

## نانو و آینده کار آفرینی جوانان

این روزها خبر از صدور محصولات نانویی ایران به ۱۷ کشور و راه اندازی خط تولید نانوالیاف ایرانی در کره جنوبی است. به نظر می رسد، نانو، آینده کارآفرینی در دنیااست، پیشنهادی که می توان به خیلی از جوانان جوانای کار و نام و علم داد؛ نانو. از ابتدای سال ۸۴ با اجرای برنامه حمایتی تشویقی ستاد نانو، محققان دانشگاه های کشور به تحقیق و پژوهش در زمینه فناوری نانو سوق پیدا کردند و انتشار مقالات ایران، روندی صعودی گرفت؛ به گونه ای که در این سال ۱۳۲ مقاله از ایران در مجلات ISI چاپ شد و ایران به جایگاه سی و ششم دنیا ارتقا یافت. مسیری که تا به امروز ادامه داشته و هر روز در این زمینه خبرهای خوشی شنیده می شود. حال باید گفت نانو می تواند آینده جوانان و نوجوانان بسیاری باشد که بلندپروازانند.

# آفرینش

می توانیم از صفر شروع کنیم

شنبه ● ۱۳ خرداد ۱۳۹۶ ● شماره صد و پنج

۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹



## کتینو | ۰۹

### گره ناگشوده

### حق مالکیت معنوی در ایران

قصه دراز و پرغصه ای است، برخی با حرف ها و دغدغه های ملی یا آن موافق و برخی دیگر با همان عناوین در سمت مخالف قرار دارند. صاحبان کسب وکارهای جهانی رعایت نشدنش در ایران را عجیب و مانع برخی مراودات می نامند، بسیاری از متخصصین داخلی هم از این بابت گله مند هستند؛ نمایندگان مجلس و مدیران دولتی نیز سال هاست در تلاش برای حل مشکلات آن هستند، اما مشکل حق مالکیت معنوی و به عبارتی کپی رایت، همچنان حل نشده است. حق مالکیت معنوی، قاعده ای است که باهدف تضمین حقوق مالکین ابتکارات، تولیدات فکری و... برقرار شده و به نظر می رسد که دست کم تولیدکنندگان و صاحبان این نوع حقوق از وجود آن راضی و علاقه مند به گسترش حوزه کاربری اش باشند. بسیاری از سیاستگذاران و مدیران برنامه ریز از سال های گذشته تلاش کرده اند که سد بزرگ بی توجهی به حقوق مالکیت معنوی را بشکنند. نزدیک به یک دهه قبل، زمانی که قانونی در مجلس شورای اسلامی برای تکمیل قانون قدیمی موسوم به حقوق مولفین و مصنفین تصویب شد، امیدواری هایی برای رفع این مشکل پدید آمد اما آنچه در عمل رخ داده است، همچنان رضایت صاحبان این حقوق را تأمین نمی کند. در همین زمینه امکانات ثبت اختراعات و ابتکارات به شکل بهتری سازمان یافته که نشان دهنده گام های هر چند کوچک نظام اداری برای همراهی است، اما به نظر می رسد در این زمینه اقدامات گسترده تری مورد انتظار باشد. اطمینان از حفظ داشته های فکری و معنوی افراد و سازمان ها برای توسعه حوزه کاری و تداوم بقای آن ها اهمیت فراوانی دارد. از طرفی پایبندی حقیقی به این موارد موجب می شود که بتوان در دنیای مملو از طرح ها و تولیدات چالش برانگیز همچنان شرایط بقا را حفظ کرد. باقی ماندن در میدان رقابت شدیدی که در زمینه های علمی و تولیدی و خدماتی به وجود آمده، بدون وجود حمایت های قانونی مشابه آنچه که قوانین مالکیت معنوی فراهم می سازد، مقدور نیست. این در حالی است که صاحبان کارخانه ها و تولیدکنندگان محصولات مختلف همواره با مشکلی به نام حفظ اسرار و روش های کار مواجه بوده اند. این مشکل با گسترش شبکه های ارتباطی و استفاده روزافزون از بسترهای ارتباطی دیجیتال، ابعاد بزرگتری یافته است. اگر تا همین چندسال قبل نصب تابلوی «عکسبرداری ممنوع» یا ایجاد موانع حفاظتی فیزیکی، اقدام بزرگی برای پیشگیری از بسیاری دست اندازی های غیرمجاز بود، امروز سارقین و جاسوسان صنعتی می توانند از محل خود و با بهره گیری از تجهیزات رایانه ای، حجم بزرگی از اطلاعات و اسرار دیگران را در اختیار بگیرند.

حفظ داشته هایی که در گروه تولیدات فکری قرار می گیرند، نیازمند وجود بستر مناسبی است که از ترکیب متوازن برخی پدیده ها شکل می گیرد. ایجاد فرهنگ ارزش گذاری تولیدات معنوی یکی از این موارد است. ایجاد بستر قانونی لازم برای حمایت از صاحبان تولیدات فکری و معنوی اقدامی ضروری و زیربنایی است، همچنین لازم است که تکتک ما تعهد به حفظ حقوق مالکین تولیدات فکری و معنوی را به عنوان یکی از اصول ضروری زندگی اجتماعی رو به رشد در نظر داشته باشیم.

#### دید نو

### امور مشتریان

ایجاد مجاری ارتباطی با مشتریان یکی از برنامه هایی است که در فهرست وظایف خدشه ناپذیر کسب وکارهای امروزی است. این نوع مجاری ارتباطی با ابزارهای متنوع و گوناگونی انجام می شود، اما صرف نظر از ابزارها همچنان دارای ارزش و اهمیت بسیاری است. در واقع در جهان امروزی داشتن یک کسب وکار موفق بدون برخورداری از مجاری ارتباطی مناسب با مشتریان قابل تصور نیست. این موضوع به تناسب اندازه و تنوع خدمات – محصولات ارائه شده اهمیت بیشتر می یابد، اما حتی کسب وکارهای کوچک هم نیازمند ایجاد مجرای ارتباطی مناسب هستند. مشتریان نیازمند وجود امکاناتی برای ارائه نظرات، درخواست پشتیبانی و موارد مشابه هستند. همچنین صاحبان کسب وکارها از این طریق می توانند به مشتریان نشان دهند که به نظرات و خواسته های آن ها اهمیت داده و ارتباطی دوسویه را شکل دهند. در حقیقت رابطه بین مشتریان و ارائه دهندگان خدمات – محصولات در یک رابطه یکسویه مبتنی بر فروش و دریافت هزینه که پس از آن تقریباً تمام شده بود، تغییر یافته و در چارچوبی قرار گرفته که انتظار می رود تا مدت ها ادامه یابد. شعار تبلیغاتی «فروش، آغاز یک تعهد است» بر همین موضوع تأکید دارد.

کردن محصولات بیاندیشیم، خودمان کار را تولید کنیم اما برای رقابت با محصولات چینی باید ایده های نو داشت و هر محصولی را با کیفیت بالا تولید و ارائه کرد؛ این را موفقیت ما بود. « آن ها بیشتر فروش خود را در مغازه شان انجام می دهند: « علاوه بر فروش به روش مستقیم، ما صفحه اینستاگرام هم داریم و آنجا محصولات مان را معرفی می کنیم. اگر کسی بخواهد محصول خاصی را از طریق این صفحه سفارش می دهد و بعد از ساخت برایش می فرستیم.» یاسر از اهمیت علاقه فردی که می خواهد کسب وکار جدیدی آغاز کند می گوید: «علاقه مندی به هر کاری، تضمین کننده مهم پیشرفت در آن فعالیت است. وقتی فردی علاقه مند باشد، سختی های آن کار را تحمل می کند. من هر وقت به مانی سر بر روهان می رسیدم، با خود می گفتم این نیز بگذرد. این نوع نگاه باعث می شود که فراز و نشیب ها توان فرد را نگیرد.»

#### چشم انداز کسب وکار خانوادگی

اکنون ۱۵ سال است که خانواده یاسر دست به دست هم دادند تا از گلوگاه های خطرناک بگذرند. حالا یاسر از برنامه های آینده حرف می زند: «برنامه آینده من این است که مجموعه گردشگری بزرگی را راه اندازی کنیم که در این مجموعه هنرهای سنتی و صنایع دستی به فروش برسد. اقامتگاه بوم گردی و کافه و سایر امکانات گردشگری را داشته باشیم و به این وسیله کارمان را گسترش دهیم.» با این چشم انداز او نهمتنها کسب وکار خانوادگی را رونق می دهد، بلکه می تواند برای بسیاری از بومی های منطقه کارآفرینی و شغل ایجاد کند. او پتانسیل و آینده رینه را در چرخیدن چرخ گردشگری می داند. یاسر مهم ترین ویژگی یک کارآفرین را در «گذشت»، «علاقه به کار» و داشتن «ایده» می داند؛ او می گوید که تمام تلاش خود را می کند تا کارشان را توسعه داده و بتواند موفقیت های بیشتری به همراه خانواده اش به دست بیاورند.



شرکت سه سال پیش کار خود را در بمبئی شروع کرد و بین ۷۰ تا ۷۵ درصد از نیازهای خدماتی خانه ها را پوشش می داد. دیادوتا می گوید که از سه سال قبل هدفش این بوده که در دنیای تجاری این منطقه اثری برجا بگذارد. او فکر می کند که کارآفرینی برای همه کارآفرینان با رنج، پیروزی ها و موفقیت های مشابه همراه است.

منبع: yourstory.com

■ **هنرهای چوبی و تولید وسایل کار بردی**
یاسر و برادرش کارها را پیش می برند و همسران شان به آن ها می پیوندند: «همسرم به کلاس های آموزشی رفت و قالی بافی و گلیم بافی را آموخت و حالا آن ها در زمینه تولید گلیم فعالیت می کنند و ما در زمینه کارهای چوبی و همین دامنه فعالیت های هنری ما را گسترش داده است.»

آن ها بعد از بازاربایی متوجه می شوند که باید هنرشان کار بردی شود: «در ابتدا کارهایی که تولید می کردیم بیشتر هنری بود اما به تدریج رگ بازار دست مان آمد و در رقابتیم که کارهایمان هم می تواند هنری باشد و هم کار بردی. بنابراین تولید وسایل مورد نیاز در آشپزخانه را آغاز کردیم. برای اینکه تولید در آن بخش را افزایش دهیم، میزان خرید مشتری ها معیار اصلی ما بود.»
این دو برادر چوب را از شهرهای اطراف تهیه می کردند: «تهیه چوب برای ما کار راحتی است و بعد استفاده از ابزار و داشتن سلیقه در تولید محصولات است.» گلدان، کاسه، قاشق، کفگیر و... به تدریج نبض بازار دست آن ها آمد. یاسر می گوید: «در یک سال اول ما به سود نرسیدیم اما مهم این بود که ناامید نشدیم و فعالیت مان را ادامه دادیم. سعی کردیم تا آنجایی که امکان دارد. وسایل مورد علاقه خریداران را بشناسیم.» در حال حاضر محصولات چینی کل بازار را گرفته است. یاسر می گوید که ما سعی کردیم به جای اینکه به وارد

ایرانیم، هنری آشناست. هر چند که در دوره ای نادیده گرفته می شد اما حالا مشتری های بسیاری دارد.»
برادر یاسر به هنرهای چوبی روی آورده بود، یاسر اما خیلی زود جذب یک شرکت فنی شد. سال ها این گونه گذشت تا اینکه ۱۵ سال پیش آن ها به این نتیجه رسیدند که اگر دست در دست هم دهند و با هم مشغول به کار شوند، به نتیجه بهتری دست پیدا می کنند: «کسب وکار ما از همان زمان که به همکاری فکر کردیم، آغاز شد. اوایل مانند هر کار دیگری سختی های خاص خود را داشت. هنرهای چوبی آن قدر دیده نمی شد که حالا رونق دارد. در ابتدای کار من هیچی نداشتم جز ابزار. این تنها سرمایه من بود و با همین سرمایه ناچیز کارمان را شروع کردیم.»
کسب وکار خانوادگی امروز در دنیا طرفداران زیادی پیدا کرده، یک جور بازگشت به گذشته منتها این بار آگاهانه تر و با رفع مشکلاتی که بیشتر داشت. این مدل در زندگی یاسر و خانواده اش هم به نتیجه رسید. با اینکه روایت های زیادی در فرهنگ ما هست که کارهای خانوادگی در دسرهای بسیار دارد، یاسر نظر دیگری دارد: «هر کاری در دسرهای خودش را دارد. آدم ها با یکدیگر فرق می کنند. بالاخره مشکلاتی پیش می آید که با صبر و حوصله و تحمل این مشکلات می گذرند. مهم این است که کارها به خوبی انجام شود.»



■ **فاطمه علی اصغر**

■ **روزنامه نگار**

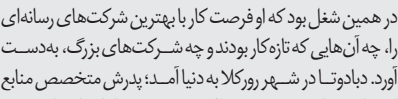
بای کوه دماوند کسب وکارش را شروع کرد. ۱۵ سال پیش وقتی با خودش زمزمه کرد: «می خواهم برای خودم کار کنم.» و تصمیمش را اجرایی کرد. سال ها در یک شرکت فنی مشغول به کار بود. او بچه خانواده ای معمولی در شمال ایران بود. زندگی اش روزمره و یکسان پیش می رفت. برادرش هنر خوانده بود و از نوجوانی در زمینه هنرهای چوبی فعالیت می کرد. ۱۵ سال پیش آن ها با هم به توافق رسیدند که کسب وکار خودشان را با همفکری و همکاری هم راه اندازی کنند. کسب وکار خانوادگی آن ها آغاز شد. هر کسی یک گوشه کار را گرفت و صدای شبانه روزی برش چوب از کارگاه کوچک شان به گوش رسید. حالا آن ها ایده های بزرگ دارند و به ایجاد مجموعه گردشگری می اندیشند. مجموعه ای که می تواند در رونق گردشگری ایران تأثیرگذار باشد و متحول کننده شرایط کاری شان. «یاسر رضائی»، کسی است که این کسب وکار خانوادگی را راه اندازی کرده و می گوید: «باید تحمل داشت و از سختی ها گذشت، صبر کارها را پیش می برد.»

#### وقتی یاسر کار خانوادگی را آغاز کرد

مغازه آن ها نرسیده به پلور، در شهر رینه است. رینه، نزدیک ترین شهر به قله دماوند و از سرزمین های اسطوره ای ایران است. شهری خوش آب و هوا که مقصد ایده آلی برای گردشگران به شمار می آید. یاسر رضائی نقبی به گذشته می زند: «من متولد شمال ایران هستم. ما در خانواده ای با چهار فرزند با سختی های بسیار بزرگ شدیم. هر یک مشغول به کاری. یکی از برادرهایم در دانشگاه هنر خواند و کار چوب می کرد. هنرهای چوبی برای ما که ساکن شمال

چطور کسب وکار ارائه خدمات منزل به یک کار موفق تبدیل شد؟

## ایده های از یک زن خانه دار اما متخصص



■ **دن آریلی Dan Ariely**

■ **ترجمه: فریا عوض زاده**

دیادوتا اوپادایا، مدیر ارشد اجرایی و شریک شرکت Timesaverz، می گوید: «زندگی همانگونه ای است که شما دوست دارید بسازید. همه ما امکان انتخاب داریم و یا در شکلی دشوارتر، ناگزیر از پیروی از تصمیماتی که دیگری گرفته است، هستیم.» شرکت او نخستین شرکت مختص به ارائه خدمات به خانواده اران هندی است. دیادوتا همه داشته های فعلی را مدیون تلاش ها و اشتیاقش به موفقیت است. او با پیش زمینه قوی تحصیلی در ادبیات، همواره آرزو داشت که یک روزنامه نگار باشد و به دنبال همین آرزو بود که برای شغلی در روزنامه تایمز هند درخواست داد اما گرفتار مشکلات فروش شد و شغلی به عنوان مدیر مسئول در یک موسسه رسانه ای به دست آورد.