



آسیب‌های اداری دیدن موفقیت!

انتقال دانش و تجربیات از ویژگی‌هایی است که رشد جوامع بشری را به شکل روندی مستمر و روبه‌په‌بود درآورده است. ایجاد مراکز آموزشی در همه اعصار و دوران‌ها درواقع نشان از تلاش‌ها برای پهبود این روند و ایجاد سازوکارهای مناسب برای مشارکت دادن حوزه‌های مختلف بوده است. در این مسیر ابزارها و روش‌های متعدد و متنوعی به کار گرفته می‌شود که برگزاری سمینار، کنگره، همایش، و نشست‌ها ازجمله این روش‌هاست. صرف‌نظر از نام‌گذاری و ظرایفی که هرکدام از این عناوین را با دیگری متفاوت می‌سازد، هدف از برگزاری همایش‌ها و محتوای ارائه‌شده در آن‌ها حائز اهمیت است. اما نگاهی کوتاه به اخبار روزانه نشان می‌دهد که ما در زمینه طراحی، برنامه‌ریزی، و برگزاری همایش‌ها نفع‌تها کمبودی نداریم بلکه بنا بر قرآن موجود درگیر مشکل تورم نیز هستیم. روشن است که وجود جامعه‌ای پرتلاش، با تعداد قابل توجه نیروی کار جوان و تحصیل کرده، نیاز به برگزاری انواع همایش‌ها در حوزه‌های مختلف را ضروری می‌سازد. در این میان طی سال‌های گذشته کارشناسان برخی حوزه‌ها و بخش خصوصی نیز به جمع برگزارکنندگان همایش‌ها پیوسته‌اند. به نظر می‌رسد همایش‌هایی با موضوعات موفقیت و ثروت‌اندوزی بیشترین تعداد موضوعات محوری را داشته‌اند و در چند سال اخیر کارآفرینی یکی از عناوین اصلی برگزاری این نوع همایش‌ها بوده است. به‌جز برخی موارد محدود و هدفمند، برگزاری بسیاری از این نوع همایش‌ها هم از نظر موضوع و هم از نظر شیوه اجرا و حتی روش‌های تبلیغی به میزان زیادی دنباله‌رو نمونه‌ها و تجربه‌شده در سایر کشورهاست و از این منظر زمینه خوبی برای کاربست تجربیات موفق جهانی فراهم کرده اما هیاهوی تبلیغاتی در این زمینه‌ها منجر به کم‌پوچی به اسب‌های احتمالی شده است. لازم است در عین استفاده از تجربیات اجرایی سایر کشورها، به مشکلات و زان‌های فردی و جمعی این نوع اقدامات نیز توجه کنیم. همایش‌های موفقیت و کارآفرینی، که اخیرا در تعداد زیاد برگزار و تبلیغ می‌شوند، عموما با دعوت و گردآوری افرادی که مایل به رفع مشکلات کاری خود هستند شکل می‌گیرد. سیاهه سخنرانان این نوع همایش‌ها عموما بر نام افرادی متمرکز است که مدعیات فراوانی درباره آن‌ها ازجمله تعداد فراوان کتاب‌ها و مقالات، کسب‌وکارهایی که ایجاد و مدیریت کرده‌اند، سخنرانی‌ها... ابزار می‌شود. متأسفانه در بسیاری از موارد مخاطبان پرسشگر حتی در تطبیق دادن سن و سال این افراد با عناوین و موفقیت‌های ذکرشده دچار ابهام می‌شوند. و اضافه کردن تردیدهای مهم‌تری همچون تخصص‌ها و سوابق علمی و مدارج و مدارک تحصیلی نیز بر میزان ابهامات می‌افزاید، گرچه برخلاف نسخه‌های متعارف نیازی به مداخله دستگاه‌های اجرایی برای رفع این ابهامات نیست و نظام عرضه و تقاضا در کنار ارتقای دانش مخاطبان و انتقال تجربیات و برداشت آن‌ها از مشارکت در این برنامه‌ها، زمینه تلوم با قطع این نوع همایش‌های را ایجاد خواهد کرد. تشنگان موفقیت و علاقه‌مندان ایجاد کسب‌وکارهای پیروزمندانه و سودمند، پیش از شرکت در این نوع همایش‌ها نیازمند تلاش و پشتکار و کسب دانش هستند. روشن است که اطلاع از تجربیات و داستان موفقیت‌ها و شکست‌های دیگران می‌تواند راهگشای بسیاری از مسائل باشد. اما پرسش مهم این است که همایش‌های چندص نفره‌ای که با دریافت هزینه‌های بسیار عموما بر افزایش اشتیاق دستیابی به موفقیت تأکید می‌کند به چه میزانی می‌تواند راهنمایی مفید و مؤثر برای استخدام این اشتیاق در رسیدن به هدف باشد؟ متأسفانه سنجش و روش و قابل نیکبای در باره میزان موفقیت این نوع برنامه‌ها در دست نیست اما مشاهدات میدانی و بازخورد‌های دریافت‌شده از برخی شرکت‌کنندگان این برنامه‌ها، نشانه‌های رضایت‌بخشی را بروز نمی‌دهد. و نتیجه عملی افزایش بی‌مرز اشتیاق به موفقیت در حالی که زمینه و ابزار لازم برای دستیابی به آن احتمالا وجود ندارد. تنها مسر خوردگی و ناامیدی است. نیروهای آماده‌به‌کار و جوانان مان‌با دارند در دنیای رقابت‌های بزرگ اجرایی و تجاری فعلی علاوه‌بر اشتیاق و انگیزه به دانش کارپردی نیز مجهز شوند. آموخته‌های آنان در هر حوزه تخصصی، در کنار بهره‌گیری هدفمند از تجارب دیگران می‌تواند راهگشا باشد. این تجارب بیش از آنکه بر داستان‌های موفقیت تکیه کند، بایستی مبتنی بر روایت شکست‌ها و ناآکمی‌هایی باشد که ضروری است دیگران از آن‌ها حذر کنند. اما به نظر می‌رسد که مجریان این نوع همایش‌ها کمتر مجالی برای این موارد فراهم می‌کنند. جذب مشتری در این زمینه هم نیازمند ایجاد زرق‌وبرق‌های چشم‌نوازی است که انبوه داستان‌های موفقیت و شعارها و عناوین پرطمطراق درج‌شده در آگهی‌های تبلیغاتی و سایت‌های اینترنتی فقط از باب‌آگهی‌کمی‌کند. همه این موارد پیش از همه در خدمت مجریان است و روشن نیست که سهم نیازمندی‌های مخاطبان این همایش‌ها را از آگاهی‌های ضروری چه کسی تأمین می‌سازد؟

چطور بازارهای جهانی را فتح کنیم؟

«چطور فیس بوک، مایکروسافت و برندهای مهم تلفن‌های همراه توانستند بازارهای جهانی را فتح کنند؟» این پرسشی است که دکتر سورنا ستاری در دومین کنفرانس ملی «مهندسی و تکنولوژی‌های سبز برای آینده پایدار» مطرح می‌کند. او پاسخ می‌دهد: «این نوع شرکت‌ها دارای ایده‌های خلاقانه بودند که این ایده‌ها موجب رشد آن‌ها شد.» او می‌گوید: «زمانی تصور می‌کردیم، با پول دولت باید کسب‌وکار ایجاد کنیم، اما این نوع نگرش نسبت به ایجاد اشتغال قطعا اشتباه است و نسل جدیدی در کارآفرینی در حال ایجاد است.» او حتی معتقد است که دادن وام به شرکت‌های دانش‌بنیان خیانت است و شرکت‌های نوپا به ایجاد فضای کسب‌و کار نیاز دارند نه وام.

۱۴ | کتینه نو



«پیروزی بزرگی محسوب می‌شد، پیروزی یک زن در مناقصه از نظر خیلی‌ها اشکال داشت. ایرادهای زیادی گرفته می‌شد، اما من می‌خواستم نشان دهم که در شایستگی چیزی از رقیبا کم ندارم.»

گفت و گو با سهیلا ابوالحسن چوبدار (کلاهی)، کارآفرین پوشاک

از مهارت‌های کوچک تا کارآفرینی‌های بزرگ

می‌شود و این لقب همواره با خانواده آن‌ها می‌ماند. سهیلا کلاهی می‌گوید: «هیچ‌کس کارآفرین نمی‌شود مگر در درون خود سرشت آن را داشته باشد. اگر علم هم به آن اضافه شود سرمایه‌ای گیرانه‌ای و بالارش به وجود می‌آورد که با هیچ چیز قابل مقایسه نیست.» تفکر پدر هم چراغ راه او می‌شود: «پدرم همیشه تأکید داشت که در کنار درس خواندن حتما حرفه و فنی را بیاموزم چون کسی که هنری داشته باشد و کاری بلد باشد هرگز بدون کار نمی‌ماند و محتاج نمی‌شود.» مادر هم برای او الگوی بزرگی بود: «او مسلطا به تمام هنرهای خانه‌داری مثل خیاطی، گل‌دوزی و آشپزی بود. مادر اهل کار بود، گاهی با ته پارچه‌هایی که از یک توپ پارچه باقی می‌ماند برای ما لباس‌های عالی می‌دوخت.» سهیلا کلاهی در ۹سالگی موفق می‌شود اولین لباس را برای خودش ببافد: «کودکی من نه به سیطنت که بیشتر در کنار مادر و یادگیری هنر‌ها و کارهای دستی و تحصیل گذشت.» روش تربیتی پدر او را به سمت کار و تلاش سوق می‌داد: «از یک سنی به بالا پدرم پول کوچبی را منوط به گرفتن نمره ۲۰ کرده بود و ما می‌دانستیم که اگر پول بیشتری می‌خواهیم باید بیشتر تلاش کنیم. به این طریق عزت نفس ما هم بالا می‌رفت.»

زندگی دور از تهران

با همسرش که دانشجوی مکانیک است ازدواج کرده و به تبریز نقل مکان می‌کند. قبولی برادر در رشته پزشکی دانشگاه تهران و ازدواج خواهران و نقل مکان آن‌ها به تهران باعث نقل مکان پدر و

پزشکی

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی دوخت لباس فرم مدارس دخترانه را شروع می‌کند. موشک‌باران شهرهای بزرگ آغاز می‌شود و او به زادگاه همسرش آذرشهر می‌رود و با اجاره خانه‌ای بزرگ بخشی از آن را به کارگاه خیاطی تبدیل می‌کند. بعد از مدتی چند چرخ خیاطی دیگر به این کارگاه اضافه می‌کند و از خانم‌های اطرافش دعوت به همکاری می‌کند: «بعد از سه چهار سال به تولیدکننده‌ای قوی تبدیل شده بودم.»

مادر او به تهران می‌شود و او که در تبریز تنها شده برای پر کردن اوقات فراغت خود به کار بافتنی رو می‌آورد: «خواهرم در میدان محسنی (میرداماد) تهران و جاهای دیگر مشتریانی برایم پیدا می‌کرد و من تولیدات بافتنی ام را برایشان می‌فرستادم. تنوع کار باعث رونق کارم شد و به تدریج سفارش روتختی، رومبی و سرویس خواب گرفتم و به مغازداران فروختم.» با بازگشایی دانشگاه‌ها و مدارس بعد از پیروزی انقلاب اسلامی دوخت لباس فرم مدارس دخترانه را شروع می‌کند. موشک‌باران شهرهای بزرگ آغاز می‌شود و او به زادگاه همسرش آذرشهر می‌رود و با اجاره خانه‌ای بزرگ بخشی از آن را به کارگاه خیاطی تبدیل می‌کند. بعد از مدتی چند چرخ خیاطی دیگر به این کارگاه اضافه می‌کند و از خانم‌های اطرافش دعوت به همکاری می‌کند: «بعد از سه چهار سال به تولیدکننده‌ای قوی تبدیل شده بودم.» در سال ۱۳۷۰ به منظور ساماندهی مشاغل در شهرها برای دریافت جواز کسب از سازمان فنی و حرفه‌ای فراخوان دادند. به این ترتیب او موفق می‌شود مدرک خیاطی بگیرد و اولین جواز کسبش را با عنوان سری دوزی پوشاک دریافت کند.

دل‌کنند از کارگاه آذرشهر

با اتمام تحصیلات همسرش، دوری از خانواده و دل‌تنگی باعث می‌شود راهی تهران شود. در تهران مدتی از راه دور کارگاه را در آذرشهر تبریز اداره می‌کرد اما در نهایت با واگذاری کارگاه از آنجا دل می‌کند و بار دیگر کار را از زیرزمین خانه پدری‌اش در تهران آغاز

پزشکی

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی دوخت لباس فرم مدارس دخترانه را شروع می‌کند. موشک‌باران شهرهای بزرگ آغاز می‌شود و او به زادگاه همسرش آذرشهر می‌رود و با اجاره خانه‌ای بزرگ بخشی از آن را به کارگاه خیاطی تبدیل می‌کند. بعد از مدتی چند چرخ خیاطی دیگر به این کارگاه اضافه می‌کند و از خانم‌های اطرافش دعوت به همکاری می‌کند: «بعد از سه چهار سال به تولیدکننده‌ای قوی تبدیل شده بودم.»

غلبه بر محدودیت‌ها بانوآوری‌های صرفه‌جویانه

زندگی می‌کنم، ما اینجا در حال کار برای تولید فناوری‌های بزرگ بعدی هستیم. اگر به تلفن هوشمند آیفون نسخه ۶/۵ و نسخه بعد از آن نگاه کنید می‌بینید که شرکت‌های غربی میلیارد‌ها دلار صرف تحقیق و توسعه و سرمایه‌گذاری در این زمینه کردند، سپس از مقادیر زیادی از منابع طبیعی برای ساخت محصولات پیچیده‌تر استفاده کردند تا به این وسیله محصولی متفاوت با محصولات سایر شرکت‌ها عرضه کنند؛ و در ادامه بابت این محصولات دارای امکانات جدید از مشتریان پول بیشتری دریافت می‌کنند. بر این اساس، مدل‌های کسب‌وکار متعارف در غرب «بیشتر برای بیشتر» است، اما این مدل به سه دلیل متوقف خواهد شد؛ نخست اینکه بخش بزرگی از مصرف‌کنندگان به دلیل کاهش قدرت مالی دیگر توانایی خرید اقلام گران‌قیمت را ندارند. دوم اینکه منابع آب و نفت رو به اتمام است. و سومین نکته اینکه نابرابری درآمدها بین ثروتمندان و طبقه متوسط باعث ایجاد شکاف بزرگ بین محصولات و خدمات موجود از یک‌سو، و نیاز اساسی مصرف‌کنندگان از سوی دیگر شده. امروز بیش از ۷۰ میلیون آمریکایی به دلیل فقر امکان استفاده از خدمات معمولی بانک‌ها را ندارند چراکه خدمات موجود در بانک‌ها بر مبنای نیاز آن‌ها طراحی نشده است.



پیشکشیه ۳ بهمن ۱۳۹۵ ● شماره هشتادونه

A T I V E H N O

می‌کند. این بار با گسترده شدن کار یک سوله ۵۰۰ متری می‌گیرد و تعداد چرخ‌ها را افزایش می‌دهد. سعی می‌کند از زنان سرپرست خانوار برای کار استفاده کند تا آن‌ها هم بتوانند زندگی‌شان را اداره کنند. همان زمان از طرف شهرداری اجرای طرحی با عنوان «ایجاد مراکز مهارت‌آموزی» پیشنهاد می‌شود. آن را می‌پذیرد و اولین مرکز مهارت‌آموزی را در خیابان سستارخان تهران و بازارچه سنتی آن ایجاد می‌کند: «با اینکه این طرح کاری عام‌المنفعه بود و در آن هیچ سودی عاید من نمی‌شد، موفقیت‌های زیادی را نصیبم کرد.» همزمان با این کار دو کارگاه دیگر خیاطی در کرج رامااندازی می‌کند و تنها با دوربین‌های مداربسته بر آن‌ها نظارت می‌کند. او در آن زمان حدود ۱۰۰ نفر پرسنل بیمه‌ای داشت که در کنار هم با رضایت کار می‌کردند.

۱۷ هزار دست‌اورکت

روزی آگهیی مناقصه دوخت اورکت فرم برای پرسنل سپاه پاسداران انقلاب اسلامی توجهش را جلب می‌کند. دوخت ۱۷ هزار دست‌اورکت! اگر می‌توانست در مناقصه برنده شود به آرزوهایش می‌رسید: «با اعتقاد به خود و پرسنلم در مناقصه شرکت کردم و جزو شرکت‌هایی قرار گرفتم که باید مورد ارزیابی قرار می‌گرفتند.» سر موعه مقرر مأموران ارزیابی می‌آیند و در نهایت با تأیید کار، او در مناقصه پیروز می‌شود: «پیروزی بزرگی محسوب می‌شد، پیروزی یک زن در مناقصه از نظر خیلی‌ها اشکال داشت. ایرادهای زیادی گرفته می‌شد. سنگ‌اندازی زیادی از سوی شرکت‌هایی که قبلا متولی این کار بودند صورت گرفت، اما من می‌خواستم نشان دهم که در شایستگی چیزی از رقیبا کم ندارم.» او در نهایت ۱۷ هزار دست‌اورکت تولید کرد و از سازمان سفارش دهنده لوح تقدیر گرفت. این پیروزی باعث شد به فکر دوخت‌ودوز لباس‌های نظامی بیفتد. همیشه آرزو داشت کیفیت لباس‌های نظامیان ایران مانند سایر کشورها باشد. با فرماندهی آحاد و پشتیبانی نیروهای مسلح وارد مذاکره می‌شود و عزم این فرماندهی در ارتقای کیفیت پوشاک نیروهای مسلح منجر به ایجاد و شکل‌گیری اولین کارخانه تولید پوشاک نظامی به صورت کاملاً صنعتی توسط خانم کلاهی می‌شود: «برای این کار زحمت کشیدم، مطالعه و تحقیق کردم، لباس‌های نظامی سایر کشورها را بررسی و آسیب‌شناسی کردم.»

شروع دوباره از صفر

در حالی که شرکتش در اوج کار و تلاش بود، به دلیل اختلاف با شرکایش ناگزیر شد آنجا را که ثمره تمام تلاش‌ها و آرزوهایش بود رها کند و بار دیگر کارش را از نقطه صفر آغاز کند: «آن شرکت را در اوج کار ترک کردم و در اواخر سال ۱۳۸۹ شرکت جدیدی را در شهرک صنعتی بهارستان، نرسیده به شهر هشتگرد، به شکل مستقل پایه‌گذاری کردم.» با روخیه و تجربه‌ای که به دست آورده بود شرکت جدید را در عرض ۴۰ روز تجهیز و به مرحله تولید رساند. به تدریج کارخانه‌اش تبدیل به مجتمع تولیدی شد و حالا کلاه، کیف، کوله‌پشتی و سایر ملزومات انفرادی را هم تولید می‌کرد: «در حال حاضر عمده محصولات ما تولید پوشاک نظامی، جلیقه، اورکت، لباس‌های سرهمی خلبانان، ماتو شلوار، پیراهن مردانه و... است.» کلاهی، که عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران استان البرز هم هست، معتقد است نتایج عملکرد و تصمیمات تمام سازمان‌ها و نهادهای حوزه کار و اشتغال بر کار تولیدکنندگان تأثیر مستقیم می‌گذارد و اگر قرار است تولید داخل رونق بگیرد، راهکار آن حمایت از تولیدکنندگان، کارآفرینان و کارفرمایان است: «روبرگرد فرهنگی و اجتماعی سازمان تأمین اجتماعی و تعاملات این سازمان با کارفرمایان، که در چند سال اخیر گسترش یافته است، بسیار پسندیده و باعث خوشحالی است اما انتظار می‌رود که برای اغلب کتنبی‌ها گران است. تأمین‌اجتماعی آثار و تبعات تصمیمات و بخشنامه‌های مختلف را به‌دقت بررسی کنند.»

نگاهی به کتنبایبندازیم. نیمی از جمعیت کنیا از روش پرداخت مبتنی بر تلفن هوشمند به نام M-Pesa استفاده می‌کنند که راه‌کاری عالی برای قاره آفریقااست، چراکه ۸۰ درصد آفریقایی‌ها حساب بانکی ندارند. و نکته جالب اینکه این روش در بخش انرژی هم به کار گرفته شده. M-KOPA سیستم سلول‌های خورشیدی خانگی است که در جعبه‌ای شامل یک سلول خورشیدی سقفی، سه چراغ LED، یک رادیو خورشیدی و یک شارژر تلفن هوشمند، عرضه می‌شود. تمام این بسته معادل ۲۰۰ دلار هزینه دارد که برای اغلب کتنبی‌ها گران است. سیستم موبایل اما راه‌حل ارزان‌تری ارائه می‌دهد. شما می‌توانید این بسته را با پرداخت ۳۵ دلار تهیه کنید و مابقی را با مبلغ ناچیز روزانه ۴۵ سنت با استفاده از تلفن همراهتان بپردازید. وقتی شما ۲۶۵ درداخت کوچک انجام دهید سیستم باز می‌شود و می‌توانید الکتربسته را بگان و پاک دریافت کنید. کشورهای توسعه‌نیافته با نوآوری‌های صرفه‌جویانه فاهت عقب‌ماندگی‌شان را کاهش می‌دهند و در برخی موارد حتی نسبت به کشورهای پیشرفته جهش می‌کنند. نکته مهم در نوآوری‌های صرفه‌جویانه این است که «آنچه فراوان‌تر است را (مانند اتصال تلفن همراه) انتخاب کنید و با آنچه کمیاب است، مانند انرژی، مقابله کنید.»