی یک روز)

- مجله هر دو هفته یکبار منتشر بشه .

یکی از دوستان پیشنهاد کرد : به جای اینکه مجله رو هر ماه منتشر کنیم ، بهتره هر دو هفته یکبار منتشر کنیم ولی با حجم کمتر . (یعنی تعداد صفحات کمتر)

مثلاً به جای یک ماهنامه ۳۰ صفحه ای ، دوهفته نامه ی ۱۵ صفحه ای منتشر کنیم . که به نظرم فکر بدی نیست . نظر شما چیه ؟

یا اگر بتونیم یه تیم قوی تشکیل بدیم ، هر هفته یک مجله ۷ صفحه ای منتشر کنیم . وقتی حجم کم باشه ، افراد راحت تر میخوانن . از طرفی اینطوری می تونیم به صورت آنلاین ، لحظه به لحظه با هم باشیم و ایده هامون رو پیش ببریم و کسب و کارهای خودمون رو شروع کنیم و با هم باشیم .

همه چیز به همت ، اراده و خواست شما بستگی داره .

از همه شما دعوت می کنم که مقالات خود را با موضوعات زیر برای ما بفرستید تا با نام خودتان در مجله منتشر شود :

- داستان برند های ایرانی و خارجی

- داستان کارآفرینان ایرانی و خارجی

- داستان کارآفرینان جوان و استارتاپ ها

- آموزش تجاری سازی ایده

- روش های خلاقانه برای صادرات دانش بنیان

- روش های خلاقانه برای توسعه صنعت گردشگری در کشور

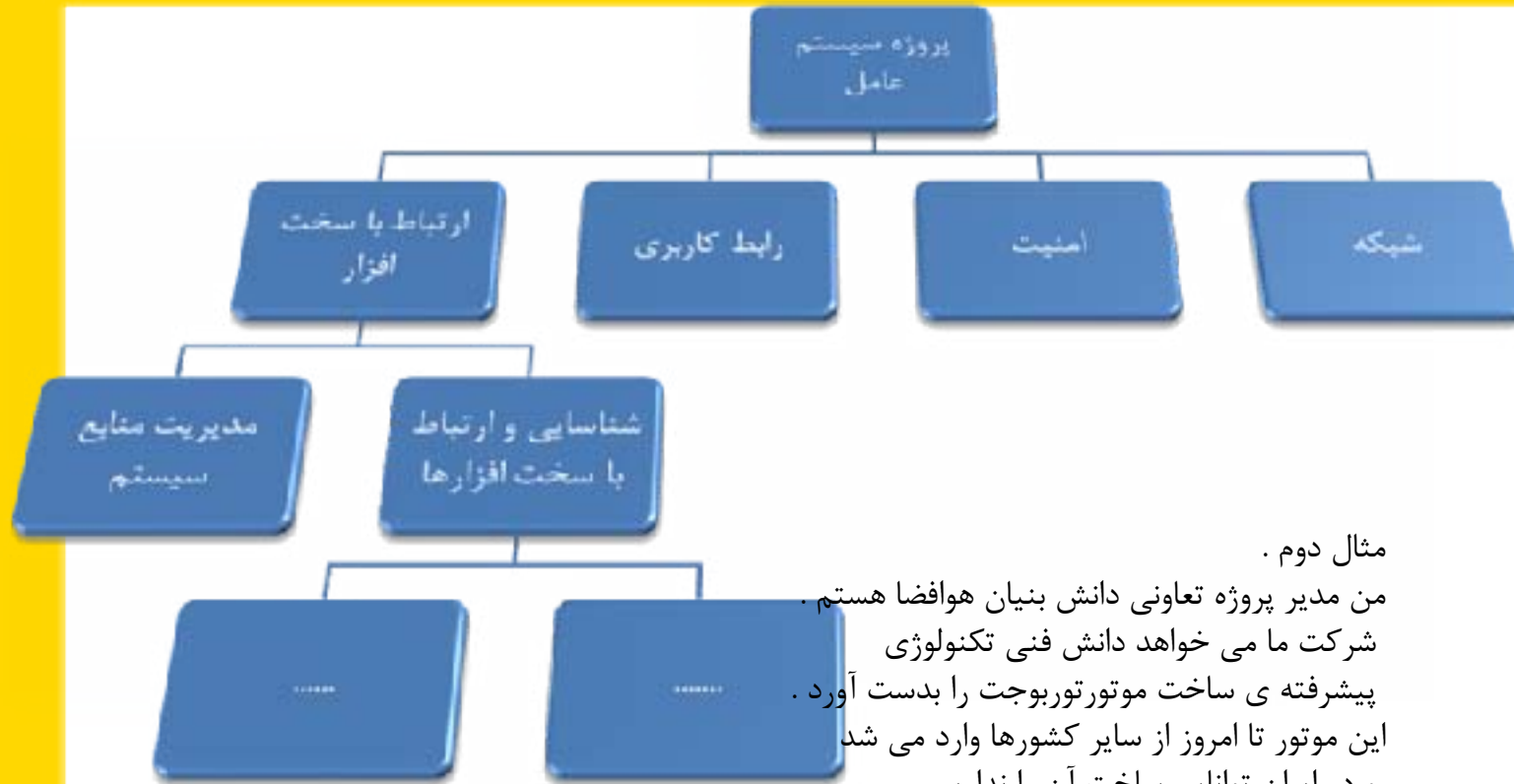
- ایده های جالب و جذاب

- مقالات تألیفی جذاب در زمینه کارآفرینی و خلاقیت

آدرس ایمیل : salam.imperial@gmail.com

عنوان ایمیل : فراخوان مقاله

از لطف شما صمیمانه سپاسگزارم



مثال دوم .

من مدیر پروژه تعاونی دانش بنیان هوافضا هستم . شرکت ما می خواهد دانش فنی تکنولوژی پیشرفته ی ساخت موتور توربو جت را بدست آورد . این موتور تا امروز از سایر کشورها وارد می شد و در ایران توانایی ساخت آن را نداریم .

پروژه را در سایت تعریف می کنم و به همه ی دانشجویان و فارغ التحصیلان رشته های هوافضا و مکانیک فراخوان همکاری می دهم . حتی افرادی که در این زمینه کار کردند ، یا مطالعه داشتند ، یا علاقه مند به موضوع هستند ، یا مترجم خوبی هستند و می توانند مقالات و مطالب خارجی را ترجمه کنند را نیز دعوت می کنم .

به خاطر چند زبانه بودن شبکه اجتماعی تیم مجازی ، حتی از دانشجویان خارجی نیز دعوت به همکاری می نمایم . پروژه را آهسته و پیوسته پیش می بریم . در حین پروژه ، من متوجه می شوم که به خاطر ناقص بودن اطلاعات مان یک قسمت هایی از پروژه را اشتباه تعریف کردیم . برای اصلاح مجدد پروژه ، از همه ی کاربران کمک می گیریم و با دانش جمعی و طوفان فکری و خلاقیت ، پروژه را به شیوه ای جدید و ابداعی با موفقیت به پایان می رسانیم . در انتهای پروژه ، بر اساس توافق انجام شده حق الزحمه ی نیروهای مجازی را پرداخت می کنیم .

به این ترتیب دانش فنی تمام تکنولوژی های تحریم شده را در ایران بدست می آوریم .

از همه کسانی که علاقه مند به همکاری در پیاده سازی و تجاری سازی ایده تیم مجازی هستند ، دعوت به همکاری می کنم . لطفا در صورت تمایل با ایمیل salam.imperial@gmail.com تماس بگیرید . پروژه تیم مجازی ، شروع پروژه بزرگتری خواهد بود . پروژه ای با عنوان « جنبش دانش فنی متن باز » (Open Source Technology)

استارت این پروژه زمانی خورد که ما متوجه شدیم که تعاونی های دانش بنیان ایرانی ، به تازگی دور هم جمع می شوند و جلساتی با هم دارند . از طریق تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر ، ارتباطاتی برقرار شد . نتیجه یکی از جلسات این شد که یک NGO مشترک با مراکز علمی کشورهای خارجی تشکیل شود . تا دانشجویان علاقه مند بتوانند در زمینه ی تکنولوژی های پیشرفته با مراکز علمی مطرح دنیا تحقیق و پژوهش کنند . از طرفی بواسطه ی تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر ارتباطی با کشورهای کانادا ، روسیه و فرانسه پیدا کردیم که امیدوارم به نتایج خوبی برسد . در نهایت هدف مان این است که پروژه ی « جنبش دانش فنی متن باز » را مطرح کنیم . به موازات این پروژه ، ما باید در دنیای مجازی مقدمات آن را فراهم کنیم .

پروژه ی تیم مجازی ، به همین منظور طراحی شده است . من از علاقه مندان ، برنامه نویسان ، طراحان ، سرمایه گذاران ، صاحبان فکر و ایده و متخصصین دعوت به همکاری می کنم .

مدتی است که ایده تیم مجازی فکرم را مشغول کرده است . اینترنت یک فرصت است که اهرم هایی را برای ما بوجود آورده است که کارها سریع تر ، ارزان تر و بهتر انجام شود . اهرم یعنی ابزاری که ما بوسیله ی آن می توانیم با انرژی کم ، سنگ بزرگ را جابه جا کنیم . دو اهرمی که اینترنت به ما می دهد : ۱- مجازی بودن ۲- Social بودن . یعنی افراد زیادی می توانند در یک لحظه بطور همزمان با هم روی یک پروژه مشترک کار کنند .

در ایران پروژه های خیلی بزرگ و پر هزینه زیاد است ؛ اما به جز دولت ، کسی سراغ آن نمی رود . مانند پروژه سیستم عامل یا بدست آوردن دانش فنی تکنولوژی های پیشرفته (Hi-Tech) رسم انجام پروژه های بزرگ این است که ابتدا آنها را به پروژه های کوچکتر تقسیم کنیم و پروژه های کوچک را دوباره به پروژه های کوچکتر تقسیم کنیم تا به یک دستورالعمل ساده و روتین تبدیل شود . ایده ی من این است که یک وب سایت طراحی کنیم مانند شبکه های اجتماعی . کاربران در آن عضو شوند و تخصص ها و مهارت های خود را مشخص کنند . افراد می توانند پروژه تعریف کنند و پروژه ی خود را به پروژه های کوچک تر تقسیم کنند . این کار بوسیله ی نرم افزار مدیریت پروژه آنلاین که در سایت تعبیه شده است ، انجام می شود .

با تعریف پروژه در سیستم مدیریت پروژه ی سایت ، مشخص می شود که به چه افراد و تخصص هایی نیاز است و انجام پروژه چقدر زمان می برد . چه استانداردها و الزاماتی باید رعایت شود و پیاده سازی به چه شکل خواهد بود .

نرم افزارهای مدیریت پروژه معمولاً از یک سری زیر سیستم ها تشکیل می شود : مدیریت اسناد پروژه ، شکست کار ، مدیریت زمان و هزینه ، مدیریت تیم پروژه و ...

وقتی نیازهای پروژه به طور دقیق مشخص شد ، مدیر پروژه ، از بین افرادی که در سایت ثبت نام کردند و تمایل به همکاری دارند ، افرادی را انتخاب می کند و به تیم پروژه Add می کند .

به این ترتیب تیم مجازی پروژه بوجود می آید . نکته ی جالب توجه این است که تیم پروژه می تواند شامل هزار نفر باشد . برای اینکه مطلب بیشتر تفهیم شود ، دو مثال می زنم .

مثال اول .

من یکی از اساتید دانشکده کامپیوتر هستم و در چند دانشگاه مختلف ، چند درس در مقاطع مختلف ، تدریس می کنم . تعداد دانشجویان من در مقطع کاردانی ، کارشناسی و کارشناسی ارشد ، در همه ی دانشگاه هایی که تدریس می کنم جمعاً ۱۰۰۰ نفر هستند .

من می خواهم یک سیستم عامل ایرانی بنویسم که جایگزین سیستم عامل ویندوز شود . پروژه را در سایت تعریف می کنم و به همه ی دانشجویان خودم توصیه ی اکید می کنم که اگر می خواهید این ترم پاس شوید ، بروید و در سایت ثبت نام کنید . سپس این ۱۰۰۰ نفر را در تیم پروژه ای که تعریف کردم ، Add می کنم . پروژه سیستم عامل را به چند پروژه ی کوچک تر تقسیم می کنیم . به عنوان مثال : رابط کاربری ، ارتباط با سخت افزار ، امنیت ، شبکه ، نرم افزارهای کاربردی ، ابزارهای توسعه و ...

هر پروژه را به بهترین دانشجویان کارشناسی ارشد م می سپارم . هر کدام از دانشجویان ، باید پروژه را به پروژه های کوچکتر تقسیم کنند تا جایکه به یک کار ساده دانشجویی تبدیل شود .

به دانشجویان می گویم که به جای پروژه هایی که در طول ترم باید انجام دهند ، این پروژه را انجام دهند . در غیر این صورت از نمره خبری نیست .

به احتمال زیاد چند پروژه ی اولی که به این روش با تیم مجازی انجام می شود ، با مشکلات زیادی روبرو شده و شکست خواهد خورد . اما با برطرف شدن مشکلات کاری و Bug های سیستم ، پروژه های بزرگی به این شیوه انجام خواهد شد . از جمله ریسک های تیم مجازی ، به هم وصل کردن پروژه های کوچک ، نبود تخصص در دانشجویان ، تنبلی و عدم همکاری دانشجویان ، کند بودن سرعت پیشرفت پروژه و غیره می باشد .

طرح کسب و کار تعاونی کارخانه تبدیل ایده به ثروت



مأموریت (mission):
زکریای رازی می گوید اگر همه ی مردم بتوانند استعدادهای خود را شکوفا کنند ، دنیا همان بهشتی می شود که همه می خواهند در آن زندگی کنند .
ما این امکان هستیم که مردم استعدادهای خود را شکوفا نموده و ایده های خود را به کسب و کار خلاقانه و درآمدزا تبدیل کنند .



چشم انداز (vision):
تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، به عنوان مرکز رشد خصوصی در حوزه ی فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و حوزه های وابسته ، در سال ۱۴۰۴ ، با کمک به ایجاد ۱ میلیون برند ایرانی ، یک میلیون ایده ی خلاقانه را به کسب و کار دانش بنیان و نهایتاً به ثروت تبدیل می کند .
ارزش تعاونی در این سال ، که عمده ی درآمد خود را از صادرات دانش بنیان ، گردشگری و تبلیغات بدست می آورد ، ۲۵ میلیارد دلار می باشد .

امکان سنجی ایده
به افراد آموزش داده می شود که چگونه تیم سازی کنند و تیم خود را مدیریت و رهبری نمایند .
تیم مشاوره و آموزش ، از ابتدای Start کار ، تا رشد پیدا کردن و بلوغ کسب و کار ، همواره همراه کارآفرینان جوان خواهد بود . ضرورت این امر در این نکته است که در ایران درصد زیادی از کسب و کارهای جدید ، در سالیان ابتدایی شروع کار ، از بین رفته و نابود می شوند .
بنابراین لزوم همراهی تیم مشاوره و آموزش برای تضمین رشد یک کسب و کار تازه متولد شده ، حیاتی است .

۳. تیم برندسازی (تبلیغات ، بازاریابی ، فروش ، صادرات)

هدف تعاونی کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، این است که ۱ میلیون برند ایرانی موفق و ثروتمند پرورش دهد .
این تیم برای بسترسازی و رسیدن به این هدف ایجاد شده است . همچنین خدمات برندسازی و تحقیقات بازار به افراد ارائه می دهد . برندسازی و بازاریابی ترکیبی از علم و هنر است .

اینجا جایی است که باید در محصول ، روح بدمیم و آن را تبدیل به یک موجود زنده کنیم . یعنی یک محصول یا کالا ، موجودی خواهد شد که احساس دارد ، داستان دارد و با مردم زندگی می کند . مردم هم باید بتوانند با این موجود تازه متولد شده ارتباط برقرار کنند و آن را عضوی از خانواده ی خود بدانند .
برندسازی بیشتر شبیه بازی است .
یک بازی مهیج و لذت بخش که با شیرینی ها و تلخی هایی نیز همراه است



۲. تیم مشاوره و آموزش
تیم مشاوره و آموزش ، بر پایه ی دانش و تجربه شکل می گیرد .
یک ایده پرداز جوان برای شروع فعالیت کارآفرینانه ، باید در هر مرحله آموزش ببیند و آماده شود تا بتواند ایده ی خود را با موفقیت تجاری کند .

به فرد آموزش داده می شود چگونه بازار موجود را تعریف کند .
بازار هدف و مخاطبان محصول یا خدمت اش را مشخص کند و طرح خود را بازاریابی کند . بازار را تجزیه و تحلیل کند و طرح کسب و کار (BP) بنویسد .
ایده و طرح توسط متخصصین با تجربه و زبده ، با توجه به دانش و تکنولوژی موجود ، بررسی می شود .

ایده هایی برای تشکیل مجموعه

برنامه ها :

۱۲ برنامه ی اصلی و راهبردی در تعاونی اجرا خواهد شد . از همه کسانی که علاقه مند هستند در یکی از این گروه ها فعالیت داشته باشند ، دعوت می کنم با آدرس salam.imperial@gmail.com تماس بگیرید .

۱. ایجاد تیم برنامه نویسی قدرتمند

برنامه نویسی ، ابزار خلق کردن و آفریدن در دنیای مجازی است . ابزاری است که خلاقیت در فضای مجازی بوسیله ی آن ظهور و بروز پیدا می کند .

تیم برنامه نویسی ما در چند حوزه فعالیت می کند :

- توسعه سیستم های نرم افزاری اداری و مدیریتی

- طراحی اپلیکیشن ها و ایده های تحت وب

- برنامه نویسی سطح پایین

(سیستم عامل ، مرورگر وب ، ارتباط با سخت افزار ، برنامه نویسی تبلت ، موتور جستجو ، نرم افزار های هوشمند و ...)

امیدواریم بتوانیم تیمی قدرتمند و پیشتاز بوجود بیاوریم که نرم افزارهای ارزشمند و قابل رقابت با شرکت های بزرگ

فناوری اطلاعات دنیا به بازار عرضه کنیم .



۲. ایجاد تیم طراحی ، توسعه و مدیریت انکوباتور مجازی

با توجه به محدودیت هایی که در ارتباط با مراکز رشد و مدرسه کارآفرینی وجود داشت ، انکوباتور مجازی شکل گرفت . این محدودیت ها شامل : عدم وجود فضای کافی ، فاصله جغرافیایی ، نداشتن زمان ، هزینه بر بودن و ... می باشد .

به خاطر اهمیت ویژه ای که در بحث انکوباتور مجازی وجود دارد ما یک تیم مستقل برای طراحی ، پیاده سازی ، توسعه و مدیریت انکوباتور مجازی (مرکز رشد مجازی) در نظر گرفتیم . با این هدف که بتوانیم بستری ایجاد کنیم تا ۲۰ میلیون جوان

ایرانی را تحت پوشش قرار دهیم .



۳. ایجاد شبکه مجازی برندینگ ، بازاریابی ، فروش و صادرات کالای ایرانی

یکی از مسائل رایج و ضروری در همه ی کسب و کارها ، بازاریابی و فروش است . اینکه چگونه محصولات و خدمات خود را به دیگران عرضه کنیم و بفروشیم .

شرکت های بزرگتر و حرفه ای تر به فکر برندینگ و ایجاد نام تجاری موفق در بازار هستند . و شرکت های بزرگتر نیز بازارهای بزرگتر را هدف قرار می دهند و به کشورهای دیگر صادرات انجام می دهند .

ما به این فکر می کنیم که آیا راهی هست که بازاریابی و فروش و حتی صادرات آسان تر و هدفمندتر باشد . به طوری که شرکت های کوچک و استارتاپ ها به راحتی به بازار دسترسی داشته باشند و محصولات و خدمات خود را به فروش برسانند ؟

آیا راهی هست که شرکت های کوچک و استارتاپ ها بتوانند به بازارهای کشورهای خارجی دسترسی پیدا کنند و محصولات و خدمات خود را بفروش برسانند ؟

با پیدایش اینترنت بسیاری از مشکلات حل شده و بسیاری از ناممکن ها ممکن شده است اما هنوز جای خالی یک شبکه مجازی فروش که شرکت های دانش بنیان را به بازارهای سراسر دنیا متصل کند ، احساس می شود .



۴. ایجاد تیم امنیت شبکه

در شرایط کنونی که کشور ما در معرض تهدیدات امنیتی سایبری قرار دارد ، بازار امنیت شبکه داغ است . و بازار کار بسیار خوبی در سازمان ها و شرکت های دولتی و خصوصی در این حوزه وجود دارد . که ما سعی داریم در آن وارد شویم .

اما دو هدف راهبردی برای تیم امنیت در نظر گرفتیم :

- بومی سازی تکنولوژی ها و نرم افزارهای امنیتی

- راه اندازی مدرسه هک

- پرورش نخبگان امنیت شبکه ، افزایش اطلاعات کاربران ایرانی ، مقابله با حملات سایبری

البته این رو هم بگم که ما هیچ تجربه ای در این زمینه نداریم . باید متخصصین امنیت رو دعوت کنیم . خواهشی که دارم اینه که هکهای عزیز ، با هک کردن ما اعلام آمادگی نکنید . یه ایمیل بدید کافیه .



۵. ایجاد مدرسه کارآفرینی

مدرسه کارآفرینی ، یک آموزشگاه معمولی نیست .

جایی نیست که صرفاً یک سری دوره های

کارآفرینی برگزار کند . مدرسه کارآفرینی کارخانه

تبدیل ایده به ثروت ، جایی است که کارآفرین

واقعی پرورش می دهد . خروجی یک مدرسه

کارآفرینی ، مدرک نیست بلکه شروع یک کسب و

کار جدید است . به جای طرح مباحث تئوری ،

اینجا با کار و تمرین عملی آموزش می دهد .

مدرسه کارآفرینی مخاطبان خود را در ۵ گروه

طبقه بندی کرده است و متناسب با هر گروه

آموزش های خاص و تمرینات ویژه ای در نظر گرفته شده است.

Business school for kids,women,students



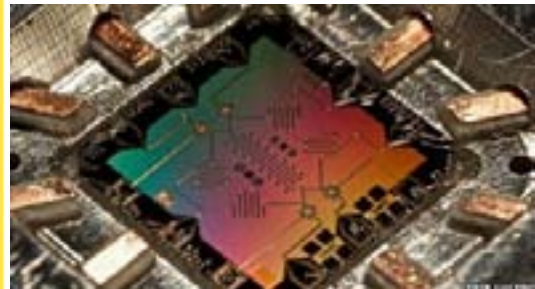
۶. ایجاد تیم هوش مصنوعی

دنیا در حال حرکت به سمت نرم افزارهای هوشمند و ارتقای هوش ماشینی است .

نرم افزارهایی که در زمان درست دقیقاً اطلاعات موردنیاز ما را در اختیارمان قرار می دهند . فرآیندهای کاری را سرعت می بخشند و باعث سهولت انجام کار با دقت بالا و رضایت بیشتر افراد می شود . این موضوع ، خصوصاً در ایران ،

نیاز به توجه و حمایت بیشتری دارد و در آینده ی نزدیک بازار فوق العاده

درآمدزا و سودآوری برای ما خواهد داشت .



۱۱. ایجاد تیم نانوفناوری برای توسعه کامپیوترهای کوانتومی دنیا در حال حرکت به سمت کامپیوترهای کوانتومی است. به گفته دانشمندان، دیگر نیمه رساناها و سخت افزارهای امروزی جوابگوی سرعت انتقال اطلاعات و ذخیره سازی حجم عظیم اطلاعات در آینده نخواهد بود. از این رو نظریه کامپیوترهای کوانتومی را مطرح کردند که هنوز در مرحله تحقیقاتی است. از آنجایی که دیر یا زود باید به سمت تولید مدارهای مجتمع، CPU و قطعات کلیدی سخت افزار

کامپیوتر حرکت می کردیم، ما تصمیم گرفتیم بر روی تولید کامپیوترهای کوانتومی کار کنیم. بنابراین تیمی با تخصص نانو الکترونیک تشکیل خواهیم داد و به یاری خدا این محصولات فوق پیشرفته را در کشور تولید خواهیم کرد. البته تحقیقاتی در این زمینه انجام شده و ایده های زیادی مطرح شده که آنها را پیگیری خواهیم کرد. از دیگر کارهایی که این تیم می تواند انجام دهد، برگزاری مسابقات دانشجویی برای ایده پردازی در حوزه کامپیوترهای کوانتومی است که راه را بسیار نزدیک تر خواهد کرد.

۱۲. تأسیس اولین کوانتوم ولی دنیا در ایران

وقتی که نیمه رسانای ژرمانیوم دیگر پاسخگو نبود و نیمه رسانای سیلیکون وارد صنایع الکترونیکی شد، شرکت هایی در جنوب سانفرانسیسکو بوجود آمد که تمرکز شان بر روی سیلیکون بود. کم کم شرکت های جدید با ایده های جدید در حوزه کامپیوتر و اینترنت بوجود آمد و آن منطقه را به دره ی سیلیکون مشهور کرد. پیش بینی ما این است که وقتی به جای نیمه رسانای سیلیکون، صنایع کوانتومی مطرح شود، همین اتفاق دوباره تکرار شود.

شرکت هایی بوجود خواهد آمد که در حوزه صنایع کوانتومی، سخت افزارهای کوانتومی، نرم افزارهای کوانتومی، الگوریتم های کوانتومی و ... فعالیت خواهند کرد. در این حوزه ایده های فوق العاده مطرح خواهد شد. کسب و کارهای دانش بنیان و فوق پیشرفته ای شکل خواهد گرفت و در دنیا پیشتاز خواهند بود.

تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت، برای این روز برنامه ریزی می کند. ما امیدواریم یکی از اولین کسانی باشیم که به تکنولوژی کامپیوترهای کوانتومی در دنیا دست پیدا می کنیم. اگر این اتفاق بیافتد با توجه به هوش و خلاقیت ایرانیان، و البته با سرمایه گذاری و مدیریت قوی، اولین کوانتوم ولی دنیا را در ایران پایه ریزی می کنیم و به امید خدا در صنایع نانو الکترونیک و کامپیوتر در دنیا پیشتاز خواهیم شد.



شتاب کنید!
موفقیت نزدیک است.
دنیا برای تسخیر شدن
در انتظار ما است.



۷. ایجاد تیم طراحی بازی های کامپیوتری با وجود تلاش هایی که در مسیر تولید بازیهای کامپیوتری شده است هنوز فاصله زیادی با استانداردهای جهانی داریم. از طرفی طراحی بازیهای کامپیوتری بسیار جذاب و مفرح است. با توجه به ماهیت تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت که در حوزه IT فعالیت می کند، تصمیم داریم تیمی تشکیل بدهیم و به صورت حرفه ای وارد این حوزه شویم. از طرفی بازار بازی های رایانه ای در ایران نیاز به توجه بیشتر و ایده های جدید و جذاب دارد تا بتواند در فروش بازی های ایرانی موفق تر عمل کند.



۸. ایجاد تیم طراحی و تولید انیمیشن صنعت انیمیشن ایران در مقایسه با بازی های کامپیوتری، وضعیت بدتری دارد. شاید انیمیشن های موفق و مطرح ایرانی انگشت شمار باشند. انیمیشن یک رسانه ی قدرتمند و جذاب است که بازار فوق العاده ای در دنیا دارد. ما تصمیم گرفتیم تیمی تشکیل دهیم و به صورت حرفه ای وارد این صنعت شویم. هدف مان این است که در آینده ی نزدیک یک studio قدرتمند انیمیشن سازی داشته باشیم و فیلم های سینمایی انیمیشنی حرفه ای تولید کنیم. از طرفی در این حوزه باید تجربه کسب کنیم و افراد زیادی را پرورش دهیم تا به یاری خدا شاهد پیشرفت صنعت انیمیشن در ایران باشیم.



۹. ایجاد تیم الکترونیک و سخت افزار هدف مان این است که یک تیم R&D قدرتمند برای توسعه دستگاه های الکترونیکی بوجود بیاوریم و با نوآوری و ایده های جدید محصولات جدیدی بوجود بیاوریم و نیازهای بازار کشور را تأمین کنیم. گاهی یک تغییر ساده در محصولات تولیدی می تواند تأثیر زیادی داشته باشد.

۱۰. ایجاد تیم توسعه گردشگری

گردشگری یک صنعت چند میلیارد در دلاری در دنیا محسوب می شود و درآمدهای فوق العاده ای برای کشورها دارد تا جاییکه در برخی از کشورها بخش قابل توجهی از درآمد کشور از طریق گردشگری تأمین می شود. در ایران با توجه به پتانسیل های فوق العاده ای که در اختیار داریم ولی متأسفانه میزان جذب گردشگر خارجی بسیار ناچیز است. این حوزه نیاز به توجه بیشتری دارد و در صورت موفقیت در این حوزه، پتانسیل های عظیم درآمدزایی آزاد خواهد شد. ما می کوشیم که با ایده های جدید این صنعت را در ایران متحول کنیم.

چگونه یک میلیون برند ایرانی ایجاد می کنیم؟!



مرحله اول (هم افزایی ، کار تیمی و تعاون با انجمن های فعال اینترنتی دعوت از همه فعالان فناوری اطلاعات ایران برای عضویت در تعاونی کارخانه تبدیل ایده به ثروت
 مرحله دوم (همکاری با شبکه اجتماعی کلوب با ۲ میلیون نفر کاربر اینترنتی
 مرحله سوم (اجرای طرح در دانشگاه های کشور با ۵ میلیون نفر دانشجو در کشور
 مرحله چهارم (جذب کاربران ایرانی اینترنت . ۳۴ میلیون نفر کاربر اینترنتی
 مرحله پنجم (اجرای طرح در سطح جامعه
 مخاطب = دانش آموزان ، زنان خانه دار ، زنان سرپرست خانوار ، بازنشستگان ، معلولین ، سربازان ، زندانیان ، عموم مردم
 فرهنگسراها ، خانه فرهنگ ، خانه کارآفرینی (سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران)

وب فارسی تا به امروز پیشرفت های قابل توجهی داشته است . گروه ها ، انجمن ها و کاربران فعال زیادی در وب فارسی فعالیت می کنند که باعث ایجاد فرصت ها و موقعیت های زیادی شده است . واقعیت این است که پتانسیل های عظیمی در وب فارسی به صورت بالقوه وجود دارد و ما در تلاش هستیم در جهت رسیدن به اهداف کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، این پتانسیل های بالقوه را بالفعل کنیم و به عرصه ی کارآفرینی و برندینگ بیاوریم .
 گروه ها و انجمن های اینترنتی زیادی در وب فارسی فعالیت می کنند که گاهی تعداد کاربران آنها به چند صد هزار نفر می رسد . ما بر اساس حوزه ها و زمینه های کاری خود (اهداف) و بر اساس ماهیت اصلی تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل فکر به ثروت گروه ها و انجمن های اینترنتی مربوطه را شناسایی کردیم که در مجموع تعداد کاربران این انجمن های فعال اینترنتی به بیش از ۴ میلیون نفر رسید .
 ایده و هدف ما این است که از بین این افراد ، ۱ میلیون نفر از افراد علاقه مند ، تحصیل کرده و با روحیه ی کارآفرینی را به عضویت تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت درآوریم . تا در وهله ی اول ، پتانسیل های عظیم وب فارسی را به سمت تجاری سازی ایده ها و ایجاد برند هدایت و تشویق کنیم . این شروع حرکت هدفمندسازی استعدادها و سرمایه های انسانی کشور است .
 و در وهله دوم ، سرمایه ای قابل توجه ، برای سرمایه گذاری بر روی ایده های بازاریابند اعضای تعاونی بوجود بیاوریم . چرا که دو عنصر دانش و سرمایه باید در کنار یکدیگر قرار بگیرد تا بتواند به ایجاد کسب و کارهای موفق بینجامد .

در واقع ۱ میلیون نفر کاربر اینترنتی علاقه مند ، نیروی کار خلاق و کارآفرین آینده تعاونی خواهند بود که با فکر ، ایده و اقدامات خود ، تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت را به سمت ایجاد یک میلیون برند موفق و درآمدزای ایرانی رهبری می کنند .

همه ی کسانی که در تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت فعالیت می کنند ، باید حداقل ۵ سهم خریداری کنند . البته شرط ورود به تعاونی خرید ۱ سهم است . پس از ایجاد اعتماد و اطمینان نسبت به فعالیت های تعاونی افزایش تعداد سهام به ۵ سهم یا بیشتر را انجام می دهند .
 در مجمع عمومی تعاونی انتخابات برگزار خواهد شد و مدیر عامل و اعضای هیئت مدیره و سایر عوامل اجرایی با رأی اعتماد اعضای تعاونی ، انتخاب خواهند شد و فعالیت تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت به طور رسمی آغاز خواهد شد . البته کسانی که کاندید می شوند باید دارای شرایط خاصی باشند . مثلاً : سوابق و تجربیات حرفه ای ، کارآفرینی در حوزه های مختلف خصوصاً وب ، تخصص فنی و
 به این ترتیب ، تیم سازی هایی به صورت هدفمند انجام خواهد شد .
 در تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، سازوکاری تعبیه شده است که ایده ها و افراد علاقه مند با روحیه کارآفرینی و کار تیمی از یک سو وارد می شوند . در قالب گروه های ۳ تا ۵ نفری سازماندهی می شوند و به عنوان خروجی ، یک استارتاپ و یک برند ایجاد می کنند . ورودی : ایده ها و افراد . خروجی : استارتاپ ها و برندها.
این یعنی تحقق واقعی و عینیت پیدا کردن کارخانه تبدیل ایده به ثروت .



چگونه یک میلیون برند ایرانی ایجاد کنیم؟

مانند یک ماشین بزرگ ، همواره به دنبال ایده ها و افراد علاقه مند است . هر روز جمعیت بیشتری را به داخل خود می کشد و کسب و کارهای بیشتری راه اندازی می کند و ثروت بیشتری تولید می کند . هر روز بزرگتر و بزرگتر می شود و مردم خوشحالتر و شادتر و اقتصاد شکوفاتر و پویا تر .

گام دوم (شبکه اجتماعی کلوب ، ۲ میلیون نفر کاربر دارد . این یعنی ۲ میلیون ایده ، ۲ میلیون انرژی ، ۲ میلیون برند ، ۲ میلیون کارآفرین ، ۲ میلیون استارتاپ موفق .

بنابراین در گام دوم سعی داریم با همکاری کلوب ، کارخانه تبدیل ایده به ثروت را پیش گسترش دهیم و نیروهای بالقوه ی بیشتری را بالفعل کنیم . هر یک نفر نیروی بالقوه ، بخشی از سرمایه ی ملی است که باید مورد توجه قرار بگیرد .

در یک اقتصاد دانش بنیان ، مهمترین عوامل و نقش های تأثیرگذار ، دانشجویان و فارغ التحصیلان هستند . بر اساس آمارها و گزارشات ، سالیانه ۵ میلیون نفر دانشجو در کشور داریم .

علاوه بر این ، سالیانه حدود ۲ هزار نفر فارغ التحصیل داریم . دانشجویان و فارغ التحصیلان ، موتور محرک یک سازمان دانش بنیان هستند و اگر بتوان این نیروی بالقوه را به سمت کارآفرینی و تجاری سازی ایده های دانش بنیان هدایت کرد ، علاوه بر حل مشکل بیکاری ، تکنولوژی های جدید بوجود می آید و اقتصاد کشور از وابستگی به نفت به سمت صادرات دانش بنیان حرکت خواهد کرد .

بنابراین گام سوم (اجرای طرح در دانشگاه های کشور ما سعی کردیم با همکاری دانشگاه های کشور و نهادهای مربوطه ، دانشجویان را به تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت جذب کنیم .

با عضویت دانشجویان در تعاونی ، اقدامات بسیار مهمی در جهت هدفمندسازی استعدادهای کشور انجام خواهد گرفت . واقعیت این است که هزاران نفر ساعت ، وقت دانشجویان به بازی و اتلاف وقت می گذرد . که این خسارت بزرگی است که به سرمایه های ملی ما وارد می شود . دانشجویان و فارغ التحصیلان به عنوان ورودی ، وارد تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت می شوند و به عنوان خروجی استارتاپ ها و کسب و کارهای دانش بنیان تولید می کنند .

کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، مانند ماشین کمپاین ، باز هم به دنبال ایده ها و افراد بیشتر است تا استارتاپ و کارآفرین بیشتر ، و در نتیجه ثروت بیشتری تولید کند .

مرحله چهارم (کاربران ایرانی اینترنت

کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، همواره به دنبال استعدادیابی و ارزش آفرینی است . هر جا فرصتی ببیند ، وارد عمل می شود . ما در ایران ۳۴ میلیون نفر کاربر اینترنتی داریم . این رقم فوق العاده هیجان انگیز و اعجاب آوری است و هر روز در حال افزایش است . بنابراین این یک فرصت فوق العاده است برای سازماندهی استعدادها و کارآفرینان بالقوه ی ایران .

برنامه ریزی ها و طرح های فراوانی داریم ؛ از جمله دهکده ایده ، شبکه دانش ، شهر مجازی و نیز ایده های زیادی برای شبکه ملی داریم . ما تلاش می کنیم اگر شبکه ملی در ایران راه اندازی شود ، آن را به بهشت کاربران و کارآفرینان ایرانی تبدیل کنیم .

پس از اقدامات انجام گرفته ، ما نیاز داریم کارخانه تبدیل ایده به ثروت را در سطح جامعه مطرح کنیم . بسیاری از مردم ممکن است دسترسی به اینترنت نداشته باشند . دانشجو یا فارغ التحصیل هم نباشند . بنابراین باید کارخانه تبدیل ایده به ثروت طوری در سطح جامعه فعالیت کند که به تولید مشاغل خانگی و کسب و کار های خانوادگی بیانجامد .

مرحله پنجم (در سطح جامعه

برگزاری همایش های Start Up weekend کارخانه تبدیل ایده به ثروت در سطح جامعه ، به مردم کمک می کند ایده های خود را به کسب و کار و منبع درآمد تبدیل کنند .

مخاطبین این همایش ها : دانش آموزان ، زنان خانه دار ، زنان سرپرست خانوار ، بازنشستگان ، معلولین ، سربازان ، زندانیان ، جوانان و ... هستند .

این همایش ها در مدارس ، در فرهنگسراها و خانه های فرهنگ ، در خانه های کارآفرینی و برگزار می شود .



کارخانه تبدیل ایده به ثروت چیست؟ سازمانی است که ارتباط بین صنعت و دانشگاه را برقرار می کند. وظیفه اصلی این تعاونی چیست؟ تولید دانش و تزریق آن به صنایع کشور. چرا؟ برای ایجاد اقتصاد دانش بنیان. سازمان ها، کارخانه ها، شرکت های بزرگ و صنایع کشور، نیازهایشان را به ما می گویند و ما از طریق ارتباط با مراکز علمی و دانشگاهی و با جذب نیروی انسانی متخصص در قالب پروژه این نیازها را برطرف می کنیم. بسیاری از پروژه ها در حوزه ی تکنولوژی های پیشرفته، در کشور قابل اجرا شدن است که میلیاردها تومان صرفه جویی ارزی و کاهش واردات را به دنبال خواهد داشت. همچنین نخبگان و دانشمندان ایرانی، در کشور خواهند ماند و پس از مدتی صنعت ایران متحول خواهد شد. زمانی خواهد رسید که ما می توانیم تکنولوژی های پیشرفته را صادر کنیم و از این طریق میلیاردها دلار درآمد کسب کنیم.



گاهی دیده می شود که مراکز رشد در کشور وجود دارد ولی پاسخگوی نیازها نیست. و یا اینکه در بعضی حوزه ها موازی کاری می شود و بعضی حوزه ها به دست فراموشی سپرده می شود. تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت، سعی دارد که با دور هم جمع کردن تعاونی های دانش بنیان و شرکت های دانش بنیان، نیروهای مؤثر را در بخش خصوصی به سمت نیازهای کشور هدایت کند. همچنین با مراکز رشد و مراکز دانشگاهی ارتباط برقرار کند و به یاری خدا پتانسیل های عظیم علمی و تکنولوژیکی را در کشور آزاد کند و آنها را در جهت پیشرفت تکنولوژی ایران و تولید ملی به کار بگیرد.

مرکز رشد مرکزی

هدف ما این است که از دو اهرم مجازی بودن و social بودن استفاده کنیم و پروژه های بزرگ و پر هزینه را با کمترین هزینه و در کوتاه ترین زمان ممکن انجام دهیم .

به عنوان مثال : برخی پروژه های پر هزینه : سیستم عامل ، بازی کامپیوتری ، انیمیشن ، پروژه های تحقیقاتی .

مرکز رشد یعنی جایی که امکانات و تجهیزات اولیه در اختیار افراد قرار می دهد تا بتوانند رشد کنند . در واقع ، مرکز رشد ، یک سری امکانات و تجهیزات اولیه ، مانند دفتر کار ، کامپیوتر و یا یک سری حمایت ها و خدمات در اختیار افراد قرار میدهد .



مرکز رشد بازی سازی

صنعت بازی های کامپیوتری خوشبختانه در ایران رشد خوبی داشته است ولی هنوز قابل رقابت با بازی های کامپیوتری خارجی نیست . پروژه های بازی سازی نیز معمولاً پر هزینه هستند .

ایده مرکز رشد بازی سازی ، می تواند این صنعت را متحول کند .

در مرکز رشد افراد با توانایی های مختلف وارد می شود : طراح هنری ، طراح بازی ، طراح فنی ، گرافیکست ، برنامه نویس و

این افراد با هم تشکیل تیم می دهند و روی ایده ها و پروژه های مشترک کار می کنند . یا اینکه یک پروژه ی بزرگ بین چند تیم مختلف تقسیم می شود و هر تیم یک قسمت پروژه را انجام می دهد .

مزیت مرکز رشد ، این است که افراد با تجربه همواره در کنار شما هستند و به شما آموزش و مشاوره می دهند . همچنین نیاز به مقدمات اولیه ، مثل دفتر کار ، کامپیوتر های موردنیاز و ... نیست . این موارد همه توسط مرکز رشد ایجاد می شود .

مرکز رشد انیمیشن سازی

وضعیت صنعت انیمیشن در ایران ، بسیار غم انگیز و تأسف بار است . تعداد انیمیشن های حرفه ای و با کیفیت ایرانی ، شاید به اندازه ی انگلستان دست باشد .

هزینه های انیمیشن سازی ، بالاست و نیاز دارد که حمایت های دولتی دریافت کند . اما واقعیت این است که در انیمیشن سازی بی تجربه هستیم و سرمایه گذاران هم نمی توانند ریسک کنند .

باز باید خودمان آستین ها را بالا بزنیم و حرکتی Open source را شروع کنیم .

ایده ی من : مرکز رشد انیمیشن سازی است .

یعنی افراد مختلف با تخصص های مختلف وارد مرکز رشد می شوند . گرافیکست ، طراح ، انیماتور ، داستان نویس ، کارگردان ، دوبلور و

این افراد با هم تشکیل تیم می دهند و روی یک پروژه ی مشترک و یک ایده ی مشترک کار می کنند . درست مثل اینکه در حال راه اندازی یک استارتآپ جدید هستند . برای اینکه ریسک این کار پایین باشد و

افراد تمایل بیشتری به همکاری داشته باشند ، طبق معمول تیم های آموزش و مشاوره به مرکز رشد تزریق می شود . به این معنی که افراد با تجربه تر به آموزش و مشاوره به دیگران می پردازند . از مشاوره های تخصصی در حوزه فیلم و انیمیشن گرفته تا بازاریابی و فروش .

در حین کار ، افراد و تیم ها تجربیات زیادی پیدا می کنند که با اشتراک تجربیات ، یک دانش تخصصی و حرفه ای در انیمیشن ایران بوجود خواهد آمد .

پس از مدتی ، زمانی که پتانسیل ها و توانایی ها نمایان می شود ، ناخودآگاه سرمایه گذاران و سرمایه ها به این سمت جذب خواهد شد . و این یک مسئله طبیعی و واقعی است .

مرکز رشد سیستم عامل و توسعه نرم افزاری

مرکز رشد سیستم عامل ، یعنی هزاران نفر برنامه نویس به صورت تیم مجازی بر روی یک پروژه کار می کنند .

شرکت مایکروسافت نیز ، از طریق برون سپاری و به کارگیری برنامه نویسان هندی همین کار را انجام می دهد .

در ایران ، ما برنامه نویسان و شرکت های نرم افزاری زیادی داریم که به صورت جزیره ای برنامه می نویسند و هزاران بار موازی کاری و تکرار و تکرار بی ارزش انجام می گیرد . و نتیجه اینکه سیستم های نرم افزاری قدرتمند در ایران بوجود نمی آید .

در بخش نرم افزارهای تحت وب ، که بحث Open Source بیشتر مطرح است . ما فقط CMS ها را

فارسی می کنیم و نهایتاً به ماژول اضافه می کنیم .

من معتقدم اگر یک سیستم را از Base قدرتمند پایه ریزی کنیم ، می توانیم از مزایای فوق العاده آن در دوازده مدت استفاده کنیم . به جای اینکه هزار تا شرکت نرم افزار اتوماسیون اداری و مالی بنویسند ، یک

سیستم قدرتمند می نویسیم و شرکت های دیگر ماژول اضافه می کنند . این ، علاوه بر اینکه باعث ایجاد خلاقیت و تنوع در سرویس ها می شود ، باعث می شود سایر نیروها و پتانسیل ها در بخش های دیگر وارد شوند . یعنی نرم افزارهای گرافیکی ، امنیتی ،

البته من به نوشتن یک سیستم عامل ایرانی و هوشمند فکر می کنم . هسته (kernel) سیستم عامل های ویندوز و لینوکس و قدیمی است . در دنیای جدید که به سمت هوشمند شدن حرکت می کنیم ، باید از شبکه های عصبی و ساختارهای هوشمند در طراحی هسته استفاده کنیم .

اتحاد و تصمیم الان ما ، می تواند باعث شود که ما در آینده ای نزدیک در صنعت نرم افزار حرفی برای گفتن داشته باشیم .

معرفی دوره کارآموزی - کارآفرینی

راه اندازی یک کسب و کار موفق (استارتاپ موفق) نیاز به آموزش دارد . شما باید آموزش ببینید که چگونه ایده های خوب و بازار پسند را از بین ایده های مختلف پیدا کنید ، آن را پرورش دهید و به مرحله اجرا برسانید .

به همین منظور تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر ، دوره ای با عنوان دوره کارآفرینی برگزار کرده است . این دوره به این منظور طراحی شده که افراد علاقه مند به کارآفرینی بتوانند استارتاپ خود را شروع کنند و کسب و کار کوچک خود را راه اندازی کنند . خروجی این دوره ، این است که افراد ایده ی خود را تبدیل به یک استارتاپ می کنند . همچنین در کنار این آموزش ها برای افراد ، پرونده ی مشاوره تشکیل می شود و می توانند در تمام مراحل رشد استارتاپ خود ، از مشاوره های متخصصین تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر بهره ببرند .

برای ثبت نام و کسب اطلاعات بیشتر ، می توانید از طریق زیر با ما تماس بگیرید :

تلفن شرکت : ۰۲۱-۷۷۳۹۱۵۱۲

مسئول آموزش : آقای حسنی ۰۹۳۸۱۶۸۱۷۲۵

ایمیل شرکت : board@knn-co.com

ثبت نام

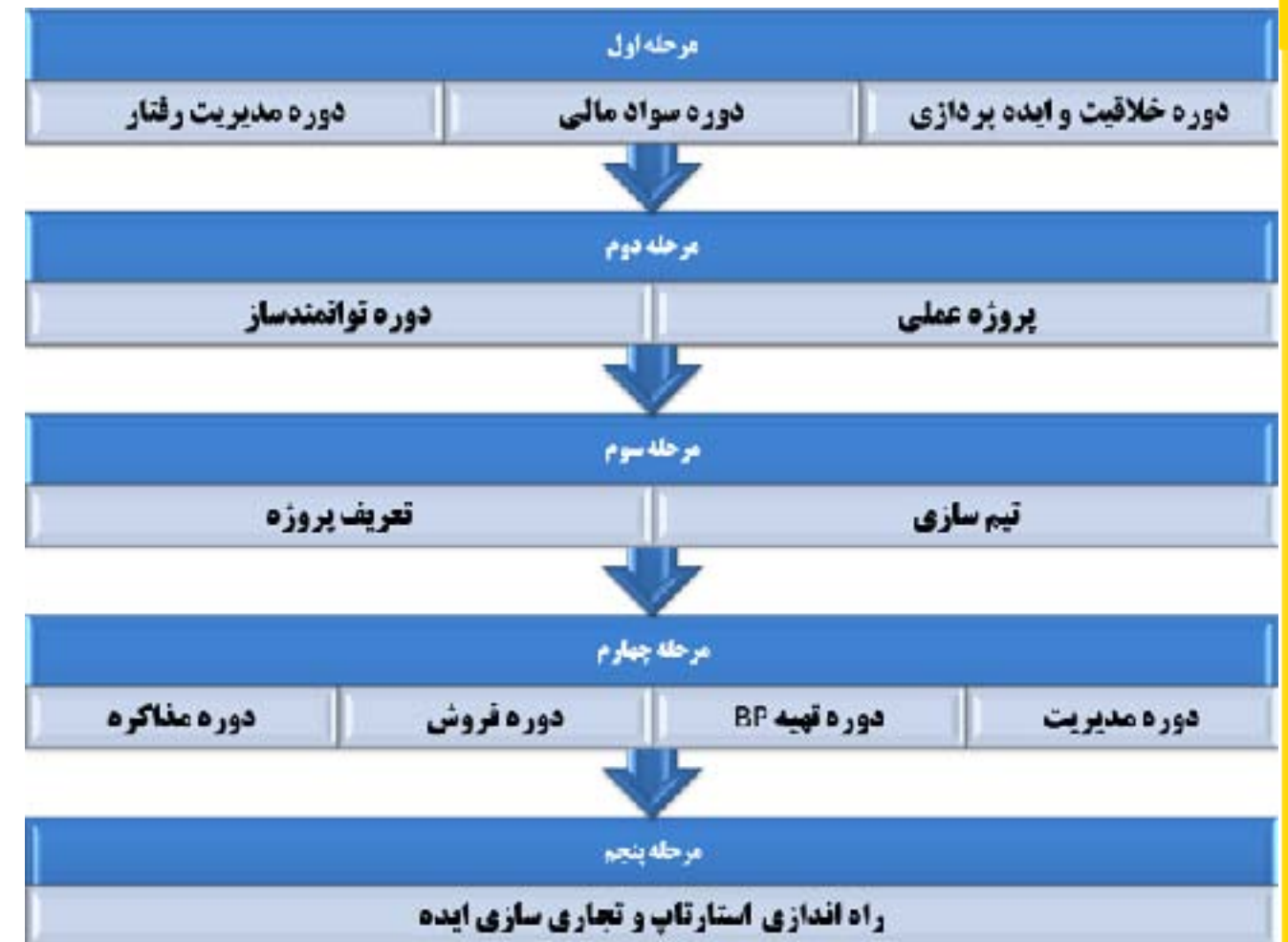
فراخوان جذب نیروی کار خلاق

آیا شما خلاق و خوش فکر هستید ؟
آیا شما پر انرژی و پر شور هستید ؟
آیا شما روحیه ی کارآفرینی دارید ؟
آیا جز افراد زیر هستید ؟

- ۱۰ نفر نویسنده خوش فکر و خلاق و فعال
- ۳ نفر برنامه نویس حرفه ای و خلاق PHP
- ۳ نفر گرافیکست خلاق مسلط به طراحی وب آشنا به CSS۳ ، HTML۵ ، JQuery و نرم افزارهای گرافیکی فلش و فتوشاپ

رزومه خود را به آدرس salam.imperial@gmail.com بفرستید .

عنوان ایمیل : فراخوان جذب نیرو عنوان ایمیل : همکاری با مجله





استارت‌آپ و یک‌دقیقه چیست؟

استارت‌آپ و یک‌دقیقه یک رویداد آموزشی-تجربی در سراسر دنیاست که در انتهای یک هفته برگزار می‌گردد. در این برنامه شرکت کنندگان بر انگیزه‌ای شامل برنامه نویسان، مدیران تجاری، عاشقان استارت‌آپ، بازاریاب‌های حرفه‌ای و طراحان گرافیک گرد هم می‌آیند تا انتهای هفته طی ۵۴ ساعت پروژه‌هایی را آماده نمایند. در این برنامه جهانی تا بحال بیش از ۴۵ هزار نفر در بیش از ۵۰۰۰ تیم شرکت نموده‌اند. در استارت‌آپ و یک‌دقیقه ایده‌های زیادی مطرح می‌شوند اما آنچه در این برنامه اهمیت دارد فقط سه چیز است. اجرا، اجرا و فقط اجرا!

اگر شما ایده‌ای در ذهن دارید که به نظر شما بسیار ناب است و ارزش زیادی دارد یا در این برنامه شرکت نکنید و یا ایده خود را در این برنامه مطرح نکنید. ما به ایده‌ها ارزشی نمی‌دهیم. این برنامه از ساعت ۶ بعدازظهر روز چهارشنبه آغاز و تا ساعت ۸ شب جمعه ادامه دارد. در این برنامه شرکت کنندگان (۷۰ الی ۱۵۰ نفر در ۶ الی ۹ تیم) همگی در یک فضای مشترک قرار می‌گیرند.

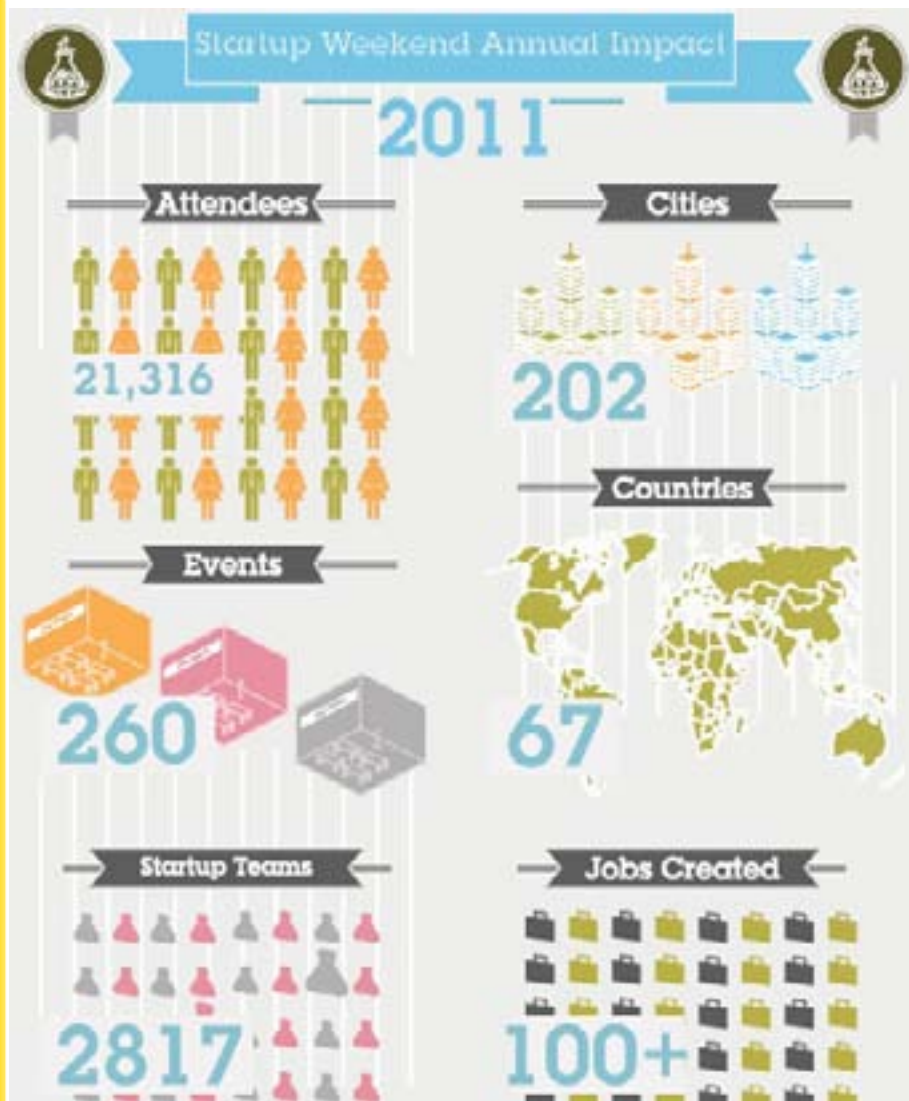
نحوه برگزاری برنامه

در برنامه استارت‌آپ و یک‌دقیقه، برنامه‌نویس‌ها، طراحان، بازاریاب‌ها، مدیران محصول و مشتاقان کارآفرینی گرد هم آمده و ایده‌هایشان را به اشتراک گذاشته، تشکیل تیم می‌دهند و محصولی را ساخته و تجارت نوپایی را آغاز می‌نمایند.

این برنامه با معرفی ایده‌های شرکت کنندگان در ۶۰ ثانیه آغاز و افراد با انتخاب ایده‌های برتر، بهترین تیم‌ها را تشکیل می‌دهند. آنها در انتهای هفته بر روی توسعه مشتریان، بررسی ایده و ساخت پایلوت با استفاده از تجربه مربیان حرفه‌ای فعالیت می‌نمایند و در بعدازظهر جمعه با ارائه دموهای محصول خود به هیئت داوران و سرمایه‌گذاران، بازخوردهای ارزنده‌ای را از آنها دریافت می‌نمایند.

در این برنامه سعی می‌شود که طی آن یک پروژه بطور کامل به حالت پایلوت درآمده و آماده بهره‌برداری گردد. با این حال ممکن است زمان برای این کار در برخی پروژه‌ها کافی نباشد. با این حال رقابت بین تیم‌ها این موضوع را به یک هدف حیاتی تبدیل می‌نماید.



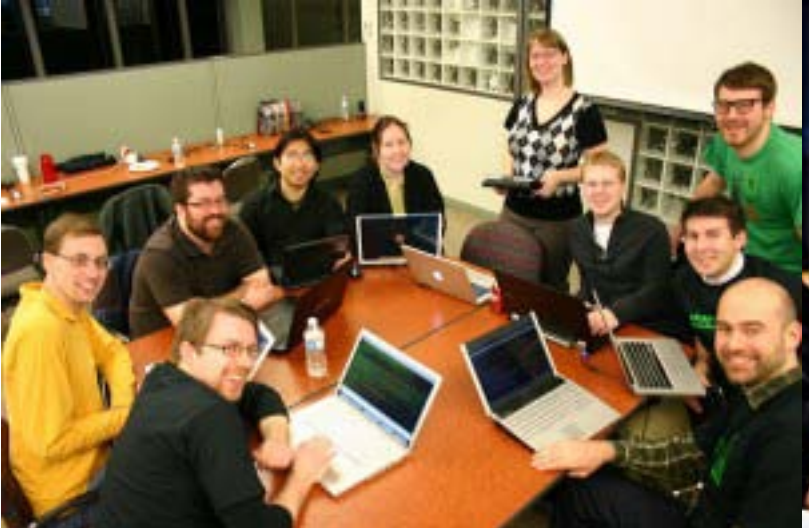


چرا در استارت‌آپ ویکند شرکت کنیم؟

نیمی از شرکت کنندگان در استارت‌آپ ویکند افراد فنی (برنامه نویسان، طراحان و کدنویسان) و نیمی دیگر افراد تجاری (بازاریابی، مالی، حقوقی و ...) هستند. ۲۹ درصد شرکت کنندگان برای یافتن ارتباطات جدید، ۲۰ درصد برای ساخت یک ایده و محصول، ۱۳ درصد برای راه اندازی کسب و کار شرکت می کنند. نکته جالب اینجاست که ۸۰ درصد شرکت کنندگان ارتباطات خود را بعد از مراسم حفظ می نمایند.

چه چیزی عاید شما می شود؟

- آموزش: استارت‌آپ ویکند یادگیری از طریق اجراست. یادگیری مهارت های جدید و نحوه فکر کردن جدید.
- آشنایی با شریک: افرادی که به استارت‌آپ ویکند می آیند افرادی جدی که می خواهند کاری را شروع کنند. در برنامه ارتباطی را پایه ریزی می کنید که مدت ها ادامه خواهد داشت.
- ارتباطات جدید: ما در استارت‌آپ ویکند از مربیان و داوران با تجربه استفاده می کنیم. شرکت کنندگان نیز افرادی با مهارت های متعدد هستند. در این برنامه ارتباطات مفید فراوانی بدست می آورید.
- کسب مهارت: یک برنامه برای انتهای هفته که شما اوج خلاقیت و نوآوری خود را بکار می گیرید، فرصت مناسبی برای یادگیری مهارت های جدید است. یادگیری یک زبان جدید یا آشنایی با روش های بازاریابی.
- آشنایی با راه اندازی کسب و کار: شما در این برنامه راه اندازی یک تجارت را با متد ناب (Lean Startup) یاد می گیرید.



تاریخچه

این ایده در سال ۲۰۰۷ در TechStars توسط Stan James و Danny Newman پرورش یافت و پس از آن با همکاری David Cohen و Joe Scharf به اجرا درآمد.

حامیان

این رویداد در سطح جهانی توسط برندهای معتبری همچون گوگل، پارک تجاری مایکروسافت و آمازون مورد حمایت قرار گرفته است و رویدادهای محلی در شهرها نیز به کمک حامیان محلی با موفقیت برگزار می گردد. در صورت تمایل به حمایت به این صفحه بروید.



هدف

هدف استارتاپ ویکند آموزش و ترویج کارآفرینی در کشورهای جهان است. ما بعنوان یک نهاد غیر انتفاعی با تکیه بر همکاران بر رشد استارتاپ ویکند در سراسر جهان ادامه خواهیم داد. شما با پیوستن به حامیان ما، می تواند نفوذ خوبی بر روی جامعه هدف و افراد کلیدی داشته باشید. محصولات و خدمات شما به شرکت کنندگان استارتاپ ویکند شناسانده می شود. ارزش واقعی در استارتاپ ویکند تعداد کسب و کارهای ایجاد شده نیست بلکه آموزش و تجربه انتقال یافته و دایره ارتباطاتی است که تلاش همگانی برای ساخت آن صورت می پذیرد. استارتاپ ویکند جایی برای یافتن شرکای مشتاق، بررسی ایده ها و تجربه یک محیط بدون ریسک و برای بسیاری هم اولین گام در مسیر بلند کارآفرینی است.

دانشگاه کار آفرینی کارخانه تبدیل ایده به ثروت



جلساتی داشتیم با خانم دکتر سلطان خواه ، معاون علمی رئیس جمهور ، و همکاران ایشان در بنیاد ملی نخبگان ، وزارت علوم تحقیقات و فناوری و سایر نهادهای مرتبط .
جلسات بسیار بسیار امیدبخش و مؤثر واقع شد .
موضوع : راه اندازی دانشگاهی است که به جای دادن مدرک ، کارآفرین تحویل جامعه دهد .
ما طرح اولیه را آماده کردیم و ارائه دادیم . اما واضح است که چنین پروژه ای نیاز به کار فکری فراوان و امکان سنجی های مختلف دارد و به این زودی به بهره برداری نمیرسد .
اما خیلی خوشحال هستیم که چنین کاری را شروع کردیم و مسئولین هم استقبال کردند . امیدوارم به هدف مان برسیم .

ما به دانشگاهی نیاز داریم که با صنعت ارتباط داشته باشد . نیازهای بازار و صنعت را بداند و این نیازها را تأمین کند . رشته های دانشگاهی و محتوای درسی اش را بر اساس نیازهای صنعت و بازار طراحی و تنظیم کند .
ما به دانشگاهی نیاز داریم که به جای پول گرفتن از دولت ، یا پول گرفتن از دانشجو ، خودش درآمدزایی داشته باشد . با انجام پروژه های صنعتی ، کسب درآمد کند و به جای اینکه باری بر دوش اقتصاد کشور باشد ، چرخ اقتصاد کشور را بچرخاند . یک دانشگاه باید مدل کسب و کار داشته باشد .
در واقع شاید بهتر باشد که به جای دانشگاه کارآفرینی بگوییم دانشگاه کارآفرین . یعنی اول خود دانشگاه کارآفرین باشد ، فناور باشد ، خودکفا باشد و بعد آموزش کارآفرینی بدهد .
ما به دانشگاهی نیاز داریم که محور تولیدات و صادرات دانش بنیان باشد . شرکت های دانش بنیان و تعاونی های دانش بنیان ، باید حول این دانشگاه بوجود بیایند ، رشد کنند و به فعالیت خود ادامه دهند .
در مدل ما ، دانشگاه کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، قلب تپنده ی صنعت و اقتصاد کشور است .

دو دانشگاهی که ما مورد بررسی قرار دادیم : دانشگاه MIT و دانشگاه استنفورد بودند .
این دو دانشگاه در Ranking جهانی ، در رتبه های اول قرار دارند .
بسیاری از برندهای مطرح IT مانند گوگل و یاهو از دانشگاه استنفورد بیرون آمدند .
بسیاری از تحقیقات سازمان هایی مانند ناسا ، IBM ، میکروسافت و ... در آزمایشگاه های دانشگاه MIT انجام می گیرد .
بسیاری از نخبگان و دانشمندان سراسر ایران خصوصاً دانشگاه شریف ، جذب این دو دانشگاه می شوند .
بنابراین ما سعی کردیم از این دو دانشگاه الگو بگیریم و از خودمان سوال کنیم که چه چیزی در این دانشگاه باعث می شود پیشتاز باشند ؟ و چرا ؟
چرا دانشگاه های ما نخبگان سراسر دنیا را به خود جذب نکند ؟ چرا فارغ التحصیلان کشور به این دانشگاه ها می روند ؟ چرا آزمایشگاه های این دانشگاه ها ، R&D شرکت های مطرح در صنعت دنیا هستند ؟
چگونه می توانیم دانشگاهی داشته باشیم که در Ranking جهانی رتبه ی اول باشد ؟ چگونه می توانیم دانشگاهی داشته باشیم که همه مردم دنیا آرزو کنند در آن تحصیل نمایند ؟
چگونه می توانیم دانشگاهی داشته باشیم که خودش از طریق دانش ، درآمدزایی داشته باشد و دانشجویان خود را به کار بگیرد ؟ آیا می توان دانشگاهی داشت که هم تولید علم کند و هم تولید ثروت ؟
اگر فارغ التحصیل دانشگاهی دنبال کار باشد ، این به این معناست که دانشگاه کار خود را به خوبی انجام نداده است . زیرا در مدل دانشگاهی ما ، صنایع و شرکت ها هجوم می آورند تا فارغ التحصیلان را جذب کنند و حتی در این راه با هم رقابت می کنند .
و آیا می توان دانشگاه الگویی ساخت که نظام آموزشی کشور به سمت آن حرکت کند و ما شاهد باشیم همه ی دانشگاه های کشور به این شیوه هستند ؟
آیا در چنین کشوری بیکاری خواهد بود ؟ آیا واردات تکنولوژی خواهد داشت ؟ آیا کارمند پروری خواهد کرد ؟

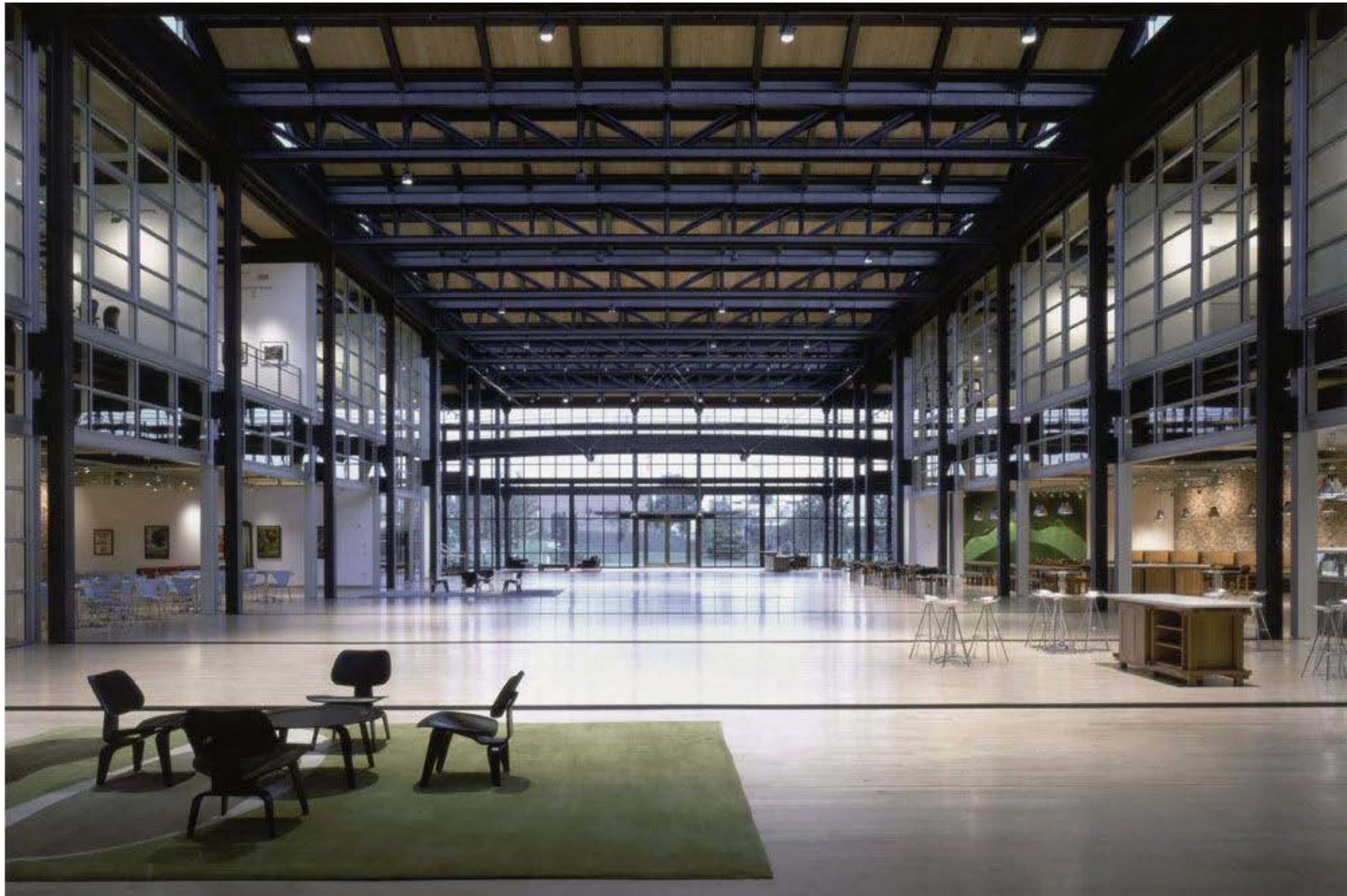
دفتر کار تعاونی کارخانه تبدیل ایده به ثروت در سال ۱۳۹۵





دفتر کار تعاونی کارخانه تبدیل ایده به ثروت در سال ۱۳۹۵

دفتر کار کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، بهترین و خلاق ترین جا برای کار است . ما یک سوله ی بزرگ را گرفتیم و به بهترین شکل ممکن با دکوراسیون و نمای خوب آن را آماده کردیم ، پارتیشن بندی کردیم و در اختیار اعضای تعاونی قرار می دهیم تا ایده های خود را تجاری کنند و در قالب تیم های ۳ تا ۵ نفره به فعالیت خلاقانه بپردازند . اینجا را به خاطر بسپارید . جایی است که در ایران همه آرزو دارند در آن کار کنند . تا سال ۱۴۰۰ حتماً شعبه هایی در ۱۰۰ کشور مختلف دنیا خواهیم داشت و شبکه ای از نخبگان و کارآفرینان را در سراسر جهان سازماندهی خواهیم کرد .



هدف: ایجاد بخش خصوصی قدرتمند در حوزه ی IT و وب فارسی

سیلیکون ولی که در یک منطقه ارزان و حاشیه ای واقع شده است ، در شرایطی بوجود آمد که مهندسين بیکار و اوضاع بد اقتصادی در آن منطقه حاکم بود .

سیلیکون ولی ، مدیون ۳ نفر است . اول ، هیولت و پاکارد ، دو دوست و دانشجوی مهندسی دانشگاه استنفورد (موسسان HP) که کار خود را در گاراژ خانه شان شروع کردند و این موضوع الگو شد . زیرا می دانیم میکروسافت (بیل گیتس) ، گوگل (لاری پیج ، سرگی برین) ، اپل (استیو جابز) ، دل (مایکل دل) و غیره همه شرکت های خود را در گاراژ خانه شان بوجود آوردند .

دوم ، رئیس دانشکده مهندسی دانشگاه استنفورد که با اختصاص زمینی به مساحت ۷۰۰ هکتار به تیم های ایده محور دانشجویی ، برای تجاری سازی ایده های دانشجویان ، موجبات ایجاد شرکت های مطرح IT را فراهم کرد .

شرکت گوگل ، الگوی سیلیکون ولی ، (مرکز رشد خصوصی) را در یک محیط بسته و به صورت یکپارچه پیاده کرد .

گوگل متخصصان و مهندسان خلاق و ایده پرداز را در یک محیط جذاب و پویای دانشگاهی دور هم جمع کرد . امکانات متنوع رفاهی در اختیار آنان قرار داد تا بدون هیچ دغدغه ای فقط به کار فکر کنند .

به این ترتیب ارتباط بین دانشگاه و صنعت را به شکل جذاب و جالبی برقرار کرد .

آیا دوست دارید بدانید درون گوگل چه می گذرد ؟

در بدو ورود (هنگام استخدام) ، گوگل همه کارمندان را ملزم کرد تا سهام شرکت را بخرند ، این کار باعث شد که کارمندان (مهندسان خلاق) گوگل ، با جان و دل کار کنند . همه مهندسان گوگل می دانند که هر چقدر بهتر کار کنند ، شرکت سود بیشتری می کند و در نتیجه سهام خودشان رشد می کند . مهندسان گوگل اگر ایده ای داشته باشند ، از دزدیده شدن ایده نمی ترسند . چون هر کس دیگه ای که تو گوگل ، ایده رو اجرا کنه ، سود اش به همه میرسه .

کارمندان گوگل رو ایده ی خود کار می کنند و از کار لذت می برند . سیستم کاری به این صورت هست که هر کس موظفه ۲۰ درصد از وقت خودش رو صرف پیدا کردن یه ایده ی خوب و کار روی اون کنه . این موضوع یک احساس رقابتی به وجود آورده . اگر کسی در ماه یک ایده ی حالب نداشته باشه ، احساس میکنه بهره وری اش کم شده و از بقیه عقب مونده .

کارمندان گوگل ، کارآفرینان گروه های ۳ تا ۵ نفره درون گوگل هستند .

در واقع کارمندان گوگل ، با خرید سهام شرکت گوگل ، در سود تجاری سازی همه ایده های درون گوگل ، سهیم می شوند .

اتحاد اهالی وب فارسی

تشکیل تعاونی و خرید سهام توسط اعضا

جذب سرمایه و ایده ها

تجاری سازی ایده ها منتخب

سهیم شدن همه اعضای تعاونی در سود همه پروژه ها

افزایش کار تیمی و تعاون

پیشرفت وب فارسی

ایجاد بخش خصوصی قوی در حوزه IT

ما و شما ، چه کسانی که در عرصه ی وب پیشکسوت و کارآفرین هستند و چه کسانی که تازه وارد این حوزه شدند ، باید به هم کمک کنیم تا بتوانیم پیشرفت کنیم و همه با هم سود ببریم . دانش و تجربه و سرمایه ، باید در کنار هم باشند تا وب فارسی پیشرفت کند و ایده ها به استارتاپ های درآمدزا تبدیل شود . حلقه ی مفقوده ای که در ایران وجود دارد ، نبود بخش خصوصی قدرتمند ، سازمان یافته و متحد است که سرعت پیشرفت ایده های وب را در ایران بسیار کند کرده است .

پیشنهاد ، درخواست و تقاضایی که از کارآفرینان و فعالان وب دارم این است که بیایید در کنار هم و با هم یک تعاونی دانش بنیان بوجود بیاوریم و با اتحاد ، همدلی ، تعاون و همکاری سرمایه ای جمع کنیم و با تجاری سازی ایده های خلاقانه و راه اندازی استارتاپ های درآمدزا در دنیای وب پیشتاز شویم و همه از سود این ایده ها بهره ببریم .

اگر ما یک تعاونی دانش بنیان تشکیل دهیم و همه ی اهالی وب در آن حضور داشته باشند ، اولاً با خرید سهام و ورود به تعاونی سرمایه ای مناسب بوجود می آید . ثانیاً همه ی کارآفرینان ، ایده پردازان خلاق ، کارشناسان و متخصصین در کنار هم جمع می شوند و جریانی بوجود می آید که مانند همایش Start Up Weekend ایده ها را به استارتاپ های موفق تبدیل می کنیم . ثالثاً همه ی کسانی که عضو تعاونی هستند از سود تجاری سازی همه ایده های وب ، بهره مند می شوند که این باعث می شود هر چه بیشتر به هم کمک کنند و روحیه ی تعاون و کار تیمی را در بین افراد گسترش دهند .

ایجاد تعاونی دانش بنیان IT در نهایت باعث می شود که یک بخش خصوصی قدرتمند در حوزه ی IT بوجود بیاید و شتاب بیشتری در این حوزه در کشور ایجاد کند . صنعت IT پیشرفت می کند و استارتاپ های بیشتری در ایران بوجود می آید . در واقع از این تعاونی ، می توان به عنوان یک مرکز رشد خصوصی یا سیلیکون ولی ایران نام برد .

این تعاونی دانش بنیان ، می تواند الگویی باشد برای کارآفرینی و تولید ثروت در ایران ، همچنین می تواند ما را در حوزه ی کارآفرینی IT پیشتاز کند .

این درخواست و خواهش یک دوست است از همه ی کارآفرینان موفق و فعالان وب ایران و جامعه ی اینترنت فارسی .

ما برای برخی از فعالیتهای و پروژه های تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، نیاز به سرمایه گذار و اسپانسر داریم .

اسپانسر :

برگزاری همایش های کارخانه تبدیل ایده به ثروت (از ایده تا استارتاپ)
برگزاری جشنواره های ایده ، استارتاپ و کارآفرین برتر

سرمایه گذاری :

پروژه ی تأسیس دانشگاه مجازی کارخانه تبدیل ایده به ثروت : ۱۶۰ میلیون تومان
پروژه ی شبکه مجازی فروش و صادرات : ۵۰۰ میلیون تومان
پروژه ی سوپر مارکت های زنجیره ای آنلاین : ۵۰۰ میلیون تومان
پروژه ی مرکز رشد خصوصی IT : ۱ میلیارد تومان
پروژه ی مرکز رشد خصوصی فناوری های پیشرفته (Hi-Tech) : ۳ میلیارد تومان
پروژه ی تأسیس دانشگاه کارآفرینی کارخانه تبدیل ایده به ثروت : ۵ میلیارد تومان

لطفا با شماره تلفن : ۰۲۱-۷۷۳۹۱۵۱۲ و ایمیل board@knn-co.com تماس بگیرید .



اساساً تعاونی با هدف جذب سرمایه تأسیس می شود . با توجه به اینکه ایده ها برای تبدیل شدن به استارتاپ های موفق نیاز به سرمایه دارند ، تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت با هدف تأمین سرمایه و کمک به ایجاد استارتاپ ها و برندهای موفق راه اندازی می شود .

به همین منظور ، تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، در نظر دارد از طریق فروش سهام سرمایه جذب کند . فقط اعضای تعاونی ، یعنی سرمایه گزاران ایده پرداز ، می توانند از خدمات و امکانات این تعاونی بهره ببرند .

شرط ورود به تعاونی خرید یک سهم به ارزش ۱۰۰ هزار تومان است . علاوه بر این فرد باید ایده پرداز ، خلاق ، کارآفرین و دارای سوابق علمی یا تجاری باشد .

ما برای ورود یک میلیون نفر ایده پرداز و علاقه مند برنامه ریزی کردیم . اگر همه چیز طبق برنامه ی ما پیش برود :

یک میلیون نفر ایده پرداز * ۱۰۰ هزار تومان = ۱۰۰ میلیارد تومان = سرمایه تعاونی کارخانه تبدیل ایده به ثروت.

البته سرمایه ی اصلی اعضای تعاونی (کارآفرینان خلاق آینده) هستند که استارتاپ هایی را راه اندازی می کنند و همه ی اعضای تعاونی در سود آن شریک خواهند بود .

همه ی ناممکن ها ممکن می شود و ایران در صنعت IT رشد چشم گیری خواهد داشت .



هر پیکسل یک ایده ، هر پیکسل یک برند

یک میلیون ایده ، یک میلیون برند



یک میلیون ایده ، یک میلیون برند

از ابتدای آغاز کار مجله الکترونیکی کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، ما گفتیم می خواهیم یک میلیون برند ایرانی ایجاد کنیم . یعنی کمک کنیم که یک میلیون ایده به یک میلیون استارتاپ و برند موفق تبدیل شود . این مجله هم به عنوان رسانه ای موفق ، این برندها را معرفی می کند . هر روز ، ایده های جدید و خلاقانه ، استارتاپ های جدید ، کسب و کارهای جدید ، کارآفرینان جدید ، سرویس های جدید ، خدمات جدید و خلاقانه .

هر روزی که شروع می شود ، منتظر شگفتی ها و چیز های هیجان انگیز زیادی خواهیم بود . هر روز شاهد این خواهیم بود که جوانان ایرانی در دنیای کسب و کار و فناوری موفق تر می شوند . کسب و کارهای کوچک و خلاقانه در کشور رونق بیشتری می گیرد و گردش مالی را بین مردم بیشتر می کند و اقتصاد متکی به نفت ایران رفته رفته به سمت اقتصادی دانش بنیان ، خلاقانه و پویا ، مردمی و مبتنی بر کارآفرینان جوان و استارتاپ های بی نظیرشان خواهد رفت .

روزی را خواهیم دید که تمام صفحات این مجله پر است از برندهای ایرانی موفق . پشت هر برند ، جوانی کارآفرین و داستانی جذاب هست . کودک بازیگوش ذهن مان ، هر روز به دنیای بازی جدید ، برندی جدید ، ایده ای جدید خواهد رفت . بازی راه اندازی استارتاپ ، بازی برندینگ ، واقعا بازی جالب و جذابی است . بیایید بازی کنیم و لذت ببریم و شاد باشیم . شاد باشیم و پول دربیاریم . شاد باشیم و ثروتمند شویم .

هر پیکسل یک ایده ، هر پیکسل یک برند

حتماً داستان صفحه ی یک میلیون دلاری را شنیدید . جوان ۱۹ ساله ی انگلیسی برای تأمین مخارج دانشگاه خود ایده ای به ذهنش رسید . او صفحه ی اول سایت خود را به یک میلیون پیکسل تقسیم کرد و هر پیکسل را یک دلار فروخت . به این ترتیب او یک میلیون دلار درآمد کسب کرد . ایده خیلی ساده و جالب بود ولی کار کرد و جواب داد .

من این ایده را دوست داشتم و مرا به فکر فرو برد . تصمیم گرفتم یک کار مشابه انجام بدم . نه اشتباه نکنید نمیخام این ایده را کپی کنم چون بعضی از ایده ها فقط یکبار جواب میدن . کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، در نظر دارد یک میلیون ایده را به یک میلیون برند تبدیل کند . ما به یک رسانه احتیاج داریم که پیشرفت ما را نشان دهد . هم مایه ی دلگرمی ما باشد و هم دیگران را تشویق کند که بیایید ایده های خود را به استارتاپ و برند تبدیل کنید . بنابراین تصمیم دارم دو صفحه ی یک میلیون پیکسلی ایجاد کنم . صفحه اول ، یک میلیون ایده ، صفحه دوم ، یک میلیون برند . فعلاً برنامه ای برای درآمدزایی این دو صفحه ندارم ولی حتماً باید یک مدل کسب و کار طراحی کنم . مدل کسب و کار یعنی از این ایده چطوری پول دربیارم ؟

این صفحه پیکسلی ، رسانه ای خواهد بود برای مانیتورینگ و رصد ایده هایی که وارد مجموعه ی ما می شود و استارتاپ ها و برندهایی که از مجموعه ی ما خارج می شود . (تولید می شود) در واقع ایده ی من یک ابزار و رسانه است برای مدیریت و نظارت و مانیتورینگ مسیری که در آن حرکت می کنیم . در هر لحظه با صدها گزارش و آمار مدیریتی ، پیشرفت همه جانبه ی کارخانه تبدیل ایده به ثروت را کنترل می کنیم و نقاط ضعف و قوت را در همه ی ابعاد بررسی می کنیم .

پس این صفحه ی پیکسلی فقط ظاهر قضیه است ، نرم افزارهای پیچیده ی تحت وب در پشت این صفحات پیکسلی گنجانده شده است که جزئیات کامل همه ی رویدادها را برای ما موشکافی می کند .

هر روز کوچکترین تغییرات مانیتور می شود و نشان می دهد که کارخانه تبدیل ایده به ثروت ، یک موجود زنده است . در حال جنب و جوش و تحرک است و زندگی جریان دارد .

این برای کاربران ، کارآفرینان ، ایده پردازان و اهالی وب نیز جالب و جذاب خواهد بود .

ما در نظر داریم ، این صفحه را به سیستم مدیریت برند خود متصل کنیم . سیستم مدیریت برند ، یعنی این امکان که شما می توانید تمام رویدادهای مربوط به برند خود را مانیتور و آنالیز کنید . یعنی در سراسر وب هر اتفاقی بیافتد که به برند شما مربوط شود ، شما مطلع می شوید و میزان تأثیرگذاری و نفوذ را اندازه گیری می کنید . اگر کسی شما را به اشتراک بگذارد ، اگر کسی شما را لایک کند ، اگر کسی در جایی حرفی بزند که مربوط به برند شما می شود و الی ماشالله این امکان که شما بتوانید ضریب نفوذ برند خود را اندازه گیری کنید و در واقع نقاط ضعف و قوت آن را آنالیز کنید .

به دنیایی از شگفتی خوش آمدید !!



شبکه تلویزیونی ایده و خلاقیت

همان طور که می دانید صدا و سیما در اقدامی جالب چند شبکه تلویزیونی را به شبکه های سیما اضافه کرده است . از جمله این شبکه ها می توان به موارد زیر اشاره کرد :
شبکه ifilm ، شبکه نمایش ، شبکه شما ، شبکه ورزش ، شبکه پویا (انیمیشن) ، شبکه بازار .



از بین این شبکه ها ، سه شبکه موضوع و مقصود صحبت من است . دو تا از این شبکه ها ایجاد شده است و یکی از آنها ، دوست دارم که ایجاد شود :

شبکه آموزش ، شبکه بازار ایجاد شده است ، شبکه ایده و خلاقیت ، شبکه مهارت



شبکه آموزش سیما

این سه شبکه با برنامه ریزی هدفمند و توجه ویژه ، نه تنها می تواند کارآفرینی را در جامعه گسترش دهد ، بلکه می تواند یک کارخانه تبدیل ایده به ثروت تلویزیونی در ایران ایجاد کند و اقتصاد نفت محور ایران را به یک اقتصاد دانش بنیان خلاقانه تبدیل نماید .

من از صدا و سیما درخواست می کنم که شبکه ایده و خلاقیت را به شبکه های خود اضافه کند .

موضوعات و برنامه هایی که می تواند از این شبکه پخش شود :

- یک برنامه زنده ی جنجالی مثل نود . در مورد ایده و کارآفرینی .
- یک برنامه زنده ی تلویزیونی برای مشاوره های کارآفرینی و مدیریت استارتاپ ها .
- ایده بازار تلویزیونی (به منظور جذب سرمایه برای ایده ها و استارتاپ ها)
- مصاحبه های جذاب با کارآفرینان جوان و پیش کسوت (به سبک صندلی داغ)
- مسابقات ایده و کارآفرینی تلویزیونی (برگزاری طوفان فکری برای محصولات شرکت اسپانسر برنامه)
- معرفی استارتاپ ها و ایده هایی که شروع به کار کردند (حتی اگر هنوز کوچک باشند)
- آموزش ایده پردازی و خلاقیت در زمینه های مختلف :

خلاقیت در زندگی ، خلاقیت در بازی ، خلاقیت در آشپزی ، خلاقیت در دکوراسیون

خلاقیت در صنعت ، خلاقیت در تولید ، خلاقیت در تبلیغات ، خلاقیت در تدریس و آموزش

خلاقیت در بسته بندی ، خلاقیت در ارائه خدمات ، ، خلاقیت در معماری ، خلاقیت در هنر ،

- آموزش راه اندازی کسب و کار برای کودکان

- آموزش راه اندازی کسب و کار برای بانوان در منزل

- شناسایی و معرفی فرصت ها و نیاز های موجود در جامعه

و

شبکه کارخانه تبدیل ایده به ثروت

برای راه اندازی کارخانه تبدیل ایده به ثروت تلویزیونی ، این سه شبکه باید ارتباط بیشتری با هم داشته باشند و اهداف و برنامه هایشان به نوعی با هم همپوشانی داشته باشد .
مرحله اول (شبکه ایده و خلاقیت ، استارت اولیه را در ذهن فرد می زند و او را همواره با نشاط ، امیدوار ، هیجان زده و مشتعل نگه می دارد .

مرحله دوم (شبکه آموزش ، آموزش های تخصصی و کارآفرینی مورد نیاز را به فرد می دهد .

مرحله سوم (شبکه بازار ، کالاها و خدمات کارآفرینان جوان را با کمترین هزینه تبلیغ می کند .

انسجام ای شبکه های در موفقیت آنها فوق العاده اهمیت دارد .



من از صدا و سیما می خواهم که این کار را انجام دهد . ولی این به این معنا نیست که دست روی دست میگذاریم و خودمان کاری نمی کنیم .

ما نیز تصمیم داریم ، شبکه ویدیویی اینترنتی (تلویزیون اینترنتی) یا (video cast) کارخانه تبدیل ایده به ثروت را در یک Scale کوچکتر راه اندازی کنیم .

در این راه به نظرات ، پیشنهادات و حمایت های شما نیاز داریم .

به زودی ، برای استارت اولیه کار ، حتماً فراخوان خواهیم داد تا تولیدات ویدیویی خود را که به نوعی با

کارخانه تبدیل ایده به ثروت در ارتباط است ، برای ما ارسال کنید .

طرح اجمالی دهکده مجازی دانش

محسن عالمزاده نوری

قم، ایران

noorisp@gmail.com

چکیده

«دهکده مجازی دانش» سیستمی فراگیر در بستر فناوری اطلاعات جهت ساماندهی جامعه پژوهشی و ارتقای سطح پژوهش در کشور است که نمونه‌ی آزمایشی آن در شهر الکترونیکی به بهره‌برداری خواهد رسید. این سیستم دارای دسته‌بندی جامعی تحت عنوان «درخت دانش» است که کلیه پژوهش‌ها در این درخت دسته‌بندی خواهند شد.

این سیستم از ورود پژوهش تا اجرا و حتی بعد از اجرای پژوهش بر کار پژوهشی نظارت داشته و پیوند جامعی است بین علم و (صنعت، فرهنگ، سیاست و تمام عرصه‌های دیگر). در این سیستم سعی شده با توجه به امکانات مجازی برای تمام مشکلات پژوهشی کشور راهکار ارائه شود. با توجه به اینکه تمام مشکلات دنیا تنها با پژوهش قابل حل است و تمام صنعت‌ها با پژوهش قابل ارتقا است، پس برطرف کردن مشکل پژوهش نتیجه‌اش پیشرفت و جهشی غیر قابل پیش‌بینی در کشور است که دنیا را تحت تأثیر خود در می‌آورد.

واژگان کلیدی

دانش، پژوهش، فناوری اطلاعات، تکنولوژی مجازی.

۱- مقدمه

مقام معظم رهبری: «علم، پیشرفت علمی و فراگیری، نیاز اول کشور ماست؛ همه‌ی علوم باید در جای خود پیگیری شود و کشور ما می‌تواند. شما که مشت‌ی از خرمن عظیم نخبگان کشور هستید، می‌توانید در ایجاد قدرت ملی و در سازندگی و آینده‌ی کشور مؤثر باشید.»^۱

این پژوهش مدلی آرمانی از سیستم ساماندهی پژوهش‌های ملی با قابلیت توسعه فراملی است که استراتژی آن به خدمت گرفتن حداکثر امکانات تکنولوژی مجازی جهت رفع مشکلات پژوهشی است. از مهم‌ترین خصوصیات این سیستم انسجام کلیه اجزای پژوهشی کشور در کنار یک‌دیگر به صورت مجازی است که این انسجام کمک بزرگی به رشد همه جانبه پژوهش در کشور می‌کند. با این انسجام ارتباط بین عناصر پژوهشی با یکدیگر به حداکثر میزان خود رسیده و این ارتباط موجب تسریع در انجام امور و همچنین کاهش هزینه‌ها می‌شود.

سامانه‌ی اطلاع‌رسانی این سیستم به صورت خودکار و نیمه‌خودکار می‌باشد. اطلاع‌رسانی دقیق و سریع که در سیستم پیش‌بینی شده مزایای زیادی را دارد که به آنها اشاره خواهد شد.

سخنان مقام معظم رهبری در دیدار با نخبگان جوان، ۱۳۸۶/۶/۲۱^۱

۲ وابسته به مرکز تحقیقات علوم اسلامی www.andishvaran.com

۳ وابسته به مرکز تحقیقات علوم اسلامی www.magiran.com

۴ پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران www.irandoc.ac.ir



منظور رفع نیاز محققین و علاقمندان در سال ۱۳۸۰ شروع به کار کرد و تا کنون رشد بسیار خوبی را داشته است. نمونه‌های دیگری از اجزای این سیستم در سایر نقاط دنیا ایجاد شده و تولید اینگونه سیستم‌ها در ساختار فعلی وب روز به روز در حال افزایش است. با اینکه پژوهش کلید همه پیشرفت‌هاست اما تا کنون راه حلی جامع برای برطرف کردن مشکلات پژوهش ارائه نشده است. راه‌حل‌های ارائه شده معمولاً به صورت جزیره‌هایی پراکنده عمل می‌کنند و یا با افزایش اطلاعاتشان، به دلیل نبود ساختاری منظم از درون با پدیده‌ی «انفجار اطلاعات» مواجه شده و سیستم متلاشی شده و یا کارآیی خود را از دست می‌دهد. در این سیستم اطلاعات به انواع مختلف به صورت خودکار طبقه‌بندی می‌شوند تا سیستم نه تنها با این مشکل مواجه نشود بلکه با افزایش اطلاعات و افزایش کاربری بتواند دنیا را متحول کند و به قول شاعر:

«درخت تو گر بار دانش بگیرد / به زیر آوری چرخ نیلوفری را»

۲- مطالب اصلی

۲-۱- شهر الکترونیکی نماد نوآوری و شکوفایی و حرکت

به سوی اصلاح الگوی مصرف

شهر الکترونیکی نماد نوآوری و شکوفایی کشور است که با استفاده از ابزار روز حرکت به سوی اصلاح الگوی مصرف را دامن خواهد زد. استفاده از ابزار کار را ساده، سریع و کم‌هزینه‌تر خواهد کرد و این سه عنصر همه کمک می‌کنند به سوی اصلاح الگوی مصرف گام برداریم.

حرکت به سوی اصلاح الگوی مصرف بدون استفاده از ابزار و تکنولوژی روز میسر نخواهد بود. در ادامه این ابزار را بیشتر شناخته و ضرورت جود شهر الکترونیکی را بررسی می‌کنیم.

۲-۱-۱- استفاده از ابزار روز (IT)

انسان از آغاز خلقت برای آسان و ساده کردن امور ابزار را به خدمت گرفت و نام‌گذاری هر عصر و دوران بر اساس ابزارهایی صورت گرفت که در آن دوره مورد استفاده قرار می‌گرفت. عصر حجر، عصر آتش، عصر چرخ، عصر کشاورزی، عصر صنعت، عصر ارتباطات و عصر تکنولوژی اطلاعات.

هرچه در این دوران‌ها جلو می‌آیم عمر هر عصر کوتاه‌تر می‌شود و رشد بشر سریع‌تر شده و تحول سریع‌تر صورت می‌گیرد. شاید هزاران سال بشر در عصر حجر مانده بود اما عمر عصر ارتباطات



بسیار کوتاه بود و در مدت کوتاهی عصر تکنولوژی اطلاعات^۱ جای آن را گرفت.

هر دوران از تاریخ توسط مهم‌ترین ابزار آن دوره شناخته می‌شود و پیشرفت هر انسان نسبت به ابزارهای مورد استفاده او شناخته خواهد شد.

همانطور که گفته شد، ابزارها می‌آیند تا کارها را ساده کنند و در عصر تکنولوژی اطلاعات، این تکنولوژی آفریده شد تا نیازهای بشر هزاره دوم میلادی را به بهترین نحو رفع کند.

شهر الکترونیکی مدل جامعی از یک جامعه‌ی پیشرفته است؛ این شهر الگویی است برای پیشرفت بشر و دست‌یابی جامعه به ابزار روز یعنی تکنولوژی اطلاعات. با دست‌یابی به این ابزار کارهای انسان امروز بسیار راحت‌تر شده و انسان وقت بیشتری پیدا می‌کند تا روی عصر بعدی و ابزار بعدی تفکر و آن را خلق کند.

یک جامعه یا کشور اگر از ابزار دوران خویش به درستی استفاده نکند، کشوری عقب مانده خواهد شد. استفاده یک جامعه از ابزار روز به طرز صحیح، در هر عصر باعث پیشرفت علمی آن جامعه خواهد شد. بارها و بارها حضرت آیت‌الله خامنه‌ای بر اساس حدیثی از امیرمؤمنان حضرت علی (ع) تأکید کرده‌اند که علم قدرت است، علم اقتدار است و هر کس این قدرت را به دست آورد می‌تواند تحکم کند و کسی که به علم دسترسی پیدا نکند بر او غلبه خواهد شد. با این توصیف ضرورت دستیابی به ابزار روز روشن شد اما آیا همیشه استفاده از ابزار خوب است؟

۲-۱-۲- ابزار، مزایا و چالش‌ها

سوال این است که آیا ابزار به تنهایی خوب است یا بد؟ در عصر سنگ، سنگ به تنهایی خوب بود یا بد؟ در عصر کنونی، تکنولوژی اطلاعات به تنهایی خوب است یا بد؟

جواب یک جمله است و آن اینکه ابزار به تنهایی ماهیت خنثی دارد و به تنهایی خودش خوب یا بد نیست. و بسته به استفاده از آن خوب و بد تعریف خواهد شد.

اگر سنگ در دست قابیل باشد هابیل را خواهد کشت و اگر آتش در دست قوم ابراهیم باشد، پیغمبری را به آتش خواهند کشانید و اگر وسایل عصر ارتباطات در دست هیتلر باشد جنگ‌های خونین به

پا خواهد کرد. همانطور که اگر تکنولوژی اطلاعات در دست بیگانه باشد جنگی فرهنگی به پا می‌کند.

اما با همین ابزارها هر روز ما سر و کار داریم، خانه‌هایمان را با سنگ بنا می‌کنیم و غذایمان را با آتش گرم می‌کنیم و اگر نمی‌توانیم به اقوام سر بزینم با تلفن حال آنها را می‌پرسیم و با تکنولوژی اطلاعات نیز بانک‌های اطلاعاتی مفیدی می‌سازیم تا به جوامع علمی و فرهنگی خدمت کرده باشیم.

اینها تنها نمونه‌هایی از استفاده از ابزار بود. پس ابزار به تنهایی ماهیتی خوب یا بد ندارد. ابزار به ما کمک می‌کند که از وضعیت فعلی به وضعیتی دیگر حرکت کنیم، این حرکت را انسان تعیین می‌کند که خوب یا بد باشد.

۲-۱-۳- راهکار استفاده مفید از ابزار روز

همانطور که گفته شد ابزار به تنهایی ماهیتی خنثی دارد و خوبی و بدی ابزار مربوط به چگونگی استفاده انسان از این ابزار است. برای استفاده صحیح از هر ابزار نیازمند دانستن فرهنگ استفاده از آن ابزار هستیم.

اخلاق و فرهنگ دو چیزی است که خوبی یا بدی ابزار را مشخص می‌کند. کودکی که پشت فرمان اتومبیل نشسته فرهنگ استفاده از این ابزار را ندارد پس جان و مال خود و دیگران را به خطر خواهد انداخت. اگر سنگ را به قابیل بدهیم هرچند فرهنگ استفاده از آن را می‌داند اما اخلاق لازم برای استفاده از ابزار را ندارد پس باز هم حادثه آفرین خواهد بود.

در ابزار عصر جدید (تکنولوژی اطلاعات) نیز باید دقت کنیم اخلاق و فرهنگ استفاده از این ابزار به خوبی شناخته شده و نظارت جامعی بر رعایت این اخلاق و فرهنگ صورت گیرد.

برای شناخت اخلاق و فرهنگ ابزار باید ابتدا ابزار را به خوبی بشناسیم، بدانیم کارآیی آن چیست چه مزایا و چه چالش‌هایی را می‌تواند در جامعه ایجاد کند؛ سپس طبق شناختی که پیدا کردیم اخلاق و فرهنگ متناسب با آن ابزار را تدوین کنیم و آن را پس از اطلاع به عموم در اختیار مجریان قانون قرار دهیم تا در صورت بروز تخلف از این فرهنگ، افراد خاطی مجازات شوند.

۲-۱-۴- ضرورت وجود شهر الکترونیکی

برای شناخت ابزار یا ابزارهای عصر جدید (تکنولوژی اطلاعات) ابتدا باید آن ابزار را در اختیار بگیریم و آن را مورد آزمایش قرار دهیم.

آزمایشگاه‌ها بهترین مکان برای آزمایش ابزار است اما مجموعه ابزاری به بزرگی تکنولوژی اطلاعات را نمی‌توان در آزمایشگاهی ساده مورد ارزیابی قرار داد.

بهترین راه‌حل برای بررسی چنین تکنولوژی عظیمی مطالعه چالش‌ها و مزایای استفاده آن در نقاط دیگر دنیا است، اما بعد از مطالعه در مورد آن، باید به سمت بومی‌سازی پیش رویم.

هرچند می‌توان نسخه‌های ضعیف شده‌ای از این تکنولوژی را در اختیار کل کشور قرار داد تا بازخورد آن را ببینیم اما راهکار اساسی چیز دیگری است.

در کشور باید آزمایشگاهی باشد که قوی‌ترین نوع تکنولوژی در آن وارد شود و مورد ارزیابی قرار بگیرد و در صورت وجود کارآیی لازم این تکنولوژی در اختیار سایر نقاط کشور قرار گیرد.

این آزمایشگاه باید به اندازه قدرت ابزار، بزرگ و قدرتمند باشد تا بتوان به صورت همه جانبه به بررسی این تکنولوژی پرداخته شود. شهر الکترونیکی بهترین مکانی است که برای بررسی چنین تکنولوژی قدرتمندی در نظر گرفته شده است.

در عصری که نام آن «تکنولوژی اطلاعات» است و مهم‌ترین ابزارهای آن توسط این تکنولوژی ساخته شده بدیهی است در صورتی که تمایل به توسعه کشور داریم باید به این ابزار ارج نهمیم و از آن به درستی استفاده کنیم و این امر امکان‌پذیر نیست مگر با وجود آزمایشگاهی به قدرت شهر الکترونیکی و شهر الکترونیکی به هدف خود نخواهد رسید مگر با توجه و عنایت نهادهای سیاست‌گذار کشور به چنین آزمایشگاه مورد نیازی.

شهر الکترونیکی با همکاری نهادهای سیاست‌گذار کشور باید شهری باشد دارای برترین تکنولوژی روز، با دانشمندی در تکاپو برای پیشرفت و خلاقیت در راه تولید و اصلاح ابزارهای نوین دنیا. این شهر باید برترین تکنولوژی را به کشور بیاورد و بعد از بررسی آن را به بهترین نحو ممکن در اختیار جامعه قرار دهد و بگذارد جامعه از این نردبان پیشرفت بالا بروند. دانشمندان ایرانی در این شهر باید بر روی نردبان پیشرفت پله‌هایی جدید بسازند و قدرت این ابزار را فراتر از چیزی که بوده در اختیار بگیرند و پرچم ایران را بر فراز این قله بنهند و با اخلاق و فرهنگ پاک خود جهان را آماده تحولی عظیم کنند که با ندای «انا المهدی» این تحول را جشن خواهیم گرفت.

ببایم نیتمان را پاک کنیم و هر تلاشی را که در راه رسیدن به آرمان‌های شهر الکترونیکی می‌کنیم، در راه رضای خدا و زمینه



سازی برای ظهور مولایمان مهدی (عج) انجام دهیم تا خداوند عنایتی فرماید و تلاش‌هایمان را بی نتیجه نگذاشته و پادشمان را در دو دنیا عطا فرماید.

۲-۱-۵- ضرورت وجود «دهکده مجازی دانش» در شهر الکترونیکی

همانطور که گفته شد شهر الکترونیکی بستری برای بررسی میزان کارآیی و آزمایشگاهی جهت بررسی استانداردهای لازم جهت انجام یک پروژه در حوزه تکنولوژی اطلاعات در گستره ملی است.

به دلیل اهمیت پژوهش‌هایی که در شهر الکترونیکی انجام می‌شود و اهمیت حذف محدودیت‌های فیزیکی پژوهشی و همچنین ارتباط پژوهشگران از سراسر دنیا با این شهر، لزوم ایجاد ساختاری منسجم برای امور پژوهشی شهر الکترونیکی ضروری به نظر می‌رسد.

اگر بتوان این طرح را به صورت کامل در شهر الکترونیکی اجرا کرد پیش‌بینی می‌شود شهر الکترونیکی مرجعیت علمی‌ای در سطح جهان پیدا کند که این مرجعیت علمی می‌تواند علاوه بر مزیت‌های علمی می‌تواند پا را فراتر از حوزه جمع‌آوری اطلاعات علمی گذاشته و به سیاست‌گذاری در حوزه تکنولوژی اطلاعات در گستره ملی منطقه‌ای یا جهانی بپردازد.

شهر الکترونیکی با اجرای این ایده کارآمدی آن را ثابت می‌کند و در صورت اثبات کارآمدی «دهکده مجازی دانش»، می‌توان با خیالی راحت این سیستم را در اختیار جامعه‌ی پژوهشی کشور قرار داد و از مزایای آن بهره برد.

امید است دست‌اندرکاران برنامه‌ی پنجم توسعه کشور، سیاست‌گذاران نظام، و مسئولان مربوطه با حمایت خود از «طرح دهکده مجازی دانش» در ارتقای کمی و کیفی سطح پژوهش کشور سهیم باشند. زیرا پژوهش کلید توسعه و پیشرفت است و رفع مشکل پژوهش یعنی رفع تمام مشکلات کشور.

۲-۲- ضرورت ایجاد دهکده مجازی دانش

پژوهش در کشور با مشکلات فراوانی روبرو است^۱ که در این مختصر مجال ارائه تمام این مشکلات نیست. برخی از مشکلات بزرگ فراروی پژوهش عبارتند از:

1 دکتر علی کاوه پژوهشگر برگزیده سال ۱۳۸۴ در پژوهشی برای فرهنگستان علوم جمهوری اسلامی ایران بیش از ۵۰۰ مشکل پژوهشی و بیش از ۲۰۰ مانع توسعه پژوهش را شناسایی کرده است.



- سرمایه‌های بزرگی که باید مکمل هم باشند به صورت جزیره‌های پراکنده و دورافتاده به یاری هم نمی‌آیند.^۲
- عدم احساس نیاز به پژوهش (مخصوصاً در سطح جامعه)
- در دسترس نبودن امکانات پژوهشی (مخصوصاً برای افراد جامعه)
- نبود امنیت پژوهشی
- عدم اطلاع‌رسانی مناسب

این مسائل و مسائلی از این دست باعث از بین رفتن انگیزه پژوهش و محدود شدن آن به مراکز خاص می‌شود که آن هم بدون بازدهی مطلوب بوده و با اتلاف هزینه‌های کلان و زمان بسیار همراه است که موجب عقب ماندگی تصاعدی کشور از جامعه علمی دنیا خواهد شد.

فضای مجازی با قابلیت‌ها و امکانات منحصر بفرد خود می‌تواند مشکلات فوق را حل کرده و بهترین بستر برای جمع‌آوری، تولید و رشد دانش باشد. با شناخت ظرفیت‌های فضای مجازی از یک سو و مشاهده مشکلات پژوهشی از سوی دیگر به روشنی می‌توان به لزوم احداث دهکده مجازی دانش پی برد. خصوصاً هنگامی که می‌دانیم اولین گام برای توسعه کشور پژوهش است و بدون توسعه پژوهش رسیدن به چشم‌انداز ۱۴۰۴ امکان‌پذیر نخواهد بود.

خدا را شاکریم که کنفرانس ملی شهر الکترونیکی این فرصت را در اختیار قرار داد تا به بیان چنین ضرورتی بپردازیم.

۲-۳- اهداف

با توجه به مشکلات پژوهشی کشور اهداف دهکده مجازی دانش به شرح زیر است:

۲-۳-۱- ترویج اخلاق و فرهنگ پژوهش

هر عمل اجتماعی نیازمند اخلاق و فرهنگ متناسب با آن در جامعه است. قوانین، ضمانت اجرایی این فرهنگ را به دنبال خواهند داشت. اگر این اخلاق و فرهنگ در جامعه نباشد کار جمعی با احساس عدم اعتماد و امنیت و فرسایش انگیزه‌ها و از بین رفتن دغدغه‌ها روبرو خواهد شد. در این شرایط بازده کار گروهی به شدت پائین می‌آید. برای نمونه یک پزشک ژاپنی در سفر خود به ایران چنین می‌گوید: «بازده پژوهشی یک ایرانی ده برابر یک ژاپنی است اما بازده پژوهشی دو ایرانی ده برابر کمتر از دو ژاپنی است.»

2 دکتر محسن رضایی، دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام، سخنرانی دانشگاه شهید چمران اهواز، ۱۳۸۷

اگر سری به مراکز پژوهشی بزنیم با این حقیقت بشیر آشنا می‌شویم که انگیزه‌ها کاهش یافته و از توان علمی افراد در کار پژوهش استفاده بهینه نمی‌شود.

فقدان فرهنگ پژوهش موجب شده صاحبان ایده، از طرح آن واهمه کنند و به امید روزی که خود سرمایه کافی برای اجرای ایده را بیابند بنشینند و اگر آن روز هم فرا رسد ملاحظات دیگری در این باره برایشان مطرح می‌گردد.

نه تنها پژوهش بلکه هر کار جمعی دیگر نیاز به فرهنگ و اخلاق خاص خود دارد. مثلا در راندگی چون خسارت وارده به جان و مال مشهود بوده است قوانین و فرهنگ مناسب آن به سرعت ساخته شده و اصلاح می‌شوند اما متأسفانه به دلیل نبود فرهنگ و همگام با آن تجربیات ناموفق پژوهشی، اهمیت پژوهش در جامعه ما درک نشده و خسارت نبود چنین اخلاقی نیز احساس نمی‌شود.

در این شرایط هر چه بودجه پژوهش هم افزایش یابد مشکل حل نمی‌شود. این افزایش بودجه دقیقا مانند آن است که برای واردات و تولید وسایل نقلیه در یک کشور سرمایه‌های کلانی خرج کنیم در حالی که هیچ جاده‌ی همواری نداریم، قوانین راهنمایی و رانندگی وجود ندارند و هیچ نظارتی بر عبور و مرور نیست و همچنین هیچ تابلو و علائمی وجود ندارد و انتظار ما این است که عابران و رانندگان وسایل نقلیه خودشان این فرهنگ را پیدا کنند و از ایجاد خسارت جلوگیری کنند. و هر روز در رسانه‌ها بگوییم: هنوز فرهنگ رانندگی در کشور رعایت نمی‌شود و در فلان جای جهان وسایل نقلیه چقدر بر نحوه زندگی و آسایش مردم تأثیرگذار بوده است، در حالی که قوانین و فرهنگ آن کشور را بررسی نکرده و آن را نادیده گرفته‌ایم.

دهکده مجازی دانش می‌آید تا این فرهنگ را زنده کند. هر کاربر در دهکده مجازی دانش با ورود هر ایده، طرح، تحقیق و آنچه که مالکیت فکری و معنوی به آن تعلق می‌گیرد، در صورتی که مطلب تا کنون به دهکده وارد نشده باشد کلیه حقوق آن را به نام خود ثبت خواهد کرد. در شرایطی که اولین درج کننده یک ایده قانونا صاحب آن خواهد بود موجی ایجاد خواهد شد که هر کس هر چه می‌داند را به دهکده وارد کند تا اولین باشد و صاحب آن مطلب به شمار رود. در این شرایط برای هر مشکلی در کشور بهترین راه‌حل‌های موجود پیشنهاد شده و برای هر صنعتی بهترین ایده‌ها کشف خواهند شد. و جامعه هم با وجود چنین امنیتی توانایی‌های پژوهشی خود را بالا خواهد برد.

دهکده مجازی دانش با این ساز و کار، اندیشه‌های علمی بزرگ و کوچک را جمع می‌کند و زمینه را برای دستیابی کشور به جهش غیر قابل پیش‌بینی در ابعاد گوناگون را فراهم می‌آورد.

۲-۳-۲- انسجام و ساماندهی عناصر پژوهشی

برای جلوگیری از اتلاف هزینه‌ها و صرفه‌جویی در زمان در هر صنعت نیاز به انسجام و ساماندهی امور آن صنعت داریم. بستر مجازی امکان انسجام عناصر پژوهشی را فراهم خواهد ساخت و ما با طراحی مدلی جامع و نقشه‌ای دقیق به جامعه پژوهشی کمک می‌کنیم تا خودشان علاوه بر کمک به انسجام عناصر پژوهشی ساماندهی پژوهش را نیز انجام دهند. در این مدل هر عضو جامعه پژوهشی هر چه تلاش بیشتری برای ساماندهی اطلاعات خود و نظارت بر اطلاعات حیطة کاری خود داشته باشد بهره بیشتری خواهد گرفت. از سوی دیگر ساماندهی و نظارت بر اطلاعات وارد شده در سیستم هیچ هزینه و زحمتی برای متصدیان دهکده نخواهد داشت.

۲-۳-۳- ایجاد حداکثر ارتباط بین عناصر پژوهشی

هرچه ارتباط بین عناصر پژوهشی بیشتر باشد کیفیت پژوهش بالاتر و روند رشد و تولید پژوهش سریعتر خواهد شد. همچنین ارتباط عناصر پژوهشی با عناصر فرا پژوهشی موجب می‌شود اولاً پژوهش‌ها بر اساس نیاز و اولویت‌های کشور انجام گیرد و ثانياً پژوهش‌های انجام شده کاربردی شود. مراحل پژوهش از معرفی نیاز تا انجام پژوهش و کاربردی شدن آن همه شبیه حلقه‌های زنجیر به هم گره خورده‌اند و قدرت این زنجیر به اندازه قدرت ضعیف‌ترین حلقه آن است. با فراگیر شدن ارتباطات بین عناصر پژوهشی و فراپژوهشی خواهیم توانست میزان تأثیرگذاری یک پژوهش را افزایش دهیم.

ارتباطات در پژوهش جهات مختلفی دارد که فضای مجازی با قابلیت‌های خود این بخش را می‌تواند به صورت کامل پوشش دهد.

برخی مدل‌های ارتباطی به شرح ذیل است:

۱- ارتباط بین نیازمندان پژوهش و جامعه پژوهشی ← پژوهش

نیاز محور

۲- ارتباط بین جامعه پژوهشی و علمی با دست‌اندرکاران فناوری، سیاسی، اقتصادی و صنعتی و ... ← کاربردی شدن پژوهش

۳- ارتباط بین جامعه پژوهشی و خدمات دهندگان پژوهشی ←

تسریع در تکمیل پروژه‌های پژوهشی

۴- ارتباط بین پژوهشگران و پژوهشگران دیگر در هر نقطه دنیا

← ارتقای کیفی پژوهش‌ها

۵- ارتباط بین متون پژوهشی با منابع به صورت هوشمند ← بررسی صحت نقل قول و بررسی منبع پیرامون مطالب دیگر

۶- ارتباط بین نیازمندان پژوهشی با همدیگر ← تولید پژوهش‌های میان رشته‌ای قوی‌تر

۷- و...

۲-۳-۴- اطلاع‌رسانی

ضرورت اطلاع‌رسانی بر کسی پوشیده نیست. با اطلاع‌رسانی دست‌اندرکاران پژوهش با دارایی‌های مادی و معنوی دهکده آشنا می‌شوند که این کار در استفاده بهینه از دارایی‌ها نقش بسزائی دارد و این استفاده بهینه قطعاً به صورت کمی و کیفی بر پژوهش‌ها تأثیر خواهد گذاشت.

اطلاع‌رسانی از فعالیت‌های در حال انجام و همچنین از تأثیر پژوهش‌های صورت گرفته بر جامعه نیز علاوه بر افزایش امید در جامعه نسبت به کارهای صورت گرفته، انگیزه پژوهشگران را نیز بیشتر کرده و موجب خواهد شد پژوهشگران از تجربیات یکدیگر استفاده کنند. متأسفانه در شرایط فعلی نه تنها سیستم اطلاع‌رسانی مناسبی در امر پژوهش برای جامعه وجود ندارد بلکه در حد تخصصی نیز برای خود پژوهشگران و مراکز پژوهشی اطلاع‌رسانی مناسبی صورت نمی‌گیرد.

با شناسنامه‌دار کردن عناصر پژوهشی و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی مرجع می‌توان جامعه پژوهشی را از دارایی‌های پژوهشی دهکده آگاه کرد و بخشی از مشکل اطلاع‌رسانی را در این امر مهم برطرف ساخت و بخش دیگر را با پوشش خبری مناسب می‌توان رفع کرد. بانک‌های اطلاعاتی زیر نمونه‌ای از این بانک‌ها هستند که با انواع طبقه‌بندی‌ها و آمار امکان دسترسی به اطلاعات در آن تسهیل خواهد شد:

- بانک اطلاعات پژوهشگران
- بانک اطلاعات پژوهش‌های انجام گرفته و در حال انجام
- بانک اطلاعات نیازهای پژوهشی
- بانک اطلاعات ایده‌ها و طرح‌های پژوهشی
- بانک اطلاعات مؤسسات و مراکز پژوهشی
- بانک اطلاعات خدمات‌دهندگان و مراکز خدماتی پژوهشی
- بانک اطلاعات منابع علمی و پژوهشی
- و...



۲-۴-۲- توصیف کلی سیستم

دهکده مجازی دانش سیستمی است تحت شبکه مجازی که خدمات گسترده‌ای ارائه می‌کند. اجزای این سیستم عبارتند از:

۲-۴-۱- درخت دانش

این درخت مجموعه‌ای از عناوین تمام علوم و زیرشاخه‌های آنان است که کلیه پژوهش‌ها و علوم تولید شده روی این شاخه‌ها قرار خواهند گرفت این درخت به صورت هوشمند از پژوهش‌های چند موضوعی پشتیبانی کرده و در بهترین نحو ممکن طبقه‌بندی اطلاعات میان موضوعی را پوشش می‌دهد.

درخت تو گر بار دانش بگیرد / به زیر آوری چرخ نیلوفری را

۲-۴-۲- کتابخانه پیشرفته

در این قسمت کلیه منابع علمی و پژوهشی اعم از سایت، مقاله، نشریه، کتاب، پایان نامه، نسخ خطی و... برای مطالعه به صورت آنلاین وجود دارد این کتابخانه قابلیت ارتباط با سایر کتابخانه‌های مجازی دنیا را داراست و می‌توان سایر منابع غیر مجازی را سفارش داد تا در اولین فرصت وارد سیستم شوند. همچنین کاربران می‌توانند متون مورد نظر خود را تبدیل به فایل قابل استفاده آفلاین کرده یا به صورت فایل قابل استفاده در سایر تجهیزات مانند موبایل دریافت کنند...

۲-۴-۳- آزمایشگاه مجازی

در این قسمت، آزمایشگاه‌های مجازی تا حد امکان به صورت هوشمند و شبیه‌سازی شده در محیط مجازی طراحی شده تا کاربران برای استفاده، محدود به فضای فیزیکی آزمایشگاهی و محدودیت‌های آن نباشند. در صورتی که امکان تولید برخی آزمایشگاه‌ها به صورت شبیه‌سازی شده وجود نداشت تا حد امکان ویدئوها، تصاویر و مشروح این آزمایش‌ها وارد سیستم خواهند شد. در ضمن کاربران می‌توانند آزمایش‌هایی را که در سیستم وجود ندارند درخواست دهند تا در آینده نزدیک آن را به صورت ویدئویی و زنده در آزمایشگاه‌های مجهز خارج از فضای مجازی شاهد بوده و با آزمایشگر به صورت زنده گفتگو داشته باشند. کلیه این ویدئوها به صورت زنده ضبط خواهند شد و آرشیو آن در اختیار سایر کاربران قرار خواهد گرفت.



۲-۴-۴- کنفرانس و جلسات مجازی

کنفرانس‌های تصویری، صوتی و نوشتاری با قابلیت‌های متنوع فضای مجازی و امکان ضبط و آرشیو جلسات در فضای مجازی از دیگر امکانات دهکده مجازی دانش است. امکان آرشیو و جستجوی موضوعی و لفظی به پژوهشگرانی که در آینده وارد سیستم خواهند شد این امکان را می‌دهد که از کارهای قبلی مطلع شوند.

۲-۴-۵- نمایشگاه مجازی

نمایشگاه‌های مجازی مدلی پیشرفته‌تر از نمایشگاه‌های واقعی هستند که بسته به نوع فعالیت نمایشگاه و سلیقه برگزارکنندگان آن، امکانات متنوعی خواهند داشت. همچنین در این بخش، از نمایشگاه‌های واقعی نیز مستنداتی شامل تصاویر، ویدئوها و توضیحات کامل ثبت می‌شوند تا محدودیت فیزیکی و زمانی نمایشگاه جبران شود.

۲-۴-۶- فروشگاه مجازی

در فروشگاه مجازی وسایل کمک آموزشی، کمک پژوهشی، آزمایشگاهی و ... قابل ارائه است. این فروشگاه می‌تواند به پژوهشگران کمک کند وقت کمتری را برای تهیه وسایل مورد نیازشان صرف کنند.

۲-۴-۷- انجمن‌های گفتگو و کلوب‌های تخصصی

این انجمن‌ها شامل نقد و نظر، پرسش و پاسخ و مباحثات علمی است. متون ثبت شده در این انجمن‌ها پایدار است و به پژوهشگرانی که در آینده عضو سیستم می‌شوند اجازه مطالعه و ثبت مطلب و شرکت در بحث‌ها داده خواهد شد.

۲-۴-۸- ارتباطات کاربران

سیستم ارتباطی با قابلیت ارتباط فرا مجازی بوده و هر کاربر در انتخاب نحوه ارتباط دیگران با وی و تعریف دامنه کاربران مرتبط با وی آزاد است.

۲-۴-۹- اطلاع‌رسانی خودکار

کاربران می‌توانند رویدادهایی را تعیین کنند که به محض ایجاد آن رویداد در سیستم به آنها با یکی از شیوه‌های ارتباطی مورد نظرشان اطلاع داده شود، همچنین توسط این سیستم می‌توانند در

پایگاه خبری و پایگاه‌های دیگر نیز عضویت یابند و آخرین اخبار به صورت خودکار برای آنان ارسال شود.

۲-۴-۱۰- سطوح دسترسی برای اعضا

در دهکده مجازی دانش، کاربران در سطوح مختلفی قرار می‌گیرند و بسته به فعالیت و میزان اعتباری که در سیستم کسب کرده‌اند سطوح دسترسی مختلفی به سیستم دارند. همچنین کاربران می‌توانند مطالب خود را با سطوح دسترسی، محدود به کاربرانی خاص کنند. با این سیستم کیفیت مطالب بیشتر شده و امنیت اطلاعات در سیستم نیز تأمین خواهد گشت.

۲-۴-۱۱- خدمات پژوهشی

خدمات پژوهشی از قبیل مصدربایی، معرفی منابع، نمایه‌زنی، ترجمه متون، تحلیل اطلاعات، ارائه نمودار، تولید پایروپونت، طراحی، صفحه‌آرایی، تایپ و سایر خدمات پژوهشی در این دهکده ارائه شده و تا حد ممکن روند اداری برای استفاده از خدمات حذف می‌گردد و پژوهشگران بر اساس رتبه‌ای که در سیستم دارند یا به صورت پولی و یا اعتبار سازمانی از این خدمات خیلی آسان و سریع استفاده کرده و پروژه‌های پژوهشی خود را تسریع می‌بخشند.

۲-۴-۱۲- دبیرخانه مجازی

جهت کنترل اعتبار ایمیل‌ها و نامه‌های مجازی رسمی و همچنین ایجاد سیستم نظارت بر امور اداری و مالی دهکده انتقال نامه‌های رسمی از طریق دبیرخانه مجازی صورت خواهد گرفت. این دبیرخانه با چندین سیستم امنیتی جلوی هرگونه خرابکاری و سوءاستفاده در سیستم پست الکترونیکی و نامه‌های رسمی اداری و مالی را خواهد گرفت.

۲-۴-۱۳- جستجوگرها

جستجوگرها علاوه بر جستجوی لغوی و عبارت قابلیت جستجوهای هوشمند را داشته و کاربر می‌تواند بسته به نوع کار خود نتایج جستجو را در جهات مختلف محدود کند تا دقیقاً مطلب مورد نظرش را از میان فهرست بزرگ جستجو استخراج کند.

۲-۴-۱۴- امکانات دیگر

دهکده مجازی دانش امکانات دیگری نیز دارد که در این مختصر قصد شرح همه آنها را نداریم و تنها به عناوین برخی از آنها اشاره می‌شود.



فضای اختصاصی به کاربران جهت ارائه اخبار و اطلاعات مورد نظرشان، دانشنامه آزاد، سیستم جامع جمع‌آوری انتقادات و پیشنهادات، سیستم ایجاد نظرسنجی و ...

۲-۵-۲- مزایای دهکده مجازی دانش**۲-۵-۱- انسجام**

فضای مجازی فضایی است بی‌انتها و با دسترسی سریع و آسان که یکی از مهم‌ترین مزایای آن، انسجام در کار پژوهش است.

۲-۵-۲- حذف محدودیت‌های فیزیکی

در دهکده مجازی دانش محدودیت‌های فیزیکی پژوهشی در دو بعد زمان و مکان از بین خواهد رفت و پژوهشگر در هر زمان و هر مکان می‌تواند در سیستم فعالیت کند و از خدمات سیستم بهره‌مند شود.

۲-۵-۳- کاهش هزینه‌های پژوهشی

در فضای مجازی هزینه‌های پستی و ارتباطات پرهزینه حذف شده و برای تشکیل جلسات نیاز به مسافرت‌های پرهزینه و زمان‌بر نیست. همچنین حذف هزینه‌های کاغذی و جلوگیری از اتلاف وقتی که در خدمات کاغذی شاهد آن هستیم و قابلیت‌های هوشمند فضای مجازی همه در صرفه‌جویی در وقت و هزینه کمک‌های شایانی در راستای کاهش هزینه‌های پژوهشی خواهند بود. شاید طراحی سیستم و ورود اطلاعات در آن با هزینه‌های سنگینی همراه باشد اما در دراز مدت خدمات سریع و رایگان فضای مجازی این هزینه‌ها را جبران خواهد کرد و وجود این سیستم پیشرفت قابل ملاحظه‌ای را برای کشور در پی خواهد داشت که در قبال هزینه انجام شده بسیار مقرون به صرفه خواهد بود.

۲-۵-۴- شیوه‌های دسترسی گوناگون به اطلاعات

فضای مجازی راه‌های زیادی برای رسیدن به اطلاعات را پیش روی کاربر می‌گذارد از جمله این راه‌ها دسترسی به اطلاعات از راه آدرس مطلب، دسترسی از راه موتورهای جستجو، دسترسی از طریق درخت دانش و شبکه مفهومی، دسترسی از راه لینک‌های میان بر و ... می‌باشد.

۲-۵-۵- فراگیری ارتباطات

ارتباطات در فضای مجازی علاوه بر شیوه‌های مرسوم مانند ایمیل، چت، انجمن‌های گفتگو و ... قابلیت ارتباط با وسایل ارتباطی خارج از محیط مجازی را داراست مثلاً ارتباط با تلفن (صوتی)، اس‌ام‌اس، دورنگار و همچنین مرسولات پستی و... به صورت کاملاً مجازی

۲-۵-۶- نظارت دقیق و آمارگیری

با انسجام فعالیت‌های پژوهشی در فضای مجازی می‌توان به نحو مطلوبی روی سیستم نظارت داشت و به صورت مستمر آمارهای دقیقی از هر قسمت گرفت.

۲-۵-۷- امتیازدهی

سیستم امتیازدهی به پژوهش در دهکده مجازی دانش بر اساس تعداد صفحه و حجم مطلب نیست بلکه امتیازدهی سیستمی است خودکار و بر اساس شاخصه‌های معین که رتبه واقعی پژوهش را مشخص می‌کند. در این سیستم به پژوهشگران و هر عنصر دیگر پژوهشی نیز طبق شاخصه‌های معین امتیازاتی تعلق خواهد گرفت. در این زمینه تجربه ISI و ISC نیز قابل بهره‌برداری است.

۲-۵-۸- ارتباط جامعه با سیستم و تشویق جامعه به**پژوهش**

متأسفانه جامعه ما هنوز به ضرورت پژوهش پی نبرده و امکانات پژوهشی به سهولت در اختیار جامعه ما قرار ندارد. با توجه به حذف محدودیت‌های فیزیکی در دهکده مجازی دانش و فراگیری ارتباطات فضای مجازی می‌توان افراد جامعه را (در صورت لزوم با دسترسی‌های محدودتر) به سیستم ارتباط داد تا بتوانند از امکانات پژوهشی مجازی استفاده کنند.

۲-۵-۹- فرهنگ‌سازی در عرصه پژوهش

همانطور که پیش‌تر بیان شد اولین اصل پایداری و جذابیت سیستم، اخلاق و فرهنگ است، این سیستم با نظارت دقیق، از وقوع اعمال غیر اخلاقی و خرابکارانه در جامعه پژوهشی جلوگیری کرده و با همکاری سه قوه با متخلفان برخورد جدی صورت خواهد گرفت.

۲-۶- فازبندی عملیاتی

۱- ارائه و تصویب طرح اجمالی



- ۲- مطالعه و تدوین طرح تفصیلی (معماری و مهندسی مفهومی، ساختاری و برنامه‌ای)
- ۳- ارائه و تصویب طرح تفصیلی و تدوین تفاهم نامه
- ۴- عملیات اجرایی بر اساس فازبندی ارائه شده در طرح تفصیلی

۳- نتیجه

اگر امروز اهمیت «دهکده جهانی دانش» دانش را درک نکنیم و یا در ایجاد آن سستی کنیم، دیر یا زود «دهکده مجازی دانش» ایجاد خواهد شد. هم‌اکنون به صورت پراکنده قسمت‌هایی از آن در ایران و سایر نقاط جهان ایجاد شده و بعدها هم بسته به نیازهای پژوهشی قسمت‌هایی دیگر از آن ایجاد خواهد شد. هر قسمت که ایجاد شود یک گام به سمت بهبود وضعیت پژوهشی در دنیا برداشته می‌شود و کمبودها و نیازهای جدید بیشتر احساس می‌شوند و بر اساس نیاز باز هم قسمت‌هایی دیگر از این دهکده طراحی می‌شوند. روز به روز این نیازها بیشتر شناخته می‌شوند و روز به روز قسمت‌های جدیدی از دهکده مجازی دانش ساخته می‌شود و در پایان نیاز به وجود چنین انسجامی در امر پژوهش احساس شده و آنجا دهکده مجازی دانش متولد خواهد شد، همانطور که ISI متولد شد.

مهم این نیست که چه موقع این سیستم ایجاد می‌شود، مهم مکان تولد چنین سیستمی است.

با جمله‌ای از مقام معظم رهبری نتیجه‌گیری را به پایان می‌بریم: «علم، عزت میبخشد. جمله‌ای در نهج‌البلاغه هست که خیلی جمله‌ی پرمغزی است. می‌فرماید: «العلم سلطان»؛ علم اقتدار است «سلطان» یعنی اقتدار، قدرت. «العلم سلطان من وجده صال و من لم یجده صیل علیه»؛ علم اقتدار است. هر کس این قدرت را به چنگ آورد، می‌تواند تحکم کند؛ می‌تواند غلبه پیدا کند؛ هر کسی که این اقتدار را به دست نیاورد، «صیل علیه»؛ بر او غلبه پیدا خواهد شد؛ دیگران بر او قهر و غلبه پیدا می‌کنند؛ به او تحکم می‌کنند.

این واقعیت را ملت ایران در یک دوره‌ی طولانی، با پوست و گوشت و استخوان خودش لمس کرد. به ما تحکم کردند؛ به ما زور گفتند؛ منابع ما را در مشت گرفتند؛ ملت ما را از رفاه محروم کردند. تاریخچه‌ی تلخ و محنت‌باری این دوره‌ی صد ساله‌ی کشور ما دارد، که ما نتایجش را الان داریم می‌چشیم...

ما می‌خواهیم کشور را علمی کنیم؛ اما هدف از علمی شدن کشور این نیست که کشور را غربی کنیم. اشتباه نشود. غربیها علم

را دارند، اما در کنار علم و آمیخته‌ی با این علم چیزهای را هم دارند که از آنها می‌گیریم. ما نمی‌خواهیم غربی بشویم؛ ما می‌خواهیم عالم بشویم. علم امروز دنیای‌ی که عالم محسوب می‌شود، علم خطرناکی برای بشر است. علم را در خدمت جنگ، در خدمت خشونت، در خدمت فحشا و سکس، در خدمت مواد مخدر، در خدمت تجاوز به ملتها، در خدمت استعمار، در خدمت خونریزی و جنگ قرار داده‌اند. چنین علمی را ما نمی‌خواهیم؛ ما اینجور عالم شدن را نمی‌خواهیم. ما می‌خواهیم علم در خدمت انسانیت باشد، در خدمت عدالت باشد، در خدمت صلح و امنیت باشد. ما اینجور علمی می‌خواهیم. اسلام به ما این علم را توصیه می‌کند.^۱

سپاسگزاری

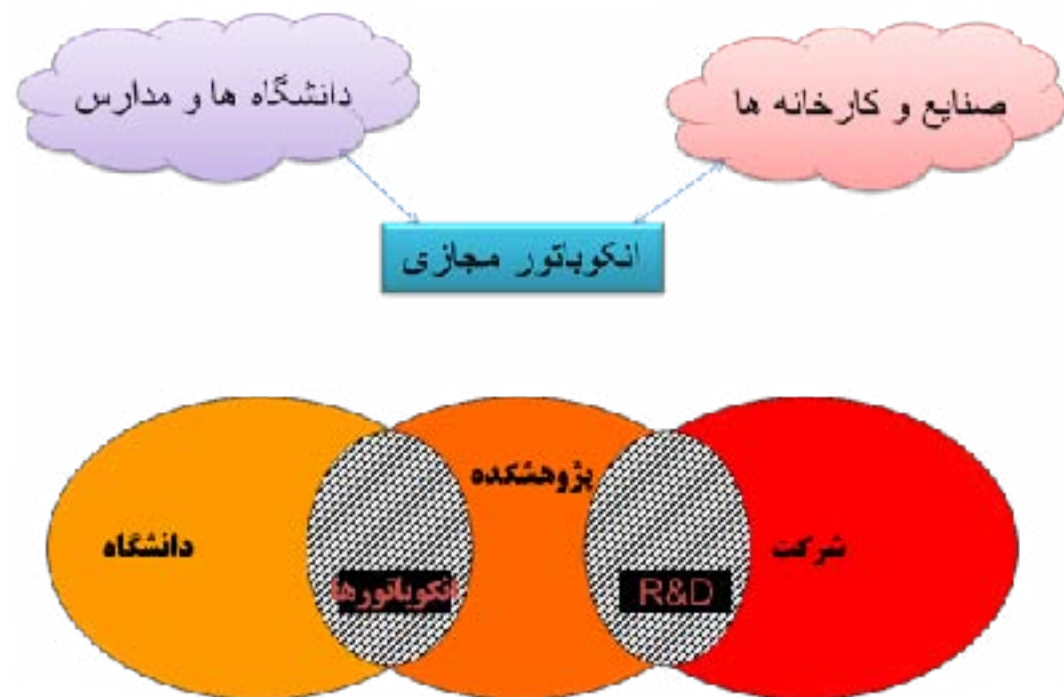
در اینجا جا دارد از دکتر علی اکبر جلالی دبیر علمی دومین کنفرانس شهر الکترونیکی و همچنین دکتر محسن رضایی، دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام تقدیر و تشکر ویژه به عمل آید، بدون عنایت این دو بزرگوار به «طرح دهکده مجازی دانش» رسیدن طرح به این نقطه امکانپذیر نبود. و این طرح هرچه دارد را متعلق به این دو بزرگوار می‌داند. در پایان از مشاوران طرح حجت‌الاسلام محمد عالم‌زاده نوری، سرپرست گروه اخلاق و تربیت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی؛ حجت‌الاسلام محمد جواد چاوشی رئیس ستاد اقامه نماز شهر اهواز؛ حجت‌الاسلام محمد جواد واعظی، مدیر معاونت تبلیغ نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها؛ حجت‌الاسلام محمد حسین گیلانپور، سرپرست مرکز آموزش تخصصی مبلغان دانشگاهی؛ حجت‌الاسلام مهدی عبداللهی، عضو شورای سیاست‌گذاری مرکز آموزش تخصصی مبلغان دانشگاهی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها و همچنین مدیریت تیم فرهنگی تحقیقاتی نصر جوان حجت‌الاسلام محمد همایونفر که بنده را در این طرح راهنمایی کردند تشکر و قدردانی به عمل می‌آورم و از خداوند منان توفیق روز افزون ایشان را خواستارم.

مراجع

۱ سخنان مقام معظم رهبری در دیدار با نخبگان جوان، ۱۳۸۶/۶/۲۱



ایده انکوباتور مجازی



اقتصاد ایران باید از وابستگی به فروش نفت به سمت اقتصادی دانایی محور حرکت کند. از مؤلفه های اقتصاد دانایی محور، می توان موارد زیر را نام برد: کسب و کارهای دانش بنیان و خلاقانه، نوآوری در کسب و کارها، خرید و فروش ایده و فکر، ثبت اختراع و پتنت، خرید و فروش دانش فنی، پارک های علم و فناوری، مراکز رشد و ...

در واقع برای تحقق اقتصاد دانایی محور، باید ارتباط صنعت و دانشگاه بیشتر و مستحکم تر باشد. این دو مرکز یعنی مرکز علمی و مرکز صنعتی باید همپوشانی داشته باشند و نیازهای یکدیگر را برطرف کنند. پارک های علم و فناوری و مراکز رشد، پل ارتباطی بین صنعت و دانشگاه هستند.

مراکز رشد یا انکوباتورها، با حمایت های آموزشی، تخصصی، مشاوره ای و نیز حمایت های مالی باعث می شوند که استارتاپ ها و کسب و کارهای تازه تأسیس و دانش بنیان رشد کنند و به موفقیت برسند. طبق آمارهای رسمی سازمان های جهانی، از بین فارغ التحصیلانی که به طور مستقل اقدام به تأسیس شرکت و کسب و کار جدید می کنند، ۸۰ درصد شکست خورده و فقط ۲۰ درصد موفق می شوند. در حالی که از بین فارغ التحصیلانی که در مراکز رشد این کار را انجام می دهند، ۳۰ درصد شکست خورده و ۷۰ درصد موفق می شوند.

در ایران نیز پارک های علم و فناوری و مراکز رشد وجود آمده اند. اما این مراکز دو مشکل عمده دارند: اول اینکه دولتی هستند در نتیجه هیچ انگیزه ای برای درآمدزایی و تحرک در فضای اقتصادی ندارند. یعنی خودکفا نیستند. دوم اینکه با محدودیت های فراوان روبرو هستند. از جمله کمبود فضا کافی، قوانین سختگیرانه، بروکراسی اداری و ...

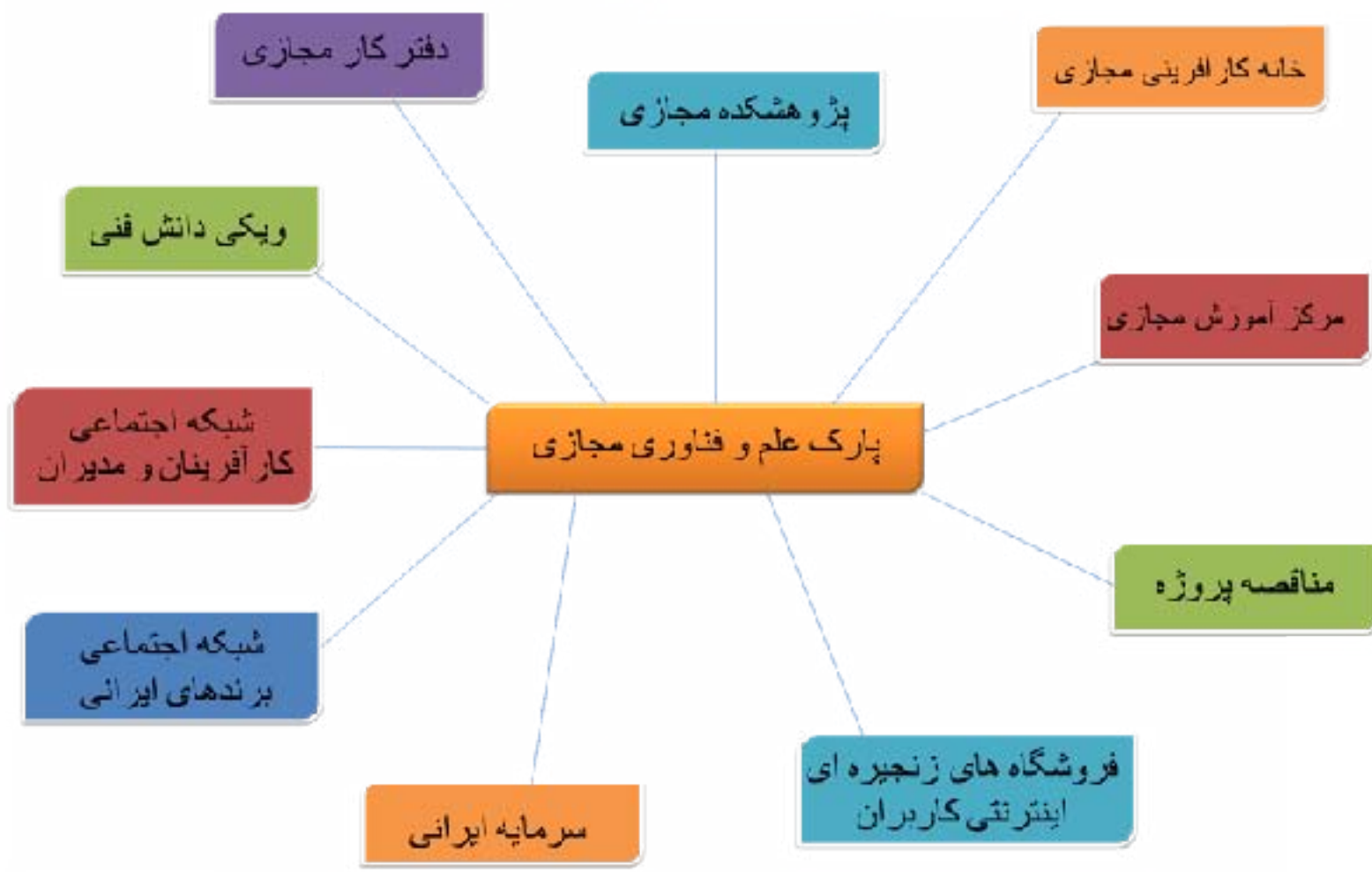
برای حل این مشکلات ما تصمیم گرفتیم. به عنوان یک سازمان خصوصی این کار را انجام دهیم و نیز تمام محدودیت های مکانی، زمانی، جغرافیایی و ... را حذف کنیم. در نتیجه ایده انکوباتوری مجازی (مرکز رشد مجازی) را مطرح کردیم.

انکوباتور مجازی، سازمانی است مجازی و مبتنی بر وب که بسیاری از خدمات مراکز رشد حقیقی، همچون خدمات آموزشی و مشاوره ای، روش های تأمین سرمایه، مدیریت کسب و کار، در اختیار قرار دادن منابع اطلاعاتی، برخی خدمات اطلاع رسانی و غیره، را از طریق اینترنت، بدون در نظر گرفتن مرزهای زمانی و مکانی در اختیار مشتریان خود قرار می دهد.

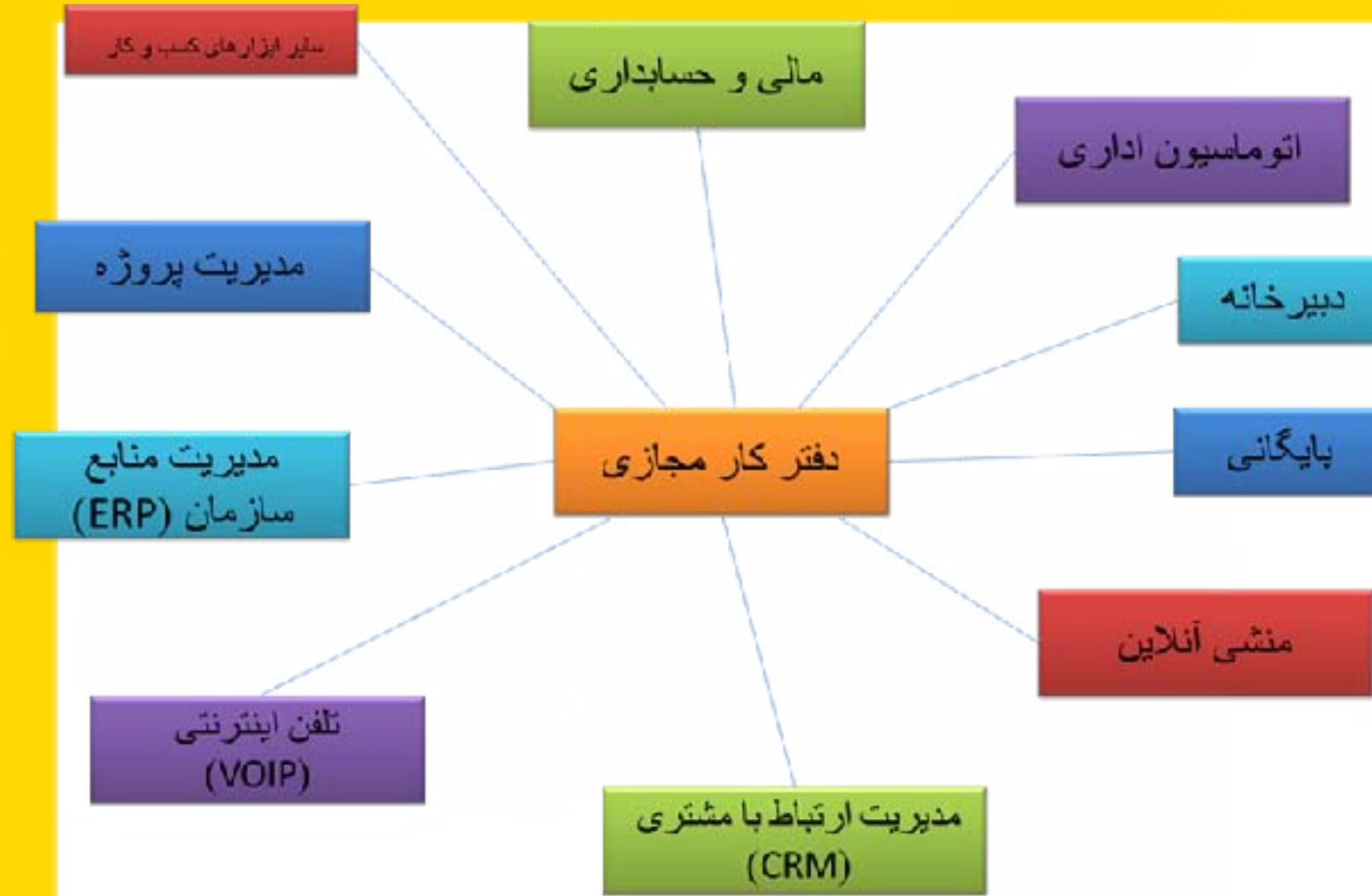
انکوباتور مجازی، همچنین با در اختیار قرار دادن دفترکار مجازی به مشتریان خود، بستری را فراهم می کند که افراد با استفاده از نرم افزارهای مدیریت پروژه و مدیریت تیم تحت وب و ده ها ابزار تحت وب کاربردی دیگر، از راه دور پروژه های خود را مدیریت کنند و پیش ببرند.

همچنین بسترهای مناقصه ایده و پروژه در انکوباتور مجازی مهیا شده است که باعث می شود سرمایه گذاران در این فضاها جمع شوند و بر روی ایده ها و پروژه های مورد نظرشان سرمایه گذاری کنند. این بسترهای مناقصه ایده و پروژه، نیازهای بازاریابی مشتریان را نیز برطرف می کند. به این معنا که کارفرمایان، شرکت ها و سازمان های بزرگ، به اعتبار انکوباتور مجازی، پروژه های خود را به استارتاپ های مستقر در انکوباتور مجازی می سپارند و به نوعی جذب پروژه و درآمدزایی صورت می گیرد.

استارتاپ های مستقر در انکوباتور مجازی نیز، بواسطه ی فضای بوجود آمده، محصولات و خدمات خود را معرفی می کنند و بازارهای خود را شناسایی کرده و زودتر به درآمدزایی و تولید ثروت می رسند.



دفتر کار مجازی



امروزه با گسترش اینترنت ، سازمان های مجازی مطرح است . یکی از ویژگی های این سازمان ها این است که انعطاف پذیری فوق العاده ای به سازمان می دهد . آن را چالاک و چابک می سازد ؛ هزینه های سربار را حذف می کند و در نتیجه علاوه بر اینکه هزینه ها را به شدت کاهش می دهد ، باعث بهره وری و سود بیشتر سازمان می شود .

شما می توانید در هر زمان و در هر مکانی به دفتر کار خود دسترسی داشته باشید و کار کنید . دفتر کار شما می تواند در منزل ، در هتل ، در کافی نت و هر جای دیگری که شما بخواهید ، باشد . محیط ساده با کاربری راحت ، کاربر پسند و امن که می توانید با خیال راحت در آن ، بر کسب و کارتان تمرکز کنید . اگر می خواهید کسب و کار جدید خود را راه اندازی کنید ، اگر می خواهید در هر شغل و حرفه ای که هستید خود را ارتقا داده و پیشرفت کنید ، اگر می خواهید دانش و مهارت خود را گسترش داده و همگام با جدیدترین و بروزترین روش ها و تکنولوژی ها حرکت کنید ، و همیشه نسبت به تغییر و تحولات شغل خود در سراسر دنیا و اخبار مربوط به آن مطلع باقی بمانید ، دفتر کار مجازی ما بهترین گزینه برای شماست و به عنوان مشاوره امین برای به موفقیت رساندن کسب و کار شما ، در خدمت تان است .

از مهمترین خدماتی که در آن ارائه می شود ، ارائه گزارش های مدیریتی از عملکرد شرکت به صورت گرافیکی و آماری و آنالیز آن ، که در آن نقاط قوت و ضعف شرکت ، توصیه ها و راه حل های پیشنهادی ضمیمه میشود . شرکت ها می توانند تجربیات خود را در هر زمینه ای با هم به اشتراک بگذارند . زیرا هدف موفقیت همه در کنار هم است .

این یک پیام تبلیغاتی نیست بلکه شور و انرژی من برای انجام این پروژه است .

اساس دفتر کار مجازی ما بر پایه ی تیم مجازی و نرم افزار مدیریت پروژه ی تحت وب است . همچنین در کنار دفتر کار مجازی ، ایده بازار ، فن بازار قرار دادیم تا خلایق در جریان باشد .

مهمترین نکته ای که باید به آن اشاره کنم ، سیستم VOIP یا تلفن اینترنتی است . این امکان که شما یک شماره تلفن اختصاصی در فضای اینترنت داشته باشید ، یک امکان خارق العاده است و هنوز خودمان باورمان نمی شود که می توان چنین سرویسی ارائه داد . با چنین سرویسی کسب و کار شما می تواند به وسعت تمام دنیا باشد و نیز چنان انعطاف پذیری به استارتاپ شما می دهد که هر جایی دفتر کار شما باشد .

از نرم افزارهای دفتر کار مجازی، می توان موارد زیر را نام برد :

۱. نرم افزار مدیریت پروژه ی آنلاین
۲. مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
۳. برنامه ریزی منابع سازمان (ERP)
۴. سیستم یکپارچه ی مالی و مدیریت جریان نقدی (دریافت ها و پرداخت ها ، میزان سود آوری)
۵. اتوماسیون اداری ، دبیرخانه ، پایگانی
۶. نرم افزار مدیریت و ارتباط با اعضای گروه . مدیریت منابع انسانی ، گردش کاری ، ارزیابی عملکرد
۷. نرم افزار مدیریت استراتژیک و راهبردی شرکت
- تأثیرگذاری پارامترها و تصمیمات و استراتژی های مختلف در سود و زیان شرکت و پیشرفت آن.
۸. منشی آنلاین
۹. تلفن اینترنتی (VOIP)
۱۰. بازاریابی آنلاین
۱۱. داشبورد

به عنوان مثال در قسمت مدیریت پروژه ، ما با بخش های مختلفی مانند : مدیریت یکپارچگی پروژه ، مدیریت محدوده پروژه ، مدیریت زمان پروژه ، مدیریت هزینه پروژه ، مدیریت کیفیت پروژه ، مدیریت کالا و مواد پروژه ، مدیریت منابع انسانی پروژه ، مدیریت ریسک پروژه و مدیریت ارتباطات پروژه ؛ را داریم .



شبکه ملی و پروژه سیناپس

هنوز بحث‌ها بر سر شبکه ملی یا اینترنت ملی داغ است و هر کسی برای خود اظهارنظری می‌کند و تفسیر و تعبیرهای مختلفی بیان می‌شود. اما واقعاً شبکه ملی یا اینترنت ملی چیست؟

“شبکه‌ای مبتنی بر پروتکل اینترنت (IP) به همراه سوئیچ‌ها و مسیریاب‌ها و مراکز داده‌ای، به صورتی که درخواست‌های دسترسی داخلی و اخذ اطلاعاتی که در مراکز داده داخلی نگهداری می‌شوند به هیچوجه از طریق خارج کشور مسیریابی نشود و امکان ایجاد شبکه‌های اینترنت و خصوصی و امن داخلی در آن فراهم شود.”

آیا اینترنت فعلی قطع می‌شود؟ خیر. اینکار از نظر متخصصان امکان ندارد.

در آمریکا و کانادا نیز برای افزایش سرعت دسترسی به اینترنت چنین طرحی اجرا شد. یعنی یک شبکه داخلی متصل به شبکه جهانی. اما در چین با کمی تفاوت اجرا شد. به این دلیل که کنترل و مدیریت ۱.۵ میلیارد نفر کاربر اینترنتی کار ساده‌ای نیست.

شبکه ملی اطلاعات، یکی از زیرساخت‌های دولت الکترونیک محسوب می‌شود و پهنای زیاد باند، ارسال تصویر، صوت و حجم اطلاعات با سرعت بالا، از ویژگی‌های این شبکه است. با این تفاوت که پهنای باند داخل به صورت امن و حفاظت شده برای کسب و کارهای اقتصادی و حریم شخصی خانوارها توسعه خواهد یافت. بدین ترتیب با ایجاد بیش از دوازده میلیون پورت پر سرعت اینترنت در کشور قرار است یک شبکه ملی اطلاعات، تدارک دیده شده و بستر امنی برای اشتراک اطلاعات در درون کشور فراهم گردد تا با پیوستن همه ارگان‌ها به آن، گامی کارساز در راه رسیدن به دولت الکترونیک در کشور برداشته شود.

آیا می‌دانید که با این کار ساختار اداری کشور متحول شده و بروکراسی پیچیده اداری حذف خواهد شد؟

یک سیستم یکپارچه و الکترونیکی علاوه بر اینکه نیاز شما را برای مراجعه به ادارات مختلف برطرف می‌کند، باندبازی، رانت خواری و رشوه در ادارات مختلف را عملاً غیر ممکن می‌کند.

ایجاد شبکه‌ای یکپارچه یا به قول مهندس عبدالمجید ریاضی، یک ابر شبکه شامل دیتا سنترهای عظیم در داخل کشور، ضمن یکپارچه سازی و توانمند سازی شبکه داخلی کشور، همه سایت‌های ایرانی، میزبانی وب سایت‌های خود را به آن دیتاسنترها سپرده تا در نهایت، کاربران بتوانند با سرعت بیشتر و بدون پرداخت هزینه پهنای باند خارجی و همچنین با امنیت و نظارت بهتر، به وب سایت‌های ایرانی متصل شوند.

این یعنی میلیاردرها تومان صرفه جویی ارزی.

می‌دانید اگر این پول در شبکه ملی سرمایه گذاری شود، هزاران فرصت کارآفرینی بوجود می‌آید و افراد زیادی می‌توانند استارت‌آپ‌های اینترنتی خود را راه اندازی کنند؟

متأسفانه همیشه در ایران، اول تکنولوژی میاد بعد فرهنگ اش و عده‌ای انگار منتظرند که شایعه درست کنند، کمپین‌های مخالفتی تشکیل دهند و جنجال درست کنند.

گویی این فرصت‌های بی نظیر را نمی‌بینند.

آیا می‌دانید اگر همین الان شرکت‌های سرویس دهنده اینترنت به ایران، ما را تحریم کنند، چه اتفاقی می‌افتد؟ میزبانی اطلاعات شبکه‌های ایرانی در خارج از کشور موجب می‌شود که در صورت قطع ارتباط ایران با شبکه بین‌المللی (چه بر اثر حوادث غیر مترقبه بر بسترهای ارتباطی با شبکه جهانی و چه به علت تحریم‌های خارجی) امکان دسترسی به سایت‌های داخلی نیز برای کاربران وجود نداشته باشد. در حالی که راه‌اندازی اینترنت ملی و میزبانی داده‌های شبکه‌های داخلی در کشور این خلأ را برطرف می‌کند و دسترسی به شبکه‌های داخلی در قالب اینترنت ملی سامان‌دهی و تنظیم می‌شود.

تصمیم با ماست. می‌توانیم از شبکه ملی یک گول بسازیم و با آن مبارزه کنیم. می‌توانیم شبکه ملی را به بهشت کارآفرینان و ثروت‌آفرینان تبدیل کنیم و همه از آن لذت ببریم.

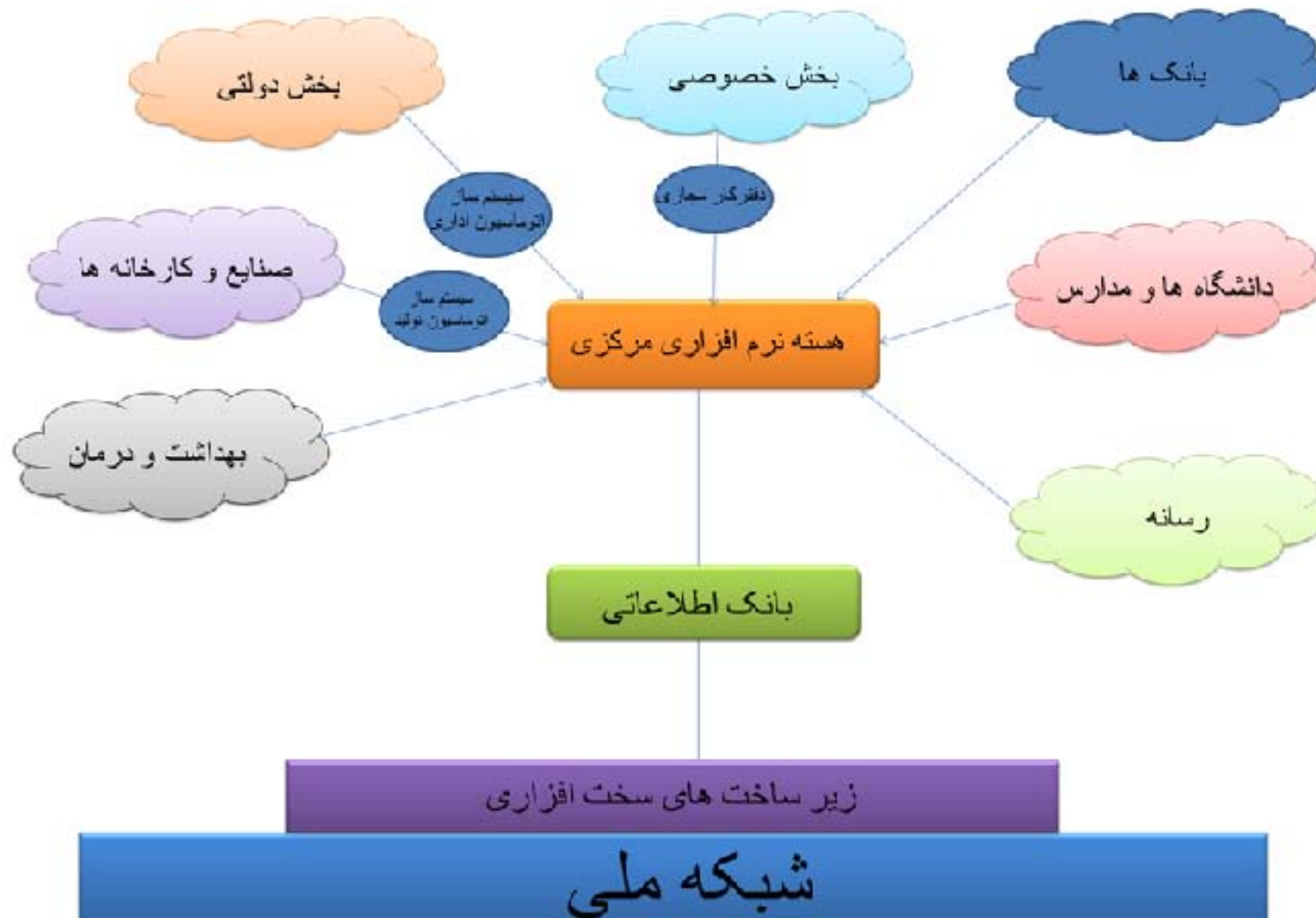
به نظر من شبکه ملی این پتانسیل را دارد که ۱ میلیون برند ایرانی در آن بوجود بیاید. این پتانسیل را دارد که ۱ میلیون کارآفرین ایرانی در آن رشد کنند و استارت‌آپ‌های اینترنتی خود را راه اندازی کنند.

تعاونی دانش بنیان کارخانه تبدیل ایده به ثروت، پروژه‌ای با عنوان پروژه سیناپس، را در دستور کار خود دارد. با اجرای پروژه‌ی

سیناپس، کارخانه تبدیل ایده به ثروت را در شبکه ملی پیاده سازی می‌کنیم.

به زودی در یک شماره‌ی اختصاصی در مورد پروژه‌ی سیناپس به تفصیل صحبت خواهیم کرد.

همچنین صاحب‌نظران و متخصصین را برای همکاری در پروژه‌ی سیناپس دعوت خواهیم کرد.





شبکه ملی چه فایده ای برای ما دارد ؟

مهمترین فایده ای که دارد هدفمند شدن کاربران اینترنتی است . یعنی افرادی که از اینترنت برای بازدید از سایت های فارسی ، اخبار ، وبلاگ و دیگر وب سایت های ایرانی استفاده می کنند ، از افرادی که نیاز دارند به شبکه جهانی متصل شوند ، جدا می شوند . یعنی اگر افرادی که صرفاً با سایت های ایرانی کار دارند ، به سمت شبکه ملی هدایت شوند ، ترافیک کاذب شبکه کاهش پیدا می کند ، سرعت واقعی اینترنت به شدت افزایش پیدا خواهد کرد .

اگر کاربران اینترنتی را به ۳ دسته تقسیم کنیم : کاربران دولتی ، شبکه های اختصاصی و کاربران خانگی . مثلاً کاربران دولتی چه نیازی دارند که به شبکه بین المللی متصل شوند ، در حالی که در شبکه داخلی می توانند فعالیت کنند و امنیت بیشتری خواهند داشت .

فرض کنید کاربری بخواهد از نقطه ۱ کشور به نقطه ای ۲ در کشور اطلاعات بفرستد، در این صورت کل اطلاعات باید به خارج از کشور انتقال یابد و پس از پیمودن کیلومتر ها راه و گشت و گذار در سراسر دنیا دوباره به داخل کشور برگردد و به نقطه ۲ برسد. اما با بوجود آمدن شبکه ملی اینترنت دیگر لازم نیست این پیغام به خارج از شبکه برود و از طریق شبکه داخلی، با سرعت بیشتری به مقصد می رسد. می توان ویژگی های زیر را در مورد شبکه ملی اینترنت برشمرد.

۱. دسترسی آسان و ارزان طبقات مختلف جامعه و حمایت از مصرف کننده
۲. ایجاد اینترنت ملی یا توسعه زیر بنایی شبکه اینترنت در ابعاد ملی
۳. کاهش هزینه ها و مدیریت منابع شبکه ارتباطی اینترنت کشور
۴. کاهش قیمت اینترنت در حدود ۵ برابر
۵. ایجاد دیتا سنتر ملی یا مراکز داده اینترنتی در داخل کشور
۶. افزایش امنیت فضای تبادل اطلاعات و حمایت از حقوق کاربران و سایتهای اینترنتی
۷. مقابله با حملات سایبری و در معرض خطر قرار گرفتن اطلاعات کسب و کار ها
۸. تدوین سیاستهای ملی در جهت توسعه زیربنایی ICT کشور
۹. زمینه سازی برای توسعه دولت الکترونیک
۱۰. حمایت از سرمایه گذاری بخش خصوصی
۱۱. امکان تعامل سیستم های نرم افزاری و اطلاع رسانی دستگاه های مختلف کشور در یک بستر یکنواخت
۱۲. امکان استفاده بهینه از ظرفیت ارتباط کشور با سایر کشور ها و اینترنت
۱۳. افزایش سرعت اینترنت از ۲۰ مگابایت بر ثانیه تا ۱ گیگابایت بر ثانیه
۱۴. آنچه مسلم است کشور ما به طور مرتب در معرض حملات اینترنتی قرار دارد که البته تا به امروز ظرفیت خوبی در بحث تامین امنیت و ایمنی برای شبکه های داخل کشور فراهم بوده اما با ایجاد شبکه ملی اطلاعات به طور قطع با یک تحول و انقلاب در تامین امنیت فضای مجازی در کشور روبرو خواهیم بود.

شبکه ملی چگونه کارخانه تبدیل ایده به ثروت ایجاد می کند ؟

شبکه ملی موتور محرک رشد اقتصادی و شتاب دهنده ی استارتاپ های اینترنتی ایرانی است .

ایجاد امنیت بیشتر در فضای اینترنت ایران ، باعث می شود که سرمایه گذاران رغبت بیشتری به سرمایه گذاری در وب فارسی پیدا کنند . سرمایه گذاران و اسپانسر ها ، حمایت های بیشتری از ایده های اینترنتی در ایران خواهند کرد و ما شاهد یک تحول بزرگ در تجاری سازی ایده های اینترنتی خواهیم بود.

هزاران ایده ی جدید ، هزاران خدمت الکترونیکی و هزاران استارتاپ جدید بوجود خواهد آمد و وب فارسی را به یک محیط لذت بخش تبدیل خواهد کرد . خدماتی چون ویدیو درخواستی (VOD)، انتقال مکالمات تلفن اینترنتی (voip)، تلویزیون اینترنتی (iptv) و شبکه های اختصاصی (mpls) از جمله خدمات قابل ارائه روی شبکه است و خدمات تجارت الکترونیکی، دولت الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی و آموزش الکترونیکی نیز از دیگر خدماتی است که بر روی این شبکه عرضه می شود.

آیا می دانید با افزایش سرعت اینترنت ، چه تحول عظیمی در آموزش الکترونیکی در کشور بوجود خواهد آمد ؟ آیا می دانید با ایجاد محیط های سه بعدی تعاملی در آموزش ، چه جذابیتهای ایجاد می شود ؟ و همه ی مردم این فرصت را پیدا می کنند که تحصیلات جذاب تکمیلی داشته باشند ؟ آیا می دانید شبکه ملی چه تأثیری در تجارت الکترونیکی در کشور خواهد داشت ؟ آیا می دانید شبکه ی ملی ، می تواند زیرساخت مناسبی برای شهر های مجازی و سه بعدی در ایران باشد ؟

آیا با شهر های مجازی سه بعدی مانند Second Life آشنایی دارید ؟

آیا می توانید تصور کنید که با شبکه ملی می توان به صورت آنلاین فیلم دید ؟ به صورت آنلاین از تلویزیون های اینترنتی استفاده کرد ؟

آیا می توانید تصور کنید ایده های جدید در شبکه ملی چقدر محیط وب را لذت بخش تر و رویایی تر خواهد کرد ؟

من که نمی توانم قدرت فوق العاده و بی نهایی که این شبکه به ما می دهد را تصور کنم .

مهارت‌های ضروری کارآفرینان

- ❖ آشنایی با مباحث حسابداری و مالی
- ❖ آشنایی با قوانین و حقوق تجارت
- ❖ آشنایی با فنون مذاکره
- ❖ آشنایی با مدیریت پروژه
- ❖ و دانستن ارزش مشتری

۸

TODAY'S ENTREPRENEUR



معارف‌های من

❖ امیر تقی خان تجریشی هشتم

- فارغ‌التحصیل مهندسی صنایع و کارشناسی ارشد مدیریت (MBA)
- مدیر واحد تحلیلگری مالی شرکت سرمایه گذاری سیدکو
- تحلیلگر شرکت Deloitte و RolandBerger در پروژه های شرکت ملی پتروشیمی ایران
- کارشناس مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف
- دبیر جشنواره کارآفرینی شریف
- مشاور مستقل و همکار در شرکت های مشاوره مدیریت طرح نواندیشان، شایان، سامان تدبیر، پیوند، و آدرم

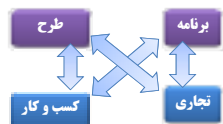
۲

دوره آموزشی تدوین طرح کسب و کار

Business Plan Development

مدرس دوره: امیر تقی خان تجریشی
شروع دوره: ۱۲ ام آبان ماه ۸۷
موسسه آموزش عالی بهار

طرح کسب و کار چیست؟



طرح کسب و کار سند مکتوبی است که روش اجرای یک کسب و کار در یک دوره زمانی مشخص را بیان می‌کند و شامل کلیه فعالیت‌های داخلی و خارجی برای راه‌اندازی/اداره‌ی یک کسب و کار است.

۱۰

آلیس در سرزمین عجایب

اگر نمی‌دانید به کجا می‌روید
مهم نیست که چه راهی را انتخاب می‌کنید



۹

انتظارات

- ❖ در بحث‌ها مشارکت فعال داشته باشید.
- ❖ تمرین‌های داده‌شده را سرسری نگیرید.
- ❖ نقاط ضعف کار خود را شناسایی و اصلاح کنید.
- ❖ مالکیت معنوی ایده‌های دیگران را محترم بشمارید.
- ❖ یک ایده‌ی خوب برای تمرین آموخته‌هایتان داشته باشید.

انتظار شما چیست؟

۴

اهداف دوره

❖ شما در این دوره

- مفهوم مدل کسب و کار و اجزای آن را می‌آموزید.
- با سرفصل‌های یک طرح کسب و کار آشنا می‌شوید.
- با تعدادی چهارچوب تحلیلی مفید آشنا می‌شوید.
- برخی از قسمت‌های طرح کسب و کار را می‌نویسید.
- با یک نرم افزار تهیه Business Plan آشنا می‌شوید.
- تهیه یک Business Plan با Excel را خواهید آموخت.
- با هم کار کردن را تمرین خواهید کرد.

۳

Business Plan Targeting

Audience	Issues to Emphasize	Issues to De-emphasize	Length
Investor	Fast growth, potential large market, management team	Assets	20 – 40 pages
Strategic Partner	Synergy, proprietary products	Sales force, assets	20 – 40 pages
Banker	Cash flow, assets, solid growth	Fast growth, hot market	10 – 20 pages
Large customer	Stability, service	Fast growth, hot market	20 – 40 pages
Key employees	Security, opportunity	Technology	20 – 40 pages
Merger & acquisition	Past accomplishments	Future outlook	20 – 40 pages

۱۲

طرح کسب و کار چه ساختاری دارد؟

❖ طرح کسب و کار یک ساختار ثابت و از پیش تعریف‌شده ندارد!!

هدف	کانون تمرکز	قسمت‌های گم‌رنگ
جذب سرمایه‌گذار	رشد سریع، بازار بالقوه‌ی بزرگ، تیم دارایی‌ها	مدیریت توانمند
جذب شریک استراتژیک	محصولات اختصاصی شرکت، هم‌افزایی	دارایی‌ها، توان فروش
دریافت وام از بانک	جریان نقدی، دارایی‌ها، و رشد مطمئن	رشد سریع، و بازار خیلی جذاب
جذب یک مشتری عمده	ثبات، و خدمات پس از فروش	رشد سریع، و بازار خیلی جذاب
جذب کارکنان کلیدی	امنیت شغلی، فرصت رشد	تکنولوژی
ادغام یا خرید کسب و کار	دستاوردهای گذشته	چشم‌انداز آینده

۱۱

شرط اول قدم آن است که ...



۶

فهرست مطالب بخش اول دوره

❖ جلسه‌ی اول: مدل مفهومی کسب و کار و روشن کردن ایده

- ❖ جلسه‌ی دوم: تعیین محصول و محدوده‌ی کسب و کار
- ❖ جلسه سوم: مطالعه‌ی بازار مصرف و مشتریان
- ❖ جلسه چهارم: برنامه‌ریزی برای جذب و افزایش مشتری

۵

طرح کسب و کار چه فایده‌ای دارد؟

- ❖ برای کارآفرین
 - اطمینان از صحت عمل
 - انسجام تصمیمات
 - سردرگم نشدن در اجرا
 - بهبود و توسعه ایده
- ❖ برای مخاطبان
 - سهولت دریافت پیام
 - سهولت ارزیابی
 - سهولت مذاکره

نکته: ۱۰٪ هزینه در مرحله طراحی صرفه جویی ۹۰٪ هزینه‌ها در مرحله اجرا را در پی دارد

ارزش‌گذاری شرکت‌ها

- ❖ بر اساس دارایی‌ها
- ❖ ارزش فعلی درآمدهای آتی شرکت
- ❖ فرمول ساده: نرخ بهره / درآمد سالانه

ایده‌ی کسب و کار

- ❖ ایده کسب و کار نقطه مرکزی و شالوده یک طرح کسب و کار است.
- ❖ طرح کسب و کار بدون یک ایده‌ی جذاب یک جسم بی‌روح است.
- ❖ چیزی است که شما را از سایرین متمایز می‌کند.

ایده از کجا می‌آید؟

- ❖ پاسخ‌گویی به نیازهای ناشی از تغییر در بازار
- ❖ پاسخ‌گویی به نیازی مغفول مانده
- ❖ بهبود در سرعت، هزینه و کیفیت ارائه خدمات قبلی

هر روز هزاران سب در اطراف ما از درختان فرو می‌ریزند اما آنچه وجود ندارد دیدگان بی‌توجهی است.

انواع برنامه تجاری

- ❖ فن‌آوری گرا
- ❖ رشد بازار
- ❖ موقعیت‌یابی در بازار
- ❖ مالی
- ❖ تولیدی
- ❖ خرید کسب و کارهای دیگر

یک برنامه تجاری قابل دفاع

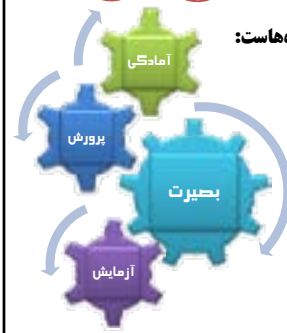
یک برنامه تجاری خوب باید دارای پیوستگی و هماهنگی در طول کل سند باشد.

تعادل بین اطلاعات کیفی و کمی

بخش مالی باید منعکس‌کننده تصمیمات موجود در بخش بازاریابی و سازماندهی باشد.

چشم‌ها را باید شست ...

❖ تفکر خلاق زمینه‌ساز دستیابی به ایده‌هاست:



- طوفان فکری
- طوفان فکری معکوس
- DO IT
- توهم خلاق
- دفترچه یادداشت

بسط ایده‌ی کسب و کار

- ❖ چه چیزی ارائه می‌دهید؟ (محصول یا خدمت)
- ❖ چه کسی برای آن پول پرداخت می‌کند؟ (مشتری)
- ❖ چرا مشتری بابت آن پول می‌دهد؟ (نیاز یا منفعت)
- ❖ چگونه آن را عرضه می‌کنید؟ (فرآیند)

روند آماده‌سازی یک طرح کسب و کار



مسیر کارآفرینی

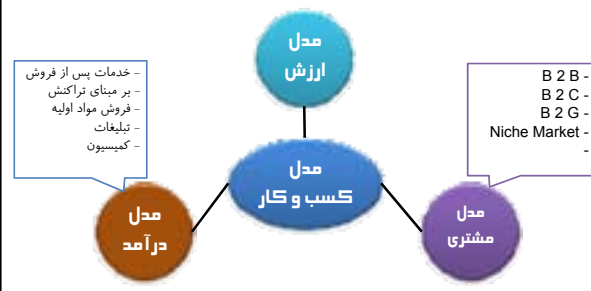
❖ نقطه‌ی شروع همه‌ی کسب و کارهای موفق یک ایده‌ی خوب بوده است اما نقطه‌ی پایان همه‌ی ایده‌های خوب یک کسب و کار موفق نیست!!



مدل کسب و کار چیست؟

- ❖ روش انجام کسب و کاری است که شرکت از طریق آن درآمد کسب می‌کند و می‌تواند در طول زمان ماندگار بماند و رشد کند.
- ❖ داشتن یک مدل کسب و کار خلاقانه کافی نیست مهم آن است که در طول زمان پایدار باشد و کپی کردن آن مشکل باشد.
- ❖ داشتن یک مدل کسب و کار قوی می‌تواند حتی موجب شکست رقبای بزرگ بازار شود.
- ❖ اینترنت دنیایی از مدل‌های کسب و کار نوآورانه را پدید آورده است.

عناصر یک مدل کسب و کار کدامند؟



بررسی نمونه موردی گوگل

❖ مدل ارزش گوگل چیست؟

- سرعت جستجو
- رایگان بودن خدمات
- سادگی کار کردن با آن
- مرتبط بودن مطالب
- ایجاد اجتماعات مجازی

۲۵

بررسی نمونه موردی گوگل (ادامه ...)

❖ مدل مشتری گوگل چیست؟

- جستجوگران عام
- جستجوگران تخصصی
- کسب و کارهای خواهان تبلیغات

۲۶

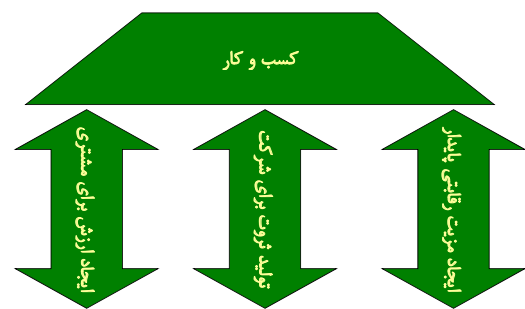
چند نمونه‌ی دیگر مدل کسب و کار

- ❖ تأمین و تدارک الکترونیکی
- ❖ سنگاپور ایرلاینز
- ❖ ASP
- ❖ مک دونالد
- ❖ شرکت دل
- ❖ eBay
- ❖ Autoweb

چه مدل‌های کسب و کار
جالبی در ایران سراغ دارید؟

۳۱

سه پایه یک مدل کسب و کار خوب



۳۲

بررسی نمونه موردی گوگل (ادامه ...)

❖ مدل درآمدی گوگل چیست؟

- دریافت آگهی
- فروش حق امتیاز استفاده از تکنولوژی
- دریافت پول خدمات جستجو

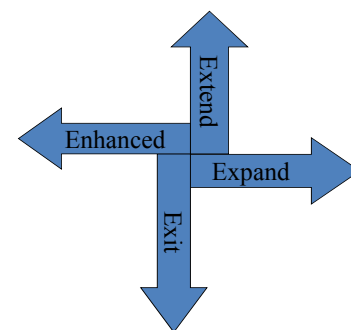
۲۷

نوبت شماست: مدل کسب و کار

- ❖ چه چیز می‌فروشید؟
- ❖ به چه کسی می‌فروشید؟
- ❖ چرا مشتریان از شما خرید می‌کنند؟
- ❖ چه چیزی در نظر آنها ارزش‌افزوده‌ی محصول شماست؟

۲۸

آینده مدل کسب و کار (E4)



۳۳

بازبینی: مدل کسب و کار

- ❖ بدون چک کردن پرسش‌های زیر در مورد مدل کسب و کار احتمالاً کسب و کارتان را بر مبنای داده‌های نادرست و یا ناقص بنا خواهید گذاشت. ضروری است پیش از ادامه‌ی مسیر فرضیات خود را آزمون کنید
- چرا مشتریان از شما خرید می‌کنند؟
- چه چیزی در نظر آنها ارزش‌افزوده‌ی محصول شماست؟
- ارزش ارائه شده توسط شما چگونه از سایر عرضه‌کنندگان یا محصولات/خدمات جایگزین متمایز می‌شود؟
- تمایز شما تا چه مدتی می‌تواند پایدار باقی بماند؟ چرا؟

۳۴

نوبت شماست: مدل کسب و کار

- ❖ ارزش ارائه شده توسط شما چگونه از سایر عرضه‌کنندگان یا محصولات/خدمات جایگزین متمایز می‌شود؟
- ❖ تمایز شما تا چه مدتی می‌تواند پایدار باقی بماند؟ چرا؟
- ❖ مشتری چقدر حاضر است برای محصول شما پول بپردازد؟ چرا؟
- ❖ چه راه‌های کسب درآمد مستقیمی در کسب و کار شما وجود دارد؟
- ❖ چه راه‌های کسب درآمد غیرمستقیمی وجود دارد؟

۲۹

یک نکته جالب

در عصر اینترنت مدل کسب و کار آن قدر مهم شده است که افراد بدون داشتن مهارت خاصی در بازاریابی و فروش و به اتکالی مدل تجاری نوآورانه می‌توانند کسب و کار پر رونقی ایجاد نمایند.

❖ سوال کسب و کار سنتی: کار من چیست؟

❖ سوال عصر اینترنت: مدل کسب و کار من چیست؟

۳۰

تمرین

- ❖ پنج سؤال طراحی کنید که با مطرح کردن آنها در صحبت با یک مشتری بالقوه، پاسخ پرسش‌های ذیل را بیابید:
- چرا مشتریان از شما خرید می‌کنند؟
- چه چیزی در نظر آنها ارزش‌افزوده‌ی محصول شماست؟
- ارزش ارائه شده توسط شما چگونه از سایر عرضه‌کنندگان یا محصولات/خدمات جایگزین متمایز می‌شود؟
- تمایز شما تا چه مدتی می‌تواند پایدار باقی بماند؟ چرا؟

۳۵

تمرین

- ❖ پرسش‌های طراحی شده در قسمت پیش را با ۳ مشتری بالقوه مطرح نموده و نتایج آن را برای طرح در پروژه کلاس آماده کنید.

۳۶

معرفی شرکت و کسب و کار

- ❖ مأموریت و چشم‌انداز شرکت
- ❖ نوع شرکت
- ❖ تاریخچه و مراحل رشد شرکت
- ❖ معرفی محصول و تکنولوژی
- ❖ فهرست دارایی‌های کلیدی و تجهیزات و امکانات
- ❖ معرفی تیم مدیریت و مشاوران حرفه‌ای

۴۴

صفحه روی جلد

- نام شرکت
- تلفن و آدرس
- آرم شرکت
- فهرست موسسان
- تاریخ تهیه برنامه تجاری
- تهیه‌کننده برنامه تجاری

بازبینی ایده

❖ از خود بپرسید: آیا ایده‌ی من ...

- بدیع و نوآورانه است؟
- ارزش بیشتری نسبت به محصولات/خدمات موجود ارائه می‌کند؟
- آیا این ایده ویژگی متمایزی نسبت به محصولات رقیب دارد؟

۳۸

نوبت شماست: معارفه

- ❖ نام و رشته تحصیلی شما چیست؟
- ❖ سابقه‌ی آشنایی شما با موضوع طرح کسب و کار چیست؟
- ❖ چه ایده‌ای را که برای کار در کارگاه انتخاب کرده‌اید؟
- طوری ایده‌تان را بیان کنید که من ایده‌ی شما و نه دوستان را انتخاب کنم!!!

این ساده‌ترین شکل یک طرح کسب و کار است

قطب حقیقه وقت دارید
نه بیشتر

۳۷

بیانیه مأموریت شرکت

- ما که هستیم؟
- به چه نیازی پاسخ می‌دهیم؟
- به چه روشی به نیازهای مشتریان پاسخ می‌دهیم؟
- فلسفه و ارزش‌های ما چیست؟
- چه چیزی ما را متمایز یا منحصر می‌کند؟

۴۵

فهرست مطالب بخش دوم

- ❖ جلسه‌ی اول: روشن کردن ایده و مدل مفهومی کسب و کار
- ❖ **جلسه‌ی دوم: تعیین محصول و محدوده‌ی کسب و کار**
- ❖ جلسه سوم: مطالعه‌ی بازار مصرف و مشتریان
- ❖ جلسه چهارم: برنامه‌ریزی برای جذب و افزایش مشتری

۴۰

به ایده‌های خیلی جذاب شک کنید!!

- ❖ اگر این کسب و کار تا این اندازه جذاب است چرا تاکنون فرد دیگری به راه‌اندازی آن اقدام نکرده است؟
- جواب سؤال فوق، چالش‌های مسیر را نشان می‌دهد و واقع‌بینی بیشتر را دربر دارد.
- به راحتی تکوید تا به حال به فکر دیگری نرسیده است.

۳۹

بیانیه مأموریت شرکت...

مأموریت ما کمک به بهبود بهره‌وری نظام تامین مواد در بیمارستان‌ها، افزایش تنوع انتخاب و کاهش زمان توقف محصولات توزیع‌کنندگان محصولات بهداشتی و پزشکی است.

۴۶

اجزای اصلی برنامه تجاری

- صفحه جلد
- فهرست مطالب
- خلاصه مدیریتی
- شرح کسب و کار
- برنامه بازاریابی
- برنامه مالی
- برنامه عملیاتی
- برنامه سازمانی
- اسناد تکمیلی و ضمیمه



۴۲

چه اطلاعاتی در طرح کسب و کار می‌آید؟

- ❖ محصول و خدمت
- ❖ توصیف شرکت
- ❖ بازار و مشتری
- ❖ صنعت و رقابت
- ❖ تیم مدیریت
- ❖ برنامه‌ی بازاریابی و استراتژی‌ها
- ❖ بازاریابی و فروش
- ❖ تکنولوژی
- ❖ عملیات و فرآیند تولید
- ❖ ساختار سازمانی
- ❖ پیش‌بینی و تحلیل‌های مالی
- ❖ تحلیل ریسک

۴۱

WinMill Software is a premier resource for technology services . We provide digital solutions tailored to our clients' specific business needs, whether they are building new information systems, enhancing legacy systems, training their workforce on-line and in the classroom, or taking thousands of product orders over the Internet. We support the entire technology lifecycle, and we remain dedicated to providing exceptional service by building systems that make our clients more competitive. We not only deliver and implement strategies and solutions, but we also transfer knowledge to our clients that will enable them to maximize their existing skills and resources.

۴۸

Our mission as a site is to pass on our knowledge of technology security to those who need it most: the modern computer user. A team of dedicated experts are online ready to answer any questions you may have regarding the security of your personal computer. The staff at Virus Scan Software have access to all of the market leading software in this area, and are sufficiently experienced to recommend the right solution for anyone, whether you are looking to protect your home computer or a network of computers relied upon by your entire staff.

۴۷

نمونه‌هایی از مأموریت شرکت‌ها:

آموکو یک شرکت جهانی است که در صنعت نفت و مواد آلی فعالیت می‌نماید. ما درصدد کشف منابع نفت هستیم و محصولات و خدمات خود را با کیفیت عالی به مشتریان عرضه می‌نماییم.

شرکت بل سوت در زمینه تبادل اطلاعات ارائه خدمت می‌نماید. این خدمت به وسیله ۹ مرکز ارائه می‌گردد. خدمات شرکت شامل تبلیغات، نشر، تلفن همراه، ارتباطات راه دور و سیستم‌های رایانه‌ای است. این خدمات در ۹ منطقه ایالتی، بازارهای آمریکا و سطح کل جهان ارائه می‌گردد.

۴۹

شرکت فایزر
شرکت فایزر در زمینه مراقبت‌های بهداشتی در سطح جهان تحقیق می‌کند. مأموریت اصلی ما این است که در سراسر جهان با استفاده از دانش و روش‌های علمی زندگی بهتر، طولانی‌تر، سالم‌تر، پربارتر و لذت‌بخش‌تر برای مردم فراهم آوریم. شرکت ما دارای چهار بخش اصلی است: مراقبت‌های بهداشتی، لوازم پزشکی و دارویی، صنایع غذایی و درمانگاه‌های حیوانات. ما در ۳۹ کشور واحد تولید داریم و محصولات ما در سراسر جهان در دسترس همگان قرار می‌گیرد.

۵۰

چشم‌انداز کسب و کار

- ❖ چشم‌انداز یک تصویر مطلوب از آینده شرکت را ترسیم می‌کند.
- ❖ تلاش‌های مدیریت سازمان را سمت و سو می‌دهد.
- ❖ هماهنگی درون شرکت و سازگاری تصمیم‌ها و فعالیت‌ها را موجب می‌شود
- ❖ موجب ایجاد انگیزه و انرژی زیادی در کارکنان شرکت می‌شود.

۵۵

نوبت شماست: چشم‌انداز کسب و کار

- ❖ تصور شما از کسب و کارتان در ۵ سال آینده چیست؟
 - گردش مالی شرکت شما چقدر است؟
 - چه موقعیتی در بازار خواهید داشت؟
 - مشتریان شما را چگونه می‌شناسند؟
 - چه تعداد پرسنل خواهید داشت؟
 - روابط درون‌سازمانی کارکنان به چه شکل است؟

۵۶

مأموریت کسب و کار

- ❖ بیانی‌های مأموریت محدودی فعالیت کسب و کار شما را مشخص می‌کند.
- ❖ هیچ قالب استاندارد دی برای نوشتن مأموریت وجود ندارد فقط در نظر داشته باشید که مأموریت باید:
 - مختصر باشد.
 - منعطف باشد.
 - متمایزکننده باشد.

۵۱

نوبت شماست: مأموریت کسب و کار

- ❖ برای نوشتن مأموریت خود به سه پرسش ذیل پاسخ دهید:
 - اصلی‌ترین بازار محصول ما کدام است؟
 - ما چه چیزی به بازار عرضه می‌کنیم؟
 - چگونه در عرصه رقابت از سایرین متمایز می‌شویم؟

۵۲

بازبینی چشم‌انداز

- ❖ آیا چشم‌انداز شما این ویژگی‌ها را دارد؟

- روشن و قانع‌کننده
- هیجان‌انگیز
- قابل دستیابی
- چالش‌برانگیز

نکته: هر چه چشم‌انداز در طرح کسب و کار دقیق‌تر و جذاب‌تر باشد، سرمایه‌گذاران را بیشتر جذب خواهد کرد.

۵۷

دو نمونه چشم‌انداز

- ❖ شرکت گردشگران فردا در پنج سال آینده تبدیل به یکی از ۳ گزینه اصلی طبیعت‌گردان ایرانی و خارجی علاقمند به حضور در ایران خواهد شد و رهبری بازار در زمینه تجارت الکترونیک صنعت گردشگری ایران را با داشتن بیش از ۴۰٪ سهم بازار در دست می‌گیرد.
- ❖ become the world's most customer centric company and the place where people come to find and discover anything they might want to buy online

۵۸

نمونه‌ی یک مأموریت

موصول
بازار
❖ ارائه‌ی خدمات گردشگری به طبیعت‌گردان و گردشگران مخاطره‌جو از طریق جمع‌آوری، پردازش و توزیع اطلاعات دست اول از نقاط بکر گردشگری ایران و فراهم کردن تسهیلات مورد نیاز آنها برای داشتن یک سفر امن و لذت‌بخش به این مناطق
وجه تمایز

۵۳

یک نمونه‌ی دیگر ...

شرکت تلفن و تلگراف آمریکا (AT&T)

ما نهایت سعی خود را می‌کنیم تا به بهترین شکل ممکن همه مردم دنیا را در هر کجا و در هر زمان به یکدیگر برسانیم. می‌کوشیم وسایلی را ارائه دهیم که مردم دنیا بتوانند بسیار راحت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و هر نوع اطلاعات و خدماتی را مبادله نمایند.

۵۴

اهداف کسب و کار

- ❖ ارائه‌ی خدمات گردشگری به طبیعت‌گردان و گردشگران مخاطره‌جو از طریق جمع‌آوری، پردازش و توزیع اطلاعات دست اول از نقاط بکر گردشگری ایران و فراهم تسهیلات مورد نیاز آنها برای داشتن یک سفر امن و لذت‌بخش به این مناطق
- ✓ ۳ تا ۵ هدف قابل اندازه‌گیری برای کسب و کارتان بنویسید- این اهداف ممکن است موفقیت در بازارهای تعیین‌شده، ارائه‌ی محصولی خاص، یا کسب یک وجه تمایز پایدار در کسب و کارتان باشد.

۵۹

بازبینی اهداف کسب و کار

- ❖ دقت کنید که اهداف شما باهوش باشند.
 - کوتاه‌مدت باشند. (Short-Term)
 - قابل اندازه‌گیری باشند. (Measurable)
 - قابل دستیابی باشند. (Attainable)
 - واقع‌بینانه باشند. (Realistic)
 - زمان دار باشند. (Time Specific)

۶۰

طرح تجاری یک صفحه‌ای

- ❖ مأموریت (یا چی؟)
- ❖ چشم‌انداز (به چه سمتی؟)
- ❖ اهداف (یا چه سرعتی؟)
- ❖ استراتژی‌ها (چه شکلی؟)
- ❖ برنامه‌ها (به چه ترتیبی؟)

۶۱

کسب و کارهای آینده

در صورت موفقیت پروژه چه کسب و کارهای دیگر حول آن می‌تواند شکل بگیرد:

- ۱- ارائه خدمات پس از فروش برای محصولات
- ۲- ارائه خدمات مستقیم توسط شرکت
- ۳- ارائه خدمات در سایر نقاط زنجیره تامین

۶۲

نوبت شماست: توصیف محصول/خدمت

❖ چه چیز می‌فروشید؟

➢ به بیان ساده محصول/خدمت خود را تشریح کنید.

❖ مزایای محصولتان چیست؟

➢ مشتری به چه منظوری چنین محصول یا خدمتی را می‌خرد؟

❖ ویژگی‌های محصولتان چیست؟

➢ محصول/خدمت شما چگونه به خواسته‌ی مشتری پاسخ می‌دهد؟

۶۷

مسابقات طرح کسب و کار

❖ در دنیا

➢ \$100K MIT

➢ Moot Corp Austin Texas

❖ در ایران

➢ مسابقه‌ی طرح کسب و کار رونقی

➢ جشنواره شیخ بهایی

➢ مسابقه‌ی طرح کسب و کار شریف

۶۸

اهداف اصلی و اساسی

در چشم‌انداز ممکن است در مورد اهدافی مثل موارد زیر نیز صحبت نمایید:

- بیشینه کردن ارزش سهامداران
- افزایش سودآوری
- افزایش سود قابل تقسیم بین سهامداران
- افزایش سهم بازار
- افزایش دارایی‌های شرکت
- کاهش ریسک‌های فعالیت
- افزایش احتمال خرید شرکت توسط رقبا
- برخی اهداف اجتماعی

۶۳

توصیف محصول/خدمت

❖ چه چیزی می‌فروشید؟

❖ مشتریان مد نظر شما کیستند؟

➢ دربارهی آنها چه می‌دانید؟

➢ آیا آنها قابل دسترسی و علاقمند هستند؟

❖ مزایای محصول شما چیست؟

➢ مزایا از دید مشتری تعریف می‌شوند نه شما!!

➢ راحتی

➢ هزینه‌ی کمتر

➢ احساس برتری

۶۴

فهرست مطالب بخش اول

❖ جلسه اول: روشن کردن ایده و محدودهی کسب و کار

❖ جلسه دوم: تعیین محصول و مدل مفهومی کسب و کار

❖ جلسه سوم: مطالعه‌ی صنعت و تدوین استراتژی

❖ مطالعه‌ی بازار مصرف و مشتریان و برنامه‌ریزی برای جذب و افزایش

مشتری

۶۹

پروفایل صنعت

❖ حجم بازار

❖ نرخ نوآوری و تغییرات تکنولوژی

❖ محدودهی رقابت

❖ نرخ رشد بازار

❖ سودآوری صنعت

❖ تعداد رقبا و اندازه‌ی آنها

❖ تعداد خریداران و اندازه‌ی آنها

❖ آسانی و دشواری ورود و خروج

۷۰

توصیف محصول/خدمت (ادامه ...)

❖ ویژگی‌های محصول شما چیست؟

➢ ویژگی‌ها هستند که امکان ارائه‌ی منافع به مشتری را فراهم می‌کنند.

➢ موقعیت مکانی

➢ قیمت پایین

➢ کیفیت

۶۵

یک نمونه توصیف محصول

محصول: خودروی گران قیمت

ویژگی‌های خودرو	مزایای خودرو
➢ شش سیلندر	➢ پرستیژ
➢ سیستم پخش دالچی	➢ اطمینان
➢ سیستم GPS	➢ ایمنی
➢ ترمز ABS	➢ راحتی
➢ صندلی چرمی	➢ جادار بودن

۶۶

تحلیل صنعت با مدل پنج نیرویی پورتر



۷۱

عوامل کلیدی موفقیت

❖ قابلیت‌هایی هستند که برای موفقیت در یک صنعت باید شرکت واجد آن‌ها باشد.

❖ نمونه‌هایی از عوامل کلیدی موفقیت صنایع عبارتند از:

➢ سرعت در ارائه‌ی خدمت (فست فود)

➢ نوآوری (کامپیوتر)

➢ روابط با مشتری (هتلداری)

➢ نزدیکی به مشتری (سیمان و دستمال کاغذی)

➢ شبکه‌ی توزیع قوی (نوشابه)

۷۲

عوامل کلیدی موفقیت (ادامه ...)

❖ برای یافتن عوامل کلیدی موفقیت سه سوال زیر کمک می‌کند:

- مشتریان بر چه مبنایی فروشنده خود را انتخاب می‌کنند؟
- شرکت موفق در صنعت باید دارای چه قابلیت‌ها و منابعی باشد؟
- شرکت‌ها برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار باید چه بکنند؟

مطالعه موردی: صنعت موتورسیکلت

زاویه دید

زاویه دید	ویژگی‌ها
۱. مشتریان (قدرت چانه‌زنی مشتریان بالا است)	حجم بازار بزرگ است، تنوع زیاد است، وفاداری مشتریان کم است، قدرت چانه‌زنی مشتریان نهایی بالاست. رشد سالیانه بازار در ۵ سال آینده بین ۱۵ تا ۲۰ درصد پیش‌بینی می‌شود. اصلی‌ترین فاکتور خرید مشتری تاکنون قیمت بوده است ولی با توجه به تجربه‌ی موتورهای ارزان‌قیمت بی کیفیت هم‌اکنون مشتریان به کیفیت نیز در کنار قیمت توجه بیشتری نشان می‌دهند.
۲. ساختار رقابت (شدت رقابت متوسط رو به پایین است)	تعداد تولیدکنندگان زیاد است، تعداد رقبا بزرگ نسبتاً زیاد است (۸ تا ۱۰ شرکت)، محور رقابت قیمت فروش است، رقبای خرد زیاد هستند و قابلیت رقابت با تازه‌وارد پر قدرت را ندارند، سهم بازار خود را واگذار خواهند کرد و از بازار خارج می‌شوند. چون خروج از صنعت به راحتی امکان پذیر است. بزرگان بازار از وضع موجود راضی هستند و به دنبال یک تحول بزرگ و تغییر در شرایط رقابت نیستند. تحرک و عکس‌العمل شدید نسبت به حضور تازه‌واردان پیش‌بینی نمی‌شود.

مطالعه موردی: صنعت موتورسیکلت

عنوان	مکانیزم اثرگذاری بر محیط خرد	تأثیر
بازارهای عراق و افغانستان	مشترکان	افزایش قابل ملاحظه‌ی حجم بازار
فنون ارزش افزوده	ساختار رقابت	افزایش حاشیه سود و سهم بازار شرکت‌های سازنده
تجارت جهانی	مشترکان	افزایش حجم بازار
بالا رفتن سن چهاردهن ساله‌ها	مشترکان	افزایش حجم بازار
تولیدکنندگان بزرگ	مشترکان	افزایش حجم بازار
برخوردهای نیروی انسانی	مشترکان	کاهش حجم بازار (تر ضعیف)

تحلیل رقبا

- ❖ رقبای اصلی ما در بازارهای مختلف چه کسانی هستند؟
- ❖ مزیت‌های شرکت شما نسبت به سایر رقبا چیست؟
- ❖ قوت و ضعف‌های رقبا
- ❖ مقایسه موفقیت شرکت در مقابل رقبا
- ❖ از رقابت‌های قبلی چه می‌توان آموخت؟

مطالعه موردی: صنعت موتورسیکلت

زاویه دید

زاویه دید	ویژگی‌ها
۳. تازه‌واردان (ورود به سختی صورت می‌گیرد)	ورود به صنعت و رشد در آن برای تازه‌واردان مشکل است. علل اصلی این مسأله شبکه‌ی توزیع است.
۴. تأمین‌کنندگان (قدرت چانه‌زنی متوسط رو به پایین)	در زمینه موتورهای ارزان‌قیمت و به طور خاص CG 125 تنوع تأمین‌کننده بسیار بالاست و قدرت چانه‌زنی خریدار قطعات بالاست و مشتریان نیز نسبت به برند حساسیت ندارند. هزینه‌ی سوئیچ کردن از یک تأمین‌کننده به دیگری پایین است. در مورد موتورهای خاص یا برندهای صاحب‌نام به این شکل نیست و تأمین‌کنندگان قدرت چانه‌زنی بالایی دارند.
۵. محصولات جایگزین (جایگزین نزدیک وجود ندارد)	از نظر قیمت و قابلیت در حال حاضر جایگزین بالقوه‌ی قوی برای موتورسیکلت وجود ندارد.

تحلیل روندهای کلان



تحلیل رقبا (ادامه ...)

- ❖ اندازه رقبا
- ❖ بخش‌های بازاری که رقبا متمرکز هستند.
- ❖ آیا آن‌ها بازار محور یا محصول محور هستند.
- ❖ آیا بر روی قیمت و یا ویژگی‌های محصول متمرکز هستند؟
- ❖ تنوع محصولات آن‌ها چقدر است؟
- ❖ آیا در فن آوری پیش‌رو هستند و یا آن را خریداری می‌نمایند؟
- ❖ ...

مزیت رقابتی شما چیست؟

- ❖ داشتن فن آوری نو؟
- ❖ دسترسی به کانال‌های توزیع؟
- ❖ دسترسی به منابع مالی؟
- ❖ نام تجاری؟
- ❖ ارتباط برتر با مشتری؟

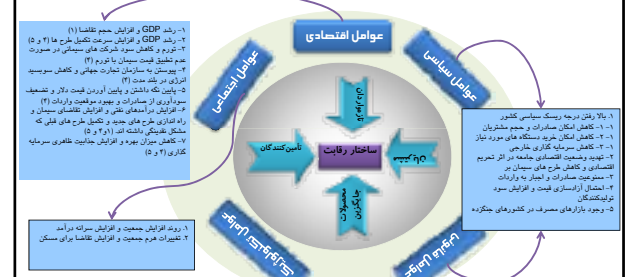
ساختار رقابت صنعت



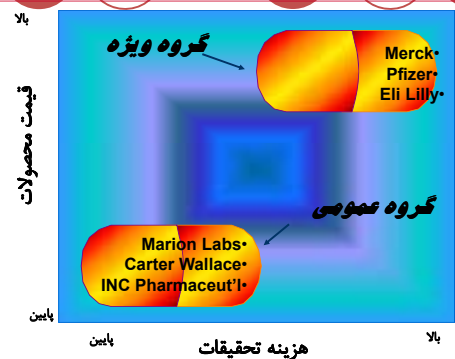
مطالعه موردی: صنعت موتورسیکلت

عنوان	مکانیزم اثرگذاری بر محیط خرد	تأثیر
رشد اقتصادی	مشترکان	افزایش حجم بازار
عوامل اقتصادی	مشترکان	افزایش حجم بازار
WTO	ساختار رقابت	بدون تأثیر بر رقابت میان رفا
تورم	تازه‌واردان	افزایش جذابیت صنعت برای ورود
نرخ برابری ارز	مشترکان	افزایش حجم بازار
آزاد شدن قیمت سوخت	ساختار رقابت	بدون تأثیر بر رقابت میان رفا
تحریم اقتصادی	تأمین‌کنندگان	افزایش جذابیت واردات و استفاده کمتر از تولید داخلی
عوامل سیاسی و قانونی	مشترکان	افزایش قدرت چانه‌زنی تأمین‌کننده
استانداردها	مشترکان	کاهش حجم بازار
	ساختار رقابت	افزایش سهم بازار تولیدکنندگان موتورسیکلت داخلی
	ساختار رقابت	کاهش چگای قیمت، خروج کیفیت‌ترها
	مشترکان	کاهش حجم بازار (تر ضعیف)

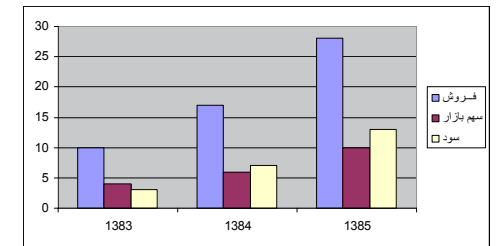
مطالعه موردی: صنعت سیمان



تحلیل رقبا: مدل گروه‌های استراتژیک صنعت (مثال صنعت داروسازی)

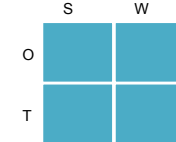


هدف‌گذاری فروش و سود: مثال



تحلیل SWOT

- ❖ نقاط قوت شما کدام هستند؟
- ❖ چه نقاط ضعفی دارید؟
- ❖ چه فرصت‌هایی پیش روی کسب و کار می‌بینید؟
- ❖ چه تهدیدهایی وجود دارند؟



۸۶

جای‌گیری



۹۱

جای‌گیری

- ❖ پس از آن‌که جایگاه شرکت تعیین گردید
- شرکت باید به دنبال مطرح کردن و جا انداختن جایگاه انتخاب شده در اذهان مشتریان بازار هدف خود باشد.
- تمام اجزای آمیخته‌ی بازاریابی شرکت باید آن را پشتیبانی کنند.
- استراتژی جای‌گیری باید در طول زمان مورد بازبینی قرار گیرد و مطابق تغییرات در نیازهای مشتریان و استراتژی رقبا تغییر کند.

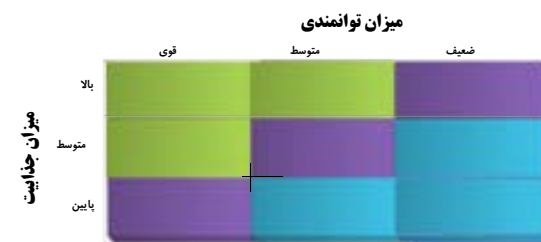
۹۲

ماتریس BCG



۸۷

ماتریس GE



۸۸

فهرست مطالب بخش اول

- ❖ جلسه اول: روشن کردن ایده و محدوددهی کسب و کار
- ❖ جلسه دوم: تعیین محصول و مدل مفهومی کسب و کار
- ❖ جلسه سوم: مطالعه‌ی صنعت و تدوین استراتژی
- ❖ جلسه چهارم: برنامه بازار (مطالعه‌ی بازار مصرف و مشتریان و برنامه‌ریزی برای جذب و افزایش مشتری)

۹۳

برنامه‌ی بازاریابی چیست؟

- ❖ برنامه بازار به این سوال کلیدی پاسخ دهد که شما قصد چه نیازی را مرتفع سازید و در این راه از چه روش‌هایی برای رساندن محصول یا خدمت خود به کسانی که به آن نیاز دارند استفاده خواهید کرد. نهایت این سوال این است که چرا باید محصول شما در بازار سود تولید کند.

به تعبیری می‌توان گفت برنامه بازار شکل کمی شده‌ی مدل کسب و کار را نشان می‌دهد.

۹۴

جای‌گیری

- ❖ تعریفی است که مشتریان یک محصول در ویژگی‌های اصلی آن از آن در ذهن دارند. جایگاهی که محصول در ذهن مشتری نسبت به محصولات رقیب دارد.
- شناسایی مزیت‌های رقابتی
- انتخاب مزیت اصلی
- تبلیغ موقعیت انتخاب‌شده

۸۹

استراتژی‌های عام پورتر

- ❖ استراتژی کم‌ترین قیمت
- ❖ استراتژی تنوع
- ❖ استراتژی تمرکز
- ❖ استراتژی ترکیبی

۹۰

فلسفه‌ی برنامه بازاریابی

- ❖ برنامه بازار باید نمایشگر چند موضوع باشد:
- شناخت کافی از بازار
- وجود جذابیت در بازار
- فرصت موجود در بازار: یک نیاز برآورده نشده
- برنامه مشخص برای ورود به بازار
- برنامه مشخص برای توسعه بازار

۹۵

چه اطلاعاتی در برنامه‌ی بازاریابی می‌آید؟

- ❖ شناخت مشتریان
- ❖ شناخت صنعت
- ❖ شناخت رقبا
- ❖ استراتژی و تکنیک‌ها
- ❖ پیش‌بینی فروش
- ❖ پیش‌بینی هزینه‌های بازاریابی

۹۶

برنامه بازار

- ❖ روندها و ساختار بازار
- ❖ نیازها و خلاءهای بازار
- ❖ بخش‌بندی بازار
- ❖ تحلیل مشتریان
- ❖ تحلیل رقبا
- ❖ استراتژی‌های بازاریابی

۹۷

منطق برنامه بازار



۹۸

اطلاعات از کجا بیآوریم؟

- ❖ صحبت با خبرگان صنعت
- ❖ جستجوی اینترنتی
- ❖ مراجع آماری
- ❖ آگهی‌های روزنامه‌ها
- ❖ انجمن‌های صنفی صنایع
- ❖ صحبت با مشتریان
- ❖ بررسی مجلات تخصصی
- ❖ رقبا
- ❖ تأمین‌کنندگان مواد و قطعات

نکته: نگذارید محدودیت‌ها بر شما غلبه کنند. به دنبال راه‌های خلاقانه برای دسترسی به اطلاعات باشید.

۱۰۳

نوبت شماست: تعیین حجم بازار

- ❖ با چه فرمولی حجم بازار محصولتان را تعیین می‌کنید؟
- ❖ برای محاسبه فرمول به چه اطلاعاتی نیاز دارید؟
- ❖ این اطلاعات را از چه منابعی دریافت می‌کنید؟

۱۰۴

برنامه بازار: روندهای بازار

- ❖ اندازه و روندهای رشد بازار
- ❖ درجه بلوغ بازار
- ❖ عوامل فصلی موثر در بازار
- ❖ عوامل تکنولوژیک موثر در بازار
- ❖ آسیب‌پذیری بازار در مقابل عوامل محیطی
- ❖ قوانین و مقررات موثر در بازار (انحصارات، قیمت‌گذاری و ...)

۹۹

تحلیل بازار: بازار خدمات سنجش سختی فلزات

	1383	1384	1385
صنایع سنگین	150	170	200
شرکت‌های خصوصی کوچک	35	50	70
کارگاه‌ها	20	25	30
آزمایشگاه‌ها و دانشگاه‌ها	10	12	14
جمع کل	215	257	314

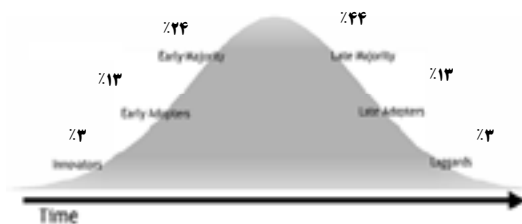
۱۰۰

چگونه تخمین بزنیم.

- ❖ استفاده از گزارش‌های تحقیق بازار حرفه‌ای
- ❖ تخمین بر مبنای داده‌های قبلی
- ❖ تخمین بر مبنای اطلاعات صنایع مرتبط
- ❖ مدل فراگیر شدن محصول

۱۰۵

مدل فراگیر شدن محصول



۱۰۶

تعیین اندازه‌ی بازار

- ❖ منابع دست اول
 - > مصاحبه
 - > پرسش‌نامه
- ❖ منابع دست دوم
 - > گزارش‌ها
 - > آمار منتشرشده



۱۰۱

چند نمونه تعیین اندازه‌ی بازار

- ❖ تعیین حجم بازار مشاوره‌ی مدیریت ایران
- ❖ تعیین حجم بازار قاب بغل موتورسیکلت
- ❖ تعیین حجم بازار دیوارهای پیش‌ساخته
- ❖ تعیین حجم بازار معاملات املاک در تهران

۱۰۲

بخش‌بندی بازار

- ❖ یک بخش بازار عبارت است از
 - > مجموعه‌ای از مشتریان
 - > که به ارائه‌ی برانگیزاننده‌های یکسان
 - > پاسخ‌های نسبتاً مشابه می‌دهند.

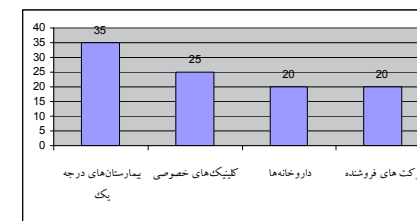
۱۰۷

بخش‌بندی بازار

- ❖ چرا بخش‌بندی لازم است؟
- ❖ با چه معیارهایی می‌تواند بازار را بخش‌بندی کرد:
 - > جمعیت‌شناختی (جوانان، بازنشسته‌ها، زنان و ...)
 - > عوامل فرهنگی - اجتماعی
 - > اقتصادی (طبقه متوسط، ثروت‌مندان، کارمندان دولت و ...)
 - > جغرافیایی
 - > الگوی خرید (صنعتی، مصرف‌کننده نهایی)
 - > حساسیت‌های خرید (نوشابه بدون قند)

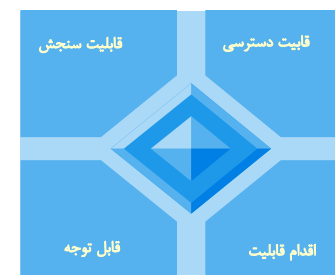
۱۰۸

مثال: گروه‌بندی بازار هدف



۱۰۹

معیارهای بخش‌بندی بازار موثر



۱۱۰

تحلیل کمی مشتریان و بخش بازار

- ❖ تعداد کل مشتریان در بخش بازار
- ❖ درصد مشتریان هدف
- ❖ فروش سالیانه به هر مشتری
- ❖ سودآوری متوسط هر مشتری
- ❖ فروش و سودآوری کل از هر بخش بازار
- ❖ فروش و سودآوری کل در بازار
- ❖ روند آمار فوق در سال‌های آینده

۱۱۵

بازبینی

- ❖ آیا بخش‌بندی شما ویژگی‌های زیر را داراست
 - اندازه بخش‌های قابل توجه هستند.
 - قابلیت دسترسی به مشتریان وجود دارد.
 - قابلیت اقدام دارند.
 - قابلیت سنجش دارند.

۱۱۶

انتخاب بازار هدف

- ❖ معیارهای انتخاب
 - منابع و اهداف شرکت
 - جذابیت یک بخش

۱۱۱

انتخاب بازار هدف

- ❖ الگوهای انتخاب
 - انتخاب کل بازار
 - انتخاب یک بخش
 - انتخاب چند بخش
 - انتخاب یک رده‌ی محصول
 - انتخاب یک رده‌ی بازار

۱۱۲

آمیخته‌ی بازاریابی: محصول

- ❖ کیفیت،
- ❖ ویژگی‌ها،
- ❖ امکانات،
- ❖ بسته‌بندی،
- ❖ گارانتی‌ها،
- ❖ خدمات اضافی،
- ❖ قطعات یدکی

۱۱۷

آمیخته‌ی بازاریابی: قیمت‌گذاری

- ❖ تخفیف‌ها
- ❖ خرید اعتباری،
- ❖ وام‌های خرید،
- ❖ اجازه تاخیر پرداخت

۱۱۸

پرو فایل یک بخش

- ❖ اندازه بخش
- ❖ نرخ رشد
- ❖ حاشیه سود
- ❖ شدت رقابت
- ❖ ویژگی‌ها مشتریان
 - رفتاری، روانشناختی، و ...

۱۱۴

انواع بخش‌بندی



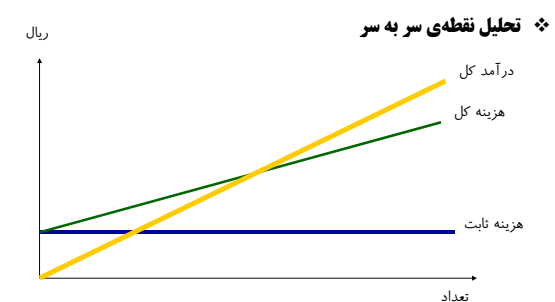
۱۱۳

آمیخته‌ی بازاریابی: قیمت‌گذاری

- ❖ رویکردهای قیمت‌گذاری
 - قیمت‌گذاری بر مبنای قیمت تمام‌شده
 - قیمت‌گذاری بازار محور
 - قیمت‌گذاری بویک و قیمت‌گذاری حراجی
 - تحلیل نقطه‌ی سر به سر

۱۱۹

آمیخته‌ی بازاریابی: قیمت‌گذاری



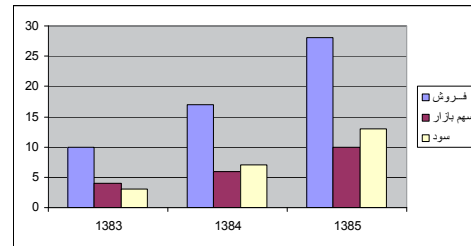
۱۲۰

مروری بر آنچه گذشت ...

- ❖ طرح محصول
- ❖ مدل کسب و کار
- ❖ تحلیل صنعت و محیط کلان
- ❖ تحلیل مشتریان
- ❖ تحلیل رقبا
- ❖ طراحی استراتژی‌های بازاریابی

۱۲۸

هدف‌گذاری فروش و سود: مثال



۱۲۷

آمیخته‌ی بازاریابی: ترویج

- ❖ تبلیغات
- ❖ اشانتیون
- ❖ بودجه تبلیغات (یا هدف تبلیغات)
- ❖ پیام تبلیغاتی
- ❖ رسانه تبلیغ
- ❖ برنامه زمان بندی و قدم به قدم

۱۲۲

آمیخته‌ی بازاریابی: توزیع

- ❖ سیستم توزیع
- ❖ تعداد مکان‌های توزیع
- ❖ موقعیت مکان‌های توزیع

۱۲۱

پایان

از توجه شما سپاسگزارم

سؤال هست؟؟؟

۱۳۰

برنامه‌ی بخش بعدی کارگاه

- ❖ برنامه‌ی عملیاتی
- ❖ برنامه‌ی سازمانی
- ❖ برنامه‌ی مالی
- ❖ خلاصه‌ی مدیریتی
- ❖ نهایی کردن طرح کسب و کار

۱۲۹

شرکای استراتژیک

- Cooperative advertising: two companies mentioned in the advertisement;
- Licensing: let someone else use your product as part of their product;
- Distribution agreement: let someone else carry your product;
- Bundling: let another company include your product as part of a total package.

۱۲۴

آمیخته‌ی بازاریابی: ترویج

- ❖ بروشورها و رسانه‌های مکتوب
- ❖ رسانه‌های جمعی
- ❖ رسانه‌های تخصصی آگهی
- ❖ نامه مستقیم
- ❖ روابط عمومی
- ❖ وب سایت
- ❖ نمونه برداری (محصولات مجانی، اشانتیون)

۱۲۳

بودجه‌ریزی فروش

- ❖ پیش‌بینی فروش
 - تعداد مشتری به تفکیک محصول و بازار هدف
 - حجم ریالی فروش به تفکیک محصول و بازار هدف
- ❖ پیش‌بینی هزینه‌های بازاریابی
 - به تفکیک رسانه‌ی تبلیغاتی
- ❖ برنامه‌ی زمان بندی فعالیت‌های تبلیغاتی
- ❖ جریان نقدی فعالیت‌های تبلیغاتی

۱۲۶

تخمین هزینه‌های بازاریابی

- ❖ امکان‌پذیری
- ❖ درصدی از فروش
- ❖ هدف - وسیله
- ❖ بودجه رقبا

۱۲۵