



نگاه

مهران امیری

دخل وخرج

حرف امروز نیست، همیشه همین بوده، ربطی هم به پیشرفت‌های آموزشی یا استفاده از فناوری‌های جدید ندارد. موضوع فقط به کسب‌وکار مربوط نیست، در زندگی هم باید همین گونه باشد.

دخل وخرج باید با هم جور باشد.

شاید اگر فرصت می‌شد پای صحبت بازاری‌های قدیمی بنشینیم، همان حرف‌هایی که امروز یک مدیر مالی خیره و کارآمد می‌گوید را به زبانی شیرین و ساده برای ما می‌گفتند که برای پایه‌گذاری، پیشبرد، و پایدار ساختن یک کسب‌وکار باید دخل وخرج با هم تناسب داشته باشد. به بیان دیگر هر کسب‌وکاری در هر سطح نیاز به برنامه مالی دارد. ممکن است در نخستین نگاه به نظر برسد تاکید در این مورد تکرار یک موضوع بدیهی است، اما برخی از موارد بسیار روشن و غیرقابل تردید در طرح‌های کسب‌وکار مورد غفلت واقع می‌شود. این اتفاق نه‌تنها برای افراد جوان و کم‌تجربه بلکه برای افرادی که سابقه مشارکت در برخی کسب‌وکارهای دیگر را دارند هم رخ می‌دهد. یکی از این موارد که گاهی با دقت بررسی نشده و درباره آنها وسواس کافی به خرج داده نمی‌شود، تهیه برنامه مالی واقع‌بینانه است. درحقیقت کمابیش همه کسب‌وکارها در گام‌های نخست یا در ادامه فعالیت‌ها دارای برنامه مالی هستند اما نکته مهم این است که بسیاری اوقات این برنامه‌ها سطح لازم از جزئیات را ندارند یا اطلاعات موجود در آنها واقع‌بینانه نیست.

برنامه‌های مالی واقعی نه برای ارائه در جلسات مدیران و سهامداران بلکه برای تعیین افق‌های عملیاتی کسب‌وکارها تهیه می‌شود. این برنامه‌ها به گردانندگان کسب‌وکارها دید روشنی درباره هزینه‌ها، منابع درآمدی، دوره‌های بحرانی، هزینه‌ها و درآمد‌های کلیدی، سود و یا زیان قابل انتظار می‌دهد. هرچه در تهیه این برنامه‌ها دقت و سختگیری بیشتری به خرج داده شود، برنامه دقیق‌تری تهیه می‌شود که به واقعیات عملی آن کسب‌وکار نزدیک‌تر است. یک برنامه واقع‌بینانه همچنین فارغ از خواست و تمایل همیشگی صاحبان کسب‌وکارها، که در جستجوی سود و موفقیت هستند، نقاط تاریک و مشکلات را نیز نشان خواهد داد. داشتن این اطلاعات کمک می‌کند قبل از بروز بحران برای آن برنامه‌ریزی شود. در دنیای کسب‌وکار جور بودن دخل وخرج ضرورتی اجتناب‌ناپذیر و به‌منزله داشتن شمای روشن از همه آن چیزی است که انتظار می‌رود بر مبنای واقعیات رخ دهد.

رونق تولید داخلی

وابستگی به دیگران در رف نیازها اغلب اوقات مخرب و مشکل آفرین است. تلاش برای اتکا به خود در رف نیازها، به‌ویژه نیازهای اساسی همیشه مفید و مورد استقبال مردم و رهبران و سیاست‌گذاران بوده، اما دستیابی به این مهم نباید در سطح آرزو و اشتیاق باقی بماند. بی‌نیازی از دیگران یا کاهش وابستگی در سایه افزایش تولید و امکانات داخلی مقدور می‌شود، و تولید داخلی وابسته به زنجیره‌ای از اقدامات اساسی است. برای داشتن تولید داخلی نیازمند کسب دانش و آمادگی علمی برای تولید هستیم. تولید نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت است. به ثمر رسیدن برنامه‌ریزی‌ها وابسته به تلاش و پشتکار است، و تلاش و پشتکار در سایه حمایت مردم و پشتیبانی حاکمیت رشد می‌کند. عناصر این چرخه باید به‌درستی کار کنند و نقش خود را ایفا سازند. نقص و کاستی در هر بخش رسیدن به هدف را دشوار و حتی ناممکن می‌سازد. نکته مهم اینکه نمی‌توان انتظار داشت کارآفرینان، طراحان، و کارگزاران عرصه‌های تولیدی علاوه بر مسئولیت‌های خود، بار کم‌کاری‌های سایرین را هم بر دوش بکشند. امروز بیش‌ازپیش لازم است که همه ما در هر موقعیت و جایگاهی که هستیم، نقش و مسئولیت خود در این زمینه را بشناسیم و بدون کاستی انجامش دهیم.



مدرسه خلاقیت ویژه دانش آموزان بهزیستی بر گزار شد

مدرسه خلاقیت و سه کارگاه توان افزایی و مهارت آموزی ویژه دانش آموزان بهزیستی به‌همت بنیاد نخبگان فارس بر گزار شد. به گزارش ایسنا، بنیاد نخبگان استان فارس با حمایت و همکاری سازمان بهزیستی استان در آبان ماه سال ۹۵، هشتاد نفر از دانش آموزان تحت پوشش این سازمان در پایه‌های تحصیلی نهم و دهم متوسطه از ۱۱ شهرستان استان را شناسایی و در قالب مدارس فصلی خلاقیت و ایده‌پردازی مورد آموزش قرار داد. برگزیدگان این مرحله علاوه بر دریافت کمک هزینه آموزشی و پژوهشی، نفر یک از مستعدان برتر استان را به‌عنوان دوست علمی (مشاور) در شهر یورماه که مرحله پایانی طرح خواهد بود، برای پیاده‌سازی ایده‌ها در کنار خود خواهند داشت.



می‌توانیم از صفر شروع کنیم

۱۰ آکتیو

گفتگو با سلطان حسین فتاحی، مدیر یکی از کارخانه‌های بزرگ تولید لوازم خانگی

کارگری که کارآفرین شد!

برگزید که امروز در دستور کار شرکت‌های موفق دنیا قرار دارد و به‌منزله یکی از روش‌های کوچک و چابک‌سازی ساختاری مورد توجه و استقبال فراوان است.

سلطان حسین چگونه راهش را پیدا کرد؟

فتاحی که کارگاه مناسبی برای کار نداشت، به مدت ۱۰ روز یک کارگاه کابینت‌سازی را، در خیابانی که معروف به کوکا کولا بود، با همه تجهیزات اجاره می‌کند، سپس با به‌کارگیری تعدادی کارگر ماهر ۱۲ یخچال با طرحی که خودش داشت تولید می‌کند. سپس همین تولیدات را در فروشگاه‌هایی به نمایش می‌گذارد. به این ترتیب بدون داشتن کارخانه، اولین یخچال را برای عرضه آماده می‌کند و موفق می‌شود در مدت کوتاهی ۱۰ یخچال را به فروش برساند.

مسیری که از یک کارگاه اجاره‌ای موقت شروع شده بود به‌خوبی ادامه یافت و در طی یک سال، او به تهران پارس و سپس جاجرد نقل مکان کرد و تولیداتش را به ماهیانه ۱۰ عدد رساند. این حجم از تولید در سال ۱۳۶۸ با تأسیس کارخانه به روزانه هزار عدد از انواع مختلف یخچال رسید. اما سال‌های بعد با رسیدن موج جدید تحریم‌ها و مشکلات داخلی، کارخانه او با رکود در تولید و بی‌ظمی در تأمین منابع مالی مواجه شد و بدهی‌های کارخانه باعث چند روز بازداشت شود.

فتاحی می‌گوید: «نهایت از شکست ترسید، هر شکستی درسی برای موفقیت بیشتر است. من پس از مشکلات سال ۱۳۸۸ متوجه شدم که باید ساختار کارخانه را مدرن کنم و از تخصص‌های مختلف بهره ببرم. تا آن زمان همه چیز مبتنی بر توانایی‌های خودم بود اما گسترش کار نیاز به استفاده از امکانات و توانایی‌های جدید داشت. در این مقطع موفق شده بودم لیسانس مکانیک و همچنین لیسانس مدیریت بگیرم و می‌دانستم که برای ادامه کار باید برنامه‌ریزی دقیق و علمی داشت. بزرگ شدن کسب‌وکار نیازمند برنامه‌ریزی علمی و استفاده از فناوری‌های روز است. برای همین معماری سازمانی شرکت را از پایه تجدید کردم و با تأمین تجهیزات جدید مبتنی بر فناوری روز و استفاده از افراد با تخصص‌های لازم، سازمان کاری‌مان را بهبود دادم. در نتیجه این تغییرات بود که در موج چهارم تحریم‌ها، موفق شدیم مسیر تولید و تداوم توسعه را ادامه دهیم.»

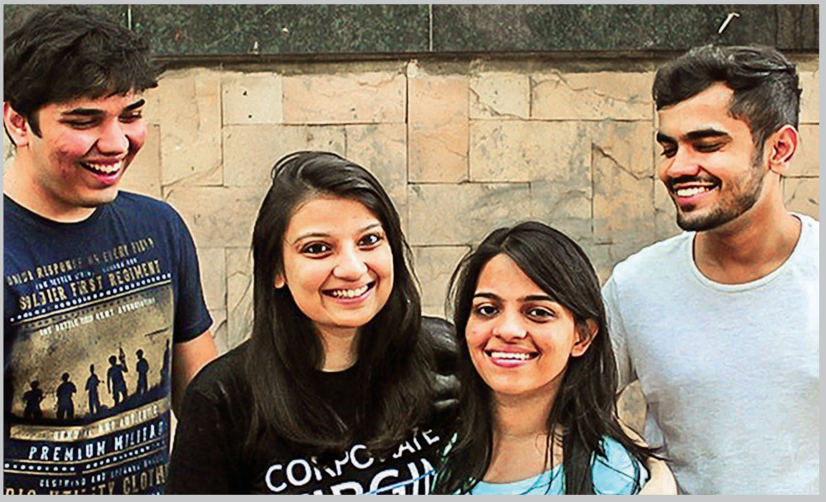
کارآفرین از نگاه کارآفرین

«بروز تغییرات اساسی چون تغییر ترکیب جمعیتی، جنگ،

پیش‌بینی

وقتی فردی به دنبال ایجاد یک کسب‌وکار جدید است باید بر اساس یک الگوی عملی و از جایی که هم با علایق و هم با توان و تجربه‌اش سازگار است شروع کند. به این ترتیب می‌توان کاری را شروع کرد و پیش برد به گونه‌ای که برای سایرین تبدیل به الگو شود. باید به دیگران فرصت ادامه راه را داد. ایجاد کسب‌وکار بر اساس علاقه و پشتکار و شناخت نیازهاست اما کارآفرین باید بداند که کسب‌وکار پس از بلوغ و رسیدن به مرحله ثبات، نیازمند تحول و ارتقا است. اگر کسب‌وکاری از ادامه رشد و توسعه بازماند شکست می‌خورد به‌ویژه در دنیای امروز که فناوری‌های مختلف روزبه‌روز ایجاد می‌شوند و زمینه‌های جدیدی را به وجود می‌آورند. یک کارآفرین برای ادامه موفقیت باید از مشاوران و متخصصان مناسب بهره ببرد و از شکست‌های خود بیش از همه بیاموزد.

پیوند زدن کارآموزان و شرکت‌ها



این طرح موفق به ایجاد ارتباط با کارآموزان از سراسر هند شده و در بیش از ۴۰ حوزه تخصصی کارآموزان را به شرکت‌ها معرفی می‌کند. کارآموزانی که به دنبال محل مناسب برای دوره

به الگو شود. باید به دیگران فرصت ادامه راه را داد. ایجاد کسب‌وکار بر اساس علاقه و پشتکار و شناخت نیازهاست اما کارآفرین باید بداند که کسب‌وکار پس از بلوغ و رسیدن به مرحله ثبات، نیازمند تحول و ارتقا است. اگر کسب‌وکاری از ادامه رشد و توسعه بازماند شکست می‌خورد به‌ویژه در دنیای امروز که فناوری‌های مختلف روزبه‌روز ایجاد می‌شوند و زمینه‌های جدیدی را به وجود می‌آورند. یک کارآفرین برای ادامه موفقیت باید از مشاوران و متخصصان مناسب بهره ببرد و از شکست‌های خود بیش از همه بیاموزد. نباید به‌سرعت سرخورده و ناامید شد. همچنین باید با قناعت و تلاش کار را پیش برد. شما پس از یک دوره که تلاش می‌کنید مشتریان را به استفاده از خدمات یا محصول خود علاقه‌مند کنید، وارد مرحله‌ای می‌شوید که مشتریان به سمت شما می‌آیند. در این مرحله است که کسب‌وکار شما می‌تواند به‌سرعت رشد کند.»

فتاحی امروز با تجربیات زیادی که از شکست‌ها و موفقیت‌های قبلی خود آموخته بر موضوعاتی همچون داشتن چشم‌انداز، برنامه بلندمدت، برنامه‌ریزی عملیاتی، و استفاده از مشاوران کارآمد تأکید می‌کند که کارآفرینان برای دستیابی به موفقیت در کنار پشتکار و تلاش و اشتیاق، باید خود را در این زمینه‌ها نیز آماده سازند. او معتقد است: «کارآفرینان موفق باید درک درستی از شرایط موجود و تحولات پیش رو داشته باشند تا بتوانند خود را برای رشد و پیشرفت مداوم آماده سازند.»

موضوع کارآموزی، ما نیاز برخی شرکت‌ها را به کارمند تمام‌وقت نیز پوشش می‌دهیم. در عین حال برای اجرای آموزش برخط درباره عناوین مختلف نیز آماده می‌شویم که به‌زودی انجام خواهد شد.» و امیل که برای انجام طرحش تعدادی از دوستان خود را به کار گرفته بود، به‌زودی درمی‌یابد که برای انجام کار نیازهای دیگری هم دارد. آنها به‌سرعت متوجه شدند در این زمینه تجربه ندارند و جوان بودن موجب می‌شود مردم به آنها اعتماد نکنند. «می‌دانستیم که برای اجرای طرحمان نیازمند پشتیبانی هستیم. پیش از اینکه مورد اعتماد واقع شویم، سراغ افراد مختلف رفتیم تا از آنها کمک بگیریم و نکاتی درباره کسب‌وکار را از ابتدا از آنها بیاموزیم.» آنها تا ماه مارس موفق شدند هزار کارآموز را به ۴ هزار و ۵۰۰ شرکت معرفی کنند. و امیل معتقد است بازار کارآموزی انسجام ندارد و آنها می‌توانند با کمک فناوری روند تقاضای کارآموزی و به کار گرفتن آنها را به روندی سریع و بدون دردسر برای کارآموزان و شرکت‌ها تبدیل کنند. «می‌خواهیم به هر تعداد ممکن متقاضی دسترسی داشته باشیم و به آنها نه‌تنها درباره فرصت‌های کارآموزی اطلاعات بدهیم، بلکه آنها را در جریان تجربیات موجود نیز قرار دهیم. هدف ما استفاده از فناوری به گونه‌ای است که شرکت‌ها بتوانند بدون دردسر و با سرعت کارآموزان مناسب خود را بیابند.»