



امید عزیزان، دبیر انجمن علمی صنایع دانشگاه صنعتی اصفهان، به تازگی گفته است: «انجمن علمی صنایع، به‌عنوان یک نهاد دانشجویی رسمی با برگزاری همایش‌ها، جلسات تخصصی، کلاس‌های آموزشی و ... در زمینه کارآفرینی شرایطی را فراهم کرده است تا دانشجویان در آستانه ورود به بازار کار در سطح مطلوبی از اطلاعات قرار گیرند. تاکنون دو همایش با محوریت کارآفرینی و با حضور کارآفرینان نمونه کشوری و استادان کارآفرینی برگزار کرده‌ایم که دانشجویان را با شرایط ورود به بازار کار، چگونگی تشکیل تیم‌های کارآفرینی، ایده‌سازی و ایده‌پروری، اصول تجارت و ... آشنا کرده است.»

گپی با آیدا مهرانفر، هنرمند صنایع دستی

کارهایم برگشت خورد اما ناامید نشدم



● فاطمه علی اصغر ●

● روزنامه‌نگار ●

چندسالی است که ایده‌های تازه برای کسب‌وکار، راه‌های نوبی را پیش پای آدم‌ها گذاشته است، و زنان، بیش از همه در این راه‌پویا بودند. آن‌ها مشاغل خانگی را جدی گرفتند و از پس دیوار خانه‌های‌شان به جای محدودیت، فرصت‌های جدید و نو ایجاد کردند. آیدا مهرانفر، یکی از این زنان است. او ۲۸سال دارد. اهل شیراز است. گرافیک خوانده اما کاری که انتخاب کرده، تولید کیف چرمی ترکیبی با فرش و گلیم است. پنج‌سال است که در این راه، فعالیت کرده و حالا محصولاتش شناخته شده‌اند؛ کاری خانگی که به‌زودی جایش را در کارگاهی بزرگ باز می‌کند. آیدا در فکر به‌دست‌آوردن بازار صادرات است. مقدماتش را فراهم کرده؛ هرچند که محقق شدن آن را در پنج سال آینده پیش‌بینی می‌کند.

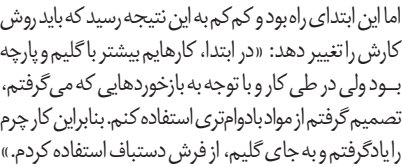
■ ایده‌ی آیدا

داستان زندگی آیدا از جایی شروع می‌شود که خیلی‌ها در آن شرایط هستند: پایان تحصیل و آغاز فعالیت‌های کاری. آیدا هم با طراحی گرافیک، رشته‌ای که تحصیل کرده بود، راهش را آغاز کرد اما در کنارش، به‌خاطر علاقه‌اش دست به کار شد و کیف‌هایی را امتحانی برای خودش دوخت. کیف‌ها کم‌کم موردتوجه قرار گرفتند و آیدا به این فکر افتاد که سفارش‌هایی هم را بگیرد. سفارش‌ها هرروز زیاتر می‌شدند و کارش رونق گرفت. شبکه‌های اجتماعی، بازار خوبی را برای عرضه تولیدات خانگی فراهم کرده بودند. آیدا بازاریابی‌اش را آغاز کرد. از دوستانی که داشت کمک گرفت و حالا توانسته است به‌صورت غیرمستقیم برای بافنده‌های فرش و گلیم هم کارآفرینی کند.

آیدا می‌گوید: «در ابتدا کار را با توجه به‌روش‌ها و علاقه‌ای که خودم داشتم و خیلی محدود شروع کردم. اما بعد به این نتیجه رسیدم که باید دوره‌هایی را بگذرانم. چندین کلاس رفتم و در این کلاس‌ها آموزه‌هایی را به‌دست آوردم و کار برایم بیش از پیش، جدی شد. یعنی توانستم با سرمایه‌ای اندک و در خانه کارم را شروع کنم.»

خیلی‌ها اعتقاد دارند که تحصیلات نمی‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در پیشبرد کسب‌وکار داشته باشد، اما نتیجه کار آیدا متفاوت بود: «رشته تحصیلی‌ام، در طراحی‌ها خیلی به من کمک کرد. بیشتر کارها را خودم طراحی می‌کنم، مگر اینکه خود سفارش دهنده طرحی را ارائه دهد. سعی کردم که در کارم نوآوری داشته باشم و از جنس‌های خوبی استفاده کنم تا بتوانم مشتری‌ها را راضی کنم.»

کار تلفیقی او با پارچه و گلیم، به‌تدریج موردتوجه قرار گرفت



اما این ابتدای راه بود و کم‌کم به این نتیجه رسید که باید روش کارش را تغییر دهد: «در ابتدا، کارهایم بیشتر با گلیم و پارچه بود ولی در طی کار و با توجه به بازخوردهایی که می‌گرفتم، تصمیم گرفتم از مواد بادوام‌تری استفاده کنم. بنابراین کار چرم را یادگرفتم و به جای گلیم، از فرش دستباف استفاده کردم.»

■ روش کار

آیدا اوایل کارش بیشتر کیف‌دستی درست می‌کرد اما به مرور زمان کیف پول، کوله‌پشتی، کیف کمری و انواع دیگری از کیف‌ها را به مجموعه کارهایش اضافه کرد. حالا سفارش‌دهندگان می‌توانند انواع مدل فرش‌ی را که می‌خواهند هم مشخص کنند. روش کار آیدا این است که بعد از گرفتن سفارش و مدل فرش‌ی که قرار است در کیف به کار ببرد، ابتدا فرش موردنظر را به یک بافنده سفارش می‌دهد. چندروز طول می‌کشد که بافنده این فرش را آماده کند و آن را به آیدا تحویل بدهد. بعد از آن، آیدا دست به کار می‌شود و فرش موردنظر را روی چرم پیاده می‌کند: «درحال حاضر، حساسیت زیادی روی کارهایم دارم. تمام سعی‌ام را می‌کند که کارها با مواد باکیفیتی ارائه شوند. چرم‌دوزی با دست، کار سختی است اما اکنون بعد از تحویل فرش، می‌توانم سه یا چهارروز یک کیف پرکار را تحویل بدهم.»

او در مورد پیشرفت کارش می‌گوید: «اوایل، کارهایم خیلی خوب نبود. وقتی برای فروش، آن‌ها را به اصفهان می‌فرستادم، متوجه ایرادهایش نبودم اما کم‌کم ایراد کارها در آمد. در آن زمان به خاطر مشکلات کار، خیلی با استقبال مواجه نشد ولی من ناامید نشدم و ایرادها را رفع کردم و تمام توانم را به کار بردم تا حرفه‌ای‌تر شوم و کیفیت کار را با تجربه‌ای که به دست آوردم، بالاتر ببرم.»

■ بازاریابی در بازار پرقیمت

وقتی که آیدا در فروش‌های سال اول کارش، با ایرادهای آن آشنا شد و کیفیت کیف‌هایش را ارتقا داد، در کنارش تصمیم گرفت که روش‌های متعدد بازاریابی را امتحان کند. او برای معرفی کارش در نمایشگاه‌های دانشگاه شرکت کرد. نمایشگاه شخصی گذاشت. در جمعه‌بازار شیراز کارهایش

ژانویه دید

«بارها و بارها به من گفتند که محصولات چینی و ماشینی، با قیمت‌های خیلی کمتر از کارهای من فروخته می‌شود. یکی از کارهایی که من سعی کردم انجام دهم، تغییر نگاه مردم بود. تا آنجایی که می‌توانستم، درباره اهمیت کارهای دستی و هنرهای سنتی صحبت می‌کردم؛ در مورد قیمت‌های مواد بادوامی که استفاده می‌کنیم و نیروهایی که به کار گرفته می‌شوند. هیچ‌وقت از این کار خسته نمی‌شوم و معتقدم که باید مردم در این زمینه آگاهی‌های لازم را به‌دست آورند.»

را به فروش گذاشت و درنهایت از شبکه‌های اجتماعی و دوستانش کمک گرفت: «من با برگزاری نمایشگاه‌های متعدد، سعی کردم کارم را بیشتر معرفی کنم. از کیف‌هایم عکاسی حرفه‌ای کردم. دنبال سفارش‌های بیشتری بودم. و از دوستانم که در شهرهای دیگر بودند، خواستم تا کارهایم را در شهرشان معرفی کنند و مجموع این روش‌ها به من کمک کرد تا بتوانم در بازار پرقاب‌ت امروز صنایع‌دستی جایگاهی را برای خودم پیدا کنم.»

او یکی از مشکلات فروش کارها را نگاه مردم به خریداری اجناس می‌داند: «بارها و بارها به من گفتند که محصولات چینی و ماشینی، با قیمت‌های خیلی کمتر از کارهای من فروخته می‌شود. یکی از کارهایی که من سعی کردم انجام دهم، تغییر نگاه مردم بود. تا آنجایی که می‌توانستم، درباره اهمیت کارهای دستی و هنرهای سنتی صحبت می‌کردم؛



«وایل، کارهایم خیلی خوب نبود وقتی برای فروش، آن‌ها را به اصفهان می‌فرستادم، متوجه ایرادهایش نبودم، خیلی با استقبال مواجه نشد ولی من ناامید نشدم.»

در مورد قیمت‌های مواد بادوامی که استفاده می‌کنیم و نیروهایی که به کار گرفته می‌شوند. هیچ‌وقت از این کار خسته نمی‌شوم و معتقدم که باید مردم در این زمینه آگاهی‌های لازم را به‌دست آورند.»

او می‌گوید که درحال حاضر، درحال ثبت برند و راه‌اندازی کارگاهی برای خودش است: «برنامه اصلی من، صادرات است. نمونه‌هایی را برای معرفی و بازاری‌سنجی به خارج از ایران فرستادم و از طریق دوستانم، کارهایش درحال انجام است، اما از آنجایی که صادرات به گرفتن مجوزهایی در این زمینه نیاز دارد، درحال تهیه این مجوزها هم هستم. می‌دانم چندسالی طول می‌کشد که کارهایم به نتیجه برسند، اما با قدرت بسیار در این زمینه کار می‌کنم و چشم‌انداز آن را روشن می‌بینم.»

آیدا می‌گوید که کارهای تولیدی، برای تعداد قابل توجهی از افراد، تولید شغل می‌کند، چرا که این‌گونه کارها، به‌تنهایی به نتیجه نمی‌رسد. بافنده‌ها، بازار باب‌ها و تهیه‌کنندگان چرم، افرادی هستند که در پروسه تولید کیف، کسب‌وکارشان رونق می‌گیرد.»

او به کسانی که تازه می‌خواهند در این زمینه فعالیت کنند، می‌گوید که این کار، طاقت فرساست و علاقه زیادی می‌خواهد. کسانی که این کار را انجام می‌دهند، باید آن را دوست داشته باشند و استعدادش را داشته باشند. برای اینکه این کار به نتیجه برسد، زمان و صبر زیادی لازم است.



خودتان و دیگران تغییری ایجاد کنید، موفقیت است. من دوست دارم که چیزی خلق کنم و کارآفرین بودن برایم مانند بازی کردن با لگو است که می‌توان چیزی را به هر شکل و رنگی ساخت و اگر نیاز به تغییر باشد، آن را تغییر داد. اما برای موفقیت در این راه، باید شجاعت خروج از کنج آسایش را داشت، باید بیش از آنچه که می‌گوییم، بشنویم و مسیر را پیش ببریم.

منبع : www.asianentrepreneur.org



لحظه آها

● مهران امیری ●

بایسته‌های اخلاق کارآفرینی

یکی از موضوعاتی که شیوه رفتار و کنش‌های فردی و اجتماعی ما را متاثر می‌سازد، مسئله اخلاق و فلسفه اخلاق در ارتباط با حوزه کسب‌وکار است. حتی اگر به مباحث فلسفی علاقه‌مند نباشیم هم نمی‌توانیم از نتایج این نوع مباحث بی‌بهره بمانیم. در بحث پیرامون اخلاق و فلسفه اخلاق، نکات چالش‌برانگیز بسیاری مطرح شده و مشتاقان و علاقه‌مندان را به خود مشغول داشته است، اما صرف‌نظر از جزئیات فلسفی موضوع اخلاق، آیا می‌توان شاخص‌های روشنی برای سنجش میزان پایبندی به اخلاق در فعالیت‌های کارآفرینی برشمرد؟ اگر چنین است، برجسته‌ترین ویژگی اخلاقی یک کارآفرین چه چیزی است و چگونه می‌توان به آن پایبند ماند؟

عموم مخاطبان پذیرفته‌اند که آنچه کارآفرینی نامیده می‌شود، یک فعالیت منطقی با اخلاق است. در این گزاره، «مفید و ثمربخش بودن»، به‌عنوان پیش فرض و به معنای سازگاری با اخلاق تلقی می‌شود؛ با این تعبیر، اقدامات یک کارآفرین از نقطه شروع می‌تواند مورد پذیرش و حمایت عمومی بوده و در زمره امور پسندیده، دسته‌بندی شود. اما صرف‌نظر از موضوع فعالیت یک کارآفرین که از ابتدا ارزشمند تلقی شده، آیا در گام‌های بعدی، آنچه که او انجام می‌دهد نیز به گونه‌ای حمایت‌گرانه بررسی می‌شود؟ آنچه که یک کارآفرین انجام نمی‌دهد، چگونه سنجیده و ارزیابی می‌شود؟

در عالم واقعیت، همه ما جدا از آنچه که می‌گوییم، با آنچه که انجام می‌دهیم، سنجیده خواهیم شد. این در حالی است که در بسیاری از موقعیت‌ها، ارزش آنچه که انجام نداده‌ایم، می‌تواند بیشتر از آنچه که کرده‌ایم، باشد. امروز کارآفرینان و فعالان حوزه‌های کسب‌وکار را براساس اصل مسئولیت‌پذیری و قبول مخاطرات فعالیت اقتصادی، مورد حمایت و تقدیر قرار می‌دهیم. آنان درحالی‌که می‌توانند سرمایه و توان خود را صرف فعالیت‌های غیرمولد اما سودآفرین کنند، وارد دریای پرتلاطم کار و خدمات مفید اقتصادی شده‌اند؛ اما آیا همه ماجرا به همین جا ختم می‌شود؟ کارآفرینان، در قبال برنامه‌هایی که دنبال نمی‌کنند نیز مسئول هستند. تلاش برای ایجاد اشتغال و خلق ثروت بسیار پسندیده است، اما کارآفرینان، به منزله عوامل کلیدی در ساختن مسیر رشد و حرکت جامعه، نه تنها در مورد مسیر انتخاب‌شده و نتایج آن، بلکه بابت خطاهایی که نکرده‌اند و یا اقدامات درستی که انجام نداده‌اند نیز مسئول هستند.

حمایت از کارآفرینان، به دلیل تلاش آنها برای تولید و اشتغال در یک حوزه خاص، نمی‌تواند رافع مسئولیت‌های آنان برای تشخیص و همراهی در مسیر کلان پیشرفت جامعه باشد. برداشتن گام‌های درست برای رشد اقتصادی، مسئولیت مشترک همگان است، اما پیش‌تاز و اثرگذار بودن کارآفرینان، این توقع را ایجاد می‌نماید که اثرگذاری فعالیت‌های‌شان را در طرحی بزرگ‌تر و درازمدت برای سایر بخش‌های جامعه نیز ببینند. یکی از مشکلاتی که در سال‌های گذشته نظام مدیریت و برنامه‌ریزی کشور را به خود مشغول کرده، رفتاری است که از آن، به‌عنوان تصمیم‌سازی و اقدامات جزیره‌ای نام برده می‌شود. بروز این خطا در برنامه‌ها و فعالیت‌های کارآفرینان هم به همان اندازه مخرب است. کارآفرینان مسئول و دوراندیش، باید مراقب باشند که نه تنها در مورد کسب‌وکار خود مسئول هستند، بلکه اخلاق کارآفرینی ایجاب می‌نماید که نگاهی کلان به مسائل جامعه داشته و فعالیت‌های‌شان را در مجموعه حرکت عمومی اقتصاد و فرهنگ کشور طراحی و ارزیابی نمایند. کارآفرینان را هم مانند سایر فعالان باید علاوه بر آنچه که کرده‌اند، با آنچه که می‌توانستند و می‌بایست انجام بدهند و از آن غافل شده‌اند، سنجید. اهمیت مسئولیت‌پذیری – فراتر از حوزه فعالیت تخصصی – تا بدان پایه است که شاید بتوان آن را از ارکان اخلاق کارآفرینی نامید.