

تخصص
گاجنامه

رهنورد کارا فرست

علمی، اجتماعی، آموزشی

شماره ۱، اردیبهشت ۱۴۰۲



بنام خداوند جان و دین

گاہنامہ تخصصی رهاورد کارآفرینی

علمی، اجتماعی، آموزشی

شماره ۱، اردیبهشت ۱۴۰۲

صاحب امتیاز:

کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند

مدیر مسؤول:

افشین ابراهیم آبادی

سر دبیر:

غزل نصیری

اعضای هیأت تحریریه:

رقیہ جاتیانی، صدیقہ خزاعی، مهدی عزتی، ریحانہ قربانی

طراحی:

علی احمدی

یا تشکر فراوان از:

دکتر ملیحہ فلکی

(مشاور محترم کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند)

پست الکترونیکی مدیر مسؤول:

afshinebrahimabadi۱@gmail.com

پست الکترونیکی سر دبیر:

ghazal.nsr۲۰۰۱@gmail.com

فہرست کتب و رسائل
معاونت کتب و رسائل
معاونت کتب و رسائل



هم اکنون به جمع بزرگ کانون کار آفرینی دانشگاه بیرجند پیوندید!

راه های ارتباطی با کانون :



نشانی: دانشگاه بیرجند - زیست بوم نوآوری، فناوری و کارآفرینی
دفتر مرکزی کانون کارآفرینی

انگیزه

تظیر به اهمیت فراوان کارآفرینی در جامعه کنونی کشور عزیزمان، سلسله مطالبی پیرامون این مقوله مهم جهت اطلاع و آگاهی عزیزان جامعه دانشگاهی اعم از اساتید گراتقد، کارکنان محترم و دانشجویان پرتلاش منتشر می گردد. امید است که این مجموعه مورد توجه و عنایت تمامی عزیزان قرار گرفته و بتواند با انتقال مطالب مفید، نقشی هر چند کوچک در ترویج و توسعه فرهنگ کارآفرینی ایفا کند.



بیش از ۴۵۰ عضو فعال

تشکیل کارگروه
تخصصی مشاوران کانون
کارآفرینی با دعوت از
اساتید کارآفرین و مدیران
کشوری

برگزاری
بیش از ده ها سمینار،
کارگاه آموزشی، همایش
و... با دعوت از کارآفرینان،
مدیران، اساتید و
دانشجویان سرآمد



حمایت از ایده
های خلاقانه و اختراعات
دانشجویان

برقراری تعامل
و ارتباط مؤثر میان
دانشجویان و مراکز
رشد، سازمان ها و
صنایع بزرگ

برگزاری طرح بزرگ
توان افزایی رهبران آینده
کسب و کار در سطح
دانشگاه



فهرست

سخن مدیر مسئول

داستان یک کارآفرینی ناب در روستای جهانی خراشاد

ایده چیست!؟

ویژه برنامه نوزدهمین همایش بین المللی تلسی

رویداد جذب ایده

زیست بوم نوآوری، فن آوری و کارآفرینی دانشگاه

حقوق مالکیت فکری

فکرینو

NLP و تأثیر آن بر موفقیت در کسب و کار

کافه کارآفرینی

تست MBTI

چگونه روح کارآفرینی را در سازمان خود زنده نگه دارید!؟

سمینار بزرگ دغدغه اشتغال

کتاب هایی که باید هر کارآفرین دست کم یکبار آنها را بخواند!

سخن مدیر مسئول

کمرنگ شدن هستند، این نشریه راهی به سوی بقا و رقابت ارائه می‌دهد و با برجسته کردن کارآفرینان موفق و ارائه منابع برای صاحبان مشاغل جدید، به ترویج کارآفرینی به عنوان یک انتخاب شغلی قانونی و ارزشمند کمک می‌کند.

این گاهنامه همچنین علاوه بر تشویق و ترغیب دانشجویان به فعالیت های کارآفرینانه، خواهد کوشید از طریق گزارش و تولید محتوا به شناساندن چالش ها و فرصت های پیش روی کارآفرینان و صاحبان مشاغل کوچک کمک نماید و بر سیاست های عمومی و حمایت از مشاغل کوچک تأثیر بگذارد و یاریگر آنانی باشد که مروج فعالیت های کارآفرینانه هستند تا نقش مهمی در حمایت از رشد و موفقیت کسب و کارها ایفا نمایند.

این گاهنامه در انجام رسالتی که بر دوش گرفته بنا دارد علاوه بر الهام گرفتن، توصیه ها و منابع عملی را برای کارآفرینان فراهم نموده و بینش ها و اطلاعات ارزشمندی ارائه نماید که به کارآفرینان کمک کند تا کسب و کار خود را رشد و توسعه دهند. امید است این اطلاعات به ویژه برای کارآفرینان جدید که ممکن است تجربه یا دانش لازم برای حرکت در دنیای پیچیده تجارت را نداشته باشند، قبول افتد و در نظر آید.

به امید آینده ای زیبا
افشین ابراهیم آبادی
اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ خورشیدی



”به نام خداوند بزرگ“

ای خوشا شادی آغاز و خوشا صبح دما
ای خوشا جاده و در جاده نهادن قدما
«استاد شفیع کدکئی»

در دنیای امروز که به سرعت در حال تغییر است، کارآفرینی بیش از هر زمان دیگری اهمیت پیدا کرده است، زیرا فناوری با سرعت بی‌سابقه ای در حال پیشرفت است و صنایع سنتی توسط مدل‌های تجاری جدید و نوآورانه مختل می‌شوند. در این محیط، کارآفرینی راهی به سوی موفقیت و شکوفایی برای کسانی که مایل به استفاده از فرصت هستند، ارائه می‌دهد.

گاهنامه ره‌آورد کارآفرینی با تقویت حس اجتماعی کارآفرینی، بستری را برای کارآفرینان فراهم خواهد ساخت تا داستان های خود را به اشتراک بگذارند و با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.

از دیگر دلایل انتشار این گاهنامه ارتقای کارآفرینی به عنوان یک مسیر شغلی مناسب است. چرا که در دنیای امروز که مسیرهای شغلی سنتی در حال

کارآفرینی؛ مهارت آموزی و تحول شعار اصلی معاونت فرهنگی و اجتماعی دانشگاه بیرجند

در فرهنگ اسلامی کار و کارآفرینی از ارزش ذاتی برخوردار است، بر همین اساس اهتمام به این امر خطیر و وظیفه هر فرد مسلمان دغدغه مند است. لذا کارآفرینی؛ مهارت آموزی و تحول شعار اصلی معاونت فرهنگی و اجتماعی دانشگاه بیرجند است.



دکتر حسین فرزانه پور

معاونت فرهنگی و اجتماعی
دانشگاه بیرجند

کارآفرینی منبع مولد اشتغال برای جوانان

اگر بخواهیم در یک جمله کوتاه سخنی داشته باشیم؛ کارآفرینی منبع مولد اشتغال برای جوانان است.



دکتر ابوالفضل اکبرپور

معاونت پژوهشی و فناوری
دانشگاه بیرجند

اتکاء به کارآفرینی و اقتصاد مبتنی بر نوآوری و زیست بوم های کارآفرینانه از ستون های اصلی رشد و توسعه اقتصادی

بحث و بررسی پیرامون مفهوم کارآفرینی و موضوعات مرتبط با آن از سابقه ای ته چندان طولانی در حوزه های دانشگاهی و کاربردی برخوردار است. اما طی این مدت کوتاه، اهمیت و جایگاه ویژه ای یافته است به طوری که شاید بتوان گفت اتکاء به کارآفرینی و اقتصاد مبتنی بر نوآوری و زیست بوم های کارآفرینانه از ستون های اصلی رشد و توسعه اقتصادی در نظر گرفته می شوند. لذا این حوزه نوظهور نیازمند توجه، کار تحقیقاتی و همچنین آموزش بیش از هر زمان دیگری می باشد.



دکتر محمد حسن مجیدی

رئیس پارک علم و
فن آوری خراسان جنوبی

این ابزار و صنعت است که باید در خدمت انسان باشد نه اینکه او مقهور و در خدمت دست‌سازهای خود باشد!



دکتر علی اکبر محمدی

مدیر امور فرهنگی دانشگاه بیرجند

بلکه برای بهره‌وری بیشتر میخواهد. در حالی که او دارای احساس و عواطف است، داری قوه خیال است و دارای عشق؛ نه اینکه او را نیروی انسانی خطاب کنند که باید برای یک مجموعه، سودآور باشد و مثل ماشین کار کند. این ابزار و صنعت است که باید در خدمت انسان باشد نه اینکه او مقهور و در خدمت دست‌سازهای خود باشد!

با همه این تفصیلات، یک رسالت دانشگاه‌ها و دانشکده‌های محلی و منطقه‌ای اینست که به شرایط اجتماعی و اقتصادی منطقه پاسخگو باشند تا با شناسایی نیازهای جامعه‌محور، باعث تولید ارزش اجتماعی و اقتصادی گردند. یک دانشگاه مسئولیت‌پذیر است که دانشگاهیان را مسئولیت‌پذیر پرورش می‌دهد تا نسبت به ارتقای دانش، اخلاق و رفع نیازهای فردی و اجتماعی حساس باشند و برای آن برنامه‌ریزی مناسب داشته باشند.

به همه افراد، گروه‌ها و نهادهایی که در کنار امور کارآفرینانه و پیوند دانشگاه به بازار و تولید و جامعه توجه می‌کنند، ولی به انسانیت انسان، نظر ویژه دارند و او را برای خود او می‌خواهند تبریک می‌گوییم.

واژه کارآفرینی امروزه بیش از هر زمان دیگری در محافل دانشگاهی شنیده می‌شود و دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، خواسته یا ناخواسته، خود را ملزم به آموزش و مهارت‌آفرینی می‌دانند. بی‌تردید کاربست اصول، مفاهیم و واژگان و اصطلاحات کارآفرینانه در برنامه‌های دانشگاهی، نیازمند تأمل عمیق در مبانی نظری و مفهومی کارآفرینی می‌باشد تا این برنامه‌ها در کنار اقدامات عملیاتی منجر به بالندگی و شکوفایی گردند.

با گسترش برنامه‌ها و الزامات کارآفرینی نباید برنامه‌های درسی سنتی و کلاسیک را فراموش کرد و تنها به برنامه‌های آموزشی تقاضامحور و بازار کار نگریست؛ چرا که برخی دانش‌ها به ویژه علوم انسانی گاه به ایجاد زمینه‌ای پرورش خلاق توجه دارند و بستر مناسبی را برای شناخت فرد و جامعه فراهم می‌کنند که با درک بهتر آن، می‌توان زمینه‌های کارآفرینی اثربخش و پایدار مبتنی بر روحیات انسانی فراهم کرد. همیشه نمی‌توان به انسان به‌عنوان نیروی کار نظر داشت چرا که این اصطلاح شاید منطبق بر نظام سرمایه‌داری باشد که به همه چیز به‌عنوان درآمد و یا ارتقای درآمد و کسب و کار می‌نگرد و انسان را برای انسانیت او نمی‌خواهد

کارآفرینی یک صدقه جاریه است



دکتر عباس واعظ زاده

مدیر امور اجتماعی دانشگاه بیرجند

کارآفرینی یک صدقه جاریه و باقیات الصالحاتی است که یک کارآفرین از خود بر جای می‌گذارد که برکات و ثمرات آن شادی و آسایش برای عده کثیری از هم‌نوعان است. یک کارآفرین علاوه بر انگیزه، خلاقیت و پشتکار، کسی است که نیت خیر دارد. کارآفرینی که با نیت خیر در این راه قدم می‌گذارد، خدا یار و پشتیبان او خواهد بود.

«نوآوری مایه حیات پیشرفت بشر است.»



دکتر مهدی ضیائی

مدیر مرکز نوآوری و شتابدهی
دانشگاه بیرجند

«نوآوری مایه حیات پیشرفت بشر است.»
نوآوری سوختی است که ما را به جلو سوق می‌دهد، جرقه ای است که تخیل ما را شعله ور می‌کند و کاتالیزور تغییر است. در دنیای امروزی که به سرعت در حال تحول است، نوآوری بیش از هر زمان دیگری اهمیت دارد.

از کوچک ترین فرصت ها در راه ایجاد فضای کسب و کار و درآمد زایی استفاده کنند.

دکتر محمد اکبری

مدیر گروه کارآفرینی
و ارتباط با صنعت
دانشگاه بیرجند



تا گذشته ای نچندان دور مشاغل و زندگی بر روال سنت استوار بود و در این روال عمدتاً سنتی مشاغل هم قالبی سنتی داشته و دستیابی به آنها هم نیازمند طی روالی معمول در دانشگاه های نسل اول و دوم بود. اما قرن ۲۱ همراهِ بود با طوفان تکنولوژی و فناوری، و این حرکت سریع و عظیم، عرصه های زندگی و مشاغل را به شدت تحت تاثیر و تغییر قرار داد. در این فضا دیگر زندگی به روال قبل در جریان نیست و مشاغل سنتی مشابه قبل رونقی ندارند و دانشگاه های نسل اول و دوم بی ارزش شده اند. در این زمان همه چیز برای زنده ماندن نیازمند تغییر و تحول است. دانشگاه ها برای اینکه اثرگذار باشند بایستی دانشگاه های کارآفرین و مهارت آموز باشند و دانشجویان برای اینکه شغلی داشته و موفق باشند بایستی تغییری در فکر و خواسته های خود نسبت به نسل قبل ایجاد کنند. همه روزه در اطراف خود یا گوشه و کنار افرادی را میبینیم که با فکری جدید و ایده ای نو راهی برای شغلی جدید و درآمدی قابل توجه فراهم کرده اند و این تلنگری برای همه ما بخصوص دانشجویان و جوانان هست که ذهنیت های جدیدی داشته باشند و از کوچک ترین فرصت ها در راه ایجاد فضای کسب و کار و درآمد زایی استفاده کنند.

به خود و دیدگاه خود ایمان داشته باشید و هرگز از رویاهای خود دست نکشید



دکتر ملیحه فلکی

مشاور کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند

شکست هاست. پس بهتر است هر چالشی را به عنوان فرصتی برای رشد و تکامل در آغوش بگیرید و اجازه دهند اشتیاق شان نیروی محرکه ای باشد که آنها را به جلو سوق می دهد. پیشنهادم به دانشجویان عزیز این است که به خود و دیدگاه خود ایمان داشته باشند و هرگز از رویاهای خود دست نکشند تا از این طریق بتوانیم دنیای بهتری بسازیم.

مفهوم کارآفرینی فقط به ایجاد یک کسب و کار موفق خلاصه نمی شود و در حقیقت مفاهیمی چون خلاقیت، اشتیاق و انعطاف پذیری فرد برای رسیدن به رویاهایش را نیز شامل می شود. در اکثر جلساتی که با اعضای کانون و دانشجویان داشته ام، از آنها خواسته ام به یاد داشته باشند که موفقیت یک دستاورد یک شبه نیست، بلکه نتیجه کار سخت، عزم راسخ و درس گرفتن از



تا حالا به این نکته فکر کرده‌اید که وجود یک انسان موفق در یک روستا و یا یک شهر می‌تواند تا چه اندازه مفید باشد؟ بانو فاطمه ذاکریان، یکی از کارآفرینان موفقی است که می‌تواند برای من و شمایی که داریم سرگذشت او را می‌خوانیم یا پیش از این درباره او شنیده‌ایم الگو باشد تا بدانیم همیشه هم این حرف که می‌گویند یک دست صدا ندارد خیلی درست از آب در نمی‌آید؛ چون درست است که او با کمک جمعی از زنان روستای خراشاد توانسته هنر تویافی یا پارچه‌بافی سنتی را احیا کند، اما اول او بود که از دیگران خواست دوباره سراغ این هنر بروند و پایداری او بود که سبب تشویق دیگران شد تا به قله موفقیت برسند و نام خراشاد به عنوان روستایی موفق بدرخشد.

داستان یک کارآفرینی ناب در روستای جهانی خراشاد



ماجرای شما و توفایی از کجا آغاز شد؟

من متولد تیر ۱۳۴۱ در روستای خراشاد هستم و دارای مدرک دیپلم هستم. سه فرزند دارم که یکی از آنها دارای کم توانی جسمی است. سال‌ها بود به کارهای بافتنی مثل بافت لباس گرم مشغول بودم. روزی فردی با من تماس گرفت و از من خواست سری به اداره تعاون روستایی بیرجند بزنم. به آنجا که رفتم با رئیس اداره دیداری کردم و رئیس اداره پس از صحبت هایشان، از من خواستند مدیرعامل شرکت تعاونی روستایی زنان خراشاد شوم. زمانی که توضیحات ایشان تمام شد، گفتم من نه سواد بالایی و نه اطلاع زیادی درباره کار شرکت تعاونی دارم؛ اما ایشان توضیحاتی در خصوص شرکت تعاونی داد و از من خواست این شرکت را تجهیز و برای آن درآمدزایی کنم. من در همان جلسه اعلام کردم نمی‌توانم از پس این کار برآیم.

دوستان البته نپذیرفتند و پس از چند بار گفت‌وگو، در نهایت قانع شدم کارم را شروع کنم. امیدوار بودم پس از مدتی کارهای شرکت تعاونی روی ریل قرار بگیرد. خلاصه کارم را شروع کردم اما زمانی که شرکت تعاونی زنان خراشاد را تحویل گرفتم متوجه شدم فقط ۴۶۰ هزار تومان اجناس دارد. دو هفته از شروع به کارم گذشته بود که به شرکت اعلام کردند نزدیک به ۴ میلیون تومان بدهی هم دارد.

پس شروع خوبی برای شما نبود؟

اصلاً این موجب شد تصمیم بگیرم هنوز که دیر نشده انصراف بدهم چون توان پرداخت این بدهی سنگین را نداشتم. این موضوع در سال ۱۳۸۳ بود. موضوع بدهی شرکت را با زنده‌یاد پدرم در میان گذاشتم. ایشان نه تنها من را از ادامه راه منصرف نکرد بلکه صحبت‌هایش عطشم را برای ادامه کار قوت بخشید. پدرم گفت: «گر الان پشیمان شوی تا آخر عمر نمی‌توانی کاری انجام دهی چون الان توانایی کار داری، نه زمانی که سن و سالی از تو بگذرد».

پس انصراف ندادید؟

خیر، حرف‌های پدرم دلگرم کرد و با خودم فکر کردم باید هر طور شده بدهی شرکت را بپردازم و هدفم شد سر پا نگهداشتن و پرداخت بدهی‌های شرکت. در تصمیمم جدی‌تر شدم. تا حدودی با هنر خیاطی آشنایی داشتم برای همین ماه‌های اول با خیاطی شرکت را می‌گرداندم، با خرید قرضی پارچه به دوخت و دوز مشغول شدم. شبها پیاده کردن الگو و برش پارچه‌ها را انجام می‌دادم و روزها دوخت و دوز می‌کردم. رفت و آمدهایم به روستا و پیگیری باقی امور زیاد شده بود برای همین دیگر توان ادامه کار خیاطی را نداشتم و کار را به یکی از خانم‌های روستا واگذار کردم و در قبال کار مبلغی به وی می‌پرداختم.



چیزهایی تولید کرده و از این بابت خوشحال بودیم؛ هر چند این دغدغه را داشتیم که چه اتفاقی خواهد افتاد و آیا در فروش موفق خواهیم بود؟ خوشبختانه همان زمان بود که توانستیم در یک نمایشگاه صنایع دستی در تهران شرکت کنیم. در آن نمایشگاه استقبال بسیار خوبی از محصولات ما شد تا جایی که کاملاً غافلگیر شدیم. آنقدر فروش ما خوب بود که روز دوم جنسی برای فروش نداشتیم و این انگیزه ما را چند برابر کرد. آنجا من یاد بعضی از برخوردهای مردم پس از جلسه مسجد افتادم. فکر کردم بعضی‌ها فکر احیای توبافی را مسخره می‌کردند اما اینجا چقدر مشتری دارد. آن‌هایی که برای خرید محصولات ما آمدند، وقتی کیفیت خوب محصولات را دیدند باور نمی‌کردند پارچه‌ها با دست بافته شده است. یادم هست یکی از خانم‌های روستا که در بافت پارچه‌ها به ما کمک می‌کرد پیرزنی بود که چشم‌هایش خوب نمی‌دید برای همین پارچه‌هایی که ایشان بافته بود ایرادهای کوچکی مثل زدگی داشت و در نمایشگاه تهران بعضی از مشتری‌ها می‌گفتند این‌ها کار دست است ولی بقیه پارچه‌ها را با ماشین بافته‌اند. نمایشگاه تهران تمام شد و ما با کلی انگیزه به روستا برگشتیم. با خودم فکر کردم برای اینکه انگیزه خانم‌ها بیشتر شود و بافنده‌ها تشویق شوند و کارشان را جدی‌تر بگیرند، پولی برای شرکت برندارم برای همین درآمدی که از نمایشگاه بدست آورده بودم را بین آن‌ها تقسیم کردم.

پس از شرکت شما در نمایشگاه، چه اتفاقاتی رقم خورد؟

ماجرای موفقیت ما در نمایشگاه تهران و استقبال بسیار خوب از محصولاتی که با خودمان برده بودیم، در روستا دهان به دهان چرخید. برای مردم جالب و غیرمنتظره بود که بافته‌های ما را در تهران خریده‌اند و توانسته‌ایم همه آن‌ها را به فروش برسانیم. این اتفاق خوب انگیزه‌ای شد برای اینکه خیلی از خانم‌های روستا بیایند و با ما همراه شوند. گفتند ما هم می‌خواهیم پارچه ببافیم و به نوعی انگیزه مضاعفی شکل گرفت.

چه تعداد عضو دارید و در حال حاضر چه محصولاتی را تولید میکنید؟

تعاونی ما با ۷۵ عضو کارش را شروع کرد و به ۳۰۰ نفر رسید و نکته جالب اینکه در حال حاضر ۳۰۰ خانم از طریق تعاونی ما در همین زمینه پارچه بافی و تولید محصولات مرتبط با آن مشغول به کار شده‌اند. ما آن زمان کارمان را با بافتن حوله شروع کردیم اما

چطور شد که به سراغ احیای پارچه‌بافی رفتید؟

وقتی شرکت را تحویل گرفتم چهار سال از خشکسالی می‌گذشت. دیدم خشکسالی سبب مهاجرت مردم از روستاها می‌شود، برای همین دنبال راهی برای جایگزین کردن درآمد حاصل از کشاورزی بودم که حذف شده بود. از طرفی در گذشته در روستای ما و خیلی از روستاهای دیگر کشورمان پارچه‌بافی سنتی وجود داشته اما با پیشرفت‌هایی که شد و آمدن دستگاه‌های صنعتی پارچه‌بافی و عوض شدن زندگی، مردم در روستای ما هم مثل بقیه روستاها کم کم پارچه‌هایی را که خودشان می‌بافتند فراموش کردند و سراغ پارچه‌هایی رفتند که توسط کارخانه‌ها در کشور خودمان یا کشورهای دیگر بافته می‌شد. اما من و دیگر زنان روستایی در خاطراتمان پارچه‌بافی قدیم را داشتیم. این‌ها هم از دیگر دلایلی بود که باید برای روستا و زنان روستا کاری می‌کردیم و چه چیزی بهتر از اینکه درآمد زنان روستایی از طریق یک هنر آبا و اجدادی آن‌ها باشد.

پس از آن جلسه همه چیز حل شد و تصمیم به احیای پارچه‌بافی گرفتید؟

به این سادگی هم نبود. در یکی از روزها از خانم‌ها خواهم کردم به مسجد خراشاد بیایند. وقتی خانم‌ها جمع شدند از آن‌ها خواهم کردم کسانی که هنر توبافی را بلد هستند به دیگران آموزش بدهند و در راه احیای آن به ما کمک کنند. متأسفانه آن روز آن‌هایی که جمع شده بودند این پیشنهاد را جدی نگرفتند و حتی بعضی‌ها به نظرشان مسخره می‌آمد که ما خواسته باشیم دوباره پارچه‌بافی را احیا کنیم. نظر آن‌ها این بود که الان دیگر کسی پارچه‌های توبافی را نمی‌خرد اما من مصمم بودم این کار را انجام دهم. خلاصه آن روز جلسه به این شکل تمام شد و من به بیرجند برگشتم. تازه رسیده بودم که دختر یکی از اعضای تعاونی تماس گرفت و گفت مادر بزرگ من گفته حاضر است این هنر را آموزش بدهد به شرط اینکه کسی نفهمد، چون خجالت می‌کشد. پیش از آن جلسه من دو دستگاه توبافی را آماده کرده بودم چون می‌دانستم بالاخره کسانی با من همراه خواهند شد، برای همین وقتی فردای آن روز یک نفر دیگر هم تماس گرفت و او هم خواست کار محرمانه باشد، فعالیت ما شروع شد.

با دو نفر کارتان را شروع کردید؟

شدیم پنج نفر و کار را شروع کردیم. سه ماه که گذشت

و به علت سازگاری با بدن مشکلی برای فرد به وجود نمی‌آورد؛ این برای من و بقیه خاتم‌ها خاطره خوبی شد و امیدوارم در آینده ان‌شاءالله بارها و بارها اتفاق بیفتد چون کمکی است برای تولید روستایی و زنتی که با عشق این محصولات را تولید می‌کنند و برای برخی از این خانواده‌ها این درآمد یعنی اداره کردن زندگی.

با اندکی اقتباس از قدس آنلاین

حالا شال سر، حوله مسافرتی، حوله نوزاد، سفره نان، دستمال جیبی، دستمال آشپزخانه، چادرشب، انواع پارچه و چیزهای دیگری تولید می‌کنیم که پارچه همه آن‌ها را خاتم‌های روستایی می‌بافند.

یک خاطره خوب؟!

سال پیش برای دومین سال، ۳۰۰ نفر از حجاجی که از خراسان جنوبی عازم سرزمین وحی بودند، برای مراسم حج خودشان از حوله‌های احرام بافته شده توسط تعدادی از آقایان استفاده کردند. پیش از آن و در سال قبل، ما برای ۵۰ نفر از این حوله‌ها آماده کرده بودیم اما سال گذشته این رقم به ۳۰۰ عدد رسید. نکته جالب برای من این بود حجاجی که از این حوله‌ها استفاده کرده بودند خیلی از خریدشان راضی بودند، چون همان طور که می‌دانید این حوله‌ها از الیاف طبیعی پنبه است، کم حجم است، آب‌گیری خوبی دارد



بازدید اعضای کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند از مرکز تخصصی نساجی سنتی شهرستان بیرجند

روابط عمومی و اطلاع‌رسانی دانشگاه بیرجند



ایده!

کنجکاوی، انواع بازی های فکری، نقلی، تجسم آنچه بیان یا خوانده می شود و دستکاری تصاویر روش های مفیدی برای این مهارت می باشد.
۲- درک مطلب:

در این زمینه باید مطلب اصلی فهمیده شود و موارد غیر اساسی و بی مورد را کنار گذاشت. برای آموزش این مهارت به عنوان نمونه می توان داستانی را خواند و اصل مطلب را به تصویر کشید و یا آن را به شعر درآورد و یا خلاصه کرد. هرچه مطلب ساده و روشن باشد، دریافت اصل مطلب راحت تر است.

۳- توجه به عواطف:

در نظر گرفتن احساسات و عواطف نقش بسزایی در رشد و یا عدم رشد خلاقیت دارد. عواطف می تواند باعث شور و شوق شود و یا در جنبه منفی عامل بازدارنده باشد.

۴- قدرت تخیل:

در این روش فرد خود را جای چیز دیگر قرار می دهد. روش های پرورش تخیل بسیار متنوع است؛ مثل خواندن و نوشتن داستان های تخیلی و علمی. اختراعات و ابداعات بسیار زیادی وجود دارند که نتیجه قدرت تخیل افراد است.

۵- ابتکار:

در این روش باید از فرد خواست تفکر عادی و آنچه را که عادت کرده است کنار بگذارد و به تفکر غیرمعمولی توجه نماید. او نباید از اینکه تفکری متفاوت با دیگران دارد اضطراب داشته باشد.

ایده چیست؟

تعریف ایده: ایده (اتگاره یا طرح) در حقیقت یک طرح ذهنی است. شاید بتوان ایده دادن را اولین گام برای حل یک مشکل یا برآورده کردن یک نیاز دانست. به عبارت دیگر ایده ساده ترین راه حلی است که انسان در برابر یک مساله یا نیاز به آن فکر می کند. به بیان دیگر، ایده مبتنی بر تفکری است که به این سئوالات پاسخ دهد: چه کنیم؟ چرا؟ چگونه؟ برای چه کسانی؟ پیش نیازها چیست؟

ایده پرداز کیست و ایده پرداز می چیست؟

به فرد صاحب ایده، ایده پرداز می گویند و منظور از ایده پرداز، تفکر همراه با خلاقیت است. ایده پرداز می باید همراه با مهارت و توانمندی هایی باشد که از جمله آن ها توانایی و مهارت بارش مغزی و تفکر خلاق است.

تفکر خلاق چیست؟

تفکر خلاق تفکری است که در آن ابتکار، کشف و نوآوری وجود دارد. به عبارت دیگر فرآیند دستیابی به ایده را می توان تفکر خلاق نامید که بخشی از کل فرآیند خلاقیت است.

برای ایجاد خلاقیت دو بخش عمده وجود دارد:

- دستیابی به ایده

- اجرایی نمودن آن

از جمله راه های تقویت تفکر خلاق، مشخص نمودن هدف و انگیزه، ایجاد و به دست آوردن مهارت های پایه و تشویق شدن برای به دست آوردن دانش مربوط به حوزه های مشخص و تخصصی است. به طور خلاصه از بارزترین فاکتورهای شناسایی تفکر خلاق، نوآوری و کاربردی بودن آن

است.

برای ایده پرداز می چه آیتم هایی نیاز دارید؟

۱- تجسم قوی:

توانایی تصور و تجسم اشیا، مفاهیم و فرایندها امکان بروز خلاقیت را بیشتر می کند. بهتر است تصویرها زنده، متنوع، روشن و قوی باشند. تحریک





۶- توانایی درونی:

رشد و پرورش تجسم مسائل پنهانی و درونی می تواند نقش مؤثری در خلاقیت داشته باشد. تمرکز، دقت و توجه به مسائل درونی فرایند خلاقیت را تسهیل می نماید.

۷- بررسی راه های متفاوت:

والدین و مربیان باید از کودکان بخواهند راه حل های گوناگونی را برای حل مسائل در نظر گیرند. یافتن راه حل های متفاوت و دوری از انتقاد نسبت به ایده ها و عدم محدودیت در ارائه اندیشه ها زمینه را برای خلاقیت مهیا می نماید.

۸- شوخ طبعی:

از ویژگی های افراد خلاق شوخ طبعی است. شوخ طبعی به این معناست که فرد مسائل بی ربط و نامناسب را که بر خلاف آداب معمول است به هم مربوط می سازد. بنابراین، باید آن را تقویت و تأیید نمود.

۹- زود قضاوت نکردن:

باید از قضاوت عجولانه بدون تفکر و پیشداوری و تعصب خودداری نمایید و در داوری تفکر و استدلال را مدنظر قرار دهید.

۱۰- نگاهی دوباره:

از مسائل مهم خلاقیت، داشتن نگرشی متفاوت است. فرد خلاق به دنبال جنبه های جدیدی است. تغییر نقش از روش های مؤثر در خلاقیت است؛ مثلاً، جابه جایی نقش ها مانند معلم - دانش آموز، والدین - کودک می تواند نقش ها را تغییر داده و اندیشه های جدیدی به وجود آورد.

منبع : وبسایت تبیان



ویژه برنامه نوزدهمین کنفرانس بین المللی تلسی

کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند برگزار می نماید :

چهارشنبه ۱۸ آبان ۱۴۰۱ - ساعت ۹

تالار ولایت دانشگاه بیرجند

WWW.TELLSICONE.COM

ویژه برنامه
نوزدهمین همایش بین المللی
تلسی

ایده ناب

سرفصل‌های وینار:
ایده پردازی
مفهوم استارت‌آپ
فرصت های کارآفرینی در رشته زبان انگلیسی

افشین ابراهیم آبادی مدیر کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند در ادامه این ویژه برنامه گفت: امروز همه کارآفرینان، اساتید و دانشجویان گردهم جمع شده اند تا برای آینده مان طرحی نو در اندازیم و از این رهگذر دنیا آخرت قشنگی خلق کنیم. وی گفت: کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند به عنوان بزرگترین بازوی توانمند دانشجویی دانشگاه، رسالت خود را کارآفرینی اجتماعی با محوریت اشتغال دانشجویان و دانش آموختگان قرار داده است و برنامه های پیش روی کانون هم طبق همین محور پیش خواهد رفت.

در پایان، مهندس اسماعیل هوشیار مقدم، رئیس مراکز رشد پارک علم و فن آوری خراسان جنوبی و مدرس این کارگاه به تشریح مفهوم استارت‌آپ، ایده پردازی و فرصت های فوق العاده کارآفرینی که در حوزه زبان انگلیسی وجود دارد برای دانشجویان و اساتید پرداخت و دانشجویان نیز سوالات خود را مطرح کردند.

ایده ناب عنوان ویژه برنامه نوزدهمین همایش بین المللی تلسی بود که به همت کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند و با حضور جمعی از مدیران، اساتید، دانشجویان و کارآفرینان در مورخ چهارشنبه ۱۸ آبان ۱۴۰۱ ساعت ۹ صبح در سالن فرهنگ دانشگاه برگزار شد.

در این ویژه برنامه دکتر محمد اکبری، مدیر ارتباط با صنعت دانشگاه بیرجند بر حمایت ویژه از ایده های دانشجویان تأکید کرد و گفت: پیش رویداد جذب در دانشگاه بیرجند با هدف شناسایی ایده های خلاقانه و جذب دانشجویان برگزار شد و اختتامیه و مراسم معرفی بهترین ایده ها اواخر آبان ماه در دانشگاه بیرجند برگزار خواهد شد. دکتر اکبری گفت: در حال حاضر بیش از ۴۰ شرکت دانش بنیان در مجموعه پردیس شوکت آباد، پردیس امیرآباد و پردیس شهدا مشغول فعالیت هستند و این تعداد با استقرار شرکت های جدید افزایش خواهد یافت.



جذب ایده



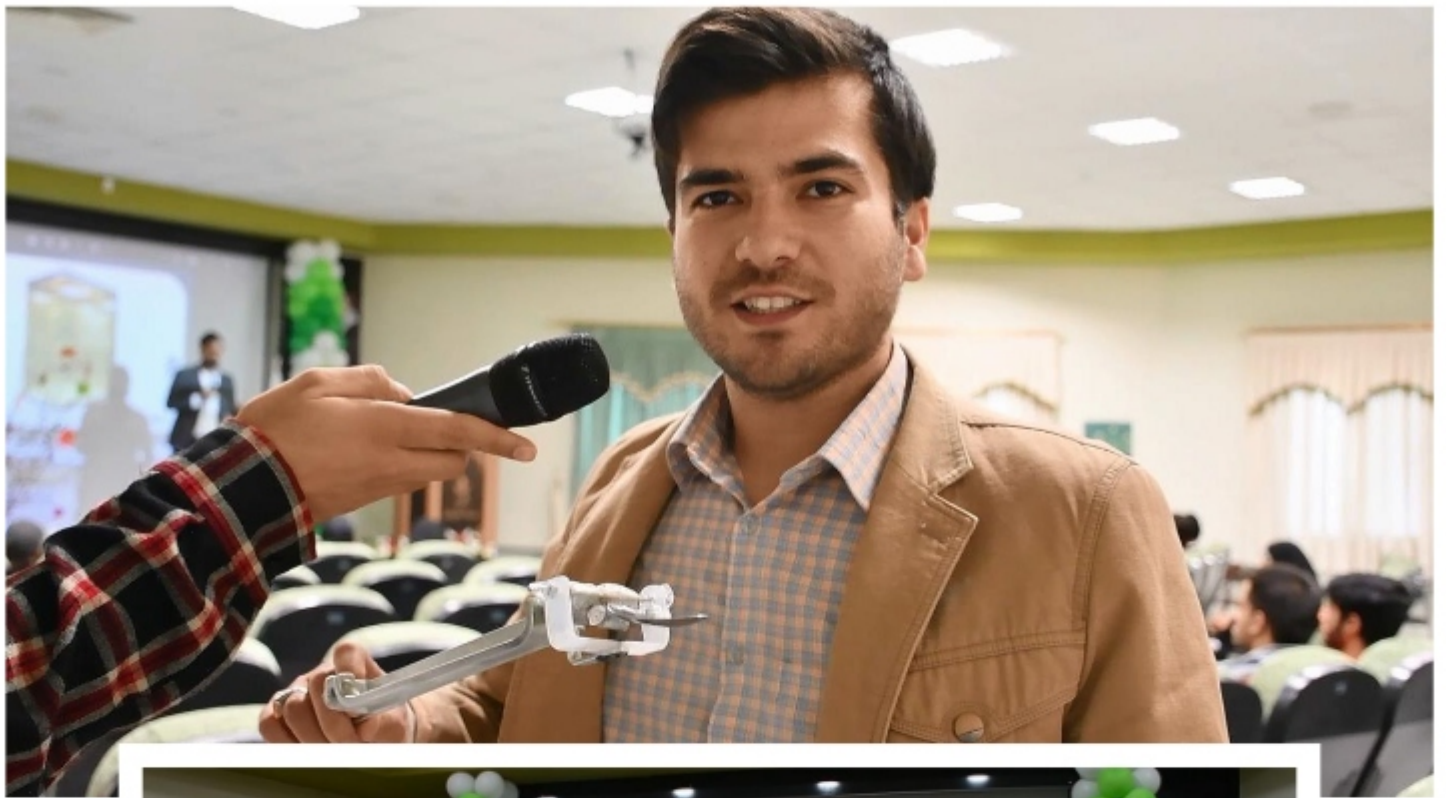
در راستای ارتقاء ذهنیت کارآفرینی، نوآوری، خلاقیت، افزایش پویایی و مشارکت تمامی اساتید و دانشجویان و جذب ایده‌های برتر رویداد جذب ایده در دانشگاه برگزار شد. برای برپایی این رویداد بخش‌های مختلفی اعم از برگزاری پیش رویداد‌های مختلف در سطح تمامی دانشکده‌ها، کارگاه‌های گوناگون برای ایده‌پردازان و دانشجویان و همچنین مشاوره‌های خصوصی مختلف در نظر گرفته شده بود. کارگاه‌های طراحی بوم کسب و کار و ارائه‌نهایی در استارت‌آپ از جمله دوره‌های مفیدی بود که برای دانشجویان علاقه‌مند برنامه‌ریزی شد. اهدافی نظیر آشنایی دانشجویان با مسائل تجاری‌سازی و طراحی بوم کسب و کار، پرداخت و تکمیل ایده‌های ذهنی و تبدیل آن‌ها به کسب و کار عینی و آشنایی با ارائه حرفه‌ای از جمله دلایل برگزاری کارگاه‌ها بود. در مدت زمان برگزاری رویداد جذب ۵ کارگاه طراحی مدل کسب و کار با ظرفیت هر کارگاه ۳۰ نفر در ۲۱ و یک کارگاه ارائه‌نهایی به صورت عمومی و با حضور تمامی شرکت‌کنندگان در رویداد در تالار ولایت برگزار شد.

در پایان این رویداد از ۱۰ ایده برتر این رویداد تجلیل به عمل آمد که به تمامی برگزارندگان فضای کار اختصاصی و اشتراکی در محیط زیست بوم نوآوری دانشگاه بیرجند اختصاص داده خواهد شد و به علاوه وام کم بهره ۱۰ میلیون تومانی به تمامی ۱۰ تیم برتر تقدیم خواهد شد. به ۲ ایده برتر رویداد جذب علاوه بر آن جوایز، مبالغی به ارزش در مجموع ۱۰ میلیون تومان تقدیم شد.



جلوه هایی از مراحل رویداد جذب ایده







معرفی

زیست بوم نوآوری، فناوری و کارآفرینی دانشگاه بیرجند متشکل از سه پشته علم و فناوری شوکت آباد، پشته علم و فناوری شهدا (کارخانه نوآوری) و پشته علم، فناوری، کشاورزی و دامپروری امیریه است. هدف از تاسیس این زیست بوم حمایت های مادی و معنوی از طرح ها و ایده های نوآورانه و خلاقانه کسب و کار در دانشگاه بیرجند بوده تا این نهاد به سمت دانشگاه مهارت آموز و کارآفرین پیش برود. در حال حاضر ۴۵ واحد فناور در خوشه های کشاورزی و محصولات استراتژیک، معدن، برق، الکترونیک، هوش مصنوعی و صنایع خلاق در زیست بوم نوآوری، فناوری و کارآفرینی دانشگاه بیرجند مشغول به فعالیت هستند.



هدف مهم ما

خلق اکوسیستمی که به ایجاد و توسعه نوآوری پایدار توجه ویژه ای داشته باشد و با تمرکز بر آموزش و خلق فضای نوآوری باز در جهت حمایت از تیم های استارت‌آپی و توسعه اقتصاد دانش‌بنیان گام بردارد.

ماموریت ما

ما آماده ایم تا در کنار شما به خلق ارزشی ویژه برای جامعه که در توسعه اقتصادی و ثروت‌آفرینی موثر است، کمک کنیم!

innovationcenter@birjand.ac.ir



۰۵۶-۳۱۰۲۲۱۲۴



بیرجند، انتهای بلوار آوینی، پردیس شوکت آباد - مرکز نوآوری و شتابدهی



۰۵۶-۳۲۲۰۲۵۱۵



ارتباط با ما:

آمار کلی شرکت ها و واحدهای دانش بنیان ، خلاق بنیان و فن آور

حضور ۴۵ واحد فناور در خوشه های کشاورزی، معدن، IT، صنایع خلاق، رباتیک و هوش مصنوعی در زیست بوم نوآوری، فناوری و کارآفرینی دانشگاه بیرجند با توجه به آخرین طرح ها و ایده های اضافه شده:

نوع و تعداد واحد	در سال ۱۴۰۰	در سال ۱۴۰۱
تعداد نوآور	۲۳	۵
تعداد شرکت خلاق بنیان	۲	۱
تعداد شرکت دانش بنیان	۴	۶

لیست شرکت ها و واحدهای دانش بنیان، خلاق بنیان و فن آور دانشگاه بیرجند

نوع شرکت	نام شرکت	سال ۱۴۰۰	سال ۱۴۰۱
دانش بنیان	ثمین ژن	✓	
	توسعه امن چاپک	✓	
	شرکت پاک الکترونیک خاوران	✓	
	پویا گام آزما تیج هیز		✓
	شرکت به کان سنگ فرآور	✓	✓
	بادیر فناوران قهستان	✓	
خلاق بنیان	مجله یاب فارسی		✓
	چرخه سبز خاوران		



	✓	واحد نوآور رنوسرامیک	فناور و نوآور
✓		واحد نوآور شاہو	
✓		واحد نوآور اوژن	
	✓	واحد نوآور زرین برگ خاوران	
	✓	واحد نوآور دیان	
	✓	واحد نوآور ناو سیستم باقران	
	✓	واحد نوآور بیرہاسٹیگ	
	✓	واحد نوآور ویراپژوہان	
	✓	واحد نوآور بادیرفتاوران قہستان	
✓		واحد نوآور گردشگری ۷۲۴	
	✓	واحد نوآور کلیتیک تخصصی معدن آراکاند	
	✓	واحد نوآور کیمیا صنعت	
	✓	واحد نوآور آکار	
	✓	واحد نوآور آرماتشہر ہوشمند	
	✓	واحد نوآور اسپاد صنعت	
	✓	واحد نوآور بہ کان سنگ فرآور	
	✓	واحد نوآور باسمہ چی	
	✓	واحد نوآور ویرا ارتباطات نسل پنج	
	✓	واحد نوآور آریسام	
	✓	واحد نوآور دادہ کاو مکانی	
	✓	واحد نوآور وودن لایف	
	✓	واحد نوآور زرنگاران برتر	
	✓	واحد نوآور شتابدہندہ تیمی نو	
	✓	واحد نوآور نوآوران مہندسی نارون	
	✓	واحد نوآور فلسفہ برای کودک	
	✓	واحد نوآور گروہ ہتری ری را	
✓		واحد نوآور گرین لایف	
	✓	واحد نوآور آنکت نویس	
✓		واحد نوآور پریل ہارت	

حقوق مالکیت فکری



یک مبلمان که باعث ایجاد حس خاصی در انسان می‌شود، طراحی هوشمندانه‌ی یک لوگو که باعث جذب مشتریان بیشتری می‌گردد، طرح نقاشی، نمایشنامه تئاتر، خلق یک اثر داستانی یا یک اثر موسیقایی و ...

دارایی‌های فکری، ارزشمندترین دارایی شرکت‌ها در هزاره جدید محسوب می‌شوند. بطور مثال ۹۷ درصد از ارزش کل دارایی‌های شرکت مایکروسافت به دارایی‌های فکری (دارایی‌های ناملموس) اختصاص دارد و فقط ۳ درصد از ارزش کل دارایی‌ها به ساختمان و تجهیزات و غیره شرکت مربوط می‌شود. ارزش نام تجاری Microsoft در سال ۲۰۰۴ میلادی، ۵۹،۹۴ میلیارد دلار تخمین زده شده است. قابل ذکر است که افزایش سهم دارایی‌های ناملموس نسبت به دارایی‌های ملموس، به عنوان یکی از شاخصهای شرکت‌های موفق دنیا به حساب آید.

به طور سنتی دارایی‌های فیزیکی بخش عمده‌ای از ارزش یک شرکت محسوب می‌شده و تا حد زیادی به عنوان عامل رقابتی در بازار در نظر گرفته می‌شدند، ولی در سال‌های اخیر، وضعیت به طور چشمگیری تغییر کرده است. به طور روزافزون و تا حد زیادی در نتیجه انقلاب فناوری اطلاعات و رشد اقتصاد خدماتی، شرکت‌ها پی برده‌اند که دارایی‌های ناملموس غالباً در حال تبدیل شدن به موضوعی ارزشمندتر از دارایی‌های فیزیکی هستند. بنابراین، امروزه در فرایندی رو به رشد، انبارها و کارخانجات بزرگ به وسیله‌ی نرم افزارهای قدرتمند و ایده‌های نوآورانه در حال جایگزین شدن هستند. این متابع جدید به عنوان متابع اصلی کسب درآمد برای بسیاری از شرکت‌های سراسر جهان تبدیل شده است. حتی هنوز هم در صنایع تولیدی سنتی، دارایی‌های ناملموس تأثیرگذار است. نوآوری‌ها و خلاقیت‌ها در حال تبدیل شدن به یک عامل کلیدی برای رقابت بیشتر

هرگاه سخن از دارایی به میان می‌آید ناخودآگاه ذهن انسان به سمت مصادیق عینی مالکیت همچون پول، زمین، کالا و غیره سوق پیدا می‌کند. این در حالی است که در دنیای امروز نوع دیگری از مالکیت مورد توجه قرار گرفته است که به مراتب از دارایی‌های ملموس، پر اهمیت‌تر می‌باشد و از آن با عنوان مالکیت فکری یاد می‌شود. در ذیل تقسیم بندی کلی انواع دارایی‌ها آورده شده است:

- دارایی‌های پولی: پول، اعتبار، وام و غیره.
- دارایی‌های فیزیکی: زمین، ساختمان، کالا، موجودی انبار و غیره.
- دارایی‌های فکری: هر نوع دارایی غیر فیزیکی دیگر همچون دانش فنی، بانک اطلاعات تجاری، ایده‌ها، طرح‌های صنعتی و غیره.

صاحب دارایی فکری نسبت به نتایج یافته‌ها و آثار فکری خود، به موجب قواعد حقوقی مربوطه، صاحب حقوق و به عبارتی امتیازاتی می‌شود. این امتیاز عمدتاً به صورت انحصاری است که از طریق سلب دیگران از استفاده‌ی غیرمجاز حاصل می‌شود. صاحب دارایی‌های فکری می‌تواند یک شخص باشد یا مجموعه‌ای از اشخاص خلاق یا نوآور باشد که هر یک سهمی در خلق یک اثر یا ابداع یک وسیله داشته‌اند و یا مثلاً شرکتی باشد که کارکنان خلاق آن شرکت تحت مدیریت هدمتد، باعث ابداع یا خلاقیتی خاص شده‌اند.

خلاقیت‌های فکری و ذهنی می‌توانند در اشکال مختلف نمود یابند. مثلاً در قالب ابداع روشی بهتر برای تولید یک محصول یا ترکیب، محصولی جدید برای رفع یکی از نیازهای انسان یا بهبود کارایی یک ترکیب دارویی یا شیمیایی، طرح خاص

تقسیم بندی بر مبنای مصادیق مورد حمایت

در این نوع تقسیم بندی بر مبنای مصادیق مورد حمایت، بصورت کلان مالکیت فکری به دو بخش عمده «مالکیت ادبی - هنری» و «مالکیت صنعتی» (Industrial Property) تقسیم بندی می شود که در هر بخش مصادیق متفاوتی مورد شتابایی و حمایت قرار می گیرد. با توجه به تقسیم بندی مالکیت فکری بر مبنای مصادیق آن، ماهیت حقوقی و نحوه حمایت ها متفاوت خواهد بود. به عنوان مثال در مالکیت ادبی و هنری برای اخذ حمایت های مالکیت فکری نیازی به تشریفات ثبت نمی باشد. این در حالی است که خالق اختراع و صاحب ایده و علامت تجاری برای اخذ حمایت های قانونی حتما بایستی تشریفات ثبت را انجام دهد. همچنین لازم به ذکر است که تا به امروز، ایران اکثر کنوانسیون های بین المللی در حوزه مالکیت صنعتی را پذیرفته است (که فرصتی برای بهره مندی از این حمایت ها در دیگر کشورها می باشد) ولی در حوزه مالکیت ادبی و هنری کنوانسیون های بین المللی چون برن و رم را نپذیرفته است. (دقت شود که هم اکنون بر اساس قانون ۱۳۴۸ حمایت از مولفان، مصنفان و هنرمندان، «قانون مالکیت ادبی و هنری» برای ایرانیان وجود دارد ولی به موجب این قانون از آثار اتباع خارجی حمایت نمی شود)

❖ مالکیت ادبی و هنری (کپی رایب)

هدف از مالکیت ادبی و هنری، حمایت و حفاظت از آثار ادبی، هنری و علمی می باشد. گاهی به جای اصطلاح «مالکیت ادبی و هنری» از اصطلاح «حق مؤلف» استفاده می شود؛ بهر حال حق مؤلف، ترکیب جامع و کاملی برای مالکیت ادبی و هنری نیست و عنوان مؤلف، بیشتر برای نویسندگان به کار می رود و ما به طور مثال عکاس مؤلف، یا مجسمه ساز مؤلف نداریم. اما شاید دلیل این نامگذاری به پیشینه تاریخی تدوین حقوق فکری بر گردد؛ در ابتدا، تنها کتاب ها و نویسندگان مورد حمایت واقع می شدند و به تدریج، همراه با پیشرفت جوامع، دیگر مخلوقات و ابتکارات بشری هم در زمره موضوعات تحت حمایت قرار گرفتند.

❖ مالکیت صنعتی

مالکیت صنعتی از اختراعات، علائم تجاری، طرح های صنعتی، نشان مبدا جغرافیایی، مدل های مصرفی، مدارهای یکپارچه، نرم افزارهای رایانه ای، اسرار تجاری و گونه های جدید گیاهی حمایت می کند. در میان مصادیق مختلف مالکیت صنعتی ثبت اختراع به لحاظ نقشی که در زندگی بشر و پیشرفت انسانها دارد از اهمیت خاصی برخوردار است. در ادامه موارد مربوط به مالکیت صنعتی بطور مختصر بیان خواهد شد.

• حق اختراع

گواهی نامه ی ثبت اختراع (پتنت یا Patent) حقی انحصاری است که برای یک محصول یا یک فرآیند به فرد مخترع از طرف دولت اعطا می شود که این اختراع، یک راه حل فنی جدید را برای حل یک مشکل یا مسئله پیشنهاد می کند.

در بازارهای رقابتی هستند و از این رو، دارایی های ناملموس در حال تبدیل شدن به یک عامل محوری برای شرکت های دانش بتیان قلمداد می شوند. لذا این شرکت ها باید در خصوص چگونگی استفاده حداکثری و مطلوب از دارایی های فکری خود تلاش جدی نمایند. دارایی های ناملموس شرکت ها (به طور میانگین) از سال ۱۹۸۲ تا ۲۰۰۶ از مقدار ۳۸ درصد به ۹۰ درصد کل دارایی ها تبدیل شده است.

اصولا حقوق مالکیت دارایی های فکری یا بر مبنای ماهیت مورد حمایت و یا بر مبنای مصادیق مورد حمایت تقسیم بندی می شود که در این مقاله این تقسیم بندی ها تشریح خواهد شد.

تقسیم بندی حقوق مالکیت فکری



تقسیم بندی بر مبنای ماهیت مورد حمایت

در این نوع تقسیم بندی ماهیت حمایت مورد توجه قرار می گیرد. بر این اساس، مقوله حقوق مالکیت فکری به دو دسته مالکیت معنوی و مالکیت مادی تقسیم بندی می شود. به بیان ساده تر آن دسته از مالکیت ها که صرفا جنبه اعتباری و معنوی دارد جزء تقسیم بندی «مالکیت معنوی» قرار دارد. این حق، مالک را قادر می سازد تا جهت حفاظت از مالکیت خود، اقدامات خاصی را اتخاذ کند. مثلاً به موجب این حق، تنها نویسنده یک کتاب می تواند به عنوان پدیدآورنده اثر نام برده شود و یا اجازه انتشار آن را داده یا مانع نشر آن شود و یا جلوی تحریف آن را بگیرد. همچنین به آن دسته از مالکیت ها که جنبه بهره برداری مالی و تحصیل درآمد و منفعت تجاری را شامل می شود «مالکیت مادی» گفته می شود. درآمدهای حاصل از این نوع مالکیت به «مالک مادی» که شخص حقیقی یا حقوقی است اعطا می شود. لازم به ذکر است که مالکیت معنوی به هیچ عنوان قابلیت واگذاری را نداشته ولی مالکیت مادی قابلیت خرید و فروش را دارد. به عنوان مثال شما کارمند شرکت سایپا هستید که در بخش تحقیقات مشغول به فعالیت هستید، در صورتی که در حین فعالیت شغلی تان به یک اختراع دست یابید، «مالک معنوی» اختراع خود شما هستید و «مالک مادی» آن شرکت سایپا خواهد بود.

• مدل های مصرفی (اختراعات کوچک)

مدل مصرفی (Utility Model) اختراعی است که از جنبه گام ابتکاری از سطح پایین تری برخوردار است، مانند درب بازکن نوشابه خودکار. یک مدل مصرفی حقیقی انحصاری است که برای یک اختراع کوچک اعطا می شود و اجازه می دهد که دارنده ی حق، دیگران را از استفاده ی تجاری اختراع حمایت شده بدون اجازه ی او برای یک دوره ی زمانی محدود متع کند. تعریف این حق می تواند از کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد (البته در جایی که چنین حمایت هایی قابل دسترس است) مدل مصرفی شبیه یک حق اختراع است. در واقع، مدل های مصرفی بعضی اوقات به عنوان اختراع کوچک یا پتنت نوآوری (Innovation patent) نامیده می شوند.

• مدارهای یکپارچه

حمایت از مدارهای یکپارچه (Integrated Circuits) در کنوانسیون پاریس مطرح نشده است، کنوانسیون مستغلی موسوم به کنوانسیون واشتگتون به حمایت از مدارهای یکپارچه، اصول و استانداردها می پردازد. ولیکن تاکنون در سطح جهانی به مرحله ی اجرا نرسیده است. موافقتنامه جنبه های تجاری مالکیت فکری (ترپس) در چهار ماده به حمایت از این مدارها می پردازد و حقوق و انحصارات موردنظر را که در کنوانسیون واشتگتن مطرح شده است در ماده ۲۵ خود می گنجاند.

• گونه های جدید گیاهی

مالکیت فکری از این رو به حمایت از گونه های جدید گیاهی (New Plants Variaty) پرداخته است تا تلاش و مطالعات محققان در این زمینه را پاسخ مناسبی دهد و در مقابل خطرپذیری و هزینه هایی که کشاورزان گونه های جدید گیاهی متقبل می شوند جبران مناسبی ارائه کند. مالکیت فکری از طریق ایجاد انحصاری با مدت زمان محدود سعی می کند تا حقوق محققان بخش های کشاورزی را در این زمینه به رسمیت بشناسد. اتحادیه ی بین المللی حمایت از گونه های جدید گیاهی (UPOV)، حمایت از گونه های جدید را مورد نظارت قرار میدهد.

• اسرار تجاری

در عرصه رقابت و کسب و کار هر روز مولفه های بیشتری باعث قدرت گرفتن اصحاب بازار می شوند و قدرت چانه زنی صاحبان خود را در بازار افزایش می دهد، یکی از مقوله هایی که مالکیت فکری نیز حمایت از آن را بر عهده دارد مسئله ی اسرار تجاری (Trade Secrets) است، به زبان ساده برای مشخص کردن حیطه ی اسرار تجاری می توان گفت اسرار تجاری، فرمول، رویه، فرآیند، طرح، ابزار، الگو یا

قانون ثبت علائم و اختراعات ایران در ماده ۲۶ در مورد ثبت اختراع بیان می کند هر قسم اکتشاف یا اختراع جدید در شعب مختلفه صنعتی یا فلاحتی به کاشف یا مخترع آن حق انحصاری می دهد که بر طبق شرایط و در مدت مقرر در این قانون از اکتشاف یا اختراع خود استفاده نماید، مشروط بر اینکه اکتشاف یا اختراع مزبور مطابق این قانون در اداره ثبت استاد تهران به ثبت رسیده باشد. همچنین این قانون در ماده ۲۷ موارد زیر را به عنوان اختراع ذکر می کند هر کس مدعی یکی از این امور زیر باشد می تواند تقاضای ثبت نماید:

۱- ابداع هر محصول صنعتی جدید

۲- کشف هر وسیله جدید یا اعمال و وسایل موجوده به طریق جدید برای تحصیل یک نتیجه یا محصول صنعتی یا فلاحتی.

• علائم تجاری

یک علامت تجاری یا خدماتی (Trade Mark)، نشانه ای متمایزکننده است که محصولات یا خدمات مشخصی که به وسیله ی یک شخص حقیقی، شرکت یا یک گروهی از اشخاص/ شرکت ها تولید یا فراهم شده را قابل شناسایی می نماید و اجازه می دهد تا مشتریان، این کالاها و خدمات را از کالاها و خدمات دیگر متمایز سازند.

• طرح های صنعتی

طرح صنعتی (Industrial Design) به عنوان یکی از مقوله های مالکیت فکری، صرفاً به ماهیت زیبایی شناختی و تزئینی یک محصول اشاره دارد و صرفاً مربوط به شکل و ظاهر یک محصول است. علیرغم اینکه محصول ممکن است ویژگی های فنی و نوآورانه نیز داشته باشد، ولی اساساً طرح های صنعتی از ابعاد فنی و عملکردی آن متفاوت است.

• نشان مبدا جغرافیایی

علامت جغرافیایی یا نشان مبدا جغرافیایی (Geographical Indications) همان گونه که از نامش هویداست، اشاره به نام مکان جغرافیایی دارد که محصول موردنظر در آنجا به عمل آمده است. نشان مبدا یا علامت جغرافیایی تضمین کننده ی کیفیت مشخصی برای یک محصول خاص است. چرا که به خریدار اطمینان می دهد محصول خریداری شده در مبدا مشخصی با تمامی ویژگی های موردنظر تهیه شده است. بدیهی است محصول برنجی که در شمال ایران در منطقه ی طارم به عمل می آید با محصول برنجی که در دیگر مناطق ایران تولید می شود از جهات بسیاری متفاوت است. فرش دستبافی که در ایران تولید می شود با توجه به نوع پشم و رنگ بسیار متفاوت از فرش هایی با طرح و نقشه ی مشابه است که در چین تولید می شود.



ایجاد آثار و محصولات خلاقانه و نوآورانه است.

وجود انگیزه‌های مادی و معنوی ناشی از حفاظت دارایی‌ها و خلاقیت‌های فکری است که متجر به توسعه صنایع مختلف، ظهور فناوری‌های گوناگون و خلق آثار هنری ارزنده در سراسر جهان شده است و استعدادها را به‌منظور ایجاد ایده‌ها و آثار بیشتر و اصیل‌تر ترغیب می‌کند.

خلاقیت و نوآوری به عنوان دارایی‌های فکری توأم با نظام حقوقی هدفمند برای حفاظت قانونی از این دارایی‌ها، علاوه بر اینکه برای توسعه اقتصادی کشورها ضروری است، بلکه برای رفیع نیازهای اساسی انسان و کاهش آلام بشری نیز ضروری است.

با اقتباس از www.patentoffice.ir و www.ikafnet.com با اندکی تغییر

مجموعه اطلاعاتی است که در یک کسب و کار برای به دست آوردن مزیت نسبت به رقبا مورد استفاده قرار می‌گیرند و مالکیت فکری انحصاری دائمی را تا آن زمان برای آن در نظر می‌گیرد که افشا نشود، در صورت افشای اسرار اشخاص ثالث قادر خواهند بود از آن بهره برداری کنند.

دلایل اهمیت قوانین مربوط به حفاظت دارایی‌های فکری

به‌طور کلی دلایل اهمیت وضع قوانین مربوط به حفاظت دارایی‌های فکری در این دو دسته قرار می‌گیرد.

❖ جبران حق الزحمه

دلیل ابتدایی اهمیت قوانین مربوط به حفاظت دارایی‌های فکری به مسئله‌ی جبران و حق‌الزحمه بازمی‌گردد، بدین معنا که به‌هرحال، شخص یا اشخاصی که برای خلق یک اثر فکری یا ابداع وسیله و روش تولید خاص، تلاش کرده‌اند.

عموماً بخشی از هزینه‌ای که بابت خرید محصولات خلاقانه صرف می‌شود، جبران زمان، پول، تلاش و فکر خالق اثر یا مخترع، یا طراح اثر است و متفعت مادی حاصل‌شده می‌تواند شخص مبتکر و خلاق را به ادامه روند خلاقیت و نوآوری تشویق کند.

❖ ایجاد انگیزه نوآوری در جامعه

دلیل دوم این است اگر از دارایی‌های فکری افراد خلاق و مبتکر جامعه حمایت شود، سایرین نیز به انجام چنین تلاش‌هایی تشویق می‌شوند متفعت مادی و اعتبار کسب‌شده از طریق حفاظت حقوقی از دارایی‌های فکری عامل انگیزه‌بخش برای سایر افراد در جامعه برای خلق و



فکرینو؛ رویدادی تخصصی و جذاب با هدف های بزرگ!

"فکرینو"، عنوان سلسله رویداد های تخصصی و جذاب کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند است که با هدف تبادل دانش و تجربه میان دانشجویان، اساتید، کارآفرینان، صنعتگران و مدیران برای اولین بار در ایران راه اندازی شد.

رسالتی که فکرینو دارد منجر به کاهش نرخ بیکاری دانشجویان و دانش آموختگان دانشگاهی میشود و همچنین ارتباط کارآفرینان و صنعتگران را با دانشگاه بیشتر می نماید و در واقع شبکه سازی بین صنعت و دانشگاه صورت میگیرد.

در فکرینو به دانشجویان آموزش داده می شود که چطور مهارت های فردی و خود را متناسب با استعداد ذاتی و تیپ شخصیتی خود پرورش دهند و از سوی دیگر صنعتگران، کارآفرینان و مدیران سازمان های بزرگ از نزدیک با

کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند برگزار می نماید!



“فکرینو”
سلسله رویداد های تخصصی



اولین رویداد فکرینو - آذرماه ۱۴۰۱، سالن کنفرانس یشارت دانشگاه بیرجند

دانشجویان در تعامل هستند و از ایده های دانشجویان و دانش آموختگان دانشگاهی استفاده می نمایند.

هر جلسه فکرینو پیرامون موضوعی خاص با حضور سرآمدان آن حوزه اعم از مدیران، کارآفرینان، اساتید، دانشجویان و صنعتگران برگزار میشود.

تاکنون دو رویداد از سلسله رویداد های تخصصی فکرینو در دانشگاه بیرجند برگزار شده است که با استقبال گسترده دانشجویان و کارآفرینان همراه بوده است و امید است که این سلسله رویداد ها ادامه داشته باشد.

شما نیز می توانید با عضویت در کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند، به صورت رایگان در جلسات فکرینو شرکت نمایید و از آخرین اطلاعاتی های این رویداد مهم با خبر شوید.



NLP و تأثیر آن بر موفقیت در کسب و کار



کارگاه آموزشی NLP و تأثیر آن بر موفقیت در کسب و کار به مناسبت گرامی داشت هفته ملی کارآفرینی به همت کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند و زیست بوم نوآوری، فن آوری و کارآفرینی دانشگاه با ارائه دکتر سید علیرضا ذوالفقاری، عضو هیأت علمی دانشگاه بیرجند و مشاور کسب و کار با حضور گسترده دانشجویان علاقمند در محل مانای ۲ در تاریخ ۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۲ برگزار شد. NLP مخفف سه واژه Neuro Linguistic Programming به معنای برنامه‌ریزی عصبی زبانی می‌باشد. در واقع آن ال پی مجموعه‌ای از اصول، مهارتها، تمرینات و تکنیکهایی است که می‌توان با استفاده از آنها، افکار، رفتار، عاداتها، هیجانات و باورهای انسانها را مورد تحلیل قرار داد و تغییرات دلخواه را در آنها به وجود آورد.

کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند با همکاری زیست بوم نوآوری، فناوری و کارآفرینی دانشگاه برگزار می‌نماید

کارگاه آموزشی NLP و تأثیر آن بر موفقیت در کسب و کار

با سخنرانی:

دکتر سید علیرضا ذوالفقاری

عضو هیأت علمی دانشگاه بیرجند و مشاور کسب و کار



زمان: سه شنبه ۱۲ اردیبهشت ماه ۱۴۰۲، ساعت ۱۲

مکان: دانشگاه بیرجند، مانای ۲

ظرفیت محدود

به شرکت کنندگان در این کارگاه آموزشی، گواهی حضور اعطا خواهد شد





گوشش دور و بری‌ها بارها شنیده‌اید: «پام نمیومد به آنجا برم!»، «برای امضای این قرارداد دستم نمیومد!» و یا این‌که «از اولش یه حسی بهم می‌گفت همیشه» و جملاتی از این قبیل که حتماً به گوش شما رسیده است. این‌ها به عبارتی موافقت یا عدم موافقت ضمیر ناخودآگاه آدم است. تکنیک‌های متعددی موجود است تا بخش بزرگی از ناخودآگاه‌تان را به در اختیار گرفتن خویش درآورید. در صورتی‌که بتوانید ضمیر ناخودآگاه را سوق‌دهی نمایید، احتمال موفقیت شما مضاعف بیشتر می‌گردد. درحالی‌که اکثر زمان‌ها به‌صورت پیش‌فرض، ضمیر ناخودآگاه (ذهن نیمه‌هشیار) به منفی‌بافی تا چیزهای مثبت رغبت‌دار است. این‌که ضمیر ناخودآگاه اینگونه است، تقصیر شما نیست به خیلی چیزها وابسته است. مثلاً این‌که پدر و مادر ما رغبت دارند ما را در وضعیت کاملاً ایمن بزرگ نمایند و اجازه هیچ‌گونه ریسکی را به ما نمی‌دهند. ولی در صورتی‌که این را تغییر ندهید، تقصیر شماست. یک چیز دیدنی دیگر در خصوص ضمیر ناخودآگاه این است که وی دوست دارد شما را از درد و مشقت دورنگه دارد، بر این اساس اجازه نمی‌دهد ریسک جدیدی بکنید

اصول پنجگانه برنامه‌ریزی عصبی کلامی NLP

NLP یا برنامه‌ریزی عصبی زبانی پنج اصل ابتدایی دارد. این اصول به عنوان ستون‌های آن ال پی در نظر گرفته می‌شوند. در ادامه این پنج اصل را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

اصل اول: اهمیت ضمیر ناخودآگاه در موفقیت

ضمیر ناخودآگاه به عنوان بخشی از وجود بشر، نقشی بسیار مهمی در وصال یا ترسیدن آدم به هدف‌ها ایفاء می‌کند. «زیگموند فروید» ذهن را به کوه یخی تشبیه نموده است که بخش هشیار و خودآگاه آن، نوک کوه یخ است که خارج از آب جای دارد. وی می‌گوید بخش بزرگی از ذهن یا ضمیر ذهن ما، نهفته است. ضمیر مطلع تمام مساله را تجزیه و چک نمی‌کند و به نکات مخفی آن دسترسی ندارد. مثلاً در صورتی‌که به وی بگویید «خسته نباشید»، «باشید» را درک نمی‌کند، بلکه «خسته» را محاسبه می‌نماید. احتمالاً این کلمات را از



شناخت با فرایند حل زمینه می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر رویش کسب و کار شما داشته باشد. چیزی که برای موفقیت در یک کسب‌وکار و چیره شدن بر مشکلاتش اهمیت اصلی را دارد توان شما در درک زمینه، تعریف درست آن، پیدا کردن راه حل‌ها و گزینش شایسته‌ترین راه حل از بین شیوه‌های وجود دارد.

اصل سوم : برای انجام هر کاری به نقشه نیاز دارید

داشتن نقشه خیالی سبب ساز می‌شود ذهن بداند واقعا چطور داده‌ها را پردازش نماید و به یاد بیاورد. از نقشه می‌توان در تمام جنبه‌های معاش، برای بهبود یادگیری، اندیشه دقیق‌تر و بهبود عملکرد انسانی استفاده کرد.

پس این‌که خویش را در دردسر بیندازید. احتمال دارد این از دوست داشتن ضمیر ناخودآگاه شماست. منتها این دوست داشتن فایده‌ای برای شما ندارد، پس دست به فعالیت بزنید و بر وی غلبه نمایید.

اصل دوم : راه حل تمامی مساله در وجود خودتان است

این بیت از حضرت حافظ به خوبی ابلاغ می‌کند که بشر چگونه می‌تواند منجر به توقف خویش شود:

میان عاشق و معشوق هیچ حائل نیست

تو خود حجاب خودی حافظ از میان برخیز

راه حل تمامی مساله در وجود خودتان است.





اساس این است که بشوان خویش را در سریع‌ترین زمان ممکن احیا کرد.

اصل پنجم : انعطاف‌پذیری در مسیر رسیدن به هدفها

ورزشکارانی که ژیمناستیک فعالیت می‌نمایند را دیده‌اید؟ آنان به راحتی از وسایل ژیمناستیک بالا می‌روند و به راحتی پشتک می‌زنند کاری که سایر افراد نمی‌توانند انجام دهند. انعطاف‌پذیری نیز سبب ساز می‌گردد، عبور از موانعی که بر سر راه هدف شما وجود دارد، سهل و آسان شود. انعطاف‌پذیری یعنی هنگامی قوانینی غیر طبیعی پیش می‌آید، بتوانید تخت‌گاز در خودتان تغییر و تحول ایجاد نمایید.

منبع : آکادمی ذهن

اصل چهارم : چیزی به اسم شکست نیست

چیزی به نام شکست نیست و هرچه می‌باشد تجربه و یادگیری است. از طرفی نقطه مقابل «موفقیت»، «شکست» نیست خوب‌تر است نقطه مقابل موفقیت را می‌توان عواملی مانند بی‌تفاوتی و سهل‌انگاری در نظر گرفت. چون بی‌تفاوتی و بی‌مسئولیتی، شخص را در جاده بی‌هدفی و بی‌میلی قرار می‌دهد. وی در این حالت بیهوده عملکرد می‌نماید و هدفها غیر واقعی برای خویش در لحاظ می‌گیرد و به همین علت نمی‌تواند به خواسته‌های خویش لباس عمل بپوشاند. عبارت معروفی در کسب‌وکار است که می‌گوید: «سریع شکست بخورید و به سرعت خویش را احیاء نمایید.» اصل حاکم بر این فلسفه این است: شکست خوردن پایان عمل نیست، بلکه شکست یک تجربه و یادگیری است و



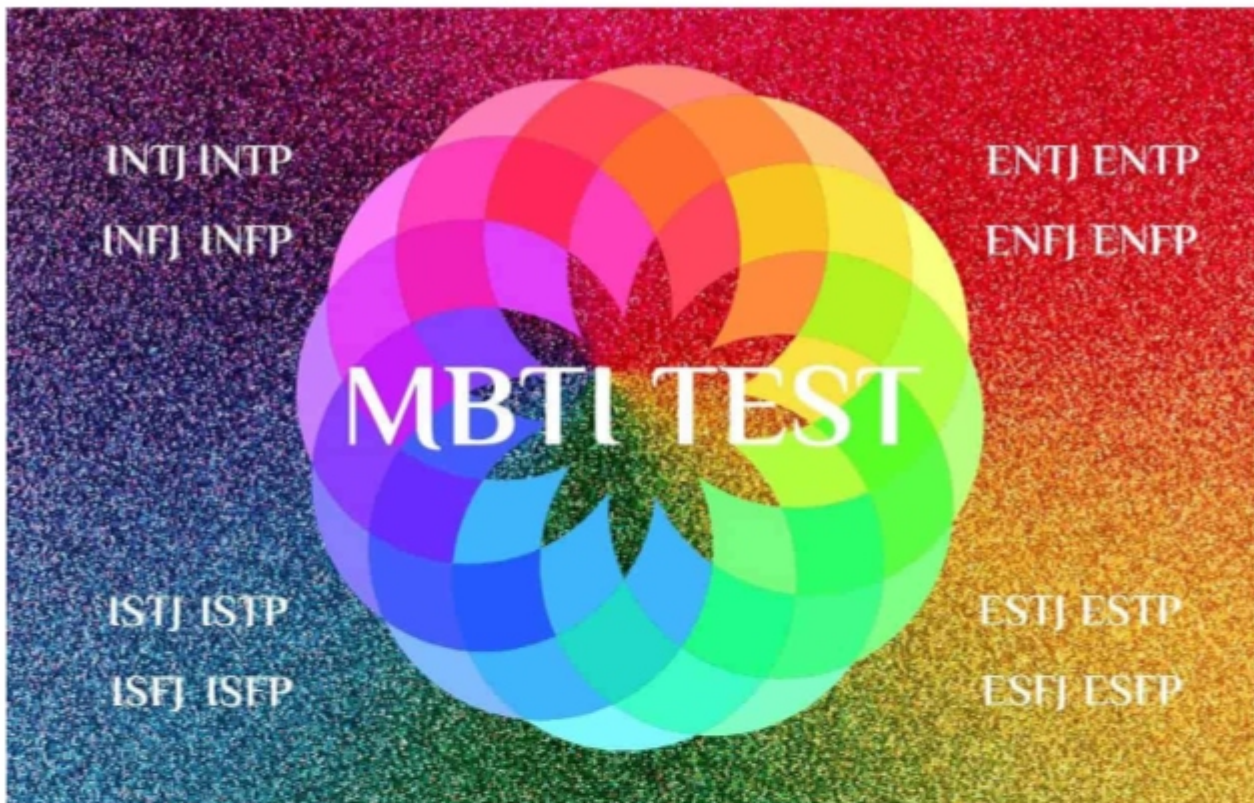
کافه کار آفرینی

کافه کارآفرینی رویداد است که برای انتقال تجربه از سمت یک کارآفرین به مخاطبینی که دوست دارند کارآفرینی را به عنوان یک مسیر انتخاب کنند، برگزار میشود. کارآفرینان در مسیر خود با چالش‌ها و محدودیت‌هایی روبرو می‌شوند که اگر یک شخص قبل از شروع کسب و کارش از آنها اطلاع پیدا کند، مطمئناً به مسیر ترقی وی کمک زیادی خواهد کرد.

مهمان ویژه کافه کارآفرینی، مهندس اسماعیل هوشیار مقدم، رئیس مرکز رشد پارک علم و فن آوری خراسان جنوبی بود. محور عمده بحث‌ها دروازه ورود به دنیای کسب و کارهای نوآورانه و فناورانه بود که دانشجویان به گپ و گفت در خصوص نحوه راه‌اندازی کسب و کار، نحوه ورود به بازار کار و نحوه راه‌اندازی استارت‌آپ در پارک علم و فن آوری پرداختند.



اعضای کانون کارآفرینی
دانشگاه بیرجند
۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲
مانای ۱



تست MBTI چیست؟

رفتارهای مردم و نوع شخصیتی که دارند از فردی به فرد دیگر متفاوت است و بنابراین از نظر شخصیتی متفاوت هستند. هر یک از حروف ذکر شده در پایین نشان دهنده یک معیار برای بررسی نوع شخصیت افراد هستند.

برون گرایی (E) یا درون گرایی (I)

حسی (S) یا شهودی (N)

منطقی (T) یا احساسی (F)

قضاوت‌گر (J) یا ادراکی (P)

در این تست این حروف در کنار هم قرار می‌گیرند و در نهایت تیپ شخصیتی افراد را مشخص می‌کنند. جدول زیر تمام تیپ‌های شخصیتی به دست آمده از تست MBTI را با توضیحات نشان می‌دهد.

در نظریه یونگ، هشت الگوی رفتاری انسان معرفی شد. بریگز و مایرز ایده‌های یونگ را در مورد این الگوهای ذهنی توسعه دادند و در نهایت نقش آنها را در مفهوم و توصیف انواع شخصیت‌ها در تست MBTI گنجاندهند.

نظریه کارل یونگ در شناخت الگوهای رفتاری در سال ۱۹۲۰ عنوان شد و بعد ایزابل مایرز آن را قالب تست MBTI در سال ۱۹۶۲ تکمیل و چاپ کرد. گفته می‌شود سالانه، بیش از دو میلیون نفر این تست را در سراسر جهان انجام می‌دهند و از آن برای شخصیت شناسی استفاده می‌کنند. شرکت‌ها نیز از این تست برای شناسایی ویژگی‌های شخصیتی و بهبود عملکرد انسانی استفاده می‌کنند.

تست بریگز و مایرز نوعی ارزیابی است که در آن شخصیت فرد با توجه به چهار معیار اصلی مورد بررسی قرار می‌گیرد که در آن هر حرف مربوط به یک اولویت یا گرایش شخصیتی خاص است. این معیارها برون‌گرا یا درون‌گرا بودن، شهودی یا حسی بوده، ادراکی یا قضاوتی بودن و در نهایت احساسی یا منطقی بودن هستند.

سازندگان تست ارزیابی شخصیت MBTI معتقدند که



ENTJ

فرمانده

افراد با تیپ شخصیتی ENTJ از گذراندن وقت با دیگران لذت می‌برند. آنها مهارت‌های کلامی قوی دارند و تعامل با دیگران به آنها کمک می‌کند تا احساس انرژی کنند.



INTJ

روشنفکر

افراد دارای تیپ شخصیتی INTJ که گاهی اوقات به عنوان "روشنفکر" شناخته می‌شوند، بسیار تحلیلی، خلاق و منطقی هستند.



INTP

متفکر

افراد دارای تیپ شخصیتی INTP اغلب آرام و تحلیلی توصیف می‌شوند. آنها از گذراندن وقت در تنهایی، تفکر در مورد چگونگی کارها و ارائه راه حل برای مشکلات لذت می‌برند. INTPها درونگرا هستند و ترجیح می‌دهند توجه خود را بر افکار درونی خود متمرکز کنند تا دنیای خارجی.



ENTP

مبلغ

افراد با تیپ شخصیتی ENTP اغلب افراد خلاق، باهوش و قوی توصیف می‌شوند. ENTPها همچنین ایده‌گرا هستند، به همین دلیل است که تیپ شخصیتی آنها به عنوان "مبلغ" توصیف شده است.



ISFJ

حامی

به این تیپ شخصیتی لقب "حامی" داده شده است و دلیل خوبی هم دارد. افرادی که دارای شخصیت ISFJ هستند به خونسردی، مسئولیت‌پذیری و کم حرف بودن شهرت دارند. این تیپ شخصیتی درست برعکس تیپ شخصیتی ENTP است.



ESTJ

مجری

افراد دارای تیپ شخصیتی ESTJ اغلب به عنوان افرادی منطقی و عملگرا توصیف می‌شوند. آنها قاطع هستند و برای آنها مهم است تا مطمئن شوند کارها بدون مشکل و مطابق قوانین پیش می‌روند. آنها به سنت، استانداردها و قوانین متعهد هستند. همچنین، دارای اعتقادات قوی و انتظار دارند افراد دیگر نیز از این اصول پیروی کنند.



ESFJ

سفیر

افرادی که دارای تیپ شخصیتی ESFJ هستند معمولاً به رفتار خود اهمیت می‌دهند، وفادار، دارای نظم و انضباط و خوش قلب هستند. ESFJها از تعامل با افراد دیگر انرژی می‌گیرند.



ISTJ

بازپرس

افرادی که تیپ شخصیتی ISTJ دارند، محتاط، اهل عمل و ساکت هستند. آنها از نظم و سازماندهی در تمام جنبه‌های زندگی خود از جمله خانه، محل کار، خانواده و پروژه‌های خود لذت می‌برند. ISTJها به وفاداری در خود و دیگران اهمیت می‌دهند و بر سنت‌ها تأکید دارند.



ENFP

پیکارگر

افراد دارای تیپ شخصیت ENFP اغلب مشتاق، کاریزماتیک و خلاق توصیف می‌شوند. افراد با این تیپ شخصیتی بسیار جذاب، پرنرژی و مستقل هستند. آنها خلاق هستند و در شرایطی که آزادی خلاقیت و نوآوری را دارند، بهترین عملکرد را دارند.



INFJ

مشاور

تیپ شخصیتی INFJ معمولاً خیلی کم در افراد دیده می‌شود و معمولاً آنها نادرترین تیپ شخصیتی MBTI هستند و تنها ۱ تا ۳ درصد از جمعیت را تشکیل می‌دهند. آنها کمال گرا، منطقی و هم احساسی و در نهایت خلاق و تحلیلی هستند.



INFP

واسطه گر

تیپ شخصیتی INFP اغلب به عنوان شخصیتی "ایده آلیست" یا "واسطه گر" شناخته می‌شود. افرادی که دارای این نوع شخصیت هستند تمایل دارند درون گرا، آرمان گرا و خلاق باشند و دارای ارزش‌ها والا هستند.



ENFJ

پیش قدم

افرادی که دارای تیپ شخصیتی ENFJ هستند، اغلب افراد خونگرم، خوش رفتار، وفادار و حساس توصیف می‌شوند.



سرگرم کننده

افراد دارای تیپ شخصیتی ESFP هستند اغلب خودجوش، مدبر و برونگرا توصیف می‌شوند. آنها دوست دارند مرکز توجه باشند و اغلب به عنوان شخص سرگرم کننده شناخته می‌شوند. ESFP برعکس تیپ شخصیتی INTJ است.



کارآفرین

افراد دارای تیپ شخصیتی ESTP دبرونگرا هستند و از گذراندن وقت با حلقه وسیعی از دوستان و آشنایان لذت می‌برند. آنها در لحظه زندگی می‌کنند و بیشتر تمایل دارند روی جزئیات تمرکز کنند تا نگاه وسیع‌تری به مسائل داشته باشند.



ماجراجو

افراد دارای شخصیت ISFP غالباً آرام، ساده‌گیر و بسیار صبور شناخته می‌شوند. تیپ شخصیتی ISFP درست نقطه مقابل ENTJ است.



چیره دست

افراد دارای تیپ شخصیت ISTP خیلی دوست دارند تا در تنهایی خود تفکر را انجام دهند و به شدت مستقل هستند. ISTPها همچنین عاشق عمل، تجربیات جدید، فعالیت‌های عملی و انجام کار با داشتن آزادی عمل هستند.



توصیه ای به مدیران و کارآفرینان جوان؛

چگونه روح کارآفرینی را در سازمان خود زنده نگه داریم؟!

در ابتدا شما برای شروع این کسب و کار ایده‌های بزرگی در سر داشتید. و هر کاری می‌کردید تا این ایده‌ها محقق شوند. این کار هیجان‌انگیز بود. در ضمن خسته‌کننده نیز بود و گاهی اوقات احساس می‌کردید که فرسوده شده‌اید. شما برای حل مشکلاتتان راه‌های گوناگونی را امتحان کردید و ابزار گوناگونی را به خدمت گرفتید. کارمندان وفادار شما به پیشبرد کار کمک می‌کردند و بخش مهمی از این سیستم بودند. در اصل این روحیه کارآفرینی در تمام شرکت در جریان بود. توجه به گفته‌ها و ایده‌های کارمندان حتی پس از این که شرکت تثبیت شد، یکی از عوامل مهم رشد یک کسب و کار است. کسب و کارهای موفق این روحیه را زنده نگه می‌دارند. مدیرعامل این شرکت فضایی فراهم یں محرک، انگیزه‌ای است که کارمندان را به جلو می‌راند، آنها را به کارآفرینی تشویق می‌کند و می‌تواند یک شرکت را برتر از موسسات دیگر قرار دهد.

گاهی اوقات کسب و کار شما به خوبی پیش می‌رود و اوضاع بر وفق مراد است. تمامی بدهی‌های خود را پرداخته‌اید، جریانات مالی و پولی به خوبی پیش رفته است. حتی اینقدر فرصت دارید که یک بعد از ظهر کار را تعطیل کنید و به بازی فوتبال بروید؟ اما یک جای کار می‌لنگد. متوجه می‌شوید که کارمندان شما مثل ابتدای کار علاقه‌مند و با انگیزه نیستند. با شور و اشتیاق کار نمی‌کنند. به نظر می‌رسد که از سر وظیفه کار می‌کنند. در واقع فقط «کار» می‌کنند و آنقدرها هم به کار علاقه نشان نمی‌دهند. واضح است که مدیریت شرکتی که جایگاه خود را پیدا کرده است به اندازه راه‌اندازی آن هیجان‌انگیز نیست. این مسئله به خصوص در مورد کارآفرینان واقعی صدق می‌کند. کم کم به این نکته پی می‌برید که اگر بخواهید شرکت و کسب و کار شما رشدی مستمر داشته باشد، باید به کارمندان دوباره انرژی بدهید و «روحیه کارآفرینی» را دوباره زنده کنید. **به ایده‌های کارمندان خود توجه کنید!**

در اصل شهرت و اعتبار یک شرکت به عملکرد افراد و مدیران بستگی دارد. افزایش حقوق، امتیازهایی چون سفرهای تفریحی و تقدیرهایی که در مواقع خاص چون عید نوروز از کارمندان ممتاز می‌شود، آنهایی که خطر می‌کنند را تشویق می‌کنند که خلاقیت بیشتری به خرج دهند.

ساختار شرکت را بازنگری کنید!

ممکن است روحیه کارآفرینی کارمندان را به دلیل تغییرات ساختار شرکت تضعیف شده باشد. نحوه عملکرد موسسه شما از زمان تاسیس تا به حال چقدر تغییر کرده است؟ آیا شما می‌توانید سریع تصمیم بگیرید یا دور و برتان اینقدر شلوغ است که گیج شده‌اید؟ برای بررسی روحیه کارآفرینی، ساختار شرکت را بازبینی کنید. باید بر اهدافی که ارزش شرکت شما را بالا می‌برند، تمرکز کنید. دقت کنید که کدامیک از کارمندان برای نیل به اهداف شرکت بیشتر تلاش می‌کند. البته به یاد داشته باشید که این کار یک فعالیت دوطرفه است. به عبارتی کارمندان نیز باید برای ارتقای دانش خود تلاش کنند و مستمراً مهارت‌هایی که برای پیشبرد اهدافشان لازم است را فرا گیرند. البته استخدام کارمندان با کفایت و مسئولیت‌پذیر و اخراج آنهایی که نمی‌توانند با جریان کاری همراهی کنند، مشکل است. یک پرسنل مسئول و موثر در تسریع تغییرات، بکارگیری ایده‌های جدید و نیل به یک سطح رقابتی قابل قبول، عنصر مهمی است. اگر کارمندان دریابند که برای امنیت شغلی باید کارشان را به نحو احسن انجام دهند، رشد موسسات و شرکت‌ها تسریع خواهد شد.

منبع: روزنامه تفاهم



در این دنیای رقابتی که سریع رشد می‌کند، شما و کارمندانتان باید به دنبال ایده‌های جدید باشید و گزینه کسب و کارتان شکست خواهد خورد. مثلاً شرکت Com-Technologies معروف است که فضای کاری زنده و پویا دارد. به خاطر آن است که روحیه خلاقیت و ابتکار در آن جریان دارد. کارمندان پیوسته به دنبال کشف راه‌حل‌هایی مبتکرانه هستند که برای حل مشکلات مشتریان مناسب باشند. به گفته این مدیرعامل شرکتی که مرتباً از این رویه پیروی کند، هرگز از آن دست بر نخواهد داشت. خلق نوآوری‌های جدید و ترویج یک فرهنگ پویا و مبتکرانه بسیار مهم است. هر کارفرما باید به وضعیت بازار توجه کند و به کارمندان فرصت دهد تا با روند بازار همراهی کنند و در کنار آن پیشرفت کنند.

کارمندانی که ریسک می‌کنند، را تشویق کنید!

کارمندان می‌خواهند به آنها اهمیت داده شوند، بدون ترس از توبیخ شدن ایده‌های خود را مطرح کنند و بدانند که می‌توانند در آینده روی پروژه‌های مهمی که شرکت شروع می‌کند، کار کنند. برای زنده نگه داشتن روح کارآفرینی، به کارمندانی که ریسک می‌کنند توجه کنید. این شماست که باید از نوآوری تقدیر کنید و شور و اشتیاق را در میان کارمندان ترویج کنید.

سمینار بزرگ دغدغه اشتغال در دانشگاه بیرجند برگزار شد

اشتغال و داشتن حرفه و شغل مناسب از جمله مسائلی است که برای انسان‌ها اهمیت زیادی دارد. شغل و حرفه در رابطه با جوانان از اهمیتی دو چندان برخوردار است. از همین رو و به همت کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند، سمینار بزرگ دغدغه اشتغال با سخنرانی مهندس مهدی باقری، کارآفرین توانمند استان خراسان جنوبی و مالک گروه تجاری مهدی باقری، با حضور جمعی از مدیران، اساتید، کارآفرینان و دانشجویان در مورخه ۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۲ در محل تالار ولایت در دانشگاه بیرجند برگزار شد.

انسان از دو بعد مادی و معنوی «جسم و جان» ترکیب یافته و هر یک از این دو بعد برای رشد و بالندگی به تقویت، انرژی و تغذیه سالم نیازمند است. خدای متعال، که جهان هستی را خلق کرده و انسان را به عنوان گل سرسبد مخلوقات خود معرفی نموده، طبیعت را مسخر او ساخته و ابزار، وسایل و امکانات مورد نیاز را در اختیار او قرار داده است.





چطور؟ برای تعریف شغل چه جمله یا توضیحی دارید؟ وقتی کلمه job یا occupation را در فرهنگ لغت پیدا می‌کنیم، به چنین تعاریفی می‌رسیم:

- کار یا تجارت اصلی و معمولی یک شخص، به ویژه به عنوان وسیله‌ای برای امرار معاش
- فعالیت یا وظیفه‌ای که شخص به آن مشغول است. معمولاً فعالیت‌های تولیدی، خدمات، تجارت یا صنایع دستی که به طور منظم برای آن‌ها حقوق می‌گیرند
- هر فعالیتی که شخص در آن مشغول است
- حالت مشغول بودن

افراد متخصص یا نهادهای مختلف تعریف خاصی از کار، شغل و شاغل ارائه می‌دهند. مثلاً مرکز آمار ایران چنین تعریفی ارائه داده است:

انسان می‌تواند در سایه تدبیر، تعقل و تلاش، از مواهب الهی استفاده کند و زمینه رشد و تعالی مادی و معنوی خود را فراهم سازد. اشتغال و کار از مسائلی است که برای پیمودن راه‌های ترقی مادی و معنوی، نقشی بنیادین دارد و کار برای ادامه زندگی و بقای جامعه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. زندگی هرکس به واسطه کار کردن تأمین و اداره می‌شود و خودکفایی هر جامعه‌ای به میزان و نوع عملکرد شاغلان آن جامعه بستگی دارد. علاوه بر اینها، کار موجب شادابی و نشاط انسان شده، بیکاری موجب فقر، افسردگی، فساد و سرخوردگی اجتماعی می‌گردد. اهمیت کار در سنین جوانی دو چندان است و آثار و ثمرات آن برای نسل جوان ارزش زیادی دارد.

و اما شغل!

وقتی صحبت از شغل به میان می‌آید، همه فکر می‌کنند که با مفهوم ساده‌ای روبه‌رو هستند که مشخص و واضح است؛ اما آیا تعریفی هم برای این واژه دارند؟ خود شما



چیست؟

همانند موقعیت شغلی، فرصت شغلی هم با شغل اشتباه گرفته می‌شود. فرصت شغلی موقعیتی است که هنوز اشغال نشده و فردی برای آن انتخاب و استخدام نشده است. مثلاً زمانی که یکی از کارمندان شرکت را ترک می‌کند، یک موقعیت شغلی خالی می‌شود و می‌توان گفت که یک فرصت شغلی به وجود آمده است.

پس وقتی فردی از رشته خاصی فارغ‌التحصیل می‌شود، به دنبال این نیست که ببیند چقدر موقعیت شغلی وجود دارد، بلکه به دنبال فرصت‌های شغلی است که بتواند یکی از آنها را تصاحب کند. این موضوع برای فردی که مهاجرت می‌کند هم صدق می‌کند.

گاهی اوقات در این مورد اشتباهاتی می‌شود. مثلاً یک کارآفرین در مصاحبه تلویزیونی با افتخار

به هر فعالیت اقتصادی، فکری یا جسمی که برای کسب درآمد چه نقدی و چه غیر نقدی انجام می‌شود و طی آن محصول یا خدماتی ارائه می‌شود، کار می‌گویند.

بنابراین افراد شاغل به طور کلی در دو دسته قرار می‌گیرند:

- افراد خود اشتغال که به طور مستقل برای خودشان کار می‌کنند.
- افراد حقوق بگیر که در ازای انجام وظایفی خاص، حقوق دریافت می‌کنند.

فرصت شغلی (Job Opportunity)



روزمره انجام می‌دهیم، داشته باشیم و برای رشد و پیشرفت خود گام‌های مهمی برداریم.

❖ کار (Job) چیست؟

اگر بخواهیم خیلی خلاصه کار را تعریف کنیم، باید بگوییم شما بابت کارتان حقوق می‌گیرید، مثلاً ممکن است کار شما آموزش آنلاین یا خصوصی باشد و به صورت ساعتی بابت آن پول دریافت کنید. مثلاً می‌توانید به صورت مستقل یا وابسته به یک شرکت کارتان را انجام دهید. نوعی استخدام که نقش شغلی شما توسط کارفرما مشخص می‌شود و باید با رعایت قوانین و مقررات شرکت موردنظر کارتان را انجام دهید. اهداف به طور واضح توسط کارفرما مشخص می‌شود و شخصی که کار را انجام می‌دهد، باید به آن اهداف دست پیدا کند. شخص هم در ازای انجام وظایف مبلغی را دریافت می‌کند. job ممکن است دائمی یا موقتی باشد و درآمد

بیان می‌کند که چندین فرصت شغلی ایجاد کرده است. اما می‌بینیم که همه این فرصت‌ها از قبیل و چه بسا توسط افراد فامیل و خویشان او پر شده‌اند. پس این فرد موقعیت شغلی و نه فرصت شغلی به وجود آورده است.

کار، شغل و حرفه چه فرقی دارند؟

currier و occupation, job

کار، شغل یا حرفه، همه این واژه‌ها و اصطلاحات شبیه به هم هستند و گاهی اوقات به جای هم به کار می‌روند. کاری که برای گذران زندگی انجام می‌دهیم.

اما بین این سه اصطلاح تفاوت‌هایی هم وجود دارد. وقتی فرقی بین شغل، کار و حرفه را درک کنیم، می‌توانیم درک بهتری از آنچه به صورت

خود را تغییر دهد. گاهی اوقات یک مهندس در نهایت مدیر عامل شرکتی می‌شود که کاملاً با شغلی که در ابتدا شروع کرده بود، متفاوت است؛ اما در همان زمینه (مثلاً معماری و عمران) فعالیت می‌کند و در واقع حرفه مشابهی محسوب می‌شود.

با اقتباس از azim.media با تغییر

به صورت نقدی یا چک پرداخت شود. معمولاً افراد در چنین موقعیتی رضایت کامل ندارند و تنها در حال انجام یک «کار» هستند. یک فرد می‌تواند چندین کار داشته باشد. مثلاً در عین حال کارمند و خانه‌دار باشد.

❖ شغل (Occupation) چیست؟

منظور از شغل یا Occupation یک کلمه کلی و جنرال است و به تعدادی از مشاغل گفته می‌شود که با خصوصیات مشابه انجام می‌شوند. در واقع اصطلاح گسترده‌ای است زیرا بسیاری از کارها را تعریف می‌کند. از کلمه شغل (Occupation) برای عنوان شغلی (job title) در ادارات هم استفاده می‌شود.

Occupation شامل انواع کارهای فکری یا جسمی است. شغل را نباید با کلمه «حرفه» یا Profession اشتباه گرفت.

❖ زمینه شغلی (Career) چیست؟

زمینه شغلی یک سفر مادام‌العمر است که فرد مهارت‌ها را در آن یاد می‌گیرد، با دانش و تخصص خود از آن‌ها استفاده می‌کند و در زمینه یا صنعت خاصی برای کسب درآمد تجربه کسب می‌کند. فرد در یک حرفه سال‌های زیادی را در یک زمینه یا بخش خاص صرف می‌کند و عملکرد خود را در نقش‌های مختلف تجربه می‌کند تا رشد کند. همانطور که گفتیم این یک سفر طولانی است که با یادگیری یک مهارت و انجام عملی آن شروع می‌شود و با رشد فردی و ارتقای توانایی‌ها ادامه پیدا می‌کند.

یک فرد ممکن است نقش‌های زیادی در همان زمینه ایفا کند. مثلاً می‌تواند حرفه خود را به عنوان یک حسابدار شروع کند، سپس با تجربه و مهارت‌های بیشتر به نقش مدیر مالی و بعداً مدیر اجرایی برسد. سلسله مراتب در مسیر حرفه‌ای بالا می‌رود؛ اما بدان معنا نیست که نمی‌تواند حرفه

سال
بایگ
گفتن

چگونه با نندمانی مشکلات را حل کنید
در زیر نور انقلاب بایستید و نهوشان باقی بماند

شوندا رایمز
پدرشا کودری



THANK YOU

شماره ۱، اردیبهشت ۱۴۰۲
رهاورد کارآفرینی

فرد ماجراجویی است که تصمیم گرفت
زندگی را وارد زندگی‌اش کند. می‌پرسید چطور؟
از اینتر قند کردن به ماجراجویی‌ها و اتفاقاتی که شاید
برسناک باشند «بله» بگوید تا تغییری در زندگی‌اش ایجاد
کند. همان‌طور که احتمالاً حدس می‌زنید، این تصمیم باعث
شد دنیای شوندا به‌کل عوض شود.
اگر کارآفرین هستید یا قصد دارید کارآفرین شوید، شاید
خواندن کتابی با این‌همه ماجراجویی حسابی روحیه‌تان را
تقویت کند



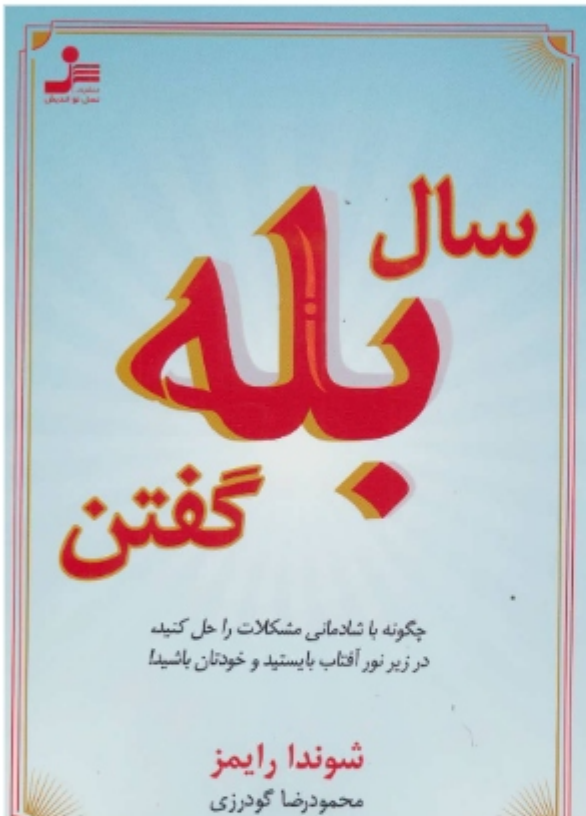
ما برفی از شرکتها مهش می‌کنند
و برفی دیگر فیر

نوبت به
بایگ

۶۶

کتاب‌هایی که باید
هر کارآفرین دست‌کم
یکبار آنها را بخواند!

۹۹



۲. کتاب سال بله گفتن

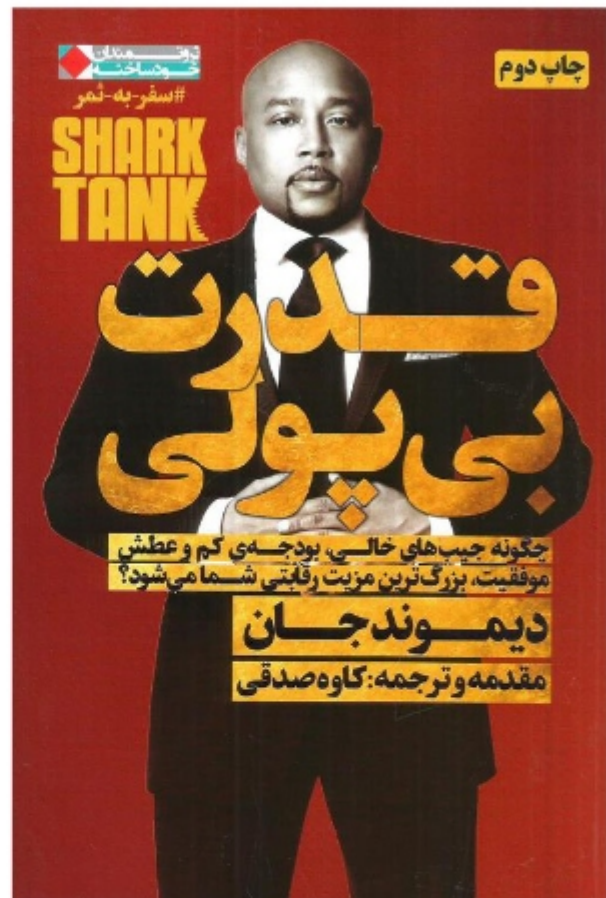
نویسنده: شوندا رایمز

مترجم: محمدرضا گودرزی

ناشر: نسل نواندیش

تعداد صفحات: ۲۰۸

نویسنده این کتاب فرد ماجراجویی است که تصمیم گرفت هیجانات جدید را وارد زندگی‌اش کند. می‌پرسید چطور؟ شوندا رایمز قصد کرد به ماجراجویی‌ها و اتفاقاتی که شاید ترسناک باشند «بله» بگوید تا تغییری در زندگی‌اش ایجاد کند. همان‌طور که احتمالاً حدس می‌زنید، این تصمیم باعث شد دنیای شوندا به‌کل عوض شود. اگر کارآفرین هستید یا قصد دارید کارآفرین شوید، شاید خواندن کتابی با این‌همه ماجراجویی حسابی روحیه‌تان را تقویت کند



۱. کتاب قدرت بی‌پولی

نویسنده: دیموند جان

مترجم: کاوه صدقی

ناشر: نگاه نوین

تعداد صفحات: ۲۶۸

اگر همیشه این‌طور تصور کرده‌اید که برای کارآفرین شدن پول لازم دارید، این کتاب قرار است معادلات شما را به هم بزند! دیموند جان پس از تجربه بی‌پولی در شهر گرانی مانند نیویورک به فکر ایده‌ای خلاقانه افتاده و کسب‌وکار خودش را راه انداخته است. در نتیجه این اقدام، شرکت او ۶میلیارد دلاری شد. شاید حالا موافق باشید که نویسنده این کتاب گزینه مناسبی برای نوشتن کتاب کارآفرینی محسوب می‌شود! در این کتاب خواهید خواند که بی‌پولی بودن چطور می‌تواند پلی باشد به سمت موفقیت شما در کارآفرینی و ایجاد ثروت. همچنین در کتاب قدرت بی‌پولی داده‌ها، تحقیقات، داستان‌ها و تمام نکاتی را که در این راه یاری‌گر شما هستند تیز خواهید خواند.



۴. کتاب استارت‌آپ ناب

نویسنده: اریک ریس

مترجم: گروه مترجمان

ناشر: سبکتو

تعداد صفحات: ۲۷۰

این کتاب به شرکت‌ها توصیه می‌کند به‌جای هدر دادن وقت خود برای نوشتن طرح کسب‌وکار، دنبال سازگاری و انطباق باشند. اریک ریس رویکردی علمی برای راه‌انداختن استارت‌آپ موفق ارائه می‌کند که برای تمام کسب‌وکارها، چه نوپا و چه باسابقه، مناسب است، به‌خصوص وقتی برای پیشرفت به نوآوری نیاز دارند.



۲. کتاب سرسختی؛ قدرت اشتیاق و پشتکار

نویسنده: آنجلا داکورث

مترجم: سمانه سیدی

ناشر: نوین

تعداد صفحات: ۳۴۰

خیلی از ما به‌خوبی می‌دانیم که پشتکار و تلاش کلید موفقیت است. افرادی که در عرصه‌های مختلف موفق می‌شوند همیشه بهترین ایده‌ها یا منابع را در اختیار ندارند، بلکه افرادی هستند که هر روز کار و پیشرفت می‌کنند و برایشان مهم نیست شرایط چطور باشد. کتاب سرسختی دقیقاً درباره همین مسئله صحبت می‌کند. آنجلا داکورث به صاحبان مشاغل می‌آموزد چطور سرسخت‌تر باشند.

خردش کن

چرا همین حالا زمان مناسب برای تبدیل
شور و اشتیاقان به ثروت است؟

گری وینرچاک

مترجمان:
دکتر رضا رادفر،
مهدی دریابی



انتشارات راه پرداخت

۵. کتاب خردش کن

نویسنده: گری وینرچاک

مترجم: رضا رادفر، مهدی دریابی

ناشر: راه پرداخت

تعداد صفحات: ۲۷۰

نویسنده این کتاب زودتر از خیلی از مردم مزایای فروش از طریق اینترنت را کشف کرد. در کتاب خردش کن توصیه‌های نویسنده درباره اینکه چطور در اینترنت برند شخصی خود را ایجاد کنید خواهید خواند. درست مانند کاری که گری وینرچاک با کسب‌وکار خانوادگی خود انجام داد و سرمایه ۴ میلیون دلاری را به ۶۰ میلیون دلار افزایش داد.



۶. کتاب از خوب به عالی

نویسنده: جیم کالینز

مترجم: ناهید سپهرپور

ناشر: آوین

تعداد صفحات: ۳۰۴

در این کتاب که جزو بهترین کتاب‌های کارآفرینی است، جیم کالینز شرکت‌های بزرگی مانند اینتل و کوکاکولا را بررسی می‌کند تا دریابد چگونه در مقایسه با رقبای خود جهش‌های بزرگ داشته‌اند. کالینز و تیم تحقیقاتی‌اش برای اینکه بفهمند چه چیزی یک شرکت را عالی می‌کند، ۶ هزار مقاله را مطالعه و کدگذاری کردند، بیش از ۲ هزار صفحه متن و مصاحبه تولید کردند و ۲۸۴ مگابایت داده کامپیوتری را در طول پنج سال ایجاد کردند. یافته‌های آنها در کتاب از خوب به عالی مطرح شده که از بهترین کتاب‌های کارآفرینی است.



۸. کتاب از صفر به یک

نویسنده: پیتر تیل

مترجم: واسع علوی

ناشر: نوین

تعداد صفحات: ۲۰۴

پیتر تیل یکی از بنیان‌گذاران پی‌پال (PayPal) است که در کتاب پرفروش خود چگونگی ساخت آینده‌ای بهتر را بررسی می‌کند. تیل نگاهی مثبت به آینده دنیای فناوری آمریکا ارائه می‌دهد و روش جدیدی برای تفکر درباره نوآوری پیشنهاد می‌کند: یاد بگیرید چطور سوالات درستی بپرسید که شما را به کشف ارزش در غیرمنتظره‌ترین مکان‌ها سوق می‌دهند.



۷. کتاب با چرا شروع کنید

نویسنده: سایمون سینک

مترجم: علیرضا خاکساران

ناشر: آموخته

تعداد صفحات: ۲۷۶

این کتاب شما را به ذهن رهبران کسب‌وکاری که بیشترین تأثیر را در جهان داشته‌اند می‌برد. سایمون سینک توضیح می‌دهد که این افراد چطور فکر، عمل و ارتباط برقرار می‌کنند. اگر می‌خواهید الهامبخش دیگران باشید یا یاد بگیرید چطور یک مربی پیدا کنید که الهامبخش شما باشد، این کتاب راهش را به شما نشان خواهد داد.



زیست بوم
نوآوری، فناوری
و کارآفرینی
دانشگاه بیرجند



کانون کارآفرینی دانشگاه بیرجند با همکاری زیست بوم نوآوری، فن آوری و کارآفرینی
دانشگاه به مناسبت گرامیداشت روز ملی کارآفرینی برگزار می نماید

مسابقه بزرگ

تولّد یک ایده ناب

ایده های نوآورانه، اقتصادی با قابلیت اجرا در حوزه های :



راه حل های هوشمند برای مسائل روزمره

"به همراه جوایز ارزنده به برگزیدگان"



آخرین مهلت ارسال ایده ها : ۲۳ اردیبهشت ۱۴۰۲ | دایره ایده ها و اعلام نتایج : ۱۰ خرداد ۱۴۰۲



ثبت نام، دستورالعمل مسابقه و کسب اطلاعات بیشتر در :



<https://Birjand.ac.ir/farhangi/fa/form/862>



YOU
CAN
DO IT

نمیشویم!

ما هرگز بازنده

یا پیروز

خواهیم شد!

یا یاد

خواهیم گرفت!

