

عزت نفس یعنی باور شما نسبت به ارزش خود در کل، ارزیابی کلی از خودتان و دانستن قدر و منزلت خودتان که در نتیجه آن می‌توانید رفتارهای خود را مطابق آنها به گونه‌ای تنظیم کنید که در شما احساس توانایی، باکفایت دیده شدن،

دوست‌داشتنی و باارزش بودن را به وجود آورد.

بیایید چند لحظه به این سؤالات فکر کنیم:

■ ما چه اندازه قدر خود را می‌دانیم؟

■ چقدر به نیروی تفکر و ذهنمان معتقدیم؟

■ چقدر از ذهنمان برای کسب نتایج و تأثیرات مثبت در زندگی‌مان استفاده می‌کنیم؟

■ چقدر به این معتقدیم که اگر شخصی در هر کجای دنیا قادر به انجام کاری شده است، ما نیز

قدرت همان کار را داریم؟

موفقیت، نوآوری یا کارآفرینی بدون حس بالایی از عزت نفس نمی‌تواند به شک‌های درونی در شروع یک کار جدید غلبه کند. وقتی فرد به این نتیجه برسد که آدم توانمندی است و بالقوه چیزی از کسی کم ندارد، دست به هر رفتاری نمی‌زند و می‌داند چه نوع رفتاری را بیشتر انجام دهد و چه نوع رفتاری را نباید انجام دهد. آنهایی که ارزیابی کلی نسبت به خودشان آگاهانه است، هیچ‌گاه خود را دست‌کم نمی‌گیرند.

فعالیت

عملی ۵

نامه‌ای به خود بنویسید. در این نامه سعی کنید با پذیرش خود (همان‌گونه که هستید و یا نیستید) ویژگی‌های مثبت، استعدادها و موفقیت‌های خود را بیان کنید و همچنین نقاط ضعف و جنبه‌هایی از وجود خود را که فکر می‌کنید نیاز دارید روی آنها کار و تمرین بیشتری انجام دهید، بیان کنید. چه میزان باور ارزشمندی خود را در متن نامه حس می‌کنید؟

سلام خود عزیزم

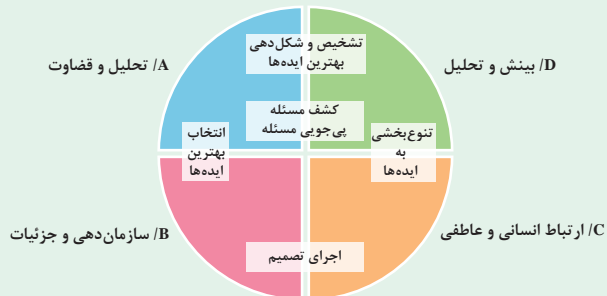
می‌خواهم با تو در مورد خودم صحبت کنم ...

به نظرم این نقاط ضعف را دارم ...

به نظرم این نقاط قوت را دارم ...

دل‌م می‌خواهد این‌گونه باشم که ...

۶ تیپ برآمده از ترکیب الگوهای فکری



تمایل فکری در هر یک از ۴ ربع مغز



تعداد نسبتاً کمی از افراد از موفقیت بزرگ شغلی و حرفه‌ای خود لذت می‌برند، زیرا تمایل اغلب انسان‌ها به تسلیم شدن در هنگام سخت شدن شرایط است که به ناامیدی و شکست منجر می‌شود. هنگامی که شما برای کسب موفقیت در یک شغل تلاش می‌کنید، علاوه بر رقابت، با بسیاری از انواع دیگر چالش‌ها برخورد می‌کنید. در این شرایط فرایند اجرای کار پیچیده می‌شود، به طوری که نیاز به استقامت و ثبات قدم احساس می‌گردد و اهمیت پیدا می‌کند. وقتی کار به یک چالش تبدیل می‌شود و شما می‌خواهید از آن دست بکشید، بهترین توصیه این است که فقط ادامه دهید.

راهبردهای غلبه بر شرایط سخت شدن کار:

- با نگاه به چشم‌انداز آینده به بهبود کار فکر کنیم.
- اجازه ندهید که سختی‌های مربوط به کار شما را در خود حل کند، به کار ادامه دهید.
- همیشه نگرش مثبت داشته باشید.

شایستگی ارتقای ویژگی‌های نوآورانه

تحلیل فرصت‌های پیرامونی در کسب و کار

ضرورت شبکه‌سازی و ارتباط مؤثر

بهره‌مندی از فرصت‌های شبکه‌سازی

برنامه‌ریزی مسیر شغلی آینده

دنیای پیرامون ما پر از فرصت‌های تغییر و بهبود و کشف و اختراع است. ما هر روز از کنار ظرفیت‌های بی‌شماری عبور می‌کنیم که درک و بهره‌برداری از آنها می‌تواند منجر به تغییر زندگی خودمان و اطرافیانمان شود یا در سطحی وسیع‌تر می‌تواند بر سرنوشت شهر، کشورمان یا حتی جهانمان تأثیر بگذارد. اما فرصت چیست؟

فرصت به شرایط و موقعیت‌هایی می‌گویند که می‌تواند به پیشرفت و توسعه منجر شود. فرصت به عنوان زمان یا شرایط مطلوب برای یک هدف یا پذیرش انجام یا اجرای چیزی تعریف شده است. در کسب‌وکار، فرصت امکان توسعه موقعیت‌ها و اتفاقات آینده را از یک موقعیت خاص اولیه شرح می‌دهد. این فرصت باید به یک فرصت درآمدزا و بادوام تبدیل شود. اینکه چگونه این فرصت‌ها را می‌یابیم، در درجه اول به نوع نگاهمان به جهان پیرامونمان بستگی دارد؛ اینکه چگونه در موقعیت‌های مختلف اتفاقات خوب آینده را می‌بینیم. اما اینکه چگونه از فرصت‌هایی که می‌یابیم، بهره‌برداری می‌کنیم، به نوع نگاهمان به خودمان بستگی دارد. اینکه تا چه حد از خودمان و توانایی‌های مان شناخت داریم و چقدر به آنها باور داریم.

فعالیت عملی ۱۰

الف) تمرین جلسه اول همین پودمان را به خاطر دارید؟ در آن تمرین به اطرافتان برای کشف فرصت‌های بهبود نگاه کردید و آنها را در دفترچه‌تان یادداشت کردید. حالا دفترچه خود را دوباره بردارید. از بین ایده‌ها فکر کنید کدام یک می‌تواند فرصت درآمدزایی داشته باشد. حداقل سه ایده کسب‌وکار بیابید و با ذکر دلیل، آنها را به کلاس ارائه کنید.

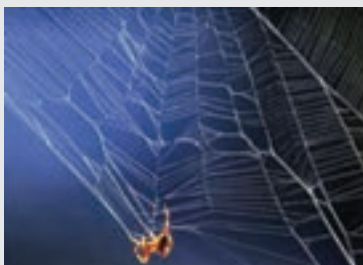
ب) حالا که سه فرصت یافته‌اید، زمان بهره‌برداری است. فهرستی از منابع را تهیه کنید. چگونه و با چه ترکیبی از منابعتان می‌توانید از این سه فرصت به بهترین شکل بهره‌برداری کنید؟

ایده	روش بهره‌برداری	دلایل سودمندی و درآمدزایی
۱-		
۲-		
۳-		

منابع مورد نیاز که باید تهیه شود	منابع مورد نیاز موجود	ایده
		۱-
		۲-
		۳-

خواندنی

برای کشف و بهره‌برداری به منابع احتیاج داریم. منابع صرفاً مالی یا مادی نیستند. خودباروی شما یک منبع است. خلاقیت شما یک منبع است. افرادی که می‌شناسید، یک منبع است. دانش و تجربه شما یک منبع است. پس برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های پیرامونتان در مرحله اول باید درست به دنیا نگاه کنید. این نگاه باید به شکل مستمر در زندگی‌تان جاری باشد. مهم نیست که کجا زندگی می‌کنید یا چه شرایطی دارید، مطمئن باشید دنیای پیرامون شما سرشار از چنین فرصتهایی است. برای بهره‌برداری از فرصت‌ها هم باید خود را باور داشته باشید، هم از منابع درونی و بیرونی‌تان آگاه باشید.



با همکاری اعضای گروه خود، مشابه نمونه زیر، مواردی از نوآوری، خلاقیت و اختراع در طبیعت و همچنین جامعه را در کلاس ارائه دهید.

مجموعه مقالات چاپ شده در مطالعه تار عنکبوت نشان می‌دهد پروتئینی که عنکبوت را قادر می‌سازد خود را آویزان کند و همچنین به شکار طعمه کمک می‌کند نظر دانشمندان را به خود جلب کرده است. مولکول‌های

این پروتئین بسیار کشسان و قوی هستند و به گونه‌ای طراحی شده‌اند که بتوان آنها را کشید. تار عنکبوت را می‌توان تا سی الی پنجاه درصد طول اولیه‌اش بدون پاره شدن کشید. این ماده از فولاد محکم‌تر و از نظر استحکام با الیاف کولار قابل مقایسه است. در زیر نمونه‌هایی از کاربرد تارهای عنکبوت و یا وسایلی که از این تارها الهام گرفته است را مشاهده می‌کنید.

کاربرد تار عنکبوت در صنعت:

تولید طناب‌های بسیار محکم برای کوهنوردی، چتر نجات، تولید تورهای ماهیگیری محکم.

عنکبوت‌ها همچنین کاربردهای زیادی به خاطر توانایی‌های ضد بالستیکشان دارند:

تولید لباس‌های مقاوم در برابر کوسه‌ها، تولید لباس ضد گلوله. تارها می‌توانند در بدنه و ساختار تجهیزات زرهی به کار رفته و زره‌هایی سبک‌تر و قابل انعطاف‌تر از هر زرهی که تاکنون داشته‌ایم را ارائه دهند.

کاربرد تار عنکبوت در زمینه زیست پزشکی:

استفاده از تار عنکبوت در اجزای تاندون مصنوعی برای رشد دوباره اعصاب و همچنین برای ایجاد زمینه‌هایی برای رشد بافت‌ها.

افرادی که در زندگی می‌شناسیم، به نوعی یکی از منابع و فرصت‌های ما برای پیشرفت و موفقیت هستند. ما پیوسته در حال استفاده از این منبع هستیم، حتی اگر خودمان آگاه نباشیم. مثلاً برای انجام کاری نیاز به مشورت دارید و با پدر، برادر، هنرآموز یا دوستان مشورت می‌کنید. اینجا در واقع دارید از شبکه‌تان استفاده می‌کنید. شبکه‌ شما مجموعه افرادی است که می‌شناسید؛ به همین سادگی. ارزشمندی این شبکه به دلیل رابطه و تعهدی است که وجود دارد. شناخت شما از افراد به شما حس اطمینان می‌دهد. به همین دلیل است که در اولین مرحله هر کار، از آنها مشورت، راهنمایی یا کمک می‌گیرید. البته هر ارتباطی به خودی خود، ارزشمند نیست. تعداد بسیار زیاد ارتباطات نیز به تنهایی مؤثر نیست. شما باید بتوانید این ارتباطات را به نحو مؤثر و صحیحی ایجاد کنید، در هر زمان برای حفظ آنها تلاش کنید و در زمان مناسب از آنها بهره ببرید. فراموش نکنید خود شما نیز بخشی از شبکه اجتماعی افراد دیگر هستید. پس توجه کنید که سعی داشته باشید در زمان نیاز دیگران، شما نیز عضو مؤثری در شبکه اجتماعی آنها باشید.

فعالیت

عملی ۱۲

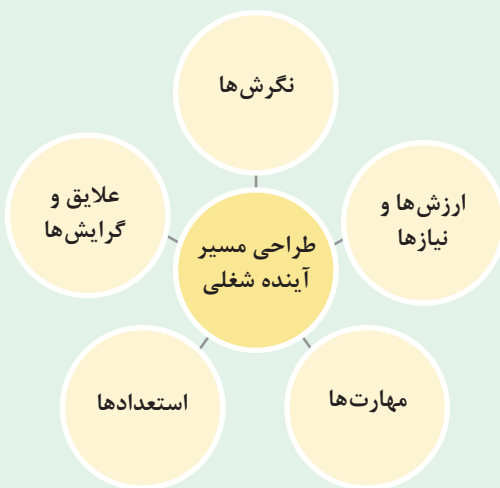
یک فهرست از دوستان، آشنایان، اقوام و نزدیکانتان تهیه کنید. حدوداً چند نفر را می‌شناسید؟ با چند نفرشان پیوسته در ارتباط‌اید؟ چقدر آنها را می‌شناسید؟ روحیاتشان، علایقشان، تحصیلاتشان، شغلشان و... تا جایی که می‌توانید اطلاعات خود را ثبت کنید. حالا نگاه دقیق‌تری به فهرست خود بیندازید. در کدام بخش شبکه اجتماعی‌تان خلأ بیشتری می‌بینید؟ چه چیزی را دوست دارید تغییر دهید؟ نتیجه فعالیتتان را به کلاس ارائه کنید.

من	
نفر ۱- ویژگی‌ها	
نفر ۲- ویژگی‌ها	
.	
..	
.	
نقاط قوت شبکه من	نقاط ضعف شبکه من

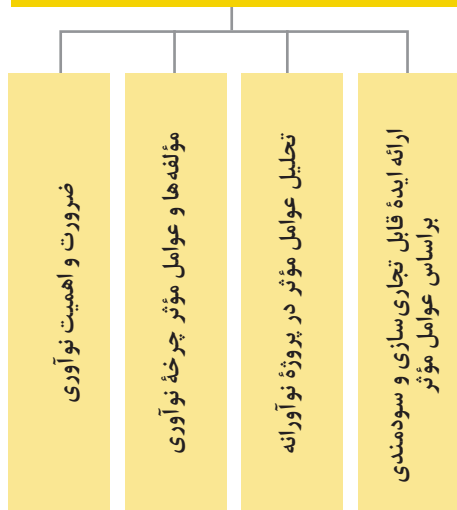
من	
نفر ۱- ویژگی‌ها نفر ۲- ویژگی‌ها	
نقاط قوت شبکه من	نقاط ضعف شبکه من

انتخاب درست شغل آینده، از مهم‌ترین تصمیمات شما در طول زندگی است. برای انتخاب درست نیاز به برنامه‌ریزی دقیقی دارید. ساختار طراحی مسیر شغلی آینده

را در نمودار زیر بررسی کنید. برای برنامه‌ریزی مسیر شغلی آینده نیاز است هر یک از مؤلفه‌های این نمودار را در ارتباط با خود تحلیل کنید و سپس به صورت یک شبکه با هم مقایسه و مشاغل آینده خود را اولویت‌بندی کنید.



شایستگی تجاری سازی و اختراع





در هر پروژه نوآورانه سه عامل وجود دارد که باید توازن بین آنها برقرار شود. این سه عامل را در شکل زیر می‌بینید:

دایره امکان‌پذیری به عوامل فنی و امکان‌پذیری از منظر فناوری مرتبط است. بسیاری از فناوری‌های جدید به وجود می‌آیند بدون اینکه کاربرد خاصی در دنیای واقعی داشته باشند یا مشتریان حاضر به استفاده از آنها باشند. از طرف دیگر ایده‌های زیادی وجود دارند که (حداقل هنوز) امکان عملی شدن آنها به دلیل نبود یا بیش از اندازه گران بودن آن فناوری وجود ندارد.

عامل کلیدی دوم، ارزشمندی اقتصادی است؛ یعنی نه تنها فناوری باید درست کار کند و به دست مشتری برسد، بلکه این فرایند باید توجیه‌پذیر و اقتصادی باشد. فناوری باید در دل مدلی از کسب و کار قرار گیرد که به رشد شرکت و درآمدزایی آن منجر شود. حتی اگر قصد راه‌اندازی یک کسب و کار غیرانتفاعی را دارید، باید راهی برای تأمین مالی و دخل و خرج آن در طول زمان داشته باشید.

سومین جزء کلیدی، عوامل انسانی است. این عوامل به درک عمیق نیازهای انسانی مرتبط است که فراتر از مشاهده صرف رفتار انسانی، به درک انگیزه‌ها و باورهای مردم مربوط می‌شود. عوامل انسانی الزاما از عوامل دیگر مهم‌تر نیستند اما می‌توانند بهترین فرصت برای نوآوری و خلق مزیت رقابتی را فراهم آورند. توجه به انسان در مرکز رویکرد به نوآوری قرار دارد؛ هم‌دردی عمیق و مشاهده منبعی عمیق برای بینش و الهام است. نوآوری‌های موفق، بر طراحی انسان‌محور تکیه دارند و در عین حال آن را با دو جزء دیگر متوازن می‌کند.

فعالیت عملی ۱۴

الف) در مورد پنج ایده نوآورانه در رشته تحصیلی - حرفه‌ای خود که تجاری‌سازی شده است، تحقیق کنید.

ب) یک محصول یا خدمت یا کسب و کار را انتخاب کنید. حداقل با ۱۰ نفر از مشتریان آن مصاحبه کنید. در آن از تجربه و رضایت‌مندی و کیفیت و احساس آنها و تمام موضوعات مرتبط با آن محصول یا خدمت یا کسب‌وکار سؤال کنید. سپس پاسخ‌ها را بررسی و دسته‌بندی کنید. ببینید از بین این پاسخ‌ها چه فرصت‌هایی برای بهبود موضوعی که انتخاب کردید، پیدا می‌شود. ایده‌های خود را ثبت کنید و آن را در کلاس در قالب یک محصول یا خدمت یا کسب‌وکار بهبود یافته با تشریح پاسخ‌های مشتریان، ارائه کنید.

شایستگی تجاری سازی و اختراع

ضرورت و اهمیت تجاری سازی

موانع تجاری سازی محصول

روش های تهیه برنامه مرحله ای در تجاری سازی یک محصول

تهیه برنامه مرحله ای در تجاری سازی یک محصول

✓ تجاری‌سازی فناوری را خلق محصول، خدمت یا فرایندی جدید دانسته‌اند که برای رفع تقاضای موجود یا ایجاد تقاضایی جدید برای نتایج حاصل تولید محصولات و خدمات فناورانه انجام می‌شود. فرایند تجاری‌سازی رابطه‌ی نزدیکی با انتقال فناوری دارد و در واقع همان فرایند انتقال فناوری از مراکز تحقیقاتی به محیط صنعت و تولید است. تجاری‌سازی از طرح و پرورش ایده آغاز می‌شود، با توسعه و تولید کالا و خدمت فناورانه مبتنی بر توسعه آن ایده شکل می‌گیرد و نهایتاً با فروش آن کالا و خدمت به مصرف‌کننده نهایی کامل می‌شود. مراحل زیر مراحل پیشنهادی برای تجاری‌سازی یک فناوری جدید است:

۱ آزمایش ایده

در این مرحله ابتدا باید ایده مورد آزمایش قرار گیرد. برای این منظور باید یک نمونه اولیه از محصول ساخته شود، چرا که اگر نمونه اولیه از محصول وجود نداشته باشد، نمی‌توان درباره‌اش اظهار نظر کرد.

بنابراین اولین گام، تلاش برای تبدیل آن ایده به یک نمونه اولیه از محصول است. بسیاری از اختراعات موفق دارای چندین نمونه اولیه هستند که به تدریج بهبود یافته‌اند.

فعالیت

عملی ۱۶

فعالیت‌های اقتصادی شرکت‌های دانش‌بنیان استان یا شهرستان خودتان و تأثیرات اقتصادی آنها را بررسی کنید. یکی از این شرکت‌ها را انتخاب و از آن بازدید کنید. بررسی کنید چه مسائل و موانعی بر سر راه این شرکت برای تجاری‌سازی ایده‌شان وجود داشته است. گزارش فعالیت‌ها و محصولات آن را در کلاس ارائه کنید.

نام شرکت:	حوزه فعالیت:
تاریخچه:	
محصولات:	

این نمونه‌های اولیه به عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های موفقیت محصول مطرح هستند. سپس باید این نمونه اولیه را در اختیار یک مشتری واقعی و برای پاسخ‌گویی به یک نیاز واقعی قرار داد تا ایراداتی را که مشتری شناسایی می‌کند نیز برطرف کرد.

۲) ارائه و مستندسازی ایده یا اختراع

در مرحله بعد باید از طریق مراجع رسمی و طی مراحل قانونی، ایده یا اختراع خود را به ثبت رسانید. قبل از ثبت اختراع باید مواردی نظیر اطلاعات خصوصی کسب و کار، برندها و لوگوها، میزان نوآوری محصول، رعایت حقوق سایرین بررسی گردد. یک برگه ثبت اختراع باید شامل موارد زیر باشد:

■ عنوان

■ خلاصه‌ای از ایده یا اختراع

■ نام اختراع

■ نام صاحب اختراع

■ تاریخ انتشار

■ شماره‌ها و کدهای تجاری

عملکرد فنی محصول و همچنین نیاز یا مشکلی که توسط این محصول برطرف می‌شود نیز باید شرح داده شود. قسمت آخر نیز شامل ادعای شما مبنی بر حفظ حقوق قانونی مربوط به ایده یا اختراع است. این حفاظت‌ها بر اساس نوع محصول متفاوت است و مانع از کپی‌برداری محصول شما توسط دیگران می‌شود و شامل حقوق مالکیت مادی و معنوی، کپی‌رایت و غیره است.

۳ ارزیابی بازار محصول

ارزیابی بازار، سومین مرحله از مراحل تجاری‌سازی ایده است که برای بررسی آن باید به سؤالات مختلفی در مورد بازار، اندازه آن و مشتریان بالقوه‌تان پاسخ دهید تا مشخص شود آیا امکان موفقیت شما در این بازار وجود دارد یا خیر. برای موفقیت در بازار چند عامل اساسی وجود دارد:

به مشتری دسترسی داشته باشید و بتوانید مشتری هدف خود را شناسایی کنید. مشتری هدف را از وجود محصول خود آگاه کنید. قادر باشید یک سری ارزش‌های اضافی و مکمل برای محصول خود ایجاد کنید.

حالا باید بررسی کنید که آیا بازار مورد نظر، ارزش ورود را دارد. برای ارزیابی ارزش بازار، پاسخ به سؤالات زیر می‌تواند راهگشا باشد:

- چه تعداد از مصرف‌کنندگان از این محصول استفاده خواهند کرد؟
- چه تعداد از مصرف‌کنندگان در حال حاضر از محصولی مشابه استفاده می‌کنند؟
- میزان مصرف آنها چقدر است؟
- میانگین قیمت محصولات مشابه چقدر است؟
- پیش‌بینی شما از سود چه میزان است؟

۴ تأمین منابع فنی و مالی مورد نیاز

در این مرحله باید تمام منابع و تجهیزات فنی و همچنین سرمایه‌های مورد نیاز به‌منظور اجرای طرح برآورد شود و راهکارهایی برای تأمین آنها ارائه گردد. هرچه ایده شما به سرمایه اولیه کمتری نیاز داشته باشد، احتمال بیشتری برای موفقیت وجود دارد. همچنین دقت پیش‌بینی‌های شما در مرحله قبل و ارائه این پیش‌بینی‌ها به صورت آمار و ارقام قابل اتکا نیز می‌تواند موجبات جذب سرمایه‌گذار برای طرح شما را فراهم آورد.

۵ کسب مجوزهای لازم و شروع به کار

آخرین مرحله از مراحل تجاری‌سازی ایده، کسب مجوز و شروع به کار است. در این مرحله پس از کسب اطلاعات و مجوزهای لازم، بهترین راه برای معرفی محصول مورد نظر به بازار شناسایی می‌شود.