

۱۴۴ ۱۹ ۲۲

به نام خدا

# اسرار نوآوری استیو-جایز اصولی برای موفقیت‌های خارق‌العاده

تألیف:

کارمین کالو

ترجمه:

دکتر مرتضی موسی‌خانی

موسی عوض‌زاده

حامد رحمانی

|                     |                                                                                                                       |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : گالو، کارماین، ۱۹۶۵ - م.<br><b>Gallo, Carmine</b>                                                                   |
| عنوان و نام پدیدآور | : اسرار نوآوری استیو- جایز اصولی برای موفقیت‌های خارق‌العاده/ ترجمه: دکتر مرتضی موسی‌خانی، موسی عوض‌زاده، حامد رحمانی |
| مشخصات نشر          | : تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، سازمان چاپ و انتشارات، قزوین: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، ۱۳۹۴.                    |
| مشخصات ظاهری        | : ۲۱۶ ص: مصور، جدول، نمودار.                                                                                          |
| شابک                | : 978-964-10-3362-2                                                                                                   |
| وضعیت فهرست‌دهی     | : فبیای مختصر                                                                                                         |
| یادداشت             | : فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: <a href="http://opac.nlai.ir">http://opac.nlai.ir</a> قابل دسترسی است.           |
| یادداشت             | : عنوان اصلی: success The Innovation Secrets of Steve-Jobs principles for phenomenal                                  |
| شناسه افزوده        | : موسی - مرتضی، ۱۳۴۵ - مترجم                                                                                          |
| شناسه افزوده        | : عوض‌زاده، موسی، ۱۳۵۸ - مترجم                                                                                        |
| شناسه افزوده        | : رحمانی، حامد، ۱۳۶۲ - مترجم                                                                                          |
| شناسه افزوده        | : دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین                                                                                     |
| شماره کتابشناسی ملی | : ۳۷۸۳۳۸۸                                                                                                             |



|            |                                                              |
|------------|--------------------------------------------------------------|
| عنوان      | : اسرار نوآوری استیو- جایز اصولی برای موفقیت‌های خارق‌العاده |
| ترجمه      | : دکتر مرتضی موسی‌خانی، موسی عوض‌زاده و حامد رحمانی          |
| ناشر       | : سازمان چاپ و انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی                  |
| سال انتشار | : ۱۳۹۴                                                       |
| نوبت چاپ   | : اول، ۱۳۹۴                                                  |
| شمارگان    | : ۳۰۰۰ نسخه                                                  |
| قیمت       | : ۱۳۰۰۰ تومان                                                |
| شابک       | : ۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۳۳۶۲-۲                                          |

© کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است ©

ساختمان مرکزی: قزوین، بلوار نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین ۳۳۶۷۵۷۸۷-۲۸  
 مرکز پخش: ۳۳۶۸۸۰۵۸-۲۸  
 مراکز فروش تهران: پخش حدیث، سیمای دانش، نشر کتاب دانشگاهی، عابد، علوم پویا، دیانت  
 آدرس سایت: [www.giau.ac.ir](http://www.giau.ac.ir)  
 پست الکترونیک: [spc@giau.ac.ir](mailto:spc@giau.ac.ir)

| صفحه | عنوان                                                                        |
|------|------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | مقدمه                                                                        |
| ۹    | فصل اول: اگر استیو جابز در موقعیت ما قرار داشت چه کاری را انجام می داد؟      |
| ۲۲   | اصل اول: کاری را انجام بده که به آن عشق می ورزی                              |
| ۲۴   | فصل دوم: از قلب (دل) خود تبعیت کنید                                          |
| ۳۴   | فصل سوم: درباره شغل خود متفاوت بیندیشید                                      |
| ۵۲   | اصل دوم: تأثیری بهمانی داشته باشید                                           |
| ۵۴   | فصل چهارم: بهایم بیش از ایده پردازان باشید                                   |
| ۷۰   | فصل پنجم: درباره چشم اندازتان متفاوت بیندیشید                                |
| ۸۶   | اصل سوم: مغز خود را به کار بیندازید                                          |
| ۸۸   | فصل ششم: همیشه به دنبال تغییرات تازه باشید                                   |
| ۹۹   | فصل هفتم: درباره طرز تفکر خود متفاوت بیندیشید                                |
| ۱۰۸  | اصل چهارم: در فکر فروش رؤیا ونه (فرش) موصول باشید                            |
| ۱۱۰  | فصل هشتم: نخبگی را در جنون آن هاجستجو کنید                                   |
| ۱۳۰  | فصل نهم: درباره مشتریان خود متفاوت بیندیشید                                  |
| ۱۳۸  | اصل پنجم: به هزاران چیز "نه" بگویید                                          |
| ۱۴۰  | فصل دهم: سادگی نهایت پیشرفتگی است                                            |
| ۱۵۷  | فصل یازدهم: اندیشه ای متفاوت درباره طراحی داشته باشید                        |
| ۱۷۴  | اصل ششم: تجاربی بزرگ و ماندگار برای مشتریان خلق کنید                         |
| ۱۷۶  | فصل دوازدهم: ما آماده ایم تا به رشد و پیشرفت شما کمک کنیم                    |
| ۱۸۷  | فصل سیزدهم: درباره تجربه ای که مشتری از برندناتان خواهد داشت متفاوت بیندیشید |
| ۱۹۸  | اصل هفتم: استاد اطلاع رسانی پیام خود باشید                                   |
| ۲۰۰  | فصل چهاردهم: استیو جابز بزرگ ترین داستان سرای شرکتی جهان                     |
| ۲۰۹  | فصل پانزدهم: درباره داستان خود متفاوت بیندیشید                               |

## پیش‌گفتار مترجمان

«وقتی که بزرگ بشی، احتمالا بهت می‌گویند دنیا را همین‌طوری که هست بپذیر؛ می‌گویند زندگی یعنی این که بتونی توی این دنیا امر را معاش کنی و سعی کنی زیاد با موانع برخورد نکنی ولی این یک زندگی کاملاً محدوده وقتی این حقیقت ساده را کشف کنی زندگی می‌تونه خیلی وسیع تر باشه. هر چیزی که در اطراف شماست و تو بهش می‌گی زندگی توسط آدم‌ها ساخته شده که از تو باهوش‌تر نیستند و تو می‌تونی تغییرش بدی، می‌تونی روش اثر بگذاری و می‌تونی ابداعات خودت رو خلق کنی که بقیه هم بتونند ازش استفاده کنند و این باور غلط را دور بریز که زندگی همینه که هست و باید بپذیری چه بی‌بگذرونیش. برعکس در آغوش بگیرش، تغییرش بده، بهترش کن، تاثیر خودت رو روش بگذار و وقتی این را با بگیري ديگه آن آدم سابق نیستی این به افتخار دیوانه‌هاست، اخراجی‌ها، کله‌شوها، دردسر سازها، آدم‌های اشتباه، کسانی که نگاهشان به مسائل متفاوت، آن‌ها از قوانین خورششان نمی‌آید و احترامی برای شرایط موجود قائل نیستند. میشه ازشون نقل قول کرد، با اونها مخالفت کرد، تحسین‌شون کرد یا ازشون بدگفت ولی تنها کاری که همیشه ما می‌تونیم کرد این که نادیده بگیریم شون چون اونها شرایط را تغییر می‌دهند. وضعیت را به جلو می‌برند و با این که ما از نظر بعضی‌ها دیوانه باشند از نظر ما نابغه هستند. چون آن آدم‌هایی که دیوانه هستند و فکر می‌کنند دنیا را می‌تونیم تغییر بدیم واقعا این کار را می‌کنند.»

شماره پنجم

شاید جملات استیو جابز تداعی‌گر این موضوع باشد که زندگی فقط گذران امور نیست که خود را به جریان آن بسپاریم بلکه باید زندگی را در آغوش گرفت. مدیر به دنبال بر هم زدن وضع موجود و نه ماندن در آن است و به درستی آینده‌نگری و تحول‌آفرینی ذات همه آنانی است که مدیر خطاب می‌شوند. بر این باوریم که در دنیای پر تلاطم امروزی جای آرمیدن بر روی افتخارات گذشته نیست بلکه باید مشتاقانه به استقبال تغییر برویم در غیر این صورت مثل ما مثل قورباغه‌ای است که خواهان باقی ماندن در آب، بدون توجه به تغییر شرایط محیط و فارغ از این مسأله که با بالا رفتن دمای آب، یخنه و محکوم به فنا می‌شود.

امروزه کمتر کسی را می‌توان یافت که در این کره خاکی زندگی کرده باشد و از تأثیر شرکت آپل و مؤسس آن استیو جابز بی‌خبر باشد. شاید سوالی که ذهن همه را درگیر کرده این است که او چگونه این همه نوآوری را خلق نموده است؟ ممکن است از نظر شما مهم نباشد اما با مطالعه مطالبی درباره سرمایه‌گذاری قطعا نظراتان تغییر خواهد کرد. یادتان باشد ما از کسب و کار خود پول در می‌آوریم و پول را در جایی مانند مسکن سرمایه‌گذاری می‌کنیم و سود حاصل از آن را به صورت اوراق یا شکل‌های دیگر مجدداً سرمایه‌گذاری می‌کنیم و این چرخه ادامه می‌یابد. این کسب و کار است که باعث تداوم این چرخه می‌شود. با راه اندازی کسب و کاری پس بزرگ می‌توانید با آهنگی سریع‌تر به ثروتی بزرگ برسید. تحول و چرخش سریع جهان به سمت ماهواره، دیجیتال و سرعت خیره‌کننده تغییرات تکنولوژی در صنعت نرم افزار راه را برای آنانی هموار می‌کند که تحول آفرین و دگراندیش بوده و با نگاهی متفاوت بر جهان می‌نگرند، کافی است به فیس بوک نگاه کنید، مارک زاکربرگ در ۲۶ سالگی یک میلیارد شد. استیو جابز نیز میراث عظیمی که باعث افتخار همگان می‌شود را برای ما به ارمان گذاشته است. کتاب ارزشمند اسرار نوآوری است. جابز با طرح مسائل مختلف موضوع نیازمندی به خلق نوآوری را آشکار می‌کند، به طور کلی نقشه ذهنی این کتاب در شکل (الف) تشریح شده است. لازم است در انتها از زحمات سرکار خانم فاطمه شریف‌نژاد که در امر ویراستاری کتاب همکاری نمودند تقدیر و تشکر شود.

www.ketab.ir

\*

- 
- ۱- مارک الیوت زاکربرگ (Mark Elliot Zuckerberg) متولد ۱۴امه ۱۹۸۴ برنامه‌نویس رایانه و مؤسس وبگاه شبکه اجتماعی آنالیز فیس‌بوک در آمریکا است. مجله تایمز وی را به عنوان شخصیت سال ۲۰۱۰ انتخاب کرده‌است. او به عنوان یک دانشجوی دانشگاه هاروارد اقدام به تأسیس این وبگاه کرد. او اکنون به عنوان مدیر اجرایی در فیس‌بوک فعالیت می‌کند. در سال ۲۰۰۸، مجله فوربس او را به عنوان جوان ترین میلیاردر که ثروتش را شخصا کسب کرده معرفی نمود.



اگر تا کنون راه و معرفی محصولات این توسط چایز را ندیده اید توصیه می کنم به بوترب سری بزرگد و فترا کشید چایز اسناد معرفی کردن و یک مانترا گوی (اسناد سری) عاقل الهام است. او چایز فروش کلپوتر، به فروش رویا و آروز مشغول است. محصولات این دارای نوآوری ها و طرح های پهنی بسیار موثری است چایز می گوید با شروع رویا (معنق) ساختن رویای مشتریان فروش ما بطور قابل ملاحظه ای افزایش یافت.

**اصل چپال: بهیچای فروش**  
**محصول به فروش رویا**  
**مبارت کشید**



مکان موجودی است دارای عادت و هادها با هدف آسانتر کردن زندگی شکل می گرفته برای قمار دادن کلید نماز خود، باید به دیال تجارت جدید و جستجوی راه حل های جدید در محیط های متفاوت باید برای مثال منبع برق لب تاب ضرورت کامل برق را از منبع قطع می کنند. با برخورد از به سیم برق بطور خودکار سیم قطع می شود و از وا زنگون شدن لب تاب ایمنی می کنند این یک ایده نوآورد لب تاب ایمنی از طرح باغی زبانی عاقل گرفته است. این همیشه عاقل از سوره فر خود دیال کشید های جدید باشد.

**نشار دجید**  
**ووم: کلید نماز خود را**



متنها با انگیزه و الهام است که می توان بهترین نوآوری را خلق شود. قیه ساده است در مولیبه ما با ساختن ما و تلاش است. کوچک بودن و کوچک بودن کار آسانی است. اگر ذهن شما به الزکادای چایز معقول باشد قطعاً نتیجه کارتان بسیار بزرگ خواهد بود.

**اصل دوم: دارای تاثیر**  
**بهیچای کشید**



ماز زندگی باید لذت برد و کسب و کار چایز از لذت زندگی است بنابراین با این هاد به شای که از آن منتظر هستید خود را از لذت های زندگی محروم نکنید. ممکن است حتی نظری متفاوت داشته باشید و بگویند پس چگونه کسب درآمد کنیم و با این رویه بسیار پر ریسک است. با خود صادق باشید. زمانی که استیو چایز به دیال کشیدگان بودن در کلاهی خوشنویس شرکت کرد همه او را دوره قلنداد می کردند. امروزه اگر از فروش های شکیل و زیبای کلپوتر استفاده می کنیم دلش همین شرکت چایز در کلاهی خوشنویس است و این همان اثری است که نویسنده در اینجا عنوان نموده.

**اصل اول: کلاهی را انجام بده**  
**که به آن عشق می روزی**



مؤسسه عنوان می کند که اگر تا کنون راه و معرفی محصولات این توسط چایز را ندیده اید توصیه می کنم به بوترب سری بزرگد و فترا کشید چایز اسناد معرفی کردن و یک مانترا گوی (اسناد سری) عاقل الهام است. او چایز فروش کلپوتر، به فروش رویا و آروز مشغول است. محصولات این دارای نوآوری ها و طرح های پهنی بسیار موثری است چایز می گوید با شروع رویا (معنق) ساختن رویای مشتریان فروش ما بطور قابل ملاحظه ای افزایش یافت.

**اصل هشتم: اسناد اخراج**  
**رسانای پیام خود باشید**



آیا تاکنون به فروشگاه های سرایان این فروشگاه همیشه سعی در بالا بردن قیمت ها و تلاش می کنند تا کلپوترهای گیت را با این دارند قطع به ذکر چایز بیشتر بودند در نهایت شکست را تجربه کردند. در طراحی فروشگاه های خود از اسناد کشید تمام شرکت های دیگر سعی می کنند از این کل برداری کنند اما موفق نمی شوند عنوان می کنند که زمانی که در آن زمان وارد مجموعه های فروشگاهی شد که در آن این قرار داشت و سوله ای از جمعیت بود که روبروی آن فروشگاه سونی قرار داشت.

**اصل ششم: بهیچای بسیار بزرگ و ماندگار برای مشتری خلق کنید**



ما این سخت ترین اصلی است که چایز پیاده می کرد با نگاه به آی یاد متوجه می شد این محصول اجازه تبادل باثری ما را به شما نمی دهد. چایز در برابر لحاظ کردن این قابلیت مقاومت کرد زیرا اسناد کردن تغییر دهنده باثری باعث افزایش پیچیدگی و در نتیجه کاهش اعتماد مشتری می شود. شما برای هر روزی یک خروجی ایجاد می کنید با حلق یک چیز از سر دو سنده خلاص شدید.

**اصل پنجم: به لرون چوب نه بید**



شکل (الف): نقشه ذهنی اسرار نوآوری استیو چایز

توماس فریدمن روزنامه‌نویس نیویورک‌تایمز در نامهای سرگشاده خطاب به باراک اوباما رئیس‌جمهور آمریکا با به چالش کشیدن سیاست‌های اشتغال‌زایی دولت از اوباما درخواست کرد تا زمینه خلق جایز بیشتری (منظور استیو جابز و شغل) را فراهم کند. در بخش دوم این نامه، فریدمن تصریح می‌کند که باید میلیون‌ها کودک آمریکایی و نه فقط نخبگان را نسبت به نوآوری و کارآفرینی علاقه‌مند و مشتاق کرد. اگر خواهان ایجاد فرصت‌های شغلی مفیدتری هستید باید با کمک رده محیطی را فراهم کرد که در آن نوآوری فرصت بروز و ظهور و توسعه را داشته باشد. کوتاه سخن این که کشور به افراد بیشتری مانند استیو جابز از مؤسسين و مدیرعامل اپل نیاز دارد. اپل با معرفی آی‌فون که به عنوان انقلابی در نوآوری دهه حاضر محسوب می‌شود موفق شد در سال ۲۰۱۰ رکورد مایکروسافت را پشت سر گذاشته و به یکی از باارزش‌ترین شرکت‌های فناوری در جهان تبدیل شود و این یک موفقیت خارق‌العاده برای هر شرکتی مخصوصاً شرکت اپل که فعالیت خود را از یک اتاق خواب کوچک شروع کرده بود محسوب می‌شود.

- 
- 1- Times
  - 2- Decade from hell
  - 3- Jobs

آمریکا با ورود به دهه دوم در هزاره جدید با مشکلات عدیده‌ای مواجه است. میلیون‌ها نفر بیکار و بی‌خانه شده‌اند و تعداد زیادی هر دو معضل را باهم تجربه می‌کنند. از هر شش آمریکایی یک نفر از یارانه‌های غذایی دولت استفاده می‌کند. آموزش همگانی نیازمند اصلاحات بنیادی است و شرکت‌های تجاری و کسب‌وکار در هر گوشه‌ای از کشور برای برون‌رفت از خطر ورشکستگی و تعطیل شدن تفل می‌کنند. روزنامه تایمز<sup>۱</sup> در یادداشتی می‌نویسد: «دهه نخست این قرن که از حمله تروریستی ۱۱ سپتامبر شروع می‌شود و به رکود مالی و اقتصادی ختم می‌شود، یکی از مایوس‌کننده‌ترین و بدترین دهه‌هایی است که ایالات متحده در دوره بعد از جنگ جهانی دوم تجربه کرده است». تایمز این دوره را دهه جهنمی<sup>۲</sup> می‌نامد و ادامه می‌دهد «بهترین چیزی که می‌توان درباره این دوره گفت این است که این دوره تمام شده است».

رکود شدید اقتصادی به بخش‌های زیادی در گوشه و کنار جهان سرایت کرد و وضعیت کشورهای که از قبل با مشکلات اقتصادی، سقف محدودیت در زیرساخت‌ها، مشکلات زیست‌محیطی و فقر مفرط دست‌وپنجه نرم می‌کردند را تشدید کرد. پیشرفت واقعی در دهه پیش‌رو نیازمند ارائه ایده‌های جدید، خلاق و نوآور هست. به گفته بیل گیتس یکی از مؤسسين مایکروسافت: «کلید موفقیت، تداوم نوآوری و خلاقیت است». به اعتقاد او «طی در قرن گذشته نوآوری برای ما عمری طولانی‌تر و انرژی ارزان و وفور غذا را به ارمغان آورده است. عدم تداوم نوآوری، در بخش سلامت، انرژی یا غذا در دنیای ده سال آینده تصویری ناامیدکننده و تاریک از آن زمان را ترسیم می‌کند». در نتیجه شرکت‌های کسب‌وکار و افراد باید از دو اصل خلاقیت و نوآوری استقبال کنند. در غیر این صورت در شرف که نیاز مبرم و حیاتی عصر ماست مجال عرض‌اندام نخواهد داشت.

خوشبختانه، رکود اغلب به‌عنوان کاتالیزوری برای بروز نوآوری عمل می‌کند. به گفته مدیرعامل آی بی ام آدالینو سانچز «قرار گرفتن در موقعیتی که ما را مجاب می‌کند تا تصمیم‌های خلاقانه اتخاذ کنیم و با داشته‌های کمتر کارهای بزرگ‌تری را انجام دهیم باعث پیدایش احساس نیاز و نوآوری می‌شود. درحالی‌که در وضعیت عادی چنین نیازی احساس نخواهد شد. پول بیشتر به نوآوری بیشتر منتج نمی‌شود. بلکه این نحوه استفاده از پول است که میزان و کیفیت نوآوری را مشخص می‌کند».

به گواه تاریخ، بزرگ‌ترین نوآوری‌ها همیشه در دوران سخت اقتصادی رقم خورده است. طبق گزارش سالانه شرکت بوز و کمپانی<sup>۳</sup> در ۲۰۰۹، «تلویزیون، دستگاه زیراکس، ریش‌تراش برقی، رادیو اف ام و

1- Decade from hell

2- Booz & Company



چندین پیشرفت فن‌آوری دیگر در دوران رکود شدید اقتصادی جهان تولید شدند. شرکت‌هایی مانند دوپونت<sup>۱</sup> که ۴۰ درصد درآمد آن در ۱۹۳۷ ناشی از محصولات تولید شده بعد از سال ۱۹۳۰ بود با دنبال کردن سیاست‌های معطوف به نوآوری نه تنها به دنبال برون‌رفت از مهلکه رکود اقتصادی بودند بلکه با اتخاذ این رویکرد برای رسیدن به رشد سود پایدار برای چندین دهه آینده نیز بسترسازی کردند.

تحقیق بوز و کمپانی نشان می‌دهد دوران سخت اقتصادی خاستگاه پیدایش نوآوران برجسته بوده است. این نوآوران موفق در مواجهه با ناملایمت‌ها با اتکا به توانمندی‌های خود و اتخاذ اقدامات متهورانه و جسورانه همواره فرصت‌های جدیدی را برای ارزش‌آفرینی جستجو می‌کردند.

در حقیقت، مارک، مارض و نیاز به‌طور طبیعی می‌تواند به «یافتن راهی جدید» منتج شود. طی بازدیدی که از پاسو روبل<sup>۲</sup> یکی از شرکت‌های معروف ساخت آبیوم در دنیا داشتم به محض ورود به آنجا تکه سنگ‌هایی را روی پیش‌خواب مشاهده کردم. پرسیدم این تکه سنگ‌ها برای چیست؟ خانمی که در حال ریختن نمونه‌هایی از رسیدن معروف زینفاندل<sup>۳</sup> بود با حالت غرور جواب داد: «این‌ها نمونه‌هایی از سنگ‌آهک‌هایی است که برای اطراف این محل را تشکیل می‌دهد و به علت وجود چنین خاکی، ریشه‌های درختان انگور مجبور هستند برای رسیدن به آب تلاش بیشتری کنند. در نتیجه، میوه دارای طعم‌های بهتری خواهد بود و چنانچه هر سازنده آبیوم می‌تواند دُم عالی نوشیدنی با میوه عالی شروع می‌شود».

اگرچه استرس و فشار خوشایند نیست اما به اعتقاد من همان فشاری که به درختان انگور وارد می‌شود و در نهایت منجر به میوه بهتر می‌شود می‌تواند اثری جادویی بر سبب متخصصان کسب‌وکار داشته باشد. طی دو سال گذشته از مردان و زنانی که شغل خود را ازدست‌دادن و از دست دادن کارهای ایمیل دریافت کرده‌ام. آن‌ها در این نامه‌ها تأکید می‌کنند بیکاری را به‌عنوان فرصتی برای دنبال کردن آرمان‌های خود و خلق چیزی جدید و نوآور قلمداد می‌کنند. وال استریت ژورنال می‌نویسد: «تعداد بسیار زیادی از فارغ‌التحصیلان دانشگاه در مواجهه با بازار بی‌رحم و بیکاری تصمیم گرفته‌اند به جای استخدام شدن در شرکت‌ها خودشان به تأسیس شرکت اقدام کنند». در هزاره جدید تأسیس این‌گونه شرکت‌های نوپا روندی شتابان به خود گرفته است و تعداد آن‌ها بی‌سابقه است. جای هیچ‌گونه تعجبی نخواهد بود اگر ده سال دیگر دریابیم «دهه جهنمی»

- 
- 1- DuPont
  - 2- Paso Robles
  - 3- Zinfandel

درواقع الهام بخش پیدایش تعداد بی شماری از محصولات، خدمات، روش ها و ایده ها بوده است. در هر گوشه ای از جهان موج جدیدی از نوآوران در آزمایشگاه ها، کلاس ها و یا در گوشه ای از پارکینگ خانه خود مشغول کار کردن بر روی پیشرفت جدید در نوآوری، سلامت، علوم و محیط زیست هستند. ریک همپسون در یواس تودی می نویسد: «ترس ما می تواند باعث نجات و رستگاری ما شود». به همین دلیل است که مردم آمریکا اغلب فکر می کنند در بدترین وضع ممکن به سر می برند. در نتیجه، حداکثر تلاش خود را انجام می دهند تا از این وضعیت خارج شوند و آن را تبدیل به فرصت کنند. همیشه چه در زمان پرتاب ماهواره روسی اسپانیتیک<sup>۱</sup> در ۱۹۵۷، شکست در ویتنام در ۱۹۷۵ یا چالش اقتصادی از ناحیه ژاپن این اعتقاد راسخ که «ما بهترین روزها را پشت سر گذاشته ایم» وجود دارد و درست همین تصور «قرار گرفتن در لبه پرتگاه» است که باعث نجات ما از پرت شدن به دره می شود. به جای کوچک شمردن چالش ها، به آن ها بایست واکنش نشان می دهیم و این در دنیای رقابتی امروز کلید موفقیت ما است.

برون رفت کشور از آشفتگی ناسامانی ها نیازمند نوآوری است - ایده هایی بزرگ، جسورانه و خلاق به منظور احیاء اقتصاد کشورها، مستأصل، شرکت های در حال تقلا و شغل های بی رونق - و چه کسی بهتر از استیو جابز مدیرعامل برگزیده حاضر در مجله "فورچون" می تواند این نقشه راه را ارائه دهد؟

مک گرال هیل در اکتبر ۲۰۰۹ کتاب «ارائه استیو جابز: چگونه می توان در جلوی هر نوع حضاری سخنرانی عالی ارائه داد» را منتشر کرد و به سرعت به پرفروش ترین کتاب در سطح جهانی تبدیل شد. نکته جالب اینکه پرفروش ترین کتب در آن زمان دارای عناوین مشابهی بودند (مانند کتاب راندا بیرنز با عنوان «رمز»، کتاب استفن کوری با عنوان "هفت عادت افراد بسیار موفق"). خوانندگان بعد از مطالعه این کتاب ها به تغییر در رویکرد خود در قبال کسب و کار و شغل خود اذعان می کردند. گزارشگر جاوا ورد<sup>۲</sup> طی مقاله ای در این روزنامه می نویسد که او در ابتدا این کتاب را برای ادگرس مهارت های ارائه انتخاب کرده بود اما پیشنهادها و نکاتی را در کتاب می یابد که به مدیران فن آوری اطلاعات و مدیران عامل کمک می کند تا به رهبران کارآمدتری تبدیل شوند و من از بازخوردهایی که بعد از انتشار این مقاله دریافت کردم شگفت زده شدم. کاملاً واضح بود این کتاب افرادی که به دنبال ابزار موفقیت بودند و نسبت تأثیر قرار داده بود. درواقع خوانندگان با مطالعه این کتاب ها مهارت هایی بیش از فن های ارائه خوب به دست می آورند. کتاب حاضر نیز در راستای کتاب فوق الذکر است و اگرچه مانند آن، اهمیت ارتباط و اطلاع رسانی (نوآوری در صورتی که نتوانید افراد را نسبت به آن مشتاق کنید هیچ ارزشی ندارد) را مورد توجه قرار می دهد اما با

---

1- Spuntik

2- Java world

تعمق بیشتری اصولی که رهنمون کننده استیو جابز در زندگی‌اش بوده است را بحث و بررسی می‌کند - اصولی که به شما کمک می‌کند تا پتانسیل خود در کسب‌وکار و زندگی را بالفعل کنید.

قبل از بررسی اصولی که باعث شد استیو جابز به یکی از موفق‌ترین نوآوران عصر حاضر تبدیل شود لازم است تعریفی جامع از نوآوری که دربرگیرنده اصناف تخصصی مختلف است (مدیرعامل، مدیران، کارمندان، دانشمندان، معلمان، کارآفرینان) را ارائه دهیم.

در یک جمله، نوآوری یعنی شیوه کاری جدیدی که به تغییر مثبت منتج می‌شود. نوآوری باعث بهتر شدن زندگی می‌شود.

به گفته مونرو < یک اقتصاددان است «خوشبختانه این اجماع وجود دارد که نوآوری باعث افزایش بهره‌وری می‌شود و بهره‌وری می‌تواند به افزایش درآمد، سود، اشتغال‌زایی، محصولات جدید و اقتصاد روبه‌رشد منجر شود. با کنار دادن پرده‌ها بر اقتصاد جهان می‌توان نور خورشید را مشاهده کرد. همیشه هوا آبری نیست. ما باید ایده‌ها، هرشمندانه‌ای که مشکلات و مسائل واقعی را هدف قرار می‌دهند به محصولات و خدماتی که نیازمندان منت تبدیل کنیم. مونرو مانند بیل گیتس و فریدمن معتقد است که نوآوری باید دغدغه جدید ما باشد».

او می‌گوید: «نوآوری یک مفهوم کلی و گسترده است. اینترنت، موتور احتراق داخلی، بارکد نمونه‌هایی از نوآوری‌های بزرگ است. اما بعضی اوقات نوآوری شامل مجموعه‌ای از نوآوری‌هاست که به شما کمک می‌کند تا زندگی‌تان را بهتر اداره کرده و یا به کسب‌وکار خود، کتان رونق دهید و یا محصول و بهره‌وری شرکتتان را بهبود ببخشید». این نوآوری‌های کوچک رونق‌آفرین یافتن و زندگی را برای همگان راحت‌تر می‌کند. کورت یس کارلسون در «مجله نوآوری» می‌نویسد: «کسب‌وکار به شکل سنتی آن در حقیقت نسخه‌ای برای فاجعه» است. آموزش‌های حرفه‌ای سنتی به‌تنهایی برای موفق شدن در جهان کسب‌وکار پرتلاطم امروزی کافی نیست. باید به مهارت‌های نوآوری جدید مجهز بود. در هر شغل و صنفی، احتمال موفقیت و استخدام شما در صورت ارزش‌آفرینی برای مشتری بیشتر خواهد شد. در غیر این صورت از «رده خارج‌شده» قلمداد خواهید شد. به گفته کارلسون داشتن مدرک بالا در علوم فضایی یا تحلیل مالی یا حسابداری و یا بیمه همگی زمانی مفید است که بتوانید تخصص خود را با جهان جدید وفق دهید و وفق دادن یعنی داشتن نگاهی جدید به مسائل موجود و بالقوه.

کار و تلاش لازمه خلاقیت است. چنانچه مونرو می‌گوید: «نوآوری چیزی نیست که بخواهید یک‌بار آن را انجام دهید و سپس کناری بنشینید و استراحت کنید». بلکه نوآوری ایجاب می‌کند فرد نسبت به ایجاد

بهبودی مستمر متعهد باشد. در ادامه مونره مثال زیر را عنوان می‌کند: «یک شرکت مشاوره کوچکی را در نظر بگیرید که خدمات مشاوره اقتصادی را ارائه می‌دهد. اولین کاری که برای نوآوری در این شغل لازم است ارائه خدماتی بر اساس توانمندی‌های برجسته فرد است. در صورت تشابه خدمات با خدماتی که پنج شرکت دیگر در همان منطقه ارائه می‌دهند، با متمایز کردن خود به طرق زیر می‌توان نوآوری ایجاد کرد: ارائه خدمات بهتر به مشتریان، تحقیقات با کیفیت بهتر جهت پیش‌بینی‌های دقیق‌تر، پیشنهادهای منحصربه‌فرد، ارتباط بهتر، ارتباط شفاف‌تر». مونره می‌گوید: پرسش این سؤال می‌تواند شما را متمایز کند "چگونه می‌توانم به مشتریانم کمک کنم تا بهتر عمل کنند؟" پیدا کردن پاسخ این سؤال همان نوآوری است.

بسیاری از شرکت‌ها و افراد با تکرار کردن همان فرآیندهایی که باعث فروپاشی مالی شد نتیجه مشابهی را تجربه خواهند کرد. تبدیل کردن نوآوری به بخشی از دی‌ان‌ای<sup>۱</sup> خود به معنی به‌کارگیری این پیام شرکت آپل در کسب‌وکار، شغل و زندگی خود است: «مقاومت بیندیش». در صورت عدم اشتیاق خریداران به محصولات باید طرز فکر خود را در خصوص نحوه ارائه جذاب محصولات را تغییر دهید. اگر فروش محصولات با روندی نزولی مواجه است، باید در خصوص بهبود تجربه مشتری به‌گونه‌ای دیگر بیندیشید. اگر در دهه گذشته شغل‌های متعددی را عوض کرده‌اید باید درباره مدیریت شغل به‌گونه‌ای دیگر فکر کنید.

فکر کردن همانند استیو جابز می‌تواند به رشد شرکت‌های نوپا و مربیان کمک کند. نویسنده «پدر پولدار»<sup>۲</sup> رابرت کیوساکی می‌گوید: «لازم است مدارس آمریکا صفحاتی را به شرکت‌هایی اختصاص دهند که خالق آن‌ها کارآفرینی مانند هنری فورد و استیو جابز بودند. این افراد در حقیقت نقشه راهی را پیش روی ما قرار داده‌اند. نظام آموزشی آمریکا نیازمند تزریق نوآوری است. این همان چیزی است که کارآفرینان انجام می‌دهند. ما نیازمند دو برنامه متفاوت برای مدارس عمومی هستیم: یک برنامه برای کارکنان و دیگری برای کارآفرینان. . . آموزش دادن کارآفرینان با آموزش دادن کارکنان جهت کارمند شدن متفاوت است».

این کتاب قصد ندارد درباره نظریه‌های پیچیده نوآوری که موضوع کتاب‌های خاک خورده در کتابخانه‌های دانشگاه است بحث کند. به قول یکی از اقتصاددانان: «اکثر مقالات دکتری درباره نوآوری پیچیده هستند زیرا مخاطب آن قشر خاصی هستند. در حقیقت این مقاله‌ها توسط دکترها برای دکترها نوشته شده است.

---

1- DNA  
2- Rich Father



در بعضی موارد هر چه تئوری و فهمیدن آن سخت‌تر باشد نویسنده آن از نظر افراد حوزه خود فهمیده‌تر تلقی می‌شود. من خودم هم سال‌ها از این دسته افراد بودم.

اکنون که در حال خارج شدن از رکود جهانی هستیم دیگر فرصتی برای این گونه تفکرات سطحی‌نگر نیست. بلکه امروزه ما نیازمند اصول و ابزار عملی هستیم که بتواند قوه خلاق در وجود همه افراد را بالفعل کند، اصولی که در این کتاب ارائه خواهد شد برای هرکسی در هر حرفه‌ای آسان، معنادار و قابل‌دستیابی است: مدیران عامل، مدیر، کارآفرین، مشاوره، صاحبان مشاغل کوچک، معلم، پزشک، وکیل، بنگاه معاملات مسکن، مشاور، مادر خانه‌دار، و البته دکترهای تخصصی<sup>۱</sup> که حقیقتاً به استفاده از نتایج تحقیقات خود جهت بهبود زندگی بشر باور دارند.

اغلب، تئوری و اختراع را یک مفهوم مشابه می‌دانند. اما این دو مفهوم، مکمل ولی متفاوت از همدیگر است. اختراع کردن، نای طراحی، خلق و ساختن محصولات یا فرآیندهای جدید است. نقطه شروع نوآوری، ایده‌های خلاق است که در نهایت به اختراعات، خدمات، فرایندها و روش‌ها تبدیل می‌شود. هرکسی نمی‌تواند یک اختراع باشد. اما همه می‌توانند یک نوآور باشند. اگر شما صاحب شرکت کوچکی هستید و ایده‌ای جدید برای تبدیل ردیدکنندگان به خریدار پیدا کرده‌اید، اگر مدیر هستید و روش جدیدی برای ایجاد انگیزه در کارکنان خود پیدا کرده‌اید، اگر کارآفرین هستید و بعد از دست دادن شغل‌های زیاد شغل موردعلاقه‌تان را باز یافته‌اید، اگر مادر، خانه‌داری هستید که برای بانشاط کردن و احیای مدرسه عمومی واقع در منطقه خود روشی جدید پیدا کرده‌اید شما یک نوآور هستید.

نوآوری آن چیزی است که افرادی عادی روزانه برای داشتن زندگی خارق‌العاده انجام می‌دهند و بسیاری از آن‌ها در این کتاب معرفی خواهند شد- مردان و زنانی که کسب و کار، جوامع و زندگی‌ها را با خلق نوآوری به شیوه استیو جابز دچار تغییر و تحول می‌کنند.

مطالعه در خصوص نوآوری می‌تواند باعث هوشیاری بیشتر مغز شود. طبق یافته‌های دانشمندان با افزایش سن، آنچه در حافظه وجود دارد از بین نمی‌رود بلکه در چینش‌های نورون‌های مغز جذب می‌شود. با افزایش سن، مغز انسان بهتر می‌تواند تصویری بزرگ‌تر و جامع‌تر را مشاهده کند. به گفته دانشمندان فعال نگه داشتن ارتباطات بین عصب‌های مغز بسیار مهم است و یکی از بهترین راه‌های رسیدن به این هدف قرار گرفتن در معرض افراد و ایده‌های متفاوتی است که طرز فکر شما را به چالش می‌کشند. شاید تصمیمی و ایده استیو جابز ۱۹ ساله مبنی بر ترک حومه کالیفرنیا و اقامت در هند با دوستش دانیل کتک تصمیمی



درست بود. زیرا این سفر باعث شد تا جابز بسیاری از توهماتش درباره سرزمین‌های خارجی را به چالش بکشد. جابز می‌گوید: «اولین باری بود که این فکر به ذهنم خطور کرد که شاید کاری که توماس ادیسون برای بهبود زندگی بشر انجام داده است بیشتر از مجموع کاری باشد که مارکس و کارلی برای بشر انجام داده‌اند».

جابز که در سفرش نتوانسته بود به روشنفکری معنوی دست پیدا کند، به خانه پدری خود در لاس التوس کالیفرنیا برگشت و عزم خود را جزم کرده بود تا نبوغ خود را بیابد. مسیری که جابز در سه دهه بعد طی کرد پر از فرازهای شگفت‌انگیز و فرودهای غیرمنتظره‌ای هم در زندگی شخصی و هم در زندگی حرفه‌ای‌اش بود. او موفقیت، شکست و رهایی را تجربه کرده است و در ۲۰۰۴ بعد از سفر به هند برای یافتن پاسخ به پیاده‌ترین معماهای زندگی و بعد از نجات یافتن از دو بیماری مهلک به حکمتی نادر دست یافت: «یادداشتن اینکه به‌زودی مرگ به سراغم خواهد آمد مهم‌ترین ابزاری است که مواجهه با آن به من کمک می‌کند تا در زندگی دست به انتخاب‌های بزرگی بزنم».

چنانچه توماس فریدمن می‌گوید: «در آمریکا نیازمند رهبران بیشتری مانند استیو جابز است پس باید به استیو به‌عنوان سرمشق و چراغ راه نگاه داشت... اگرچه زندگی جابز کاملاً محرمانه و خصوصی است اما نشانه‌ها و سرنخ‌های زیادی را در مسیرش به سوی موفقیت برای ما بر جای گذاشته است. فقط کافی است به‌دقت به آن‌ها بنگرید».