



اللهم صل على محمد



# منابع و راه های کشف ایده



# ۱- بهره گیری از دستاوردهای پژوهشی

- تجاری سازی تحقیقات و دانش تولیدی در دانشگاه ها ، فعالیتی اجتناب ناپذیر در راستای جبران هزینه های تحقیق و توسعه دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی دولتی و خصوصی کشور است .
- تجاری سازی تحقیقات و دانش تولیدی در دانشگاه ها، علاوه بر فراهم آوردن ارزش های اقتصادی قابل توجه برای سازمان ها، منجر به رشد اقتصادی و فنی جامعه نیز می شود.



## ۲- ارتباط با بخش تحقیق و توسعه صنایع

- تجربه کشورهای توسعه یافته و صنعتی به ما نشان می‌دهد که بدون وجود ارتباط دانشگاه با صنعت، رشد و توسعه اقتصادی کشورهای غیر ممکن و حداقل بسیار دشوار است.
- امروزه بین ظرفیت‌های علمی کشور با نیازهای بخش صنعت فاصله‌ای مشاهده می‌گردد که باید هر چه سریعتر این شکاف با تعامل و همکاری بیشتر صنایع و مراکز علمی و دانشگاهی پر شود.
- یکی از راهکارهای برقراری ارتباط با صنعت توسط دانشجویان، برنامه کارآموزی دانشجویان در واحدهای صنعتی است.



## ۳- بهره گیری از مهارت ها، علاقه مندی ها و تجربیات خود

- ایده های پرطرفدار، اغلب در حوزه هایی نمود می یابند:

- ❖ که مهارت های شما در آنها متمرکز شده است

- ❖ و یا از علاقه مندی های شما محسوب می شوند.





## ۴- باز طراحی مدل کسب و کار موجود

- پس ایده خوب، لزوماً به معنای خلق یک محصول یا خدمت منحصر به فرد نیست.

- هنر شما در این نیست که وارد بازاری بدون رقیب شوید یعنی کسب و کاری ایجاد کنید که تا به حال به ذهن کسی خطور نکرده است.

- هنر کارآفرینی در این است که بتوانید با تغییری هرچند کوچک ولی خلاقانه در انجام یک کسب و کار موجود، ارزش جدیدی را به مشتریان خودتان ارائه نمایید.



خلق «ایده جدید کسب و کار»

**یعنی**

نوآوری در بازطراحی برخی ارکان

✦ یک مدل کسب و کار **موجود** ✦

و تقلید بقیه ارکان از رقبا



- برطرف کردن نیازهای مشتریان به **شیوه های جدید و برتر** نسبت به دیگران می تواند یک ایده جدید برای ما ایجاد نماید.

- و هر آنچه که بتواند **ارزش افزوده ای** بیشتر برای مشتریان به همراه داشته باشد، می تواند یک ایده مناسب برای آغاز کسب و کار به شمار رود.





# ارزش پیشنهادی (Value Proposition):

قلب هر کسب و کاری، ارزش ها و مزیت هایی است که برای مشتریان خلق نموده است.



دلیل **ترجیح یک محصول** نسبت  
به سایر محصولات از سوی  
مشتری **بیانگر ارزش پیشنهادی**  
آن برند برای مشتری است.



تازگی

هویت

بهبود

کاهش هزینه / ریسک

طراحی / برند

قیمت

تکمیل

دسترسی

سادگی

انواع پیشنهاد ارزش





## • تازگی (Freshness) :

• بروز رسانی محصولات موجود با بهر گیری از رویکردهای خلاقانه

• در زمان خرید تلفن همراهتان گزینه‌های مختلفی را برای انتخاب کردن داشتید، ولی در نهایت تصمیم به خرید یک گوشی با یک **مدل جدید** گرفته‌اید.

• تعدادی از مشتریان علاقه زیادی به استفاده از مدل های جدید و آزمایش محصولات تازه دارند.

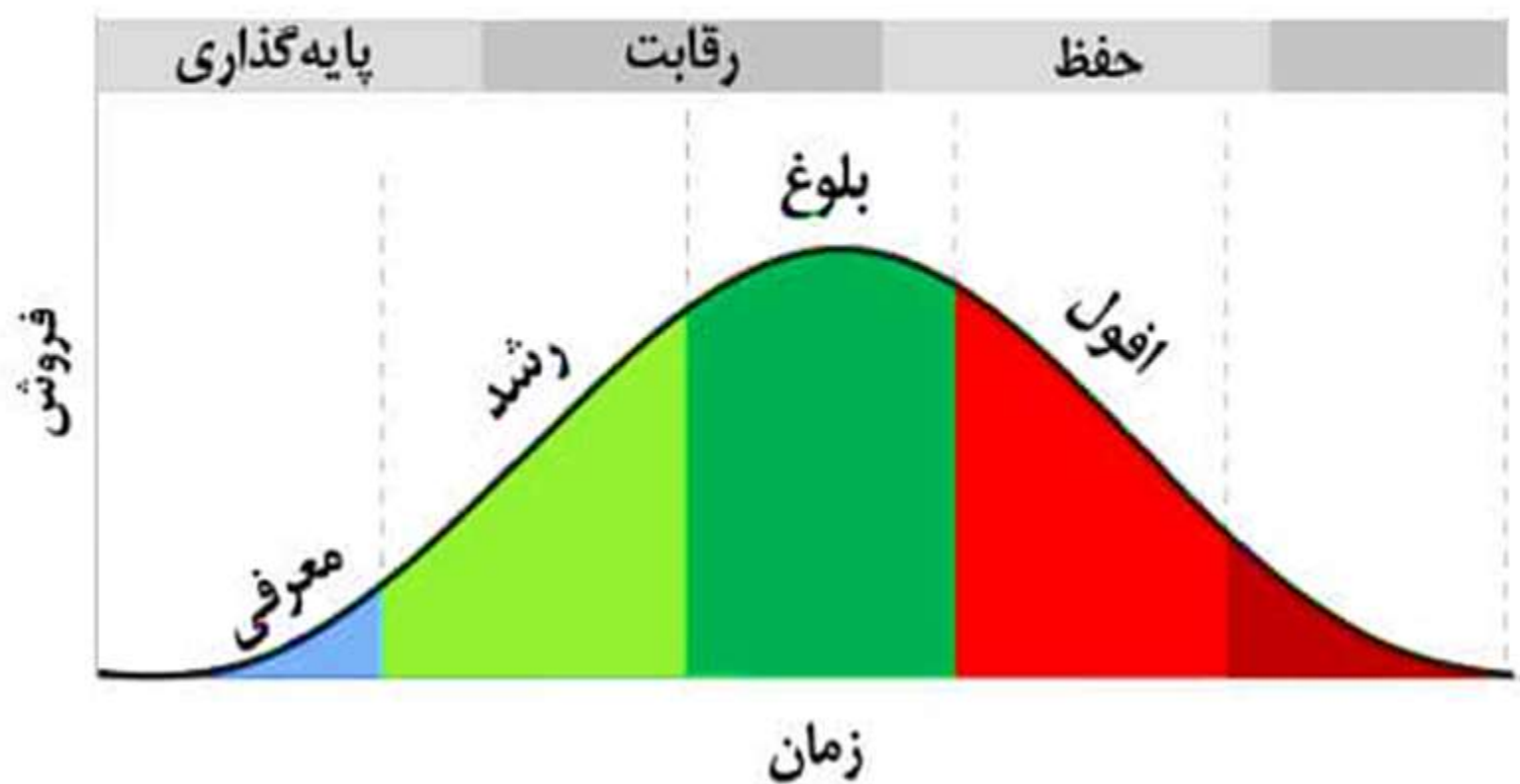


• مهمترین عاملی که باعث توفیق و برتری شرکت ها در بازار رقابتی جهانی می گردد؛

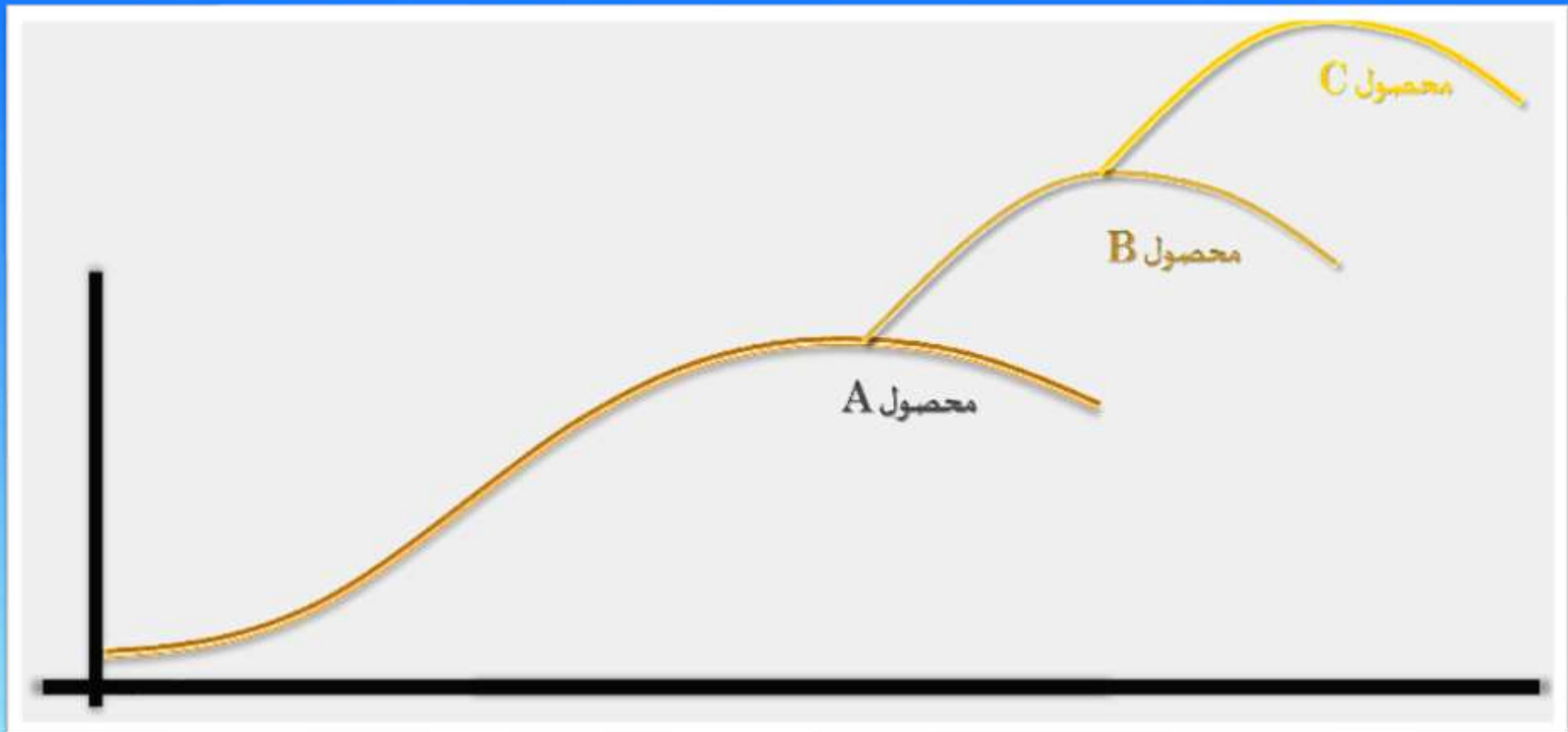
❖ داشتن قابلیت استمرار در طراحی و عرضه محصول جدید به بازار، سریع تر و مؤثرتر از سایر رقبا می باشد.



# چرخه عمر محصول







## عملکرد (Operation) :

# افزایش عملکرد و کارایی بخشی از محصول با توجه به نیاز مشتریان

- افزایش حساسیت و ویژگی یک تست تشخیصی
- افزایش دقت یک ابزار اندازه گیری
- بهبود کیفیت قطعات در تجهیزات پزشکی
- افزایش کیفیت دوربین موبایل
- افزایش سرعت پردازشگر موبایل برای بازی های رایانه ای
- افزایش سرعت خودرو یا افزایش کارایی سیستم سرمایه‌گذاری خودرو



# سفارشی سازی (Customization) :

## طراحی محصول برای گروه خاصی از مشتریان

- طراحی خودرو برای معلولان
- ایجاد منوی اختصاصی در رستوران برای افراد با بیماری های خاص
- طراحی محصولات آموزشی برای ناشنوایان و نابینایان
- طراحی محصولات گران قیمت و لوکس برای مشتریان خاص و بالعکس





# انجام کامل کار

- ❖ آموزش صفر تا ۱۰۰ طراحی سایت
- ❖ انجام کلیه امور ثبت شرکت از صفر تا ۱۰۰
- ❖ کلیه امور مالیاتی خود را به ما بسپارید
- ❖ انجام کامل امورات مربوط به ثبت اختراع
- ❖ دریافت کامل مجوزهای محصول را به ما بسپارید.

- پیشنهاد انجام کامل یک کار به مشتریان، دغدغه‌ها را از روی دوش آنها برداشته و آرامش خاطر را برای آنها به ارمغان می‌آورد.



## طراحی (Design) :

- در ذهن عده‌ای از ما طراحی و ظاهر یک محصول و خدمت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.
- ترکیب رنگ، جنس به کار رفته شده، مدل و طرح محصول، بسته بندی محصول و ... مواردی هستند که برای برخی از مشتریان به عنوان ارزش محسوب می‌شوند.
- برای مثال طراحی ظاهری گوشی آیفون و کاربری آسان یکی از ارزش‌هایی است که اپل به مشتریانش ارائه می‌دهد.



## برند

- از دیدگاه برخی افراد استفاده از برندی خاص باعث ایجاد منزلت و مقام می‌شود:

❖ مثلا داشتن یک ساعت رولکس، یا جدیدترین گوشی آیفون، یا یک برند خاص در پوشاک





# قیمت

- واقعیت این است که طیف زیادی از کاربران به قیمت حساس هستند و اگر قیمت اولویت اولشان نباشد، قطعاً اولویت دوم شان خواهد بود.
- به عنوان مثال یک منزل یا مسافرخانه کوچک و تمیز در تهران برای یک مؤسس استارت‌آپ که برای یک قرار ملاقات از شهرستان به تهران می‌آید ارزش مناسبی را ارائه می‌دهد.



# کاهش هزینه های مشتری

- اگر شما محصول یا خدمتی را ارائه دهید که نهایتاً در هزینه های مشتری صرفه جویی ایجاد شود، این نیز می تواند به عنوان یک ارزش کلیدی مورد استفاده قرار گیرد:

- مثلاً تولید محصول آموزشی که کاربر دیگر نیازی به رفتن به کلاس های آموزشی و صرف وقت برای آن را نداشته باشد،
- انجام ویزیت آنلاین توسط برخی پزشکان
- ساخت محصولات کم مصرف و کم استهلاک
- خرید اینترنتی و تحویل کالا درب منزل



# کاهش ریسک

- برای مشتری مهم است که در زمان خرید یک خدمت یا محصول، ریسکش را به حداقل برساند،
- اینجاست که بحث ضمانت نامه‌ها و گارانتی‌های فروش مطرح می‌شوند،
- مشتریانی که کاهش ریسک برایشان با اهمیت است، حاضرند هزینه بیشتری پرداخت نمایند ولی در ازای پرداخت این هزینه، ریسک کمتری را متحمل شوند.





## به اشتراک گذاری منابع

- شرکتی به صورت اشتراک زمانی، به مدت ۲ هفته در سال به ازای دریافت مبلغی به عنوان حق عضویت، یک ویلای نوساز و شیک را در اختیار شما قرار می دهد،



## قابلیت دسترسی

در خصوص قابلیت دسترسی می توان به اپلیکیشن موبایلی اشاره کرد که شما با استفاده از آن به نزدیکترین داروخانه دسترسی خواهید داشت.



## سهولت استفاده و راحتی

- برخی از مشتریان، یک محصول را به دلیل سهولت استفاده از آن خرید می‌کنند، مثلاً دوربین‌های Canon نسبت به دوربین‌های Nikon کاربری ساده‌تری دارند.
- سهولت در استفاده از محصولات برای کودکان و سالمندان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.
- حذف شدن و مینیمال شدن طراحی‌ها و کاهش پیچیدگی محصولات به واسطه ارائه درست این ارزش صورت گرفته است.





بررسی، انتخاب و خرید آنلاین

Key Partners



وارد کنندگان

پست

تولید کنندگان

تامین کنندگان

Key Activities



بازاریابی

تامین

تجارت

Key Resources



برند

وبسایت

محتوا

Value Proposition



بررسی و مقایسه

انتخاب آگاهانه

Customer Relationships



تبلیغات

رضیتم

تخفیفات

Channels



وبسایت

app

اکسپرس

Customer Segments



کاربران انبوه اینترنت

Cost Structure

توسعه وبسایت

انبار

خرید کالا



Revenue Streams

فروش متقیم



<b>شرکای کلیدی</b>  - ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی در وب	<b>فعالیت‌های اصلی</b>  - ثبت و انتشار رایگان آگهی - تحقیق و توسعه در جهت ارتقای خدمات - ارائه خدمات ویژه (غیررایگان)	<b>ارزش پیشنهادی</b>  - خرید کالای نو و مستعمل با سرعت و قیمت مناسب‌تر - فروش کالای نو و مستعمل با سرعت و قیمت مناسب‌تر - ارتباط سریع و بلاواسطه‌ی فروشنده و خریدار - قیمت مناسب کالا و خدمات به واسطه‌ی حذف هزینه‌های کمیسیون و دلالی - دسترسی به طیف وسیع بازار برای خریداران - دسترسی به طیف وسیع کالا و خدمات برای خریداران - امکان انتخاب هوشمندانه	<b>نوع ارتباط با مشتری</b>  - ارتباطات مکانیزه از طریق مرکز پشتیبانی - ارتباط مستقیم و شبانه‌روزی از طریق تماس تلفنی و ایمیل	<b>بخش مشتریان</b>  - شخصیت‌های حقیقی و کاربران آنلاین اینترنت - فعالین صنایع و پیشه‌های گوناگون
	<b>منابع اصلی</b>  - پلتفرم اصلی دیوار - مدیران و کارشناسان R&D - طیف وسیع مخاطبین و سرمایه‌ی اجتماعی ناشی از خدمات رایگان	<b>کانال‌های توزیع</b>  - وبگاه اینترنتی - اپلیکیشن موبایل		
<b>ساختار هزینه‌ها</b>  - هزینه‌های نیروی انسانی - هزینه‌ی زیرساخت‌های آنلاین - هزینه‌های تحقیق و توسعه - هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات		<b>جریان‌های درآمدی</b>  - درآمدهای ناشی از ثبت آگهی در حوزه‌ی استخدام و کاریابی - درآمدهای ناشی از سرویس‌های تکمیلی ثبت آگهی (آگهی فوری، نردبان و تمدید) - درآمدهای ناشی از ثبت لینک وبسایت در آگهی		





# رستوران

مسئله	راه حل	ارزش پیشنهادی	برتری مطلق	مشتریان
<p>امکان سفارشی سازی غذا طبق خواسته مشتری وجود ندارد</p>	<p>امکان سفارشی سازی غذا توسط مشتری</p> <p>درج ارزش غذایی و کالری تک تک مواد تشکیل دهنده غذا</p>	<p>مشتریان غذا را به دلخواه خود و با مواد تشکیل دهنده ای که دوست دارند سفارش می دهند</p> <p>ارزش غذایی و کالری تک تک مواد تشکیل دهنده غذا مشخص می باشد</p>	<p>امکان سفارشی سازی غذای سفارش داده شده</p>	<p>افراد شاغل ورزشکاران</p>
<p>در منوی رستوران ها کالری و ارزش غذایی مواد تشکیل دهنده غذا وجود ندارد</p>	<p>سنجه های کلیدی</p> <p>آشپز های ماهر</p> <p>وب سایت</p> <p>سفارشی سازی غذا</p>	<p>مقدار کالری و مواد غذایی که در طول روز مطابق رژیم خود باید مصرف کنید را ثبت و متناسب با آن غذای دلخواه خود را دریافت کنید</p>	<p>کانال</p>	
			<p>وب سایت</p> <p>نرم افزار موبایل</p>	
<p>ساختار هزینه</p> <p>هزینه خرید و یا اجاره ملک</p> <p>هزینه خرید تجهیزات</p> <p>هزینه طراحی سایت و وب هاستینگ</p> <p>حقوق پرسنل</p>		<p>جریان درآمد</p> <p>بر اساس مقدار و تعداد غذای سفارش داده شده متغیر است</p>		





## ۵- بررسی و پیش بینی روندهای اجتماعی، فرهنگی و دموگرافیک جامعه

- پیش بینی نیازهای آتی جامعه با توجه تغییرات دموگرافیک
- سالمندی جمعیت، کاهش رشد جمعیت (کاهش نیروی کار)
- پیش بینی نیازهای آتی جامعه با توجه به تغییرات سبک زندگی
- اشتغال زنان، کم تحرکی، زندگی آپارتمانی، مصرف غذاهای آماده، شیوع سرطان ها و بیماریهای قلبی عروقی)
- پیش بینی نیازهای آتی جامعه با توجه به تغییرات فرهنگی
- (گسترش فضای مجازی و لزوم کنترل آن برای کودکان، گسترش فرهنگ کارآفرینی)
- پیش بینی نیازهای آتی جامعه با توجه به تغییرات آب و هوایی
- (خشکسالی، آلودگی هوا)
- پیش بینی نیازهای آتی جامعه با توجه به تغییرات تکنولوژیک
- (اینترنت اشیاء، هوش مصنوعی، ربات ها)

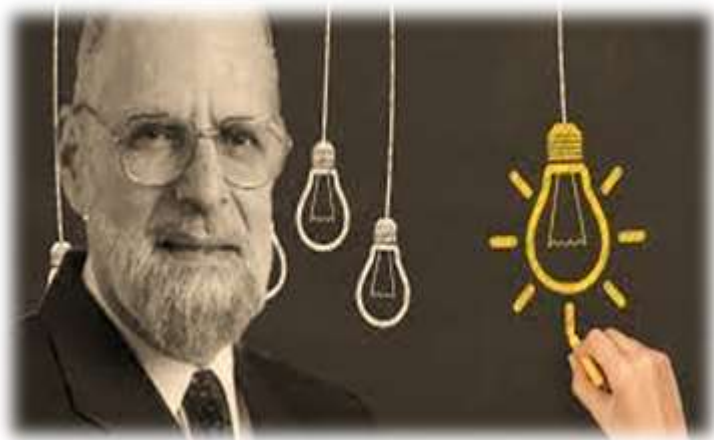








## ۶- بهره گیری از هوشیاری کارآفرینانه : Entrepreneurial alertness



ایزرائل مئیر کرزner  
اقتصاد دان آمریکایی

هوشیاری کارآفرینانه :

توانایی برای توجه به فرصت های کسب و کار بدون جستجو  
برای آنها تعریف شده است.





به طور خیلی ساده تر می توان گفت که هوشیاری کارآفرینانه در واقع توانایی درک و دیدن چیزهایی است که دیگران قادر به دیدن آنها نیستند.



- کارآفرینانی که دارای هوشیاری کارآفرینانه هستند، نسبت به تغییرات محیطی، رخدادها و روندهای موجود در یک صنعت حساس بوده و به آن توجه ویژه دارند.

- این تغییرات می‌تواند در فناوری، تغییرات در بازار، تغییرات در سیاست‌های دولت، رخدادهای شکل‌گرفته در یک دوره زمانی خاص و روندهایی باشد که در جمعیت و جامعه شکل می‌گیرد.

- همین هوشیاری کارآفرینانه باعث می‌شود که افراد مختلف، فرصت‌های متفاوتی هم پیدا می‌کنند چرا که میزان حساسیت افراد به این عوامل متفاوت است.



# • هوشیاری کارآفرینانه یعنی:

- دریافت اطلاعات از محیط،
- ارزیابی صحیح اطلاعات
- و برقراری ارتباط بین اطلاعات دریافتی و تحولات صنعت یا بازار



# اختراعات مهم تاریخ با بهره گیری از هوشیاری کارآفرینانه



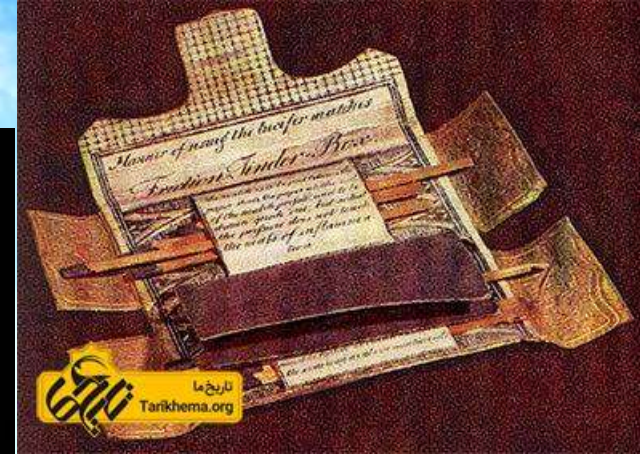


# کبریت

«جان والکر» شیمیدان انگلیسی



Namnak.com



# احتراق چوب بعد از هم زدن مواد یک ظرف!

- کبریت اولین بار در سال ۱۸۲۶ توسط «جان والکر» شیمیدان انگلیسی ابداع شد.
- والکر در آزمایشگاهش از قطعه چوبی برای هم زدن مخلوطی از آنتیموان سولفیت، پتاسیم کلرات، صمغ و نشاسته استفاده کرد.
- بعد از این که چوب را از ظرف مواد شیمیایی بیرون کشید برای پاک کردن مواد چسبیده به چوب، آن را روی میز کشید و با شگفتی تمام متوجه احتراق آن شد.
- به این ترتیب والکر برای نخستین بار کبریت اصطکاکی را کشف کرد.



# مخترع مايكروويفو

پرسی لی بارون اسپنسر Percy Lebaron Spencer





- پرسی لی بارون اسپنسر Percy Lebaron Spencer که مهندسی خودآموخته بود و حتی تحصیلات ابتدایی را نگذرانده بود مخترع دستگاه مایکروویو است.

- در سال ۱۹۴۶ میلادی دکتر پرسی لی بارون اسپنسر در حالی که درباره رادار و سیستم‌های راداری تحقیق می‌کرد ناگهان متوجه شد شکلاتی که در جیبش بود در اثر برخورد امواج ماگنترون منتشر شده از لامپ الکترونی که درباره آن تحقیق می‌کرد آب شده است.





- وی سپس دانه‌های ذرت را در نزدیکی این امواج قرار داد و پس از مدت زمان کوتاهی متوجه این موضوع شد که دانه‌های ذرت بتدریج تبدیل به پاپ کورن یا همان ذرت بوداده خواهند شد.

- به این ترتیب نخستین مایکروویو در سال ۱۹۵۴ میلادی با قدرت ۱۶۰۰ وات طراحی و ساخته شد.





اشخاص گاهی اوقات آنچه را که به دنبال آن نیستند می‌یابند.  
وقتی درست بعد از سپیده دم، در ۲۸ سپتامبر ۱۹۲۸ از خواب  
بیدار شدم، مطمئناً قصد نداشتم با کشف اولین آنتی‌بیوتیک یا  
قاتل باکتری، انقلابی در جهان در همه داروها ایجاد کنم.  
اما فکر می‌کنم این دقیقاً همان کاری بود که من انجام دادم.

**الکساندر فلمینگ**





- «سر الکساندر فلمینگ» در بازگشت از تعطیلات تابستانی، متوجه شد که یکی از ظروف کشت استافیلوکوک در آزمایشگاهش به یک قارچ آلوده شده است.
- و کلنی‌های استافیلوکوکی که بلافاصله قارچ را احاطه کرده‌اند از بین رفته‌اند،
- در حالی که کلنی‌های استافیلوکوکی دورتر از این قارچ طبیعی بودند.
- و همین اتفاق تصادفی، باعث شد تا او به یکی از داروهای مهم تاریخ پزشکی به نام پنی سیلین دست یابد.





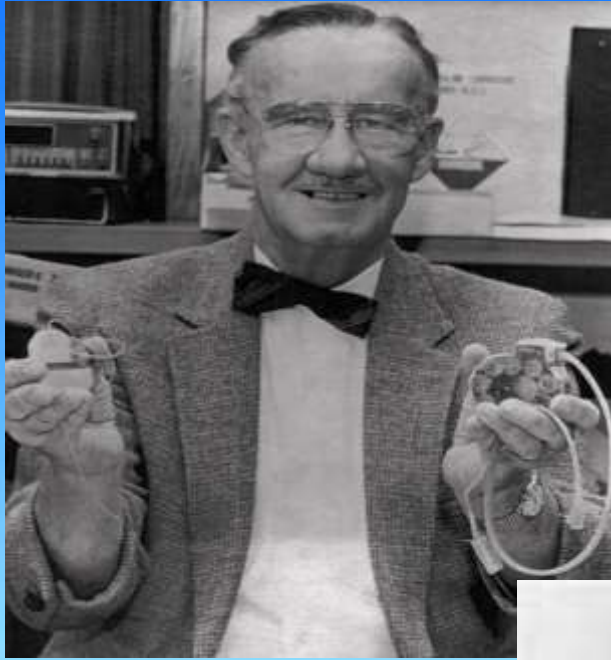


- در سال ۱۸۵۹ در حالی که رابرت چسبرو Robert Chesebrough شیمیدان آمریکایی از یک میدان نفتی در پنسیلوانیا بازدید می کرد، متوجه شد که کارگران این صنعت از نوعی روغن به دست آمده از نفت برای التیام زخم و جراحات خود استفاده می کنند.
- وی پس از مشاهده این موضوع ، به مدت یک دهه بر روی محصول مورد نظر خود کار کرد تا روغنی پاک، تصفیه شده و شگفت انگیز را به منظور استفاده در صنایع آرایشی و بهداشتی اختراع نماید.





«ویلسون گریت باخ»  
Wilson Greatbatch  
دستگاه ضربان ساز قلب pacemaker





# دستگاه ضربان ساز قلب pacemaker

## سرانجام انتخاب یک مقاومت اشتباه!

- «ویلسون گریت باخ» Wilson Greatbatch به عنوان استادیار مهندسی برق در دانشگاه بوفالو، هنگامی که در حال ساخت یک دستگاه ثبت ضربان قلب بود، رزیستور یا مقاومت اشتباهی برای تکمیل مدار دستگاه انتخاب کرد، اما متوجه شد که این مدار جدید، پالس‌های متناوب الکتریکی منتشر می‌کند و در نتیجه موفق به ساخت دستگاه ضربان ساز قلب شد.
- این باتری لیتیومی کوچک در میان بیش از ۳۲۵ اختراع ثبت شده به نام «گریت باخ» اختراع قابل توجهی است به خصوص که قصد اختراع آن را هم نداشته است!

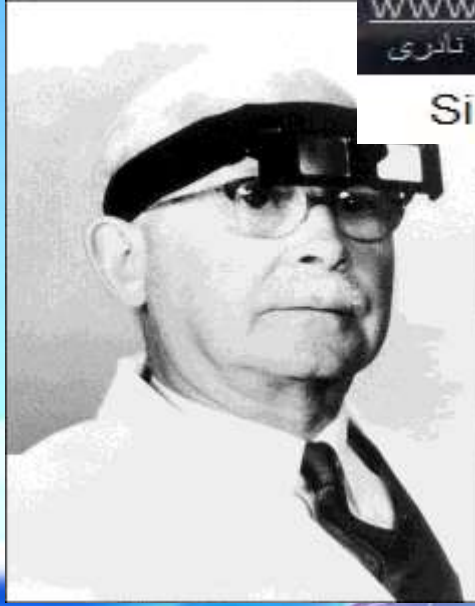




WWW.Dr-Nadim.com  
مرکز چشم پزشکی دکتر علیرضا نادری

Sir Harold Ridley

Harold Ridley



## لنز داخل چشمی

- سر هارولد ریدلی چشم پزشکی انگلیسی ، اولین کسی بود که در ۲۹ نوامبر ۱۹۴۹ در بیمارستانی در لندن لنز داخل چشمی را کاشت.
- در طول جنگ جهانی دوم، ریدلی، چشمان یک خلبان نیروی هوایی سلطنتی انگلستان را که با قطعات پلاستیک آسیب دیده بود بررسی می کرد.
- در طول معاینات ریدلی متوجه شد چشمان خلبان به قطعات این پلاستیک ناسازگاری نشان نداده است.
- این مشاهده تصادفی با پشتوانه تحقیقات متمادی دکتر ریدلی، باعث شد او در جراحی آب مروارید، این بیماری را با کاشت یک لنز پلاستیکی درمان کند.







ساخارین  
کنستانتین فالبرگ Constantin Fahlberg





• شیمیدان آلمانی به نام «کنستانتین فالبرگ» ساخارین را کشف کرد.

• وی در سال ۱۸۷۹ در دانشگاه «جان هاپکینز» روی ترکیبات آلی کار می کرد.

• یک شب پس از بازگشتن از آزمایشگاه و هنگام صرف شام، متوجه مزه شیرین عجیبی در دهان خود شد.

• صبح که به آزمایشگاه بازگشت به دقت روی میزها، قفسه ها و ظروف آزمایشگاه را واریسی کرد تا سرانجام به سرچشمه شیرینی پی برد.

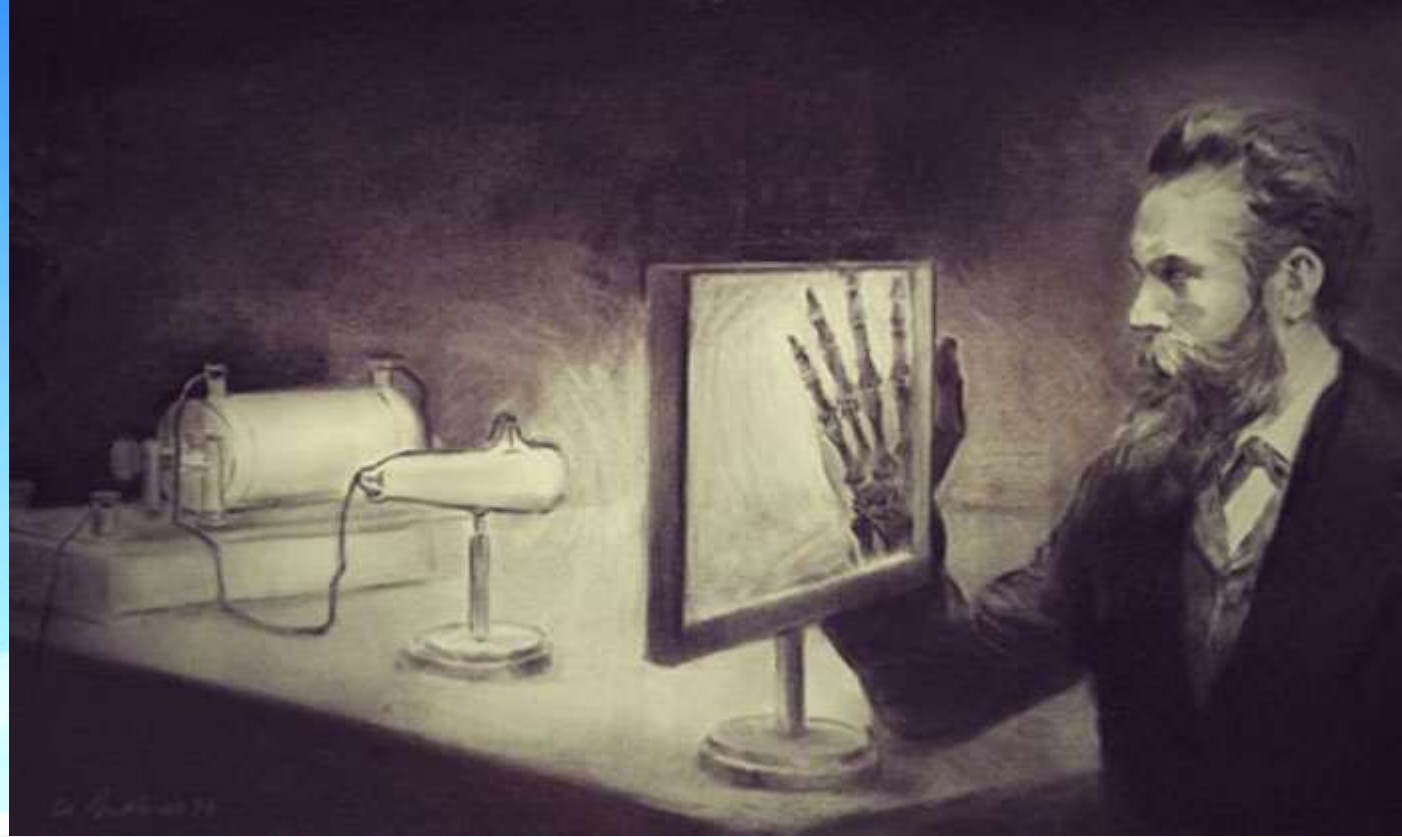
• وی با تحقیقات بیشتر توانست ساختمان شیمیایی ماده شیرینی را تعیین کند که آن را ساخارین نامید و راه را برای تولید انبوه آن هموار کرد.



# اشعه ایکس

ویلہلم کُنراد رونتگن

## Wilhelm Conrad Röntgen



- در سال ۱۸۹۵ فیزیک‌دان آلمانی ویلهلم کُنراد رونتگِن مشغول انجام یک‌سری آزمایش‌های روزمره با پرتوی کاتدی بود که متوجه شد یک تکه مقوای فلورسنت در طرف دیگر اتاق روشن شده است.
- یک صفحه ضخیم بین تشعشع‌کننده کاتدی وی و مقوا قرار داشت که ثابت می‌کرد ذرات نور از میان اجسام جامد عبور می‌کنند.
- رونتگِن دستش را مقابل لامپ گرفت در کمال شگفتی، استخوان‌های خود را در صفحه‌نمایش دید.
- رونتگِن که از این اتفاق شگفت‌زده شده بود، متوجه شد تصاویر شفافی را با استفاده از این تابش باورنکردنی می‌توان تهیه کرد.





نخستین تصویر از این نوع تصویر  
اسکلتی است که رونتگن از دست  
همسر خود گرفته است.





## هوشیاری کارآفرینانه، خود متأثر از چند عامل دیگر مانند :

- ویژگیهای شخصیتی
- شبکه های اجتماعی
- و دانش پیشین است.



دانش نیاز مشتری

تحصیلات

دانش بازار

تجربه شخصی

اطلاع از نیاز پنهان مشتری

آگاهی از نحوه خدمت  
رسانی مناسب به مشتری

آموزشهای کارآفرینی

تحصیلات مرتبط

شناسایی بازار مناسب

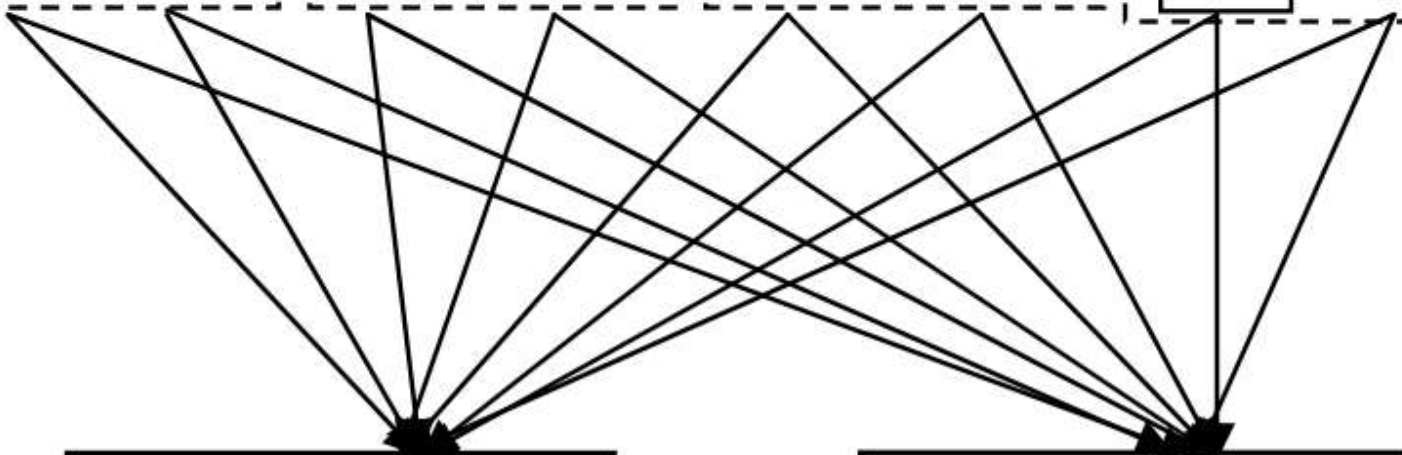
آگاهی از روند عرضه و  
تقاضا در بازار

مهارت استفاده از فناوری

تجربه کاری مرتبط

شناسایی فرصت

هوشیاری کارآفرینانه



۷- ایجاد بازار جدید یا توسعه بازار با مشخص نمودن استفاده جدید  
برای محصول

# به جای شغل جدید، بازار بسازیم

Create or Re-invent industries for the next generation



- رمز پیشرفت در اقتصادهای رو به رشد در بهره‌برداری از بازارهای موجود نیست؛ کلید موفقیت در ایجاد بازارهای جدید نهفته است .
- ویژگی نوآوران خلق بازار، توانایی برای شناسایی شرایطی که به نظر می‌رسد در آن «هیچ مشتری‌ای» وجود ندارد.
- کشف کاربردهای جدید برای محصول، شما را قادر می‌سازد تا به مشتریان جدید دسترسی یافته و بازارهای جدید را گسترش دهید.
- دستگاه‌های میکروویو ابتدا در صنایع غذایی استفاده می‌شد و بعداً کاربرد آزمایشگاهی نیز پیدا نمودند.





- کمپانی «جانسون» (Johnson) یک برند تخصصی آمریکایی در حوزه تولیدات محصولات بهداشتی کودک است.
  - پس از اینکه محصولات کودک جانسون به یک انتخاب محبوب برای نوزادان تبدیل شد، این شرکت تبلیغات گسترده ای را برای محصولات خود ویژه بزرگسالان آغاز کرد.
- "بهترین برای کودک - بهترین برای شما"



- در اینجا یادآوری این نکته مهم است که پیدا کردن یک بازار جدید آنقدر هم تصور می کنید کار سختی نیست،
- به عبارتی می توان گفت این کار به آسانی باز طراحی بسته بندی فعلی محصول است.
- مثلاً می توان در حوزه تولید مواد غذایی و شیرینی های مختلف، با استفاده از رنگ های مختلف و نوشته ها و تصاویر درج شده بر روی بسته بندی، یک محصول ثابت و مشترک را به دو گروه مختلف بزرگسالان و کودکان عرضه کرد.



## ۸- ارائه روش جدید در فرآیند تولید

- مکانیزه کردن فرآیند تولید
- افزایش سرعت فرآیند تولید
- افزایش دقت و کیفیت فرآیند تولید.
- کاهش هزینه های فرآیند تولید





## ۹- ایجاد منابع جدید برای تولید محصول

- استفاده از مواد پلاستیکی و چوبی به جای فلزات در برخی تجهیزات
- استفاده از منابع تجدید پذیر به جای منابع تجدید ناپذیر در فرآیند تولید محصول
- استفاده از منابع قابل بازیافت به جای منابع غیر قابل بازیافت در فرآیند تولید محصول





# ۱۰- بررسی روندهای بازار

- در بازار چه اتفاقاتی در حال رخ دادن است؟
- چه کالاهایی مورد استقبال قرار گرفته است؟
- گرایش مردم در آینده به سمت چه نوع محصولاتی است؟
- دغدغه های بازار چیست ؟
- مهمترین دلایل نارضایتی مشتریان از محصولات یک صنعت چیست؟





# ۱۱- توسعه شبکه اجتماعی

- شما با ایجاد ارتباط با افراد مختلف خود در حوزه های تخصصی مورد نظر خود، می توانید فرصت های زیادی را شناسایی کنید.
- طبیعتا شبکه اجتماعی فیزیکی از ارزش زیادی برخوردار است ولی نباید قدرت شبکه های اجتماعی مجازی را فراموش کرد.
- شما بواسطه شبکه های اجتماعی مجازی می توانید به آگاهی بیشتری در مورد روندها و فرصت های کارآفرینی دست پیدا نمایید.



# ۱۲- حضور در نمایشگاه ها، فن بازارها و گردهمایی های کارآفرینی

- حضور در نمایشگاه های مورد علاقه شما باعث توسعه شبکه اجتماعی شما می گردد؛
- و هم شما را در معرض ایده های مختلف قرار می دهد ؛
- شما از جدید ترین دستاوردها در آن حوزه آگاهی پیدا خواهید کرد؛
- ایده های اجرا شده زیادی را خواهید دید؛
- و قطعا ایده ها و فرصت های جدیدی را کشف خواهید کرد.



## ۱۳ - یادگیری و توسعه مهارت ها

- هر چقدر مهارت های مختلفی که به آنها علاقه دارید را دنبال کنید و آنها را آموزش ببینید، آگاهی شما افزایش یافته و ذهن شما به ابزارهای جدید برای بهره برداری از فرصت های آینده مجهز خواهد شد.
- مثلا شخصی بواسطه علاقه به گویندگی در دوره گویندگی شرکت کرده و همین مسئله باعث پایه ریزی اولین ایده استارتآپی وی در حوزه کتاب های صوتی گردید.





# ۱۴- بررسی روند های کشور های دیگر :

- در بسیاری از کشور ها بواسطه رشد صنعتی، فرصت های زیادی در حوزه کارآفرینی ایجاد شده است.
- قطعا با رشدی که در کشور ما در حال وقوع است، در آینده ای نه چندان دور این پنجره های فرصت برای ما نیز باز شده و باید از آنها بصورت بومی بهره برداری نماییم.
- پس مطالعه کسب و کارها و اخبار حوزه های مورد علاقه مان در کشور های پیشرفته، می تواند یک منبع خوب در زمینه شناسایی فرصت های کارآفرینی در آن زمینه خاص باشد.



# نمونه کسب و کارهای مشابه خارجی در ایران

1. استارتاپ اوبر **Uber** : اسنپ و تپسی (شبکه تاکسیرانی آنلاین)

2. استارتاپ آمازون **amazon** : دیجی کالا (فروشگاه اینترنتی)

3. استارتاپ ای بی **ebay** : دیوار و شیپور (شرکت تجارت الکترونیک)

4. استارتاپ **airbnb** : اسنپ تریپ و اقامت ۲۴ (گردشگری و رزور اقامتگاه های ارزان)

5. استارتاپ **freelancer** و **fiver** : پونیشا (انجام خدمات برون سپاری)

6. استارتاپ **google play** : کافه بازار (فروشگاه آنلاین نرم افزار)

7. استارتاپ **you tube** : آپارات (اشتراک ویدئو)

8. استارتاپ **app store** : سیبچه (پلت فرم برای توزیع نرم افزار دیجیتال)



# ۱۵- بررسی روندهای فناوری (آینده پژوهی در حوزه فناوری)

- فناوری های آینده به چه سمتی پیش می روند؟
- این روزها اخبار فناوری در چه زمینه هایی داغ است ، هوش مصنوعی ، اینترنت اشیا ، فناوری نانو ، ماشین های الکتریکی و ...
- جدیدترین مقالات و دستاوردهای پژوهشی به سمت چه نوع فناوری هایی است؟
- فناوری های تاثیر گذار در دهه آینده چه هستند؟
- مرور این فناوری ها و فرصت هایی که بواسطه آنها ایجاد می شود می تواند منبع بسیار خوبی در زمینه تشخیص فرصت های کارآفرینی باشد.



• چند سال پیش مقالات زیادی در خصوص موفقیت سیستم های پیغام رسان در آینده نوشته شده بود و در حال حاضر این اتفاق افتاده است و همان طور که می بینید ، این روزها نرم افزار های پیغام رسان ، مثل تلگرام و واتساپ از اقبال خوبی برخوردار شده اند.





## ۱۶- بررسی شرکت های موفق در زمینه های مورد علاقه

- یکی دیگر از منابع خوب در زمینه تشخیص فرصت های کارآفرینی در یک حوزه خاص، مطالعه و دنبال کردن فعالیت های شرکت هایی است که در حوزه مورد علاقه و تخصص شما در حال فعالیت هستند،
- اینکه ببینید چه ایده هایی جدید و برنامه های جدیدی در آینده دارند ، وارد چه بازارهایی قرار است بشوند و... می تواند منبع مناسبی برای کشف فرصت ها باشد.



## ۱۷- تاثیر رقبا بر ایده یابی تولید کالای جدید

- در این زمینه شرکت می تواند از آگهی های تبلیغاتی و سایر وسایل ارتباطی که رقبا از آن استفاده می کنند، اطلاعات ارزشمندی درباره کالاهای جدید تولیدی آنها به دست آورد.
- همچنین شرکت ها محصولات رقیب خود را می خردند تا برای پی بردن به نحوه کار این محصولات، آنها را از هم جدا کنند.
- مثلا شرکت فورد قبل از اینکه اتومبیل مدل تاروس Ford Taurus خود را به بازار عرضه کند، بیش از ۵۰ اتومبیل رقیب را برای کپی کردن با اصلاح قطعات، از هم جدا کرد.
- شرکت فورد سرانجام در اتومبیل مدل تاروس خود از پدال گاز اتومبیل آلودی ، باک سوخت اتومبیل مدل سوپرا از شرکت تویوتا، تایر و مکان قرار دادن جک اتومبیل بی ام و ، و ۴۰۰ ویژگی برجسته دیگر استفاده کرد.



# ۱۸- جستجوی ثبت اختراعات



- پتنت‌ها حاوی مجموعه‌ای عظیم از اطلاعات فنی هستند که شاید در هیچ منبع دیگری قابل دسترس نباشد.
- حتی در برخی مطالعات، بر این نکته تأکید شده که ۸۰ درصد از دانش و اطلاعات فنی، منحصرأ در پتنت‌ها منتشر می‌گردد.
- که از این اطلاعات، می‌توان برای پیشبرد مقاصد و اهداف کسب‌وکار استفاده نمود.





# کاربردهای پروانه های ثبت اختراع در راستای ایده پردازی

- شناسایی فناوری های در حال ظهور،
- دسترسی و پیش بینی پیشرفت های تکنولوژیکی و مسیر آن ها،
- شناسایی شکاف نهانی در بازار،
- رصد کردن رقبایان یا همکاران و میزان پیشرفت آن ها،
- شناسایی متخصصان و مخترعان برای رقابت هوشمند و به کارگیری آن ها،
- تحلیل رقابت های بین المللی به منظور سیاست گذاری
- شناسایی نوآوری های جدید و بهره گیری از آنها به منظور توسعه و تکامل محصولات موجود



- از آنجا که رصد اختراعات و تحلیل دقیق و هوشمندانه آنها، در گرو جستجو و شناسایی بهترین و مرتبطترین اسناد ثبت اختراع است، در نتیجه جستجوی پتنت امری استراتژیک و نیازمند دانش و مهارت کافی می باشد.



## ۱۹- بهتر است آخرین گام بردارنده باشید

- یعنی آخرین پیشرفت بزرگ را در یک بازار خاص انجام دهید و از سال ها یا حتی ده ها سال سود انحصاری آن برخوردار شوید.
- هنگامی که فیسبوک تأسیس شد، شبکه های اجتماعی زیادی وجود داشت، ولی این فیسبوک بود که توانست با اتصال به جهان به صدر شبکه های اجتماعی برسد.
- واضح است که گوگل اولین موتور جستجو نبود، بلکه زمانی که گوگل راه اندازی شد، موتورهای جستجوی زیادی وجود داشتند. ولی گوگل توانست با برداشتن گام نهایی، حرف آخر را بزند.
- حالا بازیگر بعدی که وارد یک عرصه می شود، باید کاملاً متفاوت عمل کند.



## ۲۰- بازارهای رقابتی در برابر بازارهای انحصاری

- اگر می خواهید ارزش دائمی به دست بیاورید، هیچ وقت سراغ محصولات تمایز نیافته نروید.
- پیتربیل در کتاب صفر به یک می گوید، راه اندازی شرکتی در یک صنعت رقابتی بدون هیچ تمایز خاصی، اصلاً راهکار خوبی نیست، چون تمام سودهای حاصل در راه رقابت با سایرین هدر می روند.
- به عقیده نویسنده کتاب صفر به یک، بهتر است سعی کنید یک تجارت انحصاری به وجود بیاورید. می توانید این کار را با ابداع فناوری اختصاصی، بهره برداری از مزیت مقیاس، اثر شبکه ای یا داشتن برند تجاری برتر انجام دهید.





## ۲۱- کشف ارزش پنهان به جای رقابت با غول های حاضر در بازی

- در جامعه همیشه تأکید زیادی بر رقابت می شود.
- حتی در همان ابتدا در نظام آموزشی نیز به ما آموخته می شود که برای موفقیت و کسب برتری همیشه باید رقابت کنیم.
- ولی اساسا استارتاپ های موفق دیدگاه کاملا متفاوتی دارند.
- آنها به جای رقابت، تلاش می کنند تا «ارزش پنهان» را پیدا کرده و بازی خود را در آنجا شروع کنند، نه اینکه با سایرین رقابت کنند!



- یک مثال بسیار خوب برای این دیدگاه پیتر تیل، «ایر بی ان بی (Airbnb)» وبسایت اینترنتی اجاره مکان های اقامتی است.

- ایر بی ان بی به جای آنکه بخواهد خودش امپراطوری به سبک مجموعه هتل های هیلتون به وجود بیاورد و بخواهد با غول های صنعت هتل جهان رقابت کند، اساسا یک روش کاملا جدید برای اقامت دهی مردم به وجود آورد.

- در نتیجه، ایر بی ان بی حالا تبدیل به یک استارتاپ میلیاردی شده است.



## ۲۲- کشف اسرار

• پیترو تیل در جای دیگری در کتاب صفر به یک می گوید که دو نوع راز وجود دارد:

- رازهایی که مربوط به طبیعت
- رازهای ما آدم ها

• رازهای طبیعت :

- ❖ اکتشافات علمی،
- ❖ ارائه یک فناوری جدید،
- ❖ در کنار هم قرار دادن تکه های پازل بهتر از سایرین
- ❖ مثال هایی مانند رابط صفحه لمسی برای تلفن های هوشمند



- ولی بسیاری از استارت‌آپ‌ها از رازهای ما آدم‌ها به نفع خود بهره برده‌اند.
- قبل از اینکه ایر بی بی ان بی به چنین موفقیت عظیمی دست پیدا کند، چه کسی فکر می‌کرد میلیون‌ها نفر حاضر باشند یکی از اتاق‌های اضافی خانه خود را به دیگران اجازه دهند؟
- ایر بی بی ان بی به خوبی پی به این راز برد و توانست از آن استفاده کند.
- گاهی اوقات یک کارآفرین باید خود را جای یک دانشمند، جامعه‌شناس یا روانشناس بگذارد تا بتواند هر چه بیشتر به این رازها پی ببرد.
- رازهایی که در نهایت می‌توانند به ایده‌ها و خدمات جدید منجر شوند.





## ذائقه و ماهیت ما انسان ها دائم ها در حال تغییر است

نکته مهمی که باید همیشه به آن توجه داشته باشید این است که طبیعت، رفتار اجتماعی و فناوری ما انسان ها در طول زمان دستخوش تغییر می شود.

- برای مثال، آمریکایی های سفیدپوست ممکن است در اوایل قرن بیستم هیچ تمایلی به خرید آثار موسیقی سنتی آفریقایی - آمریکایی ها نداشتند.

- ولی امروز، موسیقی هیپ هاپ و رپ به محبوبیت گسترده ای دست یافته و به همان نسبت سود سرشاری را به سوی شرکت های نشر موسیقی سرازیر کرده است.

- به همین طریق، اگر همیشه حواستان به تغییر ذائقه و ذات ما انسان ها و فناوری های روز باشد می توانید دست به خلق ایده های جدیدی برای استارتاپ های میلیاردی بعدی بزنید!

- چه کسی می توانست پیش بینی کند که ما در اوایل دهه ۲۰۲۰، دائم از غذاهای خودمان عکس بگیریم و به دیگران نشان دهیم؟ ولی این دقیقا همان کاری است که حالا بسیاری از ما با شبکه های اجتماعی همچون اینستاگرام انجام می دهیم!

