



# روشن‌رشد ۴

ماهنامه آموزشی و تربیتی برای هنرجویان هنرستان /  
دوره سوم / دی ۱۴۰۱ / شماره پیاپی ۴۸ / ۲۰ صفحه



## قهرمان ملی

مسافرت مشتری در زمین شما  
اگر بُعد مکان نباشد

۱۳۸۵



مهرآفرین کاشی / دوازدهم گرافیک / هنرستان: معتمد

**طراحی اسماء الحسنی و آیات قرآنی**

آثاری از هنرجویان شهر اصفهان  
هنرآموز: هدی یزدانی فرد



حانیه لسانی فر / دوازدهم گرافیک / هنرستان: معتمد



مدیسا شیروانی / دهم گرافیک کامپیوتر / هنرستان: دهخدا



زهره میراحمدی / دهم گرافیک کامپیوتر / هنرستان: دهخدا



# رشد

اجتماعی و فرهنگی

ماهنامه آموزشی و تربیتی برای هنرجویان هنرستان  
دوره سوم / دی ۱۴۰۱ / شماره پیاپی در پی ۴۸ / ۲۰ صفحه

نشانی دفتر مجله: تهران، خیابان ایرانشهر شمالی، پلاک ۲۷۰ / صندوق پستی: ۱۵۸۷۵/۳۳۳۱  
تلفن دفتر مجله: ۸۸۸۶۷۳۳۱ / شماره: ۰۱۴۷۸-۸۸۳  
رایانامه (پست الکترونیک): roshdehonarju@roshdmag.ir  
تلفن امور مشترکان: ۰۲۱-۸۸۸۶۷۳۰۸

## خانواده

مجلات رشد همه تلاش خود را کرده است تا این مجله در دسترس عموم دانش‌آموزان قرار گرفته و همه کودکان و نوجوانان میهن عزیز اسلامی‌مان امکان تهیه آن را داشته باشند.

## قیمت:

۷۵۰۰۰ ریال

- ۲ مسافرت مشتری در زمین شما
- ۴ صفر تا صد استخدام با آدیلا
- ۶ تقویم دی
- ۸ رنگین کمان ایده‌ها
- ۱۰ ورود هنرستان به گیاهان دارویی و عرقیات
- ۱۲ ره صدساله با چاپگر سب‌بندی
- ۱۴ اگر بُعد مکان نباشد
- ۱۶ این گره باز شدنی است
- ۱۸ فروش الکترونیکی
- ۲۰ نقش کلیدی سنجاق
- ۲۲ واژه‌های به اندازه دریا
- ۲۴ از بازی‌های تلفن همراه شروع کن
- ۲۶ کی، کجا و چطوری؟
- ۲۸ از کاظمی گزارشگر فوتبال تا آشتیانی رویان
- ۳۰ سلام بر تویی که نگذاشتی امنیت از دستمان برود
- ۳۲ سیرت زیبا بیاور
- ۳۴ ایده‌های خوبی که به‌خاطر ضعف آدم‌ها نابود می‌شوند
- ۳۶ اول جابنداز بعد راه بنداز
- ۳۸ متاورس کم بود، بلاک‌چین هم اضافه شد
- ۴۰ با دزدها وقت نگذران
- ۴۲ آینده در دستان هوش مصنوعی
- ۴۴ آردوینو و چراغ چشمک‌زن
- ۴۶ با دو و نیم میلیون شروع کن



اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَآلِ مُحَمَّدٍ وَعَجِّلْ فَرَجَهُمْ

مدیر مسئول: محمد صالح مذنبی

سر دبیر: مهدی عبدالملکی

مدیر داخلی: ریحانه نعمت‌الهی

طراح گرافیک: مجید کاظمی

ویراستار: کبری محمودی

شورای برنامه‌ریزی: اسفندیار چهاربند، مهدی اسماعیلی، عباس بیات، محسن

بهرامی، افشار بهمنی، سید مرتضی حسینی، مجتبی افچنگی، سجاد دهقان،

سیدعلی صالح‌پور

مدیر هنری: کوروش پارسا نژاد

دبیر عکس: اعظم لاریجانی

## × یادداشت سردبیر ×

### قهرمان

همه قهرمان می‌خواهند؛ قهرمانی که از دل پلیدی‌ها عبور کند و خوبی‌ها را رقم بزند؛ کسی که برای کشور و مردمش فداکاری کند و از جان مایه بگذارد؛ کسی که تکلیفش با زندگی معلوم باشد، بداند از آن چه می‌خواهد و سردرگم نباشد؛ کسی که در همان جایی که هست، بهترین کارها را بکند تا بیشترین خدمت را انجام دهد؛ کسی که با هدف و برای خدا تلاش و با او معامله کند، توان و وقت و دار و ندارش را به خدا عرضه کند و در مقابل از خدا عاقبت‌به‌خیری بگیرد. قهرمان بی‌طرف نیست، طرف حق است؛ قهرمان واقعی است، با تلاش و شجاعت واقعی، نه در افسانه و خیال و فیلم. قهرمان بی‌اعتقاد نیست، معتقدترین است. قهرمان در بازی رایانه‌ای نیست که یک لحظه‌ای درست شود. همه زندگی‌اش پر از تلاش است و در تلاطم زندگی واقعی به قهرمانی رسیده است. قهرمان حتما تماشاچی است و ماجرای قهرمانی‌اش حتما شنیدنی است، حتما خواندنی است.

قهرمان‌ها جلوی چشممان هستند. شهید قاسم سلیمانی و شهید کاظمی آشتیانی قهرمان‌های ما هستند. زندگی‌نامه و وصیت‌نامه شهید سلیمانی و زندگی‌نامه شهید کاظمی آشتیانی را زیاد بخوانید تا ببینید قهرمان‌ها چگونه قهرمان شدند!







# مسافرت «مشتری» در «زمین» شما



راضی نباشد و در نتیجه یا سراغ یک نشان تجاری دیگر برود یا بدتر اینکه بقیه را از شما فراری دهد. این هم روی بد سکه.

برای اینکه بتوانید این چرخه را خوب مدیریت کنید، طوری که همیشه روی خوب سکه برای شما رقم بخورد، باید برای کل این مسیر نقشه راهی طراحی کنید. برای همسفران نشان تجاری تان یک نقشه سفر بکشید! دقیقاً شبیه یک سفر باید برای نقطه به نقطه همراهی مشتری با کسب و کارتان طراحی و برنامه ریزی کنید. در واقع برای طراحی این نقش باید خودتان را جای مشتری بگذارید و دقیقاً از دید او به نشان تجاری و کسب و کارتان نگاه کنید. بیایید با هم برای یک کسب و کار فرضی این کار را انجام دهیم. در پایان، شما هم می‌توانید برای کسب و کار آینده خودتان نقشه‌ها بریزید!

من هنرجوی رشته آشپزی بوده‌ام و می‌خواهم یک غذاخوری (رستوران) داشته باشم. حالا می‌خواهم برای ارتباط با مشتری یک نقشه سفر طراحی کنم. ابتدا باید چرخه مشتری را جلوی چشمم داشته باشم؛ هم روی خوب سکه و هم روی بد آن را که هر دو توضیح داده شدند.

در قدم بعدی باید اهداف مشتری را تعیین کنم. اهداف

مشتری هم سفر شماسست. می‌دانید این جمله چگونه توضیح داده می‌شود؟ اگر به دنبال پیشرفت در ارتباط با مشتری هستید، باید دیدگاهتان را نسبت به تعریف این ارتباطها تغییر دهید. مشتری بزرگ‌ترین سرمایه هر کسب و کاری است. پس اینکه چه دیدگاهی نسبت به او داشته باشید و با او چگونه تعامل کنید و چه فکری برای او کرده‌اید، می‌تواند در موفقیت یا شکست کسب و کار اهمیت زیادی داشته باشد.

برگردیم به سفر! در واقع دیدگاه بسیار خوبی که می‌تواند در این مسیر به شما کمک کند، این است که تصور کنید مشتری با نشان تجاری و کسب و کار شما راهی یک سفر است. این سفر از زمان پیدا کردن کسب و کارتان تا زمان خرید و بعد از خرید خواهد بود. بگذارید چرخه این مسافرت را این‌طور بگوییم: ۱. مشتری با شما آشنا می‌شود؛ ۲. برای خرید اقدام می‌کند؛ ۳. از خرید و خدمات شما راضی خواهد بود؛ ۴. شما را به دیگران معرفی می‌کند و یک مشتری دیگر را برای شما جذب می‌کند. و دوباره مراحل از اول تکرار می‌شوند.

البته این روی خوب سکه است. ممکن است مشتری بعد از آشناسدن با شما خرید نکند، یا از خرید و خدماتتان



را پیدا کنید.

در قدم بعدی باید مشخص کنید مشتری در هر کدام از این نقاط تماس دنبال چه چیزی است؟ چه انتظاری دارد که ممکن است به زبان بیاورد یا حتی به زبان هم نیاورد و در ذهنش این انتظار را داشته باشد؟ در طول این تماس چه کار می‌کند؟ شما چگونه با او تعامل می‌کنید و ارتباط می‌گیرید؟

برگردی به غذاخوری من!

مثلاً در نقطه‌ای که مشتری حضوری به غذاخوری می‌آید، احتمالاً برای سفارش و صرف غذا می‌آید و انتظار دارد محیط تمیز، مرتب و زیبا باشد، روند سفارش‌گیری و آماده‌کردن غذا محترمانه باشد و او را معطل نکند، غذای خوب در ظرف‌های تمیز و خوب برای او آماده شود، سرویس‌دهی بدون نقص باشد، برخورد افراد با او صمیمی و محترمانه باشد، فضای غذاخوری مناسب خانواده باشد و شئون‌ات در آن رعایت شود و ویژگی‌های خوب دیگر.

مرحله بعد این است که نقاطی که ممکن است برای مشتری مشکل ایجاد کنند هم شناسایی و رفع شوند. برای این کار می‌توانید از خود مشتریان نظر بخواهید و نظراتشان را ارزیابی کنید تا ببینید ایرادهای کار کجاست. مثلاً در غذاخوری، اگر کیفیت غذا بد باشد، امکان دارد مشتری را آزار دهد. یا اگر ظرف‌های غذا تمیز نباشند، ممکن است مشکل ایجاد کنند.

بعد از شناسایی هر ضعف، نوبت به رفع آن‌ها می‌رسد. باید برای حل شدن و تکرار نشدن آن‌ها به سرعت فکری کنید. این‌ها قدم‌های طراحی یک نقشه سفر با مشتری است. خودتان را جای او می‌گذارید، اهداف را مشخص می‌کنید، نقاطی را که ممکن است با کسب‌وکار تماس داشته باشند دانه به دانه معلوم می‌کنید، برای هر نقطه تماس انتظارات مشتری، نحوه ارتباط و تعامل، کاری را که می‌خواهد در آن نقطه تماس انجام دهد معلوم می‌کنید و برای هر کدام از این سؤالات فکر می‌کنید و پاسخ خوبی طراحی می‌کنید. بعد از آن، در هر کدام از آن نقاط تماس آنچه را باعث آزدگی مشتری شده است شناسایی می‌کنید و به دنبال رفع آن‌ها می‌روید.

حالا شما صاحب یک نقشه بزرگ از سفر مشترک کسب‌وکارتان با مشتریانش و تمام کارهایی هستید که در هر نقطه از مسیر باید انجام شوند. چقدر حرفه‌ای! باید حرفه‌ای به کارتان بپردازید تا موفق شوید.

مشتری‌های غذاخوری معمولاً این است که درباره غذاها و مواد آن‌ها اطلاع داشته باشند. درباره کیفیت غذاها مطمئن باشند و در مقایسه با سایرین کیفیت را خوب ارزیابی کنند و به این نتیجه برسند که قیمت‌های این غذاخوری خوب است. این اهداف می‌توانند برای سایر مشاغل هم باشند؛ کمی بیشتر یا کمتر. پس اولین قدم این است که اهداف مشتری را بدانم.

چطور می‌توانیم به اهداف مشتری‌هایمان دست پیدا کنیم؟ با زیر نظر گرفتن بازخوردهایشان، تحلیل و بررسی درخواست‌هایشان که یا به صورت حضوری یا پیامکی و تلفنی یا به صورت رایانامه (ایمیلی)، یا به صورت بازخوردها و نظرات در وبگاه و فضای مجازی آن‌ها را نشان می‌دهند. از دل آن‌ها می‌توانید اهداف مشتری را درک کنید.

پس از آنکه اهداف را متوجه شدید، باید تک‌به‌تک نقاطی را که مشتری با کسب‌وکار شما تماس می‌گیرد شناسایی کنید. مثلاً برای غذاخوری، تلفن‌زدن برای سفارش یک نقطه تماس است. مراجعه به وبگاه و ثبت سفارش یک نقطه تماس غذاخوری با مشتری است. حضور آن‌ها در غذاخوری می‌تواند یک نقطه تماس باشد. تماس برای لغو سفارش یا تعویض آن یک نقطه تماس دیگر است. شما هم برای کسب‌وکار خودتان باید این نقاط تماس

شاهکار سه جوان...

# صفر تا صد استخداام با آدیلاار



استخدام کنید. حدود دویست نفر برای استخدام داوطلب می‌شوند و هر کدام چند بر گه (فرم) پر می‌کنند. در درجهٔ اول شما باید زمانی بسیار زیاد و انرژی و نیروی فراوان بگذارید تا بتوانید با این جمعیت مصاحبه کنید. پس از پایان فرایند مصاحبه، باز هم مشکل حل نمی‌شود؛ حدود ۱۰۰۰ صفحه روی میز شماست که شامل رزومهٔ همهٔ این افراد و خواسته‌ها و اطلاعاتشان می‌شود. بعید است خودتان به تنهایی بتوانید همهٔ این بر گه‌ها را در کمتر از یک ماه بخوانید و به باقی کارهایتان هم برسید. برای اینکه سرعت کارتان بیش از حد افت نکند، باید حداقل سه نیرو را برای بررسی رزومه‌ها در نظر بگیرید. علاوه بر این‌ها باید نگران باشید که مبادا بررسی کنندگان کارشان را به خوبی انجام ندهند، بین داوطلبان تفاوت و تبعیضی قائل شوند یا ویژگی‌هایی را که برای شما مهم است در یک کارمند وجود داشته باشند، به خوبی متوجه نشده باشند! تازه این در حالتی است که شرکت شما برای جذب نیرو آزمون استخدامی نداشته باشد، و گرنه باید کلی بر گه هم تصحیح کنید. همین مشکلات باعث شدند سه جوان به فکر ساختن شرکت نوآفرینی بیفتند که بتواند در فرایند استخدام نیروها به آن‌ها کمک کند. این شد که «آدیلاار» را به وجود آوردند.

یکی از اصطلاحاتی که احتمالاً زیاد به گوشتان خورده است، علمی جدید به نام «هوش مصنوعی» است. این علم یکی از شاخه‌های دانش رایانه و نرم‌افزار است که در ده سال اخیر در فناوری‌های گوناگونی به کار گرفته می‌شود؛ از همین موتور جست‌وجوگر گوگل گرفته تا غذاخوری‌ها (رستوران‌ها). هوش مصنوعی در سطوح متفاوت در زندگی ما نقش دارد. اگر بخواهیم منصفانه قضاوت کنیم، حالا دیگر زندگی بدون وجود این قابلیت به کاری سخت و تا حدی ناممکن تبدیل شده است. حتی در فضاهایی از زندگی که هنوز هوش مصنوعی در آن‌ها تأثیری نگذاشته است، کارمان کمی سخت است و ترجیح می‌دهیم رباتی، برنامه‌ای یا وبگاهی وجود می‌داشت که کارمان را راه می‌انداخت. بعضی از شما هنرجویان در رشته‌هایی مثل شبکه و نرم‌افزار، و الکترونیک تحصیل می‌کنید. ممکن است بخواهید در آینده در زمینهٔ هوش مصنوعی پژوهش کنید. خوب است بدانید، هوش مصنوعی علاوه بر کاربردهایی که گفته شد چه خاصیت دیگری دارد. تصور کنید شما رئیس یک شرکت هستید و می‌خواهید یک کارمند جدید

## شروع به کار

سه دوست و هم کلاسی به نام‌های امین‌رضا جوانشیر، هاتف زمانی و حمید شریعتی که هر سه فارغ‌التحصیل دانشگاه صنعتی شریف بودند، به فکر افتادند شرکت نوآفرینی را برای شرکت‌ها و زمان استخدام و تعدیل نیرو طراحی کنند. سازندگان این شرکت خودشان از مدیران شرکت‌ها بودند و می‌دانستند چقدر طراحی سؤال در آزمون استخدام و بعد بررسی کارنامه (رزومه)ها کار سختی است. آن‌ها مشکل خودشان را دلیلی دیدند برای ساختن سامانه‌ای که از صفر تا صد فرایند استخدام را انجام می‌دهد.

## بهترین روش از دیدگاه سازندگان

یکی از مهم‌ترین چیزهایی که موقع ساختن هر شرکت نوآفرین باید به آن توجه کنیم، «چگونگی حل مشکل است». طبیعی است، مشکلات از راه‌های گوناگونی قابل حل کردن هستند، اما ما انتخاب می‌کنیم چه راه‌حلی را به کاربران شرکت نوآفرینمان ارائه دهیم. مثلاً ده‌ها شرکت نوآفرین «ارسال محصول» وجود دارند که هر کدام روش مخصوصی را برای ارائه خدمات به کاربران انتخاب کرده‌اند. شما هم زمانی که می‌خواهید شرکت خود را افتتاح کنید، باید به دنبال بهترین راه برای حل چالشی بگردید که در پی حل کردن آن هستید. سازندگان «آدیلا» هم ایده‌ای را که به نظرشان بهترین راه ممکن بود به وجود آوردند. آن‌ها سامانه را طوری طراحی کردند که سؤالاتی را در همان ابتدای کار در اختیار داوطلبان می‌گذارد و در مرحله شروع مصاحبه نیازی نیست کارفرما و متقاضی کار با یکدیگر برخوردی داشته باشند. متقاضی برای برگردن برگه‌های استخدام به سازمانی که می‌خواهد در آنجا کار کند رایانامه می‌دهد و کارفرما نحوه مصاحبه و زمان آن را برای متقاضی کار می‌فرستد. نحوه مصاحبه به خواسته و سلیقه کارفرما بستگی دارد. ممکن است این رویه به‌طور حضوری باشد و کارفرما بخواهد در ساعتی خاص با متقاضی دیدار کند، صورت دیگر به این شکل است که مصاحبه‌کننده برای کارفرما فایل ویدیویی می‌فرستد و از توانمندی‌هایش می‌گوید، یا اینکه سازمان فرم و سؤالاتی را می‌فرستد و متقاضی کار باید به آن‌ها پاسخ دهد. جواب این سؤالات را سامانه‌ای تصحیح می‌کند که از قبل جواب درست سؤالات به آن داده شده است. پس از اینکه فرایند مصاحبه به پایان رسید، خود شرکت نوآفرینی، از بین داوطلبان و بر اساس اطلاعاتی که صاحبان سازمان و کارفرما به آن داده‌اند، مصاحبه‌ها یا پاسخ‌ها را بررسی می‌کند و افرادی را که شرایطشان به استخدام نزدیک‌تر است، انتخاب می‌کند.

## سرمایه

علاوه بر شتاب‌دهنده‌ها بعضی از هلدینگ‌ها هم هستند که از کارآفرینان خلاق و خوش‌ایده برای راه‌اندازی شرکت‌های نوآفرین از ایشان حمایت می‌کنند. کافی است به سایت آن‌ها مراجعه کنید و در بخش «درخواست پذیرش» ثبت‌نام کنید. این سه جوان هم از همین طریق شروع به جذب سرمایه کردند. زمانی که سازندگان این شرکت نوآفرینی طرح خود را برای صاحبان شرکت‌های گوناگون که از نتیجه‌دهی این ایده مطمئن بودند مطرح کردند، آن‌ها برای سرمایه‌گذاری داوطلب شدند. حدود یک سال بعد، یعنی در سال ۱۳۹۹، شرکتی سرمایه‌نگهدار (هلدینگ) برای سرمایه‌گذاری توسعه این شرکت داوطلب شد. آدیلا در حال حاضر از روش‌های گوناگونی کسب درآمد می‌کند. این روش‌ها شامل سه دسته‌اند: آگهی‌هایی که سازمان‌ها و شرکت‌ها برای تبلیغات و چاپ در کنار وبگاه سفارش می‌دهند؛ اشتراک ماهیانه که شرکت‌ها برای فعال بودن صفحه کاری‌شان در آدیلا پرداخت می‌کنند؛ پویس‌های (کمپین‌های) استخدامی که از روش‌های درآمدزایی این شرکت هستند.

## تولد شرکت نوآفرین آدیلا

نسخه اولیه شرکت نوآفرین آدیلا در تیرماه سال ۱۳۹۸ منتشر شد. تیرماه ۱۳۹۹ بود که شرکت‌ها و سازمان‌هایی مثل گلدیران، تپ‌سی، هایپرستارها، جین‌وست و اسنپ استفاده از این شرکت نوآفرین (استارت‌آپ) را در دستور کار خود قرار دادند. در حال حاضر در این شرکت نوآفرین بیش از دو و نیم میلیون کسب‌وکار و صنف فعال هستند و به نسبت سایت‌های خارجی یا برنامه‌های معیوبی مثل اکسل که از صفر تا صد استخدام همراه نیستند، امکانات بیشتری دارد؛ مثل آزمون‌های روان‌شناسی و در نظر قراردادن استعدادها و متفاوت متقاضیان که شاید کارفرما بعدها و برای سمت‌های دیگر به آن‌ها نیاز داشته باشد. این شرکت نوآفرین صرفاً در ایران فعال نیست، بلکه با افزودن بخش زبان‌های عربی و انگلیسی، در کشورهای حوزه خلیج فارس نیز فعالیت می‌کند و قصد دارد به‌زودی در بخش‌های بین‌الملل نیز مشغول به کار شود.





۱۳ دی

### شهادت سردار سلیمانی و روز جهانی مقاومت

سپهبد سلیمانی یکی از شخصیت‌های بزرگ و شناخته‌شده در سطح جهان است و ایرانیان به‌خوبی از نقش بسیار مهم این شهید بزرگوار در نابودکردن داعش و ایجاد آرامش و امنیت برای شیعیان جهان آگاه هستند. سردار سلیمانی از نابغه‌های نظامی و بهترین فرماندهان جنگی بود و علاوه بر این‌ها بین ایرانیان و مردم خاورمیانه نیز محبوبیت ویژه‌ای داشت.

سیاستمداران آمریکایی که توان تحمل محبوبیت و قدرت سردار سلیمانی در منطقه و تلاش‌های عدالت‌جویانه ایشان برای مسلمانان را نداشتند، در بامداد سیزدهم دی‌ماه آن مرد میدان را در فرودگاه بغداد، به طریقی ظالمانه با استفاده از پهپاد نظامی و در موقعیتی نابرابر، به شهادت رساندند.

شورای عالی انقلاب فرهنگی چند روز پس از به‌شهادت‌رسیدن سردار اسلام، حاج قاسم سلیمانی، به پیشنهاد بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس، روز سیزدهم دی‌ماه را به نام روز جهانی مقاومت تصویب کرد.



رمزینته شهید سلیمانی

۴ دی

### تولد حضرت عیسی(ع)

حضرت عیسی(ع) ۲۰۲۲ سال پیش در ۲۵ دسامبر در منطقه شمالی کشور فلسطین به دنیا آمد. حضرت عیسی(ع) چهل سال نداشت که عروج کرد. ایشان یکی از پیامبران اولوالعزم الهی است که در حال حاضر نزدیک به دو میلیارد و چند میلیون پیرو دارد که بخشی از این پیروان در کشور ما زندگی می‌کنند. در همه جای جهان، از جمله ایران، مسیحیان روز تولد حضرت عیسی(ع) یا به عبارتی عید «کریسمس» را با استفاده از نمادهای خاصی مانند درخت کاج تزئین شده و نوعی شیرینی مخصوص جشن می‌گیرند و به دیدوبازدید یکدیگر می‌روند.



دیدار شیرین

۶ دی

### شهادت حضرت فاطمه(س)

شهادت حضرت فاطمه(س) دو روایت مشهور دارد. اهل تسنن روز ۱۳ جمادی‌الاول را به‌عنوان روز وفات حضرت فاطمه(س) و آغاز دهه فاطمیه تأیید می‌کنند، اما به روایت منابع دینی شیعیان، روز سوم جمادی‌الثانی سالگرد شهادت حضرت فاطمه(س) است. مسلمانان به دلیل مشخص نبودن تاریخ درست شهادت بانوی اسلام(س)، حرمت عزا را در هر دو دهه نگه می‌دارند. روز سوم جمادی‌الثانی در تقویم ایران آغاز دهه دوم فاطمیه و شروع عزاداری‌هاست. شیعیان در این ده روز مراسم مذهبی و تکیه‌های سوگوار برقرار می‌کنند. از سال ۱۳۷۹، سوم جمادی‌الثانی به‌عنوان روز شهادت حضرت فاطمه(س) در تقویم کشور تعطیل رسمی اعلام شده است.



حماسه بصیرت

### روز بصیرت

سیزده سال پیش، در روز عاشورای سال ۱۳۸۸ (۶ دی‌ماه)، گروهی از دشمنان انقلاب اسلامی و اسلام با حضور در خیابان‌ها و شادی کردن در روز عاشورا (۶ دی‌ماه)، فتنه را که از خرداد سال ۸۸ آغاز شده بود، به صحنه توهین به مقدسات تبدیل کردند. مردم متدین و انقلابی برای اینکه حمایت خودشان از انقلاب و اسلام را نشان دهند و اجازه ندهند حرمت شکنی در روز عاشورا بی‌پاسخ بماند، در روز نهم دی‌ماه، سه روز پس از این حادثه، به خیابان‌ها و میدان‌های سراسر کشور آمدند و اعتراض و خشم خود را نسبت به معاندان و دشمنان انقلاب اسلامی نشان دادند. این روز که نشانه بصیرت ملت انقلابی بود، در تقویم به نام روز بصیرت و میثاق امت با ولایت نام‌گذاری شده است و هر ساله در رسانه ملی و مطبوعات یادبود آن روز گرامی داشته می‌شود.

۱۶ دی



تکریم مقام مادران

### وفات ام‌البنین(س) و روز تکریم مادران و همسران شهدا

فاطمه بنت حزام(س) بعد از ازدواج با امام علی(ع) و تولد پسرانش، «ام‌البنین» لقب گرفت. ایشان در واقعه کربلا چهار پسر خود را راهی میدان نبرد با اشقیاء کرد. حضرت ام‌البنین(س) ظلم و بی‌عدالتی‌هایی را که بر خاندان پیامبر(ص) وارد شده بود و حوادث تلخی را که در روز عاشورا اتفاق افتاده بودند، با نوحه‌خوانی و مرثیه‌سرایی به گوش سایر مسلمانان رساندند.

حضرت ام‌البنین(س) به دلیل اینکه فرزندان خود را در روز عاشورا از دست داد و همچنان صلابت و صبر خود را حفظ کرد، به اسوه‌ای برای مادران و همسران شهدا تبدیل شده است. در تقویم جمهوری اسلامی ایران روز وفات این بانوی بزرگوار روز «تکریم مادران و همسران شهدا» نام‌گذاری شده است.

۹ دی





### شهادت امیرکبیر

امیرکبیر یکی از شخصیت‌های بسیار مهم، میهن‌دوست و مذهبی و ایرانی است. نام اصلی ایشان «میرزا تقی خان قائم‌مقام فراهانی» است. او در سال ۱۱۸۶ متولد شد. فرزند «کربلایی قربان» و «فاطمه خانم» بود که از خدمتکاران فردی ثروتمند و بانفوذ به نام «میرزا عیسی» بودند. کربلایی قربان در عمارت میرزا ابوالقاسم قائم‌مقام فراهانی که هم‌خانندانش بود و در دربار شاهزاده «محمد میرزا» مشغول بود، به‌عنوان آشپز و ناظر آشپزخانه شروع به کار کرد.

میرزا تقی هم که سن کمی داشت، به‌عنوان خدمتکار مخصوص کودکان قائم‌مقام فراهانی مسئول بود تا هنگامی که کودکان قائم‌مقام در کلاس درسشان غذایشان را می‌خورند میرزا تقی ظرف‌های خالی را به آشپزخانه برگرداند. همین مسئولیت باعث شد میرزا تقی در پشت در کلاس‌های کودکان قائم‌مقام حضور داشته باشد و درس‌های ایشان را یاد بگیرد. چند بار پیش آمد که میرزا تقی جواب سؤال‌هایی را که معلم می‌پرسید و کودکان قائم‌مقام پاسخ آن‌ها را نمی‌دانستند، بدهد. هوش و پشتکار او در علم‌آموزی مورد توجه قائم‌مقام فراهانی قرار گرفت و میرزا با کمک همین ذکاوت و حمایت‌های قائم‌مقام توانست مقام منشی‌گری او را به دست آورد.

چندسال پس از پادشاهی محمدشاه، قائم‌مقام فراهانی به دست محمدشاه کشته شد. پس از مدتی محمدشاه نیز درگذشت و ناصرالدین‌شاه بر تخت سلطنت نشست. ناصرالدین‌شاه میرزا تقی را به مقام صدراعظمی منصوب کرد. اما در نهایت فریب اطرافیانش را خورد و از ترس اینکه مبادا امیرکبیر قدرت و محبوبیت بیشتری بیابد و بخواهد بر تخت سلطنت بنشیند، او را تبعید کرد. در روز بیستم دی‌ماه سال ۱۲۳۰ تحت تأثیر استعمار انگلیس فرمان قتل او را صادر کرد.

امیرکبیر از تأثیرگذارترین شخصیت‌های ایرانی بود. او اولین و مهم‌ترین مدرسه، دارالفنون، را در ایران راه‌اندازی کرد. آشنایی‌های اجتماعی مثل حمل سلاح گرم و نزاع در مکان‌های عمومی را ممنوع اعلام کرد. روزنامه وقایع اتفاقیه را افتتاح و از حقوق و القاب بیش از حد درباریان کم کرد. و لشکر به‌هم‌ریخته و سیاست خارجه را سروسامان داد.



### روز اجرای قانون تقلیدی کشف حجاب رضاشاه

پس از اینکه رضاشاه به کشور ترکیه سفر کرد و تحت تأثیر دولت سکولار و ضددین آتاتورک قرار گرفت، تصمیم گرفت ایران را برخلاف خواسته مردم، همچون ترکیه کند. رضاشاه با تقلید از شرایط ترکیه قانون «کشف حجاب» را از روز ۲۱ تیرماه سال ۱۳۱۴ تصویب کرد؛ زنان و دختران ایرانی طبق این قانون باید برای حضور در اداره‌های دولتی، اداری، مدرسه‌ها و دانشگاه‌ها و در مجموع محل‌های عمومی، از چادر، روبنده و روسری استفاده نمی‌کردند. این قانون از همان ابتدا با واکنش مسلمانان مواجه شد و زنان مؤمن حاضر به کنار گذاشتن حجاب شرعی خود نبودند. گروه‌های طرفدار حکومت رضاشاه در برنامه‌های چندماهه سعی کردند در مقالات گوناگون و از طریق سخنرانی و گردهمایی‌ها ارزش حجاب را زیر سؤال ببرند، اما این تلاش‌ها نتیجه‌ای در تغییر عقیده مردم مؤمن و متدین نداشت. سرانجام رضاشاه بدون توجه به مخالفت‌های مردم که نمی‌خواستند مجبور به برداشتن حجاب شوند، در روز ۱۷ دی‌ماه ۱۳۱۴ در جشن فارغ‌التحصیلی دختران دانش‌سرای مقدماتی، قانون کشف حجاب را به‌طور رسمی اجرا کرد. از آن روز به بعد، تا پایان دوره حکومت رضاشاه، مؤمنان ایرانی به مبارزه و مقابله با این قانون غیرشرعی پرداختند.



رمزبینه حضرت فاطمه (س)



### ولادت حضرت فاطمه (س) و روز زن و روز ولادت امام خمینی (ره)

حضرت فاطمه (س) بیستم جمادی‌الثانی سال پنجم بعثت در شهر مکه متولد شد. ایشان دوران کودکی سختی داشت. زمانی که حدود سه سال سن داشت، همراه با پدر و مادر و افرادی که آن موقع مسلمان شده بودند، راهی «شعب ابی‌طالب» شدند. زندگی در آن شرایط سخت از یک سو و درگذشت حضرت خدیجه (س) از سوی دیگر، حضرت فاطمه (س) را اندوهگین و داغدار کرد. حضرت زهرا (س) همیشه بار و یاور مظلومان بودند و به فقرا کمک می‌کردند. مقام حضرت فاطمه (س) والامقام‌ترین زن در اسلام است و به دلیل جایگاه بالای ایشان، در تقویم جمهوری اسلامی ایران، روز تولد حضرت فاطمه (س) به نام «روز زن» و روز مادر گرامی داشته می‌شود.

# رنگین کمان ایده‌ها

چه به تنهایی مشغول بارش فکری شده باشید و چه به صورت گروهی، نیازمند محیطی هستید که در آرامش کامل به افکار خود اجازه شکل گرفتن بدهید. قبل از شروع بارش فکری، مسئله و اطلاعات اولیه باید به خوبی تشریح و توضیح داده شوند. اگر بارش فکری به صورت گروهی انجام می‌شود، بهتر است یک راهنما داشته باشید و یک نفر بحث را هدایت کند تا ایده‌ها و نظرات از چارچوب کلی مرتبط با مسئله خارج نشوند. در مرحله اول بارش فکری هیچ ایده‌ای خوب یا بد نیست، بلکه باید تا حد ممکن ایده‌سازی کرد و پس از آن ایده‌ها را قضاوت کرد. تنها مورد مهم در مورد ایده‌ها این است که در مورد هدف مسئله باشند و از فضای کلی آن دور نشوند. بهتر است ایده‌های خود را روی کاغذ بنویسید تا ذهن شما تخلیه شود و به سراغ ایده‌های جدید برود. از هیچ ایده‌ای انتقاد نکنید و ایده‌ها را غیرعملی و احمقانه فرض نکنید. همین‌طور به ثبت ایده‌ها ادامه دهید. بارش فکری زمانی متوقف می‌شود که دیگر ایده جدیدی وجود نداشته باشد و تمامی ایده‌ها ثبت شده باشند.

حالتی را تصور کنید که قصد شروع کاری را دارید، اما نمی‌دانید باید چه کنید و چطور شروع کنید. درگیر افکار متفاوت هستید؛ فکری که هیچ‌کدام راضی‌کننده و مناسب نیستند. ناگهان مثل پویانمایی‌ها (انیمیشن‌ها) چراغی بالای سرتان روشن می‌شود و ایده‌ای عالی به ذهنتان می‌رسد. در این هنگام، شما بدون اینکه متوجه باشید، از فرایندی به نام بارش فکری استفاده کرده‌اید. بارش فکری یکی از فرایندهای حل مسئله برای رسیدن به راه‌حل است که درباره آن صحبت خواهیم کرد.

بارش فکری یعنی بارانی از افکار و راه‌حل‌ها در ذهن شما شکل بگیرد. این روش برای تولید ایده‌های متنوع در کارهای فردی یا گروهی به کار می‌رود. در حل مسئله، از بارش فکری برای تهیه فهرستی از مشکلات، راه‌حل‌ها، موقعیت‌ها، چیزهای خوب یا بد، آنچه دوست داریم، آنچه دوست نداریم، آنچه باید انجام شود یا آنچه باید انجام نشود، استفاده می‌شود. این روش برای شنیدن نظر کل افراد در زمانی کوتاه بسیار مفید است. در روش بارش فکری تمام ایده‌ها، پیشنهادها و راه‌حل‌های غلط یا درست افراد فهرست می‌شوند.

در حل مسئله، پس از اینکه مسئله را به درستی شناسایی و در مورد آن اطلاعات کافی جمع‌آوری کردیم، باید با استفاده از انواع روش‌های تفکر، به خصوص تفکر خلاق و روش بارش فکری، تمامی راه‌حل‌هایی را که به ذهنمان می‌رسند روی کاغذ بیاوریم و از بین آن‌ها بهترین راه‌حل را انتخاب کنیم. بارش فکری عموماً یک فعالیت گروهی به شمار می‌آید و بهتر است به صورت گروهی انجام شود تا ایده‌ها و راه‌حل‌های بیشتری در اختیار داشته باشیم.

اطلاعات لازم و شناخت توانایی‌های خود و نیازهای جامعه هدفشان ایده‌پردازی می‌کنند. راه‌اندازی فروشگاه لوازم الکترونیکی، سیم‌کشی ساختمان، نصب دوربین‌های مدار بسته و ساخت قطعات الکترونیکی تلفن‌های هوشمند از جمله ایده‌هایی هستند که ممکن است مطرح شوند. هیچ‌کدام از این ایده‌ها خوب یا بد نیستند و هیچ‌کدام بر دیگری برتری ندارند. همه آن‌ها ایده‌هایی هستند که امکان بررسی و عملی شدن را دارند. این ایده‌ها حاصل بارش فکری هستند. در مرحله انتخاب و تصمیم‌گیری باید آن‌ها را سنجید و ارزش و میزان عملی و کارآمد بودن هر کدام را مشخص کرد.

بارش فکری تمام اعضای گروه را فعال می‌کند و باعث می‌شود همگان سهمی در کار داشته باشند. در بارش فکری به علت حذف قضاوت منتقدانه، احتمال زیادی وجود دارد که ایده‌های خوبی، بدون نگرانی از قضاوت شدن، ابراز شوند. در بارش فکری، ایده‌ای که فردی ارائه می‌کند، می‌تواند باعث شود ایده دیگری نیز به ذهن بقیه برسد. بارش فکری بر خلاقیت افراد می‌افزاید. پس در حل مسئله و به‌خصوص در راه‌اندازی یک کار جدید و فعالیت گروهی، بارش فکری مرحله‌ای حساس و تأثیرگذار است و شکل‌گیری درست آن شکل‌گیری کار گروهی و تیمی را نتیجه می‌دهد.

حال باید ایده‌ها را مرور کرد. شاید از میان آن‌ها ایده جدیدی به ذهن برسد یا شاید بتوان یکی از آن‌ها را گسترش داد. باید تک‌تک ایده‌ها را نقد و بررسی کرد و با استفاده از اطلاعات اولیه‌ای که پیش از این کسب کرده‌ایم و با استفاده از تفکر منطقی و انتقادی، بهترین راه‌حل برای مسئله را از میان آن‌ها انتخاب کنیم.

در دنیای امروز، اگر بخواهیم کسب‌وکاری را شروع کنیم، بیش از هر چیز به بارش فکری و ایده‌های تازه و نو احتیاج داریم. شرکت نوآفرین پروژه‌ای است که در آن ایده خام فرد یا گروهی، به تولید محصول یا ارائه خدمتی منجر می‌شود.

اگر تعدادی هنرجوی هنرستانی بعد از اتمام تحصیل در هنرستان بخواهند یک شرکت نوآفرین راه‌اندازی کنند، باید پس از کسب اطلاعات و ارزیابی تخصص و دانش و داشته‌های خود، با استفاده از بارش فکری در آن زمینه ایده‌پردازی کنند. مفهوم شرکت نوآفرین از یک ایده شروع می‌شود. این ایده ممکن است خلاقانه و جدید باشد یا برگرفته از یک کسب‌وکار خارجی یا داخلی. برای مثال، قرار نیست همیشه یک کسب‌وکار جدید بر مبنای یک اختراع جان بگیرد. شاید یک فرد خلاق بتواند با تغییر کوچکی در یک «دمابان» (فلاسک) چای، توجه مشتریان را به آن جلب کند و آن را به‌عنوان محصول بفروشد.

پس همیشه قرار نیست ایده شرکت نوآفرین پیچیده و سنگین باشد یا هزینه زیادی برای سرمایه‌گذاری لازم داشته باشد. برای مثال، گروهی از فارغ‌التحصیلان هنرستانی در رشته الکترونیک در کنار هم جمع شده‌اند و می‌خواهند کاری راه‌اندازی کنند. پس از کسب





سرمایه کم، بازار بزرگ...

# ورود هنرستان به دنیای گیاهان دارویی و عرقیات

سپس خشک کردن و بوجاری و تمیز کردن و بسته‌بندی آن در باغچه و سبدهای میوه نیز انجام می‌شود.

## 📌 برای تولید این محصولات از چه امکانات و تجهیزات استفاده می‌کنید و چگونه آن‌ها را بین هنرجویان توزیع می‌کنید؟

ما دو دسته ابزار داریم که بعضی در اختیار هنرجویانی قرار می‌گیرند که به‌صورت آزمایشی در روند تولید محصولات مشارکت دارند (هنرجویان پایه‌های اول و دوم) و بعضی در اختیار هنرجویان سال آخر هستند که به‌صورت جدی‌تری در روند تولید حضور دارند. مثلاً در حوزه پرورش قارچ، دستگاه بخور، در حوزه بهداشتی و گیاهان و سایر حوزه‌ها، امکاناتی مانند ریزین (میکروسکوپ)، وسایل و لوله‌های آزمایشگاهی، دستگاه خشک‌کن، دستگاه روغن‌گیری، جعبه‌های بسته‌بندی، انواع صافی‌ها، انواع دستگاه عرق‌گیری و گلاب‌گیری، و دستگاه تقطیر در اختیار هنرجویان قرار می‌گیرند.

## 📌 در مورد مشارکت هنرجویان در روند تولید بیشتر توضیح می‌دهید؟

هنرجویان ما در هنرستان از پایه اول تا اواسط پایه دوم به‌صورت آزمایشی کار و در روند تولید محصولات شرکت می‌کنند. هنرجویان در پایه آخر، علاوه بر مشارکت در روند تولید محصولات، می‌توانند فروش ویژه داشته باشند؛ یعنی در سطح وسیع‌تری فعالیت کنند.

## 📌 یعنی همه هنرجویان شما آموزش همراه با تولید را تجربه می‌کنند؟ برای افزایش انگیزه مشارکت آن‌ها چه می‌کنید؟

بله. در حالت آزمایشی از همه هنرجویان استفاده می‌کنیم تا آموزش ببینند و یاد بگیرند، اما برخی از هنرجویان وقتی به مرحله فروش جدی‌تر می‌رسند، مواد اولیه را خودشان تهیه می‌کنند و محصولاتشان را بین دوستان، معلمان یا بیرون از مدرسه می‌فروشند. ما علاوه بر آموزش‌های عادی که به هنرجویان می‌دهیم، برای انگیزه‌دادن بیشتر، آموزش‌های جانبی مثل تولید ماسک خانگی یا ماسک صورت هم انجام می‌دهیم. هنرجویان در این روند هم مشارکت دارند. هنرجویان بسیاری از این هنرستان فارغ‌التحصیل شده‌اند که بعد از فارغ‌التحصیلی توانسته‌اند حرفه خود را ادامه دهند، محصولاتشان را بفروشند، برای خود بازار فروش پیدا کنند یا با باز کردن مغازه کوچکی محصولات خود را بفروشند یا به‌صورت تیمی کارگاه‌های پرورش قارچ یا گلخانه گیاهان زینتی و آپارتمانی تأسیس کنند. وقتی هنرجویان این تجربه‌های موفق را می‌بینند و درباره‌شان می‌شنوند، انگیزه بیشتری پیدا می‌کنند.

## 📌 نقش کارکنان مدرسه در این موفقیت‌ها و در فرایند تولید محصولات چه بوده است؟

کارکنان مدرسه در تأمین هزینه‌ها و وسایل و تجهیزات، بازاریابی و فروش محصولات تولیدی هنرجویان در هنرستان،

آموزش همراه با تولید و مهارت‌آموزی هنرجویان در هنرستان‌ها از جمله اهداف مهمی است که آموزش و پرورش دنبال می‌کند. یکی از نمونه‌های موفق در این زمینه هنرستان دخترانه «دکتر عالیه ترابی‌زاده» در شهر مشهد است که در بخش کشاورزی در حوزه‌های گیاهان زینتی، دمنوش‌های دارویی و عرقیات سنتی موفق به تولیدات گسترده شده است. هنرجویان این هنرستان آموزش را همراه با مشارکت در تولید محصولات تجربه می‌کنند و به‌نوعی دوره کارورزی آن‌ها بسیار ویژه است. بسیاری تصور می‌کنند هنرجویان خانم نمی‌توانند به تولید برسند، اما هنرجویان زیادی از این هنرستان دخترانه فارغ‌التحصیل شده‌اند یا هم‌اکنون در آن مشغول به تحصیل هستند که موفق شده‌اند محصولات متنوعی را تولید کنند و به فروش برسانند. بسیاری از این هنرجویان هم‌اکنون بازار فروش مخصوص به خود را دارند. به همین منظور، تصمیم گرفتیم با یکی از هنرآموزان موفق این هنرستان، خانم فاطمه فرخ‌نژاد، مدرس رشته‌های پرورش قارچ، گیاهان دارویی و زینتی، که در فرایند آموزش همراه با تولید در این هنرستان نقش ویژه‌ای داشته است، گفت‌وگو کنیم:

## 📌 هنرستان شما در حوزه کشاورزی موفق به تولید و فروش محصولات بسیار زیادی شده است. اساساً چه نوع محصولاتی در این هنرستان تولید می‌شوند؟

گیاهان زینتی و آپارتمانی، صابون‌های تزئینی و دارویی، شامپوها، دمنوش‌ها، گلاب و عرقیات، و انواع ادویه.

## 📌 در مورد آموزش همراه با تولید و مهارت‌هایی که هنرجویان شما در تولید محصولات می‌آموزند توضیح دهید؟

از جمله مهارت‌هایی که به هنرجویان آموزش داده می‌شوند، تولید وسایل بهداشتی و تولید و پرورش گیاهان زینتی است؛ از انواع مهارت‌هایی مثل قلمه‌زدن، پیوندزدن درختان و گیاهان، پرورش و تکثیر یک گل‌دان به چند گل‌دان مادری. در حوزه وسایل بهداشتی، تولید صابون‌های تزئینی و دارویی و انواع شامپوها با استفاده از مواد زیستی (ارگانیک) و بدون مواد نگهدارنده و سرب آموزش داده می‌شود و خود هنرجویان این محصولات را تولید می‌کنند. در حوزه گیاهان دارویی، تولید انواع عرقیات دارویی در گلخانه یا محیط مدرسه، و تولید، تکثیر، خشک کردن و دسته‌بندی بسته‌های دمنوش انجام می‌شود. انواع ادویه را هم کشت و بسته‌بندی می‌کنند. در بخش گیاهان زینتی و آپارتمانی تولید انواع خاکریز دان (ترازیوم) و باغ شیشه‌ای و پیرادیوم را آموزش می‌دهیم و کشت سبزی و



اضافه کنند تا ما بتوانیم آموزش‌های بیشتری بدهیم و آن‌ها هم بتوانند محصولات بیشتری تولید کنند.

### چقدر در آمد و چقدر سختی دارد؟

چندان سخت و پیچیده نیست، چون می‌توان در محیطی کوچک مثل گلخانه شیشه‌ای یا حتی سبدهای میوه یا باغچه‌های مدرسه محصولات را کشت و آن‌ها را فروخت و تجهیزات چندانی نیاز نیست. هرچند این کار به تمرکز، حساسیت، دقت و محیطی جداگانه برای آبیاری و کوددهی نیاز دارد. سرمایه اولیه زیادی نمی‌خواهد، اما بازار فروش آن بسیار گسترده است. این روزها هم که داروها از شیمیایی به سمت گیاهی تغییر کرده‌اند و بسیاری به طب سنتی و گیاهی روی آورده‌اند، به همین دلیل محصولات گیاهی مثل دمنوش‌ها فروش فوق‌العاده‌ای داشته‌اند.

### به‌عنوان سؤال آخر، توصیه شما به دانش‌آموزان کشور چیست؟

رشته‌هایی در هنرستان‌ها وجود دارند که بچه‌ها از آن‌ها خبر ندارند، اما بسیار کاربردی‌اند و باید آن‌ها را شناخت. رشته‌ها باید معرفی شوند تا همه به سمت رشته‌های نظری نروند. در این رشته‌ها هنرجویان مهارت‌های ویژه‌ای را یاد می‌گیرند که می‌توانند با استفاده از آن‌ها کسب درآمد کنند. مثلاً دانش‌آموزی که در روستا زندگی می‌کند و به هر دلیلی نمی‌تواند به شهر بیاید، اگر این مهارت‌ها را آموزش ببیند، می‌تواند در همان‌جا محصول تولید کند و بفروشد. من خودم شاهد تولید محصولات هنرجویان بوده‌ام. بازخوردهایشان را هم معمولاً به‌صورت عکس و فیلم برایم می‌فرستند. متأسفانه در جامعه ما به‌گونه‌ای به رشته کشاورزی نگاه می‌کنند که خانم‌ها نمی‌توانند در آن فعالیت کنند. در حالی که بسیاری از خانم‌ها در این رشته فعالیت می‌کنند و موفق هم هستند. ما باید این رشته را به هنرجویان معرفی و آن‌ها را به این سمت تشویق کنیم.

تهیه فیلم‌ها و اسلایدهای آموزشی، و تأمین ساختمان مجزا برای آموزش همراه با تولید، تلاش بسیار زیادی کردند.

### وضعیت فروش محصولات تولیدی چگونه است؟ برای توسعه فروش محصول و بازاریابی برای محصولات هنرجویان چه کارهایی انجام شده‌اند؟

برخی از هنرجویان به کمک پدر، مادر و فامیل خود محصولاتشان را به فروش می‌رسانند. مدرسه نیز به مناسبت‌های گوناگون نمایشگاه‌های متعددی برای فروش محصولات هنرجویان در مدرسه، داخل شهر و اداره آموزش و پرورش برگزار می‌کند تا هنرجویان بتوانند محصولاتشان را بفروشند یا مثلاً برخی از هنرجویان که تولیداتی در حوزه گیاهان زینتی و آپارتمانی دارند، محصولات خود را در بازار گل و به گل‌فروش‌ها می‌فروشند. البته در حوزه عرقیات و گلاب فروش عمده و کلی داشتیم.

### این فرایند آموزش همراه با تولید چقدر در تحصیل و موفقیت درسی هنرجویان تأثیرگذار بوده است؟

مسلماً هر زمان هنرجویان به تولید برسند، انگیزه بیشتری پیدا می‌کنند، تشویق می‌شوند و زمانی که لوح‌های تقدیر و عملکرد و موفقیت سایر هنرجویان، به‌ویژه بچه‌های پایه‌های بالاتر و فارغ‌التحصیلان را در پروژه‌های گوناگون و در تولید محصولات می‌بینند، تشویق می‌شوند و برای تحصیل در رشته خود انگیزه بیشتری پیدا می‌کنند.

### اگر صحبت با خواسته و مطالبه‌ای از مسئولان آموزش و پرورش دارید، بفرمایید.

از مسئولان تقاضا دارم امکانات پیشرفته‌تری را در اختیار هنرجویان قرار دهند و برای ایجاد انگیزه، به‌ویژه برای هنرجویان علاقه‌مند، محیط‌های جداگانه‌ای را برای فروش محصولاتشان در نظر بگیرند. کلاس‌های آموزشی فوق‌العاده برای هنرآموزان بگذارند و سرفصل‌های دیگری به کتاب‌های درسی هنرجویان

# ره صد ساله با چاپگر سه بعدی

فناوری چاپگر سه بعدی، ساختن هر چیزی را دگرگون خواهد کرد. در این شماره قصد داریم شما را با بخش‌هایی از کاربردهای آن آشنا کنیم:



چاپگر سه بعدی



## چاپگر سه بعدی و ساخت قطعه‌ها

قطعه‌هایی که ما در اطراف خود، در خودرو یا ساختمان یا اشیای اطرافمان می‌بینیم، هیچ‌گاه خام نبوده‌اند. یعنی هیچ معدنی وجود ندارد که این قطعه‌ها از آن‌ها استخراج شود! روش‌های ساخت زیادی در دنیا وجود دارند که این قطعه‌ها به وسیله آن‌ها تولید می‌شوند. مثلاً به قطعه‌های فلزی اطرافتان نگاه کنید. خیلی از قطعه‌ها را با استفاده از ریخته‌گری می‌سازند. دسته‌های دیگر را با استفاده از قالب‌گیری و تزریق در قالب. دسته‌های دیگر با تراشکاری ساخته می‌شوند. بعضی از آن‌ها هم با جوشکاری به هم چسبیده‌اند و قطعه‌ای کارآمد را ساخته‌اند.

این روش‌ها در همه دنیا به کار می‌روند و البته اشکالاتی هم دارند. در بسیاری مواقع، دقت ساخت قطعه‌ها پایین است. یعنی بر اثر خطاهای در حال ساخت، مثلاً خطای نیروی انسانی یا مثلاً ایراد در قالب یا اشکالاتی مثل این، قطعه کیفیت لازم را ندارد. بعضی وقت‌ها این روش‌ها خیلی گران تمام می‌شوند. مثلاً تصور کنید هزینه ساخت بعضی از قالب‌ها خیلی گران است، چون هم باید دقیق باشند و هم جنسشان باید خاص باشد تا مثلاً دمای بالا را تحمل کند یا نشکند و چیزهایی مثل این، که در نتیجه محصول گران تمام می‌شود. حالا هر چقدر قطعه بر اثر خطاها و اشکالاتی که گفتیم بیشتر خراب شود، صد در صد هزینه روی دست شما می‌گذارد و کارتان گران تمام می‌شود.

فناوری چاپگر سه بعدی می‌تواند در ساخت قطعه‌ها به ما کمک کند. خوشبختانه به دلیل تنوع مواد اولیه در این فناوری، می‌توان هم قطعه‌های پلاستیکی و هم قطعه‌های فلزی و سرامیکی را با این دستگاه‌ها چاپ کرد. مثلاً برای تولید چرخ‌دنده‌ها، بعضی مواقع از قالب‌های دقیق استفاده می‌کنند. با فناوری چاپ سه بعدی، نقشه دقیق چرخ‌دنده را در رایانه طراحی می‌کنند. چاپگر بود فلز را لایه به لایه به هم جوش می‌دهد و می‌چسباند تا در نهایت چرخ‌دنده کامل چاپ شود؛ بدون نیاز به قالب. این کار کمک می‌کند حتی میزان خراب‌شدن هم کاهش پیدا کند،

چون دقت ماشینی دارد و دخالت دست در آن نیست. ابعاد قطعه‌ها هم می‌توانند خیلی کوچک تا خیلی بزرگ باشند. به کمک دقت بالای این فناوری، که تقریباً هر لایه با ضخامت کمتر از یک سانتی‌متر چاپ می‌شود و لایه‌ها روی هم قرار می‌گیرند، این دقت می‌تواند در ابعاد گوناگون وجود داشته باشد.

در قطعه‌های پلاستیکی که بیشتر با تزریق در قالب تولید می‌شوند، این فناوری می‌تواند جایگزین خوبی باشد. چون بدون نیاز به قالب‌گیری، قطعه را با مشخصات دقیق برای شما چاپ می‌کند.

به خاطر خوبی‌هایی که این فناوری دارد، شرکت‌های زیادی از آن برای تولید قطعه‌های موردنظرشان استفاده می‌کنند. بسیاری هم در حال اضافه کردن آن به خط تولید خودشان هستند.

شرکت‌های خودروسازی معروف دنیا در حال حاضر بخشی از تولید قطعه‌های مصرفی در خودروهایشان را با چاپگر سه بعدی

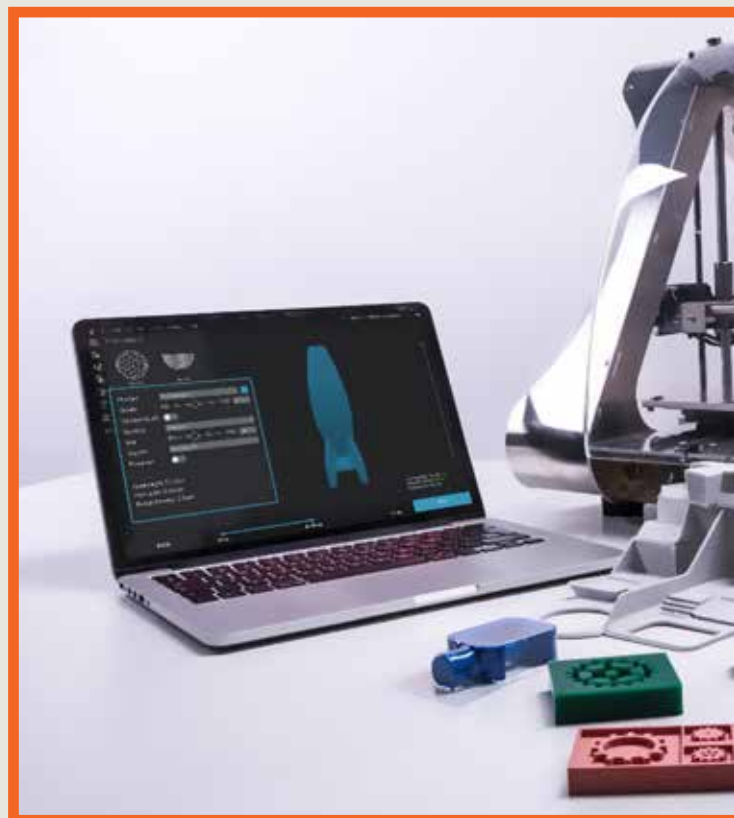




قالب‌های طلا باید بسیار ظریف و دقیق باشند، چون اساساً حرفه طلاسازی حرفه‌ظریفی است و ظرافت طلاست که آن را زیبا می‌کند. برای همین، بسیار پیش می‌آید که به علت نقص قالب‌ها، محصول خراب می‌شود. همچنین، ساختن این قالب‌ها، تا زمانی که به کیفیت و ظرافت لازم برسند، سخت است. گاهی پیش می‌آید این کار را چندبار انجام می‌دهند و چند بار قالب را از اول می‌سازند تا کیفیت مطلوبی داشته باشد. به همین اندازه هم هزینه‌ها بالاتر می‌روند و روند کار سخت‌تر و طولانی‌تر می‌شود.

چاپگر سه‌بعدی می‌تواند به کمک این حرفه بیاید. شما با استفاده از چاپگر سه‌بعدی می‌توانید جواهرات طراحی‌شده سه‌بعدی را، به‌جای فرستادن به قالب‌سازی، به چاپگر سه‌بعدی بدهید تا آن را با مواد پلاستیکی مخصوص چاپ کند. بعد همین قطعه چاپ‌شده را درون ظرفی بگذارید و با استفاده از محلول ماده قالب، درون آن ظرف را پر کنید و بگذارید تا خشک شود. به دلیل استفاده از موم تبخیرشونده مخصوص جواهرسازی و ماده پلاستیکی چاپ‌شده، بعد از اینکه قالب آماده‌شده را درون کوره قرار می‌دهند تا پخته و محکم شود، موم و قطعه پلاستیکی چاپ‌شده درون آن ذوب می‌شود و بیرون می‌آید. در نتیجه، درون قالب به اندازه پلاستیکی که ذوب‌شده، فضای خالی ایجاد می‌شود که دقیقاً همان قالب طلا خواهد بود.

تهیه قالب‌های طلاسازی به شیوه سنتی، هم بسیار پرزحمت و سخت است و هم هزینه زیادی دارد، اما فناوری چاپ سه‌بعدی به راحتی می‌تواند این مشکل را حل کند. از طرف دیگر، ظرافت و کیفیت طلاهای ساخته‌شده را هم بسیار بیشتر کند. فایده دیگری که این روش در طلاسازی دارد، این است که ساختن قالب برای بعضی جواهراتی که از نظر هندسی طراحی پیچیده دارند، به روش سنتی تقریباً غیرممکن است، اما این مشکل در چاپگر سه‌بعدی کاملاً حل می‌شود و شما می‌توانید هر طراحی پیچیده‌ای را به راحتی قالب‌گیری کنید.



تولید می‌کنند. همین موضوع در شرکت‌های هواپیماسازی و شرکت‌های فناوری فضای نیز وجود دارد. شما هم اگر رشته‌تان با ساختن قطعه‌ها سروکار دارد، مثلاً کارگاه تراشکاری یا ریخته‌گری و ساخت و تولید دارید، می‌توانید روی چاپگر سه‌بعدی حساب کنید.

### طلا و جواهرسازی

#### هنر جویان رشته طلا و جواهر اینجا برای شماست!

در کارگاه‌های طلاسازی معمولاً اول قالب‌هایی برای ساخت طلا و جواهر درست می‌شود. یعنی کارگاه‌های طلا و جواهرسازی، طلاهایی را که می‌خواهند بسازند طراحی می‌کنند و در ابتدا آن را به کارگاه قالب‌سازی می‌دهند تا بر اساس آن برایشان قالب مخصوصی بسازد. بعد از آماده‌شدن قالب، طلای ذوب‌شده را درون آن می‌ریزند و طلا ساخته می‌شود.

# اگر بعد مکان نباشد...

## مرگ فیزیکی

تصویر تحولات اجتماعی امروز را که در اثر فناوری رخ داده‌اند می‌توان در تخیلات و آرزوهای مردمان صدسال اخیر جست‌وجو کرد. تخیلات داستانی و افسانه‌های امروزه به‌صورت پویانمایی (کارتون) به تصویر در می‌آیند تا چهره‌ای از شرایط اجتماعی آینده را به تصویر بکشند. زمانی که ژول ورن، نویسنده فرانسوی، سفر به ماه را می‌نوشت، شاید باور هم نمی‌کرد که روزی انسان قدم بر سطح ماه بگذارد و آن رؤیای پادزایی‌ها را به واقعیت تبدیل کند.

یکی از منابع شناخت تحولاتی که پیش روی ما هستند، تخیلات و آرزوهای درونی عموم مردم است. اتفاقاً اگر درست نگاه کنیم، می‌توانیم تحرکات زیرزمینی و اقدامات انجام‌شده به سمت رویاها را ببینیم. اولین تلفن‌های هوشمند در سال ۲۰۰۱ در ژاپن به کار گرفته شدند؛ تلفن‌هایی که می‌توانستند مسیر راهپیمایی به‌سوی مقصد و اطلاعات مورد نیاز در چند حوزه را به کاربران بدهند و برخی خدمات بانکی را انجام دهند. نمایشگاه تلفن‌های هوشمند در اروپا، ژاپنی‌ها را به‌عنوان کسانی شناساند که از آینده به حال سفر کرده‌اند.

امکان ارتباط، تجارت و انتقال اطلاعات بین مردم دنیا با سرعت بالا و بدون موانع دشوار از شگفتی‌هایی است که هرچند امروزه ساده تصور می‌شود، ولی در گذشته‌های نه‌چندان دور از آرزوها و رؤیاهای تاجران و دانشمندان به‌حساب می‌آمد.

حذف موانع زمانی و مسافتی از دستاوردهای فناوری است که همگی به آن اعتراف می‌کنند و به‌نوعی می‌توان آن را به مرگ فیزیکی توصیف کرد. اما این پایان ماجرا نیست. اتفاقات بزرگی در پیش هستند که پیش‌بینی آن‌ها دشوار نیست و نقش پنجره‌ای به‌سوی جهان آینده را دارند.

در حوزه تولید و توزیع محصولات و کالاها هنوز وابستگی‌های زیادی به مسیرها و سامانه



حمل و نقل جهانی و مراکز تولیدی کشورها وجود دارد. مزیت‌های تولیدی هر کشوری به تناسب امکاناتی که دارد، چرخه تجارت را در کل جهان شکل داده است. فناوری‌های جدید در حوزه تولید، موسوم به چاپگرهای سه بعدی، نه تنها امکان تولید هر قطعه‌ای را در جهان فراهم آورده‌اند، بلکه باعث می‌شوند تولید قطعات در کارخانه‌ها به صورت انحصاری از بین برود و نیاز به حمل قطعات و محصولات به حداقل برسد. هر منطقه صنعتی قدرت ساخت انواع قطعات را به دست خواهد آورد و مهندسی معکوس انحصار تولیدی نماند (برند) های بزرگ جهانی را خواهد شکست. ایده و نقشه‌های صنعتی کالاها زودتر از خودشان به اقصا نقاط جهان می‌رسند و شاید زمانی برسند که با مدل‌های پیشرفته‌تر از خود روبه‌رو شوند.

در این فضای تجاری، نه صحبت از تحریم قطعات و محدودیت وجود دارد، نه حرف از اسم شرکت‌های تجاری بزرگ است. این فناوری‌ها امکان تولید هر قطعه‌ای را برای هر کشور و فردی مهیا می‌کنند. فقط کافی است نقشه‌ای، تصویری یا نمونه‌ای از قطعات در اختیار دیگران قرار گیرد تا تکثیر آن مانند تکثیر مقالات علمی و کتاب‌های دنیا فراگیر شود.

دستگاه‌های فعلی حمل و نقل جهانی، به دلایلی کم‌اهمیت و متفاوت می‌شوند. حمل و نقل دریایی به دلیل خطراتی که تغییرات آب و هوایی در دریا به وجود می‌آورند، پرخطر می‌شود و روش هوایی جایگزین آن خواهد شد. بخش اعظمی از تجارت جهانی، به دلیل هزینه پایین، به صورت حمل و نقل دریایی صورت می‌گیرد. گسترش واقعیت مجازی و زندگی مجازی باعث کاهش استفاده بسیاری از محصولات تزئینی و مصرفی می‌شود که می‌تواند از حجم تجارت جهانی بکاهد. مدل‌های جدید تولید، مثل تولید کالاها صنعتی و محصولات غذایی و کاهش هزینه تولید، فرصت خودکفایی بیشتری به کشورها می‌دهد تا بتوانند نیازهای خود را تأمین

کنند

توسعه زیرساخت‌های کشاورزی و گلخانه‌ای امکان کشت و بهبود تولید محصولات کشاورزی را به نحوی فراهم می‌کند که محدودیت اقلیمی و جغرافیایی برای کشت محصولات وجود نداشته باشد. کشورها یا ایالت‌ها توانایی تولید محصولات موردنیاز خود را در تنوع بالا خواهند داشت و اصلاحات ژنی دانه‌ها می‌توانند کیفیت مواد غذایی را بیشتر کنند. از طرف دیگر، با کاهش هزینه‌های تولید، دسترسی مردم به مواد غذایی بیشتر خواهد شد و در نتیجه فقر هم کاهش می‌یابد.

برگزاری آموزش‌های برخط و تدریس مجازی این امکان را فراهم می‌کند که محصلان بدون نیاز به مهاجرت، در مراکز آموزشی معتبر دنیا تحصیل کنند و از استادانی در دورترین نقاط دنیا بهره‌مند شوند. آیا ادامه تحصیل در بهترین دانشگاه‌های دنیا محدودیتی خواهد داشت؟ قطعاً بسیاری از محدودیت‌ها کنار می‌روند و افراد بیشتری با زحمت کمتر به تحصیل مشغول می‌شوند. این به معنی تحقق عدالت آموزشی است؛ به این معنی است که هر فرد با امکان دسترسی به اینترنت، می‌تواند در بهترین مراکز آموزشی دنیا تحصیل کند.

این‌ها حدس‌هایی با فرض یک اتفاق هستند که می‌توانند در آینده پژوهی ما را کمک کنند. مرگ فیزیکی اتفاقی است که تحولات زیادی را در حوزه‌های گوناگون سبب خواهد شد. حذف بعد مکان سرنخی است برای پژوهشگران این حوزه تا جورچین زندگی بشر را با مختصات جدید پیش‌گویی کنند. هر چند صحبت از فرهنگ و جامعه در سال‌های آینده، با توجه به عوامل متفاوت تأثیرگذار دشوار است، اما این نبود اطمینان نباید ما را از تحولات بزرگی که انتظارمان را می‌کشند غافل کند؛ نشانه‌هایی که چراغ راه آینده هستند. به نظر شما کدام بخش زندگی انسان با حذف بعد مکان دچار تحول می‌شود؟



مدیریت تعارض

# این گره باز شدنی است

در کارگاه تراشکاری هستی و کارفرما به شما و همکاران گفته است باید روی یک سفارش به جمع‌بندی برسیم که چطور انجامش بدهیم. شما و همکاران دو نظر مختلف دارید. مشتری عجله دارد و زمان زیادی هم از موعد تحویل کار باقی نمانده است. با هم بگویم هم کرده‌اید و هیچ‌کدام زیر بار نرفته‌اید. چاره چیست؟ این مشکلات در کار پیش خواهند آمد. همان‌طور که قبلاً گفتیم، اولاً در زندگی و کار که قسمتی از زندگی است، حتماً از این موارد پیش می‌آید. چنین اتفاق‌هایی همیشه هم بد نیست و بعضی وقت‌ها لازمهٔ رشد و پیشرفت است. اما نباید به حال خودش رها شود و اصلاً کاری به کارش نداشته باشیم. باید حواسمان باشد که خوب یا بد بودنش را تشخیص بدهیم و در هر دو حالت با حواس جمعی شرایط را مدیریت کنیم. در موقعیتی که مثال زدیم، خودتان را بگذارید جای کارفرما. چه می‌کنید؟

## زمان بدهید

یک راه این است که یک کم زمان هواخوری به هم بدهیم! نه اینکه از کارگاه برویم گردش، اما می‌توان با فرصت‌دادن و دور کردن دو طرف آن‌ها را و ذهن‌هایشان را آرام‌تر کرد، تا دوباره که به کار برگشتند، با فکر بازتری با هم حرف بزنند و به نتیجه برسند. مثلاً سفارش ساخت قطعهٔ دیگری را به آن‌ها بدهید؛ البته یک کار سبک. تا از فضای قبلی دور شوند.

وقتی می‌بینید زمان دادن می‌تواند آتش ماجرا را بخواباند تا همه به سر عقل بیایند و با فکر آرام برگردند سر کار، یا وقتی مثلاً خودتان به‌عنوان مدیر کار هنوز نتوانسته‌اید تصمیم بگیرید، این راهکار می‌تواند شروع خوبی باشد. زمان خودش خیلی چیزها را حل می‌کند. شاید تجربه کرده باشید، بعضی وقت‌ها که برای کسی مشکلی پیش می‌آید، می‌گویند به او زمان بدهید تا خودش را پیدا کند. این همان ماجراست.

چرا می‌گوییم شروع خوب؟ مگر ادامه هم دارد؟ حتماً باید ادامه داشته باشد! این راهکار فقط برای منطقی کردن شرایط است، راه حل مشکل نیست. اتفاقاً اگر بخواهید با این راهکار مشکل اصلی را پشت





اعمال کنند. این یعنی در استفاده از راهکار باید جانب تعادل را حفظ کنید و زیاده‌روی نکنید. البته یک استثنا هم وجود دارد. آن هم اینکه در این کار خیلی وقت‌ها با ترکیب نظر دو طرف یا نقطه‌ای بین پیشنهادها دو طرف، اتفاقاً نظرات پخته‌تری متولد می‌شوند که خیلی بهتر از نظر هر کدام به تنهایی خواهد بود. این احساس رضایت حتماً به خودشان هم منتقل خواهد شد.

بگذارید مثالی بزنیم. در زیرمجموعه خودتان، برای تعیین راه حل افزایش فروش مجموعه، دو راهکار ارائه شده است. یک نفر می‌گوید برای این کار باید خدمات اضافه کنیم. مثلاً اشتراک بدهیم و سفارش را به در خانه‌ها ببریم. برای این کار باید دو پیک موتوری استخدام کنیم. بیش از این هم که حقوق ماهیانه آن‌ها را بدهیم، نمی‌توانیم سرمایه‌گذاری کنیم.

یک نفر دیگر ایده‌اش این است که ما باید روی تبلیغات دیجیتال و راه اندازی فروشگاه برخط وقت بگذاریم. دلیلش هم این است که الان دیگر عصر اینترنت است. حتی شده خودمان سفارش‌ها را برسانیم، اول فروشگاه برخط راه بیندازیم و سرمایه را اینجا صرف کنیم.

دلایل هر کدام هم سر جای خودش منطقی است. اما یک راهکار که می‌توان مطرح کرد و دو طرف را به توافق رساند، سرمایه‌گذاری روی یک فروشگاه برخط است با استخدام پیک با درآمد درصدی از فروش. یعنی به جای اینکه به پیک‌ها حقوق ثابت ماهیانه بدهیم، آن‌ها را از دور و بر محل فروشگاه اصلی استخدام کنیم که نزدیک باشند و ساعت کاری‌شان را بگیریم و حق‌الزحمه را هم به صورت درصدی از فروش حساب کنیم. این‌طوری هم لازم نیست حقوق ثابت ماهیانه بدهیم، هم لازم نیست خودمان سفارش‌ها را برسانیم! هم خدمات پیک موتوری اضافه کرده‌ایم و هم فروشگاه برخط داریم و هم اینکه خود این پیک‌ها را می‌توان در بازاربایی شریک کرد، چون درآمد خودشان هم بالاتر می‌رود. پس شاید بتوان با دست‌گذاشتن روی نقطه‌ای که مورد رضایت طرفین باشد، مشکل را حل کرد. فقط لازم است مدیر خلاق باشید.



گوش بیندازید، ماجرا بدتر می‌شود و از جایی دیگر با شدت بیشتری بیرون می‌زند.

### به حق توافق کنید

در هر کدام از مشاجره‌ها یا مشکلاتی که پیش می‌آید، از نوع شخصی یا کاری، ماجرا حداقل دو طرف دارد. هر طرف خواسته‌هایی دارد و حرفی می‌زند. خیلی وقت‌ها هر طرف تمام حق را به خودش می‌دهد که شاید درست هم باشد. شما به عنوان مدیر باید بتوانید مشکل را جمع کنید. اینجاست که دو طرف می‌توانند با هم توافق کنند. یعنی هر دو طرف کمی از موضع خودشان پایین بیایند تا با هم توافق کنند. شما به عنوان مدیر سعی می‌کنید بین حرف‌های طرفین نقطه‌ای را پیدا کنید که می‌شود دو طرف را با آن قانع کرد. بعد آن‌ها را بر سر آن نقطه به توافق می‌رسانید. این کار باعث می‌شود دو طرف قانع بشوند. اما حواستان باشد که معمولاً در توافق هیچ‌طرفی راضی نمی‌شود! چون بالاخره از قسمتی از خواسته خودشان کوتاه آمده‌اند. این موضوع بعدها می‌تواند به ضرر مجموعه تمام بشود. چون بعد از مدتی اعضا ممکن است احساس سرخوردگی کنند. چون هیچ موقع نمی‌توانند نظرشان را به‌طور کامل

که شامل این موارد است:  
تأمین مواد اولیه؛ حمل و جابه‌جایی مواد اولیه؛ انبار کردن مواد؛ استفاده از مواد برای تولید کالا؛ توزیع کالاهای تولیدشده؛ رسیدن کالا به دست مصرف‌کننده نهایی.

### اجزای تشکیل‌دهنده زنجیره تأمین

**مشتریان نهایی محصولات:** هر فرد یا سازمانی است که از محصول استفاده می‌کند.

**خرده‌فروشان محصولات و خدمات:** سازمان‌ها یا شرکت‌هایی هستند که محصولات تولیدشده در زنجیره تأمین را انبار می‌کنند و به مشتری می‌فروشند.

تجارت الکترونیک فروش و خرید کالا از طریق اینترنت و جابه‌جایی کالا بین دو طرف است. ارسال محصولات به مقدار مناسب در زمان مناسب به فرد مناسب ضروری است. از این رو، مدیریت زنجیره تأمین موردنیاز است. زنجیره تأمین سریع، بدون وقفه و ایمن، جنبه‌ای حیاتی از تجارت الکترونیک است. مدیریت کارآمد زنجیره تأمین در تجارت الکترونیک می‌تواند از هزینه‌ها بکاهد و درآمد را افزایش دهد. هنگامی که مشتری محصولی را از یک وبگاه تجارت الکترونیک خریداری می‌کند، آن را در مدت زمان کوتاهی می‌خواهد. وبگاه‌های تجارت الکترونیکی جدید هر روز در حال توسعه هستند. اما مشتریان تنها وبگاه‌هایی

## مدیریت زنجیره تأمین در تجارت الکترونیک

# فروش الکترونیکی

**توزیع‌کنندگان و عمده‌فروشان محصولات:** شرکت‌هایی هستند که محصولات را به صورت حجیم از تولیدکننده دریافت می‌کنند و محصولات موردنیاز مشتریان را به آن‌ها تحویل می‌دهند.

**تولیدکنندگان محصول نهایی:** سازمان‌هایی هستند

که محصول (خدمت) را تولید می‌کنند.

**تأمین‌کنندگان:** سازمان‌ها یا شرکت‌هایی که

مواد اولیه و احتیاجات تولیدکنندگان را برای

تولید یک محصول (خدمت) خاص فراهم

می‌کنند.

البته وجود تمامی اجزای آورده‌شده در

بالا لازم نیست و به چگونگی زنجیره

تأمین بستگی دارد. هر زنجیره تأمین در

ساده‌ترین حالت از سه بخش تشکیل

می‌شود که عبارت‌اند از: تأمین‌کنندگان،

شرکت (تولیدکنندگان) و مشتریان.

برای مدیریت این زنجیره پنج نکته اصلی

وجود دارد:

### نکته ۱. برنامه‌ریزی

یکی از بزرگ‌ترین سؤالاتی که گروه‌های تدارکات

را ترجیح می‌دهند که زنجیره تأمین کارآمد داشته باشند تا محصولات مناسب را در زمان مناسب ارائه دهند. لذا امروزه برای موفقیت در تجارت الکترونیک، آشنایی با مدیریت زنجیره تأمین ضروری است.

### تعریف مدیریت زنجیره تأمین

مدیریت زنجیره تأمین را می‌توان به‌عنوان مدیریت جریان محصولات و خدمات تعریف کرد. این مدیریت از ابتدای تهیه محصولات آغاز و تا مصرف محصول تمام می‌شود. مدیریت زنجیره تأمین شامل نظارت، تولید، توزیع و ارسال محصولات و خدمات است.

### هدف مدیریت زنجیره تأمین

هدف هر زنجیره تأمین افزایش ارزش تولیدشده است. معنی ارزش تولیدشده این است که محصول نهایی چقدر ارزش دارد و هم‌زمان در داخل این زنجیره چقدر تلاش و فعالیت صورت گرفته است. اختلاف این دو می‌شود ارزش تولیدشده.

### فعالیت‌های زنجیره تأمین

زنجیره تأمین یعنی تمامی فعالیت‌هایی که باعث می‌شوند مواد اولیه به کالای نهایی تبدیل شود و به دست مشتری نهایی برسد



محصولات را تولید کند و کیفیت محصول مطابق با استانداردهای تعیین شده باشد، مورد نیاز است. همچنین، در محل نگهداری محصولات، یعنی ذخیره سازی در انبارها و همچنین حمل و نقل از انبارهای مذکور به فروشگاه‌هایی که محصولات را نگهداری می‌کنند، تأثیر می‌گذارد.

#### نکته ۵. برگشت کالا

وقتی مشتری کالای معیوب را پس می‌دهد، چه می‌کنید؟ شیوه‌نامه رسیدگی به چنین حادثه‌ای چیست؟ از آنجا که رضایت مشتری بسیار مهم است، ضروری است شیوه‌نامه‌ای کاملاً تعریف شده درباره فرایند بازگشت وجود داشته باشد. هرچه فرایندهای بازگشت محصول معیوب کارآمدتر باشد، رتبه‌بندی رضایت مشتری شما بالاتر خواهد بود.

#### مدل‌های زنجیره تأمین

کسب و کار چندین مدل متداول وجود دارد که زنجیره تأمین در آن‌ها قرار می‌گیرد. مدل‌ها بر دو موضوع اصلی تمرکز دارند: پاسخ‌گویی و کارایی. هر مدل برای ترکیبی از هر دو تلاش می‌کند،

باید بپرسند این است که آیا خود سازمان قصد دارد کالا تولید کند یا کالاهای آماده را خریداری خواهد کرد؟ در صورت تولید محصولات نهایی توسط شرکت، سؤال بعدی این است که مواد اولیه از کجا تأمین می‌شوند؟ آیا از تأمین‌کنندگان محلی، منطقه‌ای یا بین‌المللی خواهد بود؟

این سؤال همچنین در صورتی مطرح می‌شود که شرکت در حال خرید محصولات آماده و ارسال آن به مصرف‌کننده (به صورت تمام‌شده) باشد. این محصولات از کجا تهیه خواهند شد؟

#### نکته ۲. منبع‌بابی

این مؤلفه یکی از حیاتی‌ترین مراحل کل زنجیره تأمین است، زیرا در این مرحله است که می‌توان بیشترین صرفه‌جویی در هزینه را داشت.

فروشنده مناسبی را انتخاب کنید که قیمت خوبی را ارائه می‌دهد و ظرفیت تحویل به موقع حجم‌های مورد نیاز را دارد. در این صورت شما یک گنج طلا به دست آورده‌اید.

اگر یک تأمین‌کننده ناتوان انتخاب کنید، این بر عملیات در کل زنجیره تأمین تأثیر می‌گذارد.



اما در دستیابی به اهداف متفاوت است. علاوه بر این، مدل‌ها تمایل دارند یکی را بر دیگری ترجیح دهند. هر کسب و کاری می‌تواند ارزش پیشنهادی هر مدل را در ارتباط با اهداف و محدودیت‌هایش ارزیابی و بهترین گزینه را انتخاب کند. انواع مدل‌ها عبارتند از:

● **جریان پیوسته:** برای صنایع بالغ با درجه‌ای از ثبات بهترین کارکرد را دارد.

● **چابک:** برای صنایعی با تقاضای غیرقابل پیش‌بینی و محصولاتی که سفارشی تولید می‌شوند، بهترین کارایی را دارد.

● **زنجیره سریع:** برای محصولاتی با چرخه عمر کوتاه، مانند اقلام مد، بهترین کارکرد را دارد.

● **انعطاف پذیر:** برای صنایعی با سطح ثبات و چند نمونه تقاضای به نسبت قابل پیش‌بینی بهترین کاربرد را دارد.

● **پیکربندی سفارشی:** بر سفارشی‌سازی تمرکز دارد.

● **زنجیره‌ای کارآمد:** برای بازارهای بسیار رقابتی که در آن قیمت‌گذاری نقش بزرگی را ایفا می‌کند، بهترین عملکرد را دارد.

مدل‌ها می‌توانند هم‌پوشانی داشته باشند. مدیر کسب و کار باید مدلی را طراحی کند که متناسب با زنجیره تأمین و به صورت منحصر به فرد به کار گرفته شود

این فرایند همچنین شامل نیاز نه تنها به یافتن فروشندگان، بلکه ارزیابی و واجد شرایط بودن آن‌ها می‌شود.

#### نکته ۳. موجودی

داشتن چندین تأمین‌کننده برای اینکه بتوانید مواد خام یا محصولات کافی را تأمین کنید تا بتوانید به‌طور کامل در انبار باقی بمانید، بسیار مهم است. با بررسی مدیریت زنجیره خرید و تأمین در سال ۲۰۲۰ می‌توان درس‌های زیادی به دست آورد.

۲۰۲۰ اهمیت درست کردن این مؤلفه را نشان داد. بر اساس گزارش RetailNext، (شاخص خرده‌فروشی) ۲۸ درصد از مشاغل مورد بررسی با کمبود شدید مواجه شدند و حتی برخی از اقلام کلیدی را از دست دادند. ۵۶ درصد از این شرکت‌ها مجدد برای قراردادهای مجبور به مذاکره شدند. توانایی مدیریت دقیق موجودی و اطمینان از هم‌سویی برنامه‌های تولیدی با تقاضای مصرف‌کننده، به همان اندازه که هنر است، مهارت هم است.

#### نکته ۴. تولید و حمل و نقل

این عنصر برای اطمینان از اینکه سازمان حجم صحیحی از



# نقش کلیدی سنجاق

می‌شود. بنابراین، مدیران ارشد هر یک از این شرکت‌ها باید مناسب و متناسب با حوزه کاری خود به‌گزینش و آموزش کارکنان مطلوب خود اقدام کنند. از سوی دیگر، هر سازمان متناسب با فضای کاری‌اش باید امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری را تهیه کند و در اختیار کارکنان خود قرار دهد:

۱. فنی
۲. تجاری
۳. مالی
۴. امنیتی
۵. حسابداری
۶. مدیریتی

● **وظایف مدیریت:** فایول برای موفقیت سازمان‌ها و شرکت‌ها وظایف مدیران ارشد را در شش مورد دسته‌بندی کرد. او اعتقاد داشت، مدیر در صورتی توانمند و کامیاب است که در این موارد شش‌گانه توانایی‌های بالقوه و بالفعل داشته باشد:

۱. برنامه‌ریزی
۲. سازمان‌دهی
۳. فرماندهی
۴. هماهنگی
۵. واپایش (کنترل)
۶. پیش‌بینی

## ● اصول مدیریت

۱. **تقسیم کار:** در سالیان قبل، تمام مراحل ساخت هر عدد سنجاق را یک نفر انجام می‌داد تا اینکه یک اقتصاددان انگلیسی، به‌منظور افزایش کارایی و بهره‌وری پیشنهاد کرد، ساخت سنجاق را چند کارگر زنده انجام دهند که مسئولیت ساخت مفتول فلزی، تیز کردن نوک سنجاق، خم کردن مفتول فلزی و بسته‌بندی را داشتند. این پیشنهاد دستاوردهای عظیمی در عرصه تولید و فروش به بار آورد. از آن به بعد، تقسیم کار یکی از اصول اساسی هر شرکت یا سازمان است. اصل تقسیم کار بر این تأکید دارد که هر سازمان و شرکت، بنا بر شرح وظیفه‌های که دارد، به نیروهای متخصص و ماهری نیازمند است که در کنار یکدیگر در راستای رسیدن به هدف یا اهداف سازمان می‌کوشند. اصل تقسیم کار بر دقت و سرعت در انجام وظایف و مأموریت‌های هر نهادی می‌افزاید.

۲. **اختیار و مسئولیت:** قدرت و اختیار از مهم‌ترین اصول مدیریت هستند که به مدیر اختیار می‌دهند در راستای تحقق هدف یا اهداف سازمانی به کارکنان تحت امرش دستور دهد. البته در این بین اختیارات و مسئولیت مدیر نباید به‌صورت ریاست جلوه کند، بلکه حدود اختیارات و مسئولیت وی در چارچوب هدف یا اهداف سازمانی است.

۳. **انضباط:** این اصل در مورد اطاعت و تبعیت است. البته منظور اصل نوکری و چاکری کارکنان سازمان برای مدیر یا مدیران نیست، بلکه منظور از اصل انضباط، رفتار خوب و تعاملات محترمانه کارکنان سازمان با مدیران و برعکس برای نیل به هدف یا اهداف سازمانی است.

فرض را بر این بگذارید که در آینده نزدیک و پس از سپری کردن تحصیلات کلاسیک و دانشگاهی قصد دارید در حوزه‌ای از صنعت یا خدمات به تأسیس شرکتی دست بزنید. در نگاه نخست، عامل اصلی موفقیت شرکت شما و دوام و قوام آن در سوددهی خلاصه می‌شود و تصور بر آن است که رویه درآمد و سوددهی به‌صورت مستقیم با فروش محصولات یا ارائه خدمات شرکت شما در ارتباط است. اما آیا تنها واحد بازرگانی و تجاری شرکت شماست که تضمین‌کننده آینده شرکتتان است؟ این مشکلی است که اغلب مدیران ارشد در دام آن گرفتار می‌شوند. در واقع، عامل ماندگاری و کامیابی هر سازمان دولتی و غیردولتی یا شرکت‌های صنعتی و خدماتی بر اساس رویه اداری یا همان **مدیریت اداری** آن رقم می‌خورد، نه با اتکا به یکی از اجزای آن! بنابراین، شما نیز به‌هنگام تأسیس شرکتتان در هر اندازه و مقیاسی، لازم و ضروری است به رویکرد مدیریت اداری در مجموعه‌تان توجه ارزنده‌ای داشته باشید. در ادامه و در این مقاله قصد داریم شما را بیشتر با مفهوم مدیریت اداری آشنا کنیم تا با درک بهینه‌تری که از این مفهوم پیدا می‌کنید، در تعالی شرکت‌های تحت مدیریتتان موفق‌تر باشید.

تا حدود ۱۲۵ سال قبل واژه مدیریت معادل ریاست لحاظ می‌شد و صاحبان زر و زور با توجه به نفوذ مالی و سیاسی‌شان، کارخانه‌های صنعتی و شرکت‌های تولیدی و خدماتی احداث می‌کردند و در نظام‌های دولتی نیز با دیدگاه‌های شخصی، فرد حاکم بر آن اداره می‌شد. هر چند که در این گونه شرکت‌ها و نظام‌ها افرادی بر اساس رویه سنتی مشغول انجام وظیفه بودند، اما هیچ‌یک از آن‌ها کارایی و کارآمدی مناسب و متناسب با سده بیستم را نداشتند. اینجا بود که صاحبان آرا و ایده‌های برتر به فکر چاره افتادند تا مبانی و اصولی راهبردی را برای تحول و دگرگونی در عرصه مدیریتی شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی ارائه و تدوین کنند. یکی از این اندیشمندان و نظریه‌پردازان مدیریت، **هنری فایول** فرانسوی بود که از وی به‌عنوان بنیان‌گذار و پدر مکتب مدیریت اداری یاد می‌شود. فایول که یک مهندس معدن بود و تمام مراحل رشد را، از کارمندی ساده تا مدیرعاملی یک شرکت معدنی، به همراه انجام پژوهش‌های برجسته و نگارش مقالات ارزنده سپری کرده بود، برای افزایش بهره‌وری و بهینه‌کردن خروجی شرکت‌ها دست به تدوین مجموعه قواعدی زد که امروزه از آن‌ها به‌عنوان **فایول‌گرایی** (اصول مدیریت فایول) یاد می‌شود. فایول ایده خود در این زمینه را در سه گروه دسته‌بندی کرد:

● **انواع فعالیت‌های سازمانی:** فایول به این نتیجه رسید که فعالیت تمامی نهادهای دولتی، صنعتی و تولیدی در شش گروه دسته‌بندی



**۴. وحدت فرماندهی:** در هر سازمان کارکنان باید یک مافوق داشته باشند و تنها از یک بالاتر دستورات و برنامه‌های سازمان را دریافت کنند.

**۵. وحدت جهت:** در هر سازمان، هر دسته از فعالیت‌های سازمانی که هدف مشابهی دارند، باید توسط یک مدیر و با استفاده از یک برنامه واحد برای دستیابی به یک هدف مشترک هدایت و رهنمون شوند.

**۶. تبعیت تمایلات فردی از تمایلات گروهی:** در هر سازمان، همواره منافع سازمان بر منافع هر یک یا گروه از کارکنان ارجحیت اولویت دارد. به همین دلیل، برای تمامی کارکنان سازمان لازم و ضروری است که از علاقه‌ها، سلیقه‌ها و منافع شخصی خود به‌منظور اعتلای هدف یا اهداف سازمان مبرا باشند.

**۷. دادن دستمزد:** همه کارکنان باید به ازای کاری که در سازمان انجام می‌دهند از دستمزد برخوردار باشند. این دستمزد باید بر اساس استانداردهای معین که پاسخ‌گوی نیازهای اساسی زندگی کارکنان و خانواده‌های آنان است، ارائه شود. چنانچه سازمانی توانایی پرداخت دستمزد کارکنانش را نداشته باشد، یکی از اساسی‌ترین منابع سازمان خود، یعنی سرمایه انسانی و نیروی متخصص را از دست خواهد داد.

**۸. تمرکززدایی:** این اصل به میزان مشارکت زیردستان و کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمان اشاره دارد. گاهی اوقات مدیران در تصمیم‌هایشان از تعداد اندکی از کارکنان سازمان استفاده می‌کنند و برخی زمان‌ها تعداد بیشتری از کارکنان را در تصمیم‌گیری وارد می‌کنند. اگر در سازمان تنها مدیر یا تعداد اندکی از کارکنان تصمیم‌ها را بگیرند، تمرکززدایی رخ داده است و چنانچه تصمیم‌گیری مدیر با مشارکت عده زیادی از زیردستان میسر شود، تمرکززدایی پدیدار شده است.

**۹. زنجیره عددی:** هر سازمان چیدمانی از مدیرکل، مدیران سطوح بالا، مدیران میانی، کارشناسان و کارکنان دارد. این چیدمان به زنجیره‌ای از اشخاص از بالا به پایین اشاره می‌کند که تعداد معینی از افراد دارد. اختیارات و ارتباطات در هر سازمان باید از این زنجیره عددی پیروی کند.

این زنجیره عددی بیشترین کاربرد را در سازمان‌های نظامی و نهادهای امنیتی دارد. اما گاهی اوقات و بنا بر ضرورت و اضطرار باید این زنجیره عددی پاره شود و رویه ارتباطی با مدیرکل یا مدیران سطوح بالا به‌صورت مستقیم صورت پذیرد. فایول برای این شرایط از واژه «بیسه» استفاده می‌کند که اشاره به میان‌بری برای ارتباط با مدیرکل یا مدیران رده‌های بالایی است.

**۱۰. وجود نظم (ترتیب):** این اصل به چیدمان اجزا و ملزومات هر واحد سازمان اشاره دارد. در واقع، اصل نظم بیان می‌کند که در هر سازمان و شرکت باید جایگاه و چیدمان کارکنان، ابزار و ماشین‌آلات، مواد و اشیاء معین و مشخص باشد. لذا این اصل تبیین می‌کند، هر یک از کارکنان سازمان یا شرکت یک مکان مشخص برای کار دارند و از ابزار و اشیاء لازم و ضروری برای انجام وظایفشان برخوردارند.

**۱۱. انصاف:** اصل مزبور تأکید دارد که در هر سازمان، با همه کارکنان و اعضای آن باید با عدالت و مهربانی رفتار شود. این انصاف و لطافت شامل تمامی جنبه‌های سازمان مانند شایسته‌سالاری و رفتار سازمانی شایسته است.

**۱۲. ثبات دوره تصدی کارکنان:** تعویض و جابه‌جایی زیاد و بیش از حد کارکنان در هر سازمان و شرکت باعث ناکارایی و ناکارآمدی در جنبه‌های گوناگون می‌شود. بنابراین، پایداربودن دوره کاری و جایگاه شغلی هر یک از کارکنان هم باعث این می‌شود که شاغلان در سازمان از امنیت روانی و ذهنی برخوردار شوند و هم بعد از مدتی که به تجربه لازم و کافی در یک رشته شغلی دست یافتند، به فردی خبره‌تر و چیره‌دست‌تر تبدیل شوند که در راستای اهداف سازمان و شرکت مطبوع خود گام برمی‌دارند.

**۱۳. ابتکار عمل:** در هر سازمان افراد و کارکنانی وجود دارد که به‌واسطه استعدادهای ذاتی و تحصیلی یا مهارت‌های فردی و شغلی قادر به انجام بهینه‌تر امور سازمان‌ها هستند. در این زمینه مدیریت ارشد باید با شناسایی این دسته از اشخاص، مجوزها و اختیارات لازم را برای پیاده‌سازی و اجرای ایده‌ها و برنامه‌های این دسته از خبرگان صادر کند. زیرا این گونه از کارکنان با استعداد این گونه دچار انگیزش و هیجان شده و برای هدف یا اهداف سازمان محل کارشان تلاش فزاینده‌ای به خرج خواهند داد.

**۱۴. روحیه کار گروهی:** از آنجا که هر سازمان و شرکت از افراد متنوع و کارکنان زیادی تشکیل می‌شود، چنانچه بین تمامی اعضای هر یک از نهادها و شرکت‌ها همدلی، تعامل، رفاقت، صداقت و متانت برقرار باشد، آن سازمان یا شرکت از انسجام بیشینه‌ای برخوردار است که این اتحاد بر کارایی و کارآمدی آن‌ها می‌افزاید.

اکنون که با اصول مدیریت اداری هنری فایول آشنایی لازم و کافی را پیدا کردید، از شما انتظار می‌رود به هنگام تأسیس شرکت مدنظرتان و به هنگام تصدی مقام مدیریت، همیشه و همواره اصول مدیریت اداری فایول را ملاک عمل خود قرار دهید تا در راستای پیشبرد و پیشسازی شرکت‌تان مؤید و منصور باشید.





# واژه‌های به اندازه دریا

چالش‌های بازاریابی

خیابانی را در نظر بگیرید با مغازه‌های بسیار زیاد که البته بسیار هم جذاب هستند؛ مغازه‌هایی که با ویتترین‌های پرنور عابران این خیابان را به خود جذب می‌کنند. البته این خیابان یک وصله ناجور هم دارد؛ کوچه‌ای تاریک، باریک و البته طولانی. انتهای کوچه مغازه کوچکی وجود دارد که همان مغازه کفش فروشی شماست. کارتان بسیار سخت است، زیرا باید عابران پیاده را از آن خیابان جذاب و زیبا به داخل این کوچه تنگ و باریک هدایت کنید تا حداقل نگاهی به ویتترین مغازه شما هم بکنند. از دوست خود خواهش می‌کنید سر کوچه بایستد تا توجه عابران را به سمت کوچه جلب کند. دوستتان هم شروع به جازدن می‌کند: بدو جا نمونی... بدو بدو کفش تازه، تهیه‌شده از چرم بهترین گاوهای منطقه... همه جور کفش موجوده... کفش سیندرلا...

سختی کار به اینجا ختم نمی‌شود. ویتترین مغازه شما

اگر به شما گفته شود قرار است در مورد یک اصطلاح جامع‌الشمول مطلب بخوانید، ممکن است از تعجب تب کنید. ولی اصلاً جای نگرانی نیست، چون تا لحظاتی دیگر به معنای آن پی خواهید برد. برخی از واژه‌ها فراتر از یک معنا هستند. یعنی زنجیره‌ای از مفاهیم را در دل خود جای می‌دهند. به این مفاهیم «جامع‌الشمول» گفته می‌شود. البته برخی به آن «چتر واژه» یا «ابر واژه» یا «چتر مفهومی» هم می‌گویند. یک نمونه از مفاهیم جامع‌الشمول «بازاریابی» است. بازاریابی واژه‌ای است که به اندازه یک دریا مفهوم در دل خود دارد. درباره این مفهوم به ظاهر ساده کتاب‌های زیادی نوشته شده‌اند. جالب است بدانید، علت بسیاری از شکست‌ها در کسب‌وکارها همین مفهوم به ظاهر کوچک است. به همین دلیل در چند شماره بعدی مجله در مورد بازاریابی مطالبی نوشته خواهند شد. اما برای شروع کار بهتر است با مثالی طولانی این مطلب را توضیف کنیم.



کفش‌ها طبیعی است.

بالاخره آن لحظه طلایی فرا می‌رسد و فردی از مغازه شما کفشی خرید می‌کند. ممکن است در این لحظه از خوش حالی بال دریاورید، ولی صبر کنید. پرواز نکنید، چون کار هنوز تمام نشده است. شما برای این مشتری خیلی زحمت کشیده‌اید. او را از خیابان به داخل کوچه آورده‌اید، مجابش کرده‌اید از پشت ویترین به داخل مغازه بیاید تا در نهایت از شما یک جفت کفش بخرد. پس نباید او را رها کنید. برای همین بهتر است شماره همراهش را بگیرید تا زمانی که کفش جدیدی برای ورزش می‌آورید، به او پیام دهید تا در جریان قرار بگیرد یا اینکه پس از مدتی با او تماس بگیرید و در مورد کیفیت کفش‌ها صحبت کنید یا به او کالا برگ (کوپن) تخفیفی پیشنهاد دهید تا برای خریدهای بعدی تشویق شود. بدین طریق شما ارتباط خود را با مشتری حفظ خواهید کرد.

همه اقدامات این مثال، بخش‌هایی از فرایند بازاریابی هستند. یعنی اقداماتی که قبل از خرید، حین خرید و بعد از خرید کردن انجام می‌دهید تا در مجموع افراد به صورت منظم از شما خرید یا کسب‌وکار شما را به دیگران معرفی کنند. حتی اگر شما کسب‌وکار اینترنتی نیز داشته باشید، همچنان مراحل بازاریابی شبیه به مثال مطرح شده پیش می‌رود. زیرا در ابتدا باید کاری کنید که افراد در فضای پر زرق و برق مجازی، میان انبوهی از اطلاعات، به صفحه مجازی شما مراجعه کنند. سپس آن را دنبال کنند تا در نهایت از آن محصولی خرید کنند.

دنای بازاریابی به همین جا ختم نمی‌شود. موفقیت شما در روند بازاریابی تنها به اجرا شدن این فرایند نیست، بلکه باید مقیاس کسب‌وکار خود و بودجه صرف شده برای آن را نیز مدنظر قرار بدهید. بازاریابی شاخه‌های گسترده‌ای دارد که در قسمت‌های بعد با انواع آن‌ها آشنا می‌شویم.



کوچک هم هست. پس لازم است با به‌کارگیری ترفندهایی، مشتری‌ها را از پشت ویترین به داخل مغازه هدایت کنید تا بتوانید جنس‌های بیشتری به آن‌ها نشان دهید. برای همین بهترین کفش‌هایی را که در مغازه دارید در ویترین قرار می‌دهید. دقت می‌کنید گرد و خاکی روی کفش‌ها نباشد. آن‌ها را تمیز شده و با نورپردازی جذاب و به‌طور خاص در ویترین قرار می‌دهید. حتی ممکن است وسایل تزئینی دیگری در ویترین بگذارید.

چالش بعدی فائق آمدن بر سرسخت بودن مشتری است. افرادی که از آن خیابان جذاب به داخل مغازه شما کشانده شده‌اند، به راحتی به شما اعتماد نمی‌کنند. باید به نحوی این افراد را به خرید قانع کنید. مثلاً ممکن است یکی از کفش‌هایی را که در مغازه دارید بپوشید. یا به مشتری‌هایی که نگران اصل یا تقلبی بودن چرم کفش‌ها هستند، ضمانت بدهید، یا با انجام آزمایش‌هایی، به آنان ثابت کنید که چرم

# آشنایی با نخبه مشهدی حوزه نرم افزار از بازی های تلفن همراه شروع کن

رشته های هنرستانی تنوع زیادی دارند که اگر هر کدام با علاقه هنرجو انتخاب شوند، می توانند استعدادها را شکوفا کنند. هنرجو می تواند نبوغ و استعداد خودش را در رشته مورد علاقه اش نشان دهد و به موفقیت برسد. یکی از رشته های هنرستان رشته شبکه و نرم افزار است که علاقه مندان زیادی دارد و با توجه به رشد علوم رایانه ای و وابسته شدن بسیاری از جنبه های زندگی به این فناوری، بسیار مورد توجه است. یکی از توانمندی های هنرجویان این رشته، تسلط بر برنامه نویسی و استفاده از آن در امور گوناگون است. بازی سازی یکی از این زمینه هاست. بازی ها را با برنامه نویسی می سازند. در عین حال، بازی سازی می تواند از مهم ترین ابزارهای تربیت، تبلیغات، سرگرمی و حتی آموزش باشد که کشورهای زیادی روی آن سرمایه گذاری کرده اند. به سراغ یکی از هنرجویان مستعد مشهدی رفته ایم که در حوزه بازی سازی موفق شده است با برنامه نویسی دو بازی طراحی کند و بسازد. **مانی جاودانی** اهل مشهد است و در هنرستان «سمپاد امیرکبیر» مشهد در رشته شبکه و نرم افزار تحصیل می کرده است.



چندین زمینه تقسیم می شود: شبکه و امنیت، تولید محتوا و ... همه این حیطه ها هم اکنون در تمام دنیا بازار کار داغی دارند و رقابت زیادی در بازار آن ها هست. پس هر کسی با تلاش و انگیزه بالا می تواند به موفقیت برسد.

**چون شما در رشته خودتان موفق بوده اید و حتی دو بازی اندرویدی هم ساخته اید. می توانید این بازی ها را به طور کوتاه معرفی کنید؟ از ایده ساخت آن ها برای ما بگویید تا مراحل ساخت و ...**

من از پایه دهم، بعد از اینکه مقداری برنامه نویسی یاد گرفتم، به بازی سازی علاقه مند شدم و چند پروژه کوچک ساختم تا بیشتر با بازی سازی آشنا شوم.

بعد از این پروژه ها خواستم چند بازی هم برای نرم افزار گوگل پلی بسازم. این شد که دو بازی در سبک «هایپر کژوال» را انتشار دادم. این دسته از بازی ها ساده اند و شما معمولاً با حرکتی امتیاز جمع می کنید و بالاترین امتیاز را کسب می کنید (رکوردد می زنید).

بازی اول را اواخر پایه دهم ساختم. در این بازی شما یک جا ایستاده اید. زامبی ها از اطراف به شما حمله می کنند و با گذر زمان بازی سخت تر می شود.

در بازی دوم هم باید در برابر آنچه به سمت شما پرت می شود جاخالی بدهید تا به شما نخورند.

**چه شد که هنرستانی شدید؟**

من از همان پایه نهم علاقه ام به رایانه مشخص بود. وقتی فهمیدم سمپاد این رشته را دارد، با توجه به اینکه در دوره متوسطه اول هم در دبیرستان تیزهوشان تحصیل می کردم، به سرعت در این مدرسه تقاضا دادم و قبول شدم.

**با توجه به اینکه شما در دوره متوسطه اول هم دانش آموزان مدرسه تیزهوشان بودید و قطعا در استان خوب بود، آیا مشاور و خانواده اصرار نداشتند رشته های نظری را انتخاب کنید؟ با در نظر گرفتن این نکته که شانس موفقیت در آزمون سراسری رشته های نظری را داشتید، چرا هنرستان را برای ادامه تحصیل انتخاب کردید؟**

خیر. خانواده ام خیلی حمایت کردند. الان هم من و والدینم بسیار خوش حالیم که این مسیر را انتخاب کرده ایم. از نظر من دنبال کردن علاقه خیلی مهم تر است.

**اگر امکان دارد، رشته شبکه و نرم افزار رایانه را برای مخاطبان ما معرفی کنید. هم از رشته تان برای ما بگویید و هم از آینده شغلی و بازار کار این رشته؟**

رشته شبکه و نرم افزار رایانه برای افرادی مناسب است که به کار در زمینه های مرتبط با رایانه علاقه دارند؛ مانند برنامه نویسی که خود به





### **آیا در جشنواره یا مسابقه‌های در ارتباط با رشته‌تان هم مقامی آورده‌اید؟**

بله. امسال تا مرحله کشوری مسابقات فرهنگی هنری در رشته بازی‌سازی رفتم و در مرحله‌های ناحیه و استانی مقام آوردم.

### **آیا برنامه‌های دارید تا به صورت حرفه‌ای وارد بحث ساخت بازی شوید؟**

بله. من همچنان به صورت جدی در این زمینه کار می‌کنم. هر روز سعی می‌کنم چیزهای بیشتری یاد بگیرم.

### **هزینه ساخت بازی چقدر است و درآمذایی از طریق ساخت بازی‌های رایانه‌ای به چه صورت انجام می‌شود؟**

هزینه ساخت بازی به ویژگی‌های بازی، میزان زمان ساخت بازی و گروه سازنده آن بستگی دارد. اگر ایده بازی شما در حد بازی‌هایی باشد که هر روز اسم آن‌ها را می‌شنوید، هزینه آن به میلیاردها تومان می‌رسد و به یک گروه بزرگ و سال‌ها زمان احتیاج دارد.

ولی بازی‌های کوچکی که ممکن است روی تلفن‌های همراه ببینید، از لحاظ زمانی و مالی بودجه خیلی کمتری برای ساخت نیاز دارند. البته باید بگویم، اگر می‌خواهید یک بازی به موفقیت مالی برسد، باید هزینه‌های زیادی برای تبلیغات آن انجام دهید.

اما بعد از انتشار بازی چندین روش وجود دارد که می‌توان از آن پول در آورد. ساده‌ترین روش این است که بازی را پولی کنید؛ طوری که هر که خواست بازی کند، مبلغی بپردازد. روش دیگر، قراردادن تبلیغات در بازی است؛ همان روشی که بیشتر بازی‌های رایگان از آن به درآمد می‌رسند.

### **برای آینده شغلی‌تان چه برنامه‌ای دارید؟**

از کارهای مهمی که همه هنرستانی‌ها باید انجام دهند، کارآموزی است. من به یک شرکت بازی‌سازی به نام «طراحان سفید» رفتم و سه ماه تابستان را آنجا به عنوان برنامه‌نویس بازی کار کردم. بعد از آن سه ماه الان مطمئن هستم که می‌خواهم همین کار را ادامه دهم.

### **آیا تا به حال از طریق رشته‌تان درآمدی هم کسب کرده‌اید؟**

خیر. از آنجا که من برای تبلیغ کردن بازی‌هایم بودجه‌ای نداشتم و سه ماه کارآموزی‌ام بدون حقوق بود، هنوز درآمدی کسب نکرده‌ام.

### **برای دانش‌آموزانی که امسال باید انتخاب رشته کنند چه توصیه‌ای دارید؟ آیا ورود به رشته‌های هنرستان را به ایشان توصیه می‌کنید؟**

از نظر من، اگر به هر کدام از رشته‌های هنرستانی، که رشته‌های زیادی هم هستند، علاقه دارند، حتماً به هنرستان فکر کنند و آن را برای ادامه تحصیل در نظر بگیرند. هنرستان به رسیدن به علاقه‌ها بسیار کمک و برنامه‌ریزی برای آینده شغلی را بسیار آسان‌تر می‌کند.

### **آیا اگر به گذشته برگردید، باز هم هنرستان و این رشته را برای ادامه تحصیل انتخاب می‌کنید؟**

صددرصد دوباره هنرستان را انتخاب می‌کنم، چون این هنرستان است که به من اجازه داد دنبال علاقه‌هایم بروم و وقت زیادی را برای پیشرفت در آن زمینه‌ها بگذارم.



## نمودار روابط اقتصادی

# کی، کجا و چطور؟

## مرز باریک بین رقابت سالم و ناسالم

اقتصادی می‌شوید، مگر علتش غیر از این است؟! یا حتی وقتی صدقه می‌دهید و انفاق می‌کنید؟ ما پنج نوع رابطه می‌توانیم با هم داشته باشیم: برخورد؛ رقابت؛ همکاری؛ نوع دوستی؛ ایثار و فداکاری.

هر چقدر که شخصیت آدم‌ها رشد می‌کند، روابطی که نام بردیم هم خیلی انسانی‌تر برای آن‌ها مطرح می‌شود. حالا بگذارید هر کدامشان را توضیح دهیم. برخورد: قرار نیست همه با هم در صلح کامل باشند. اصلاً چنین چیزی وجود ندارد. ممکن است این نکته برایتان عجیب باشد، اما واقعیت محض است. شما وقتی از برخورد استفاده می‌کنید که لازم است چیزی را دفع کنید یا بر عاملی غلبه کنید.

روابطی را که قبل از این گفتیم، انسان‌ها ناچارند با هم داشته باشند و اینکه گفتیم انسان‌ها کمال‌گرا هستند، بعضی مواقع باعث می‌شود به این فکر بیفتند که موجودات دیگر و آدم‌های دیگر را برای خودشان به خدمت بگیرند، حق را به خودشان بدهند، بقیه را نینند یا برای هم مزاحمت ایجاد کنند. در این مواقع برخورد به وجود می‌آید.

در آیه قرآنی اشداء علی الکفار رحماء بینهم به این موضوع اشاره شده است که بین مؤمنان این رابطه برخورد باید در کمترین میزان خود باشد و در رابطه با کفار در بیشترین اندازه. یعنی برای مؤمنان، مهم‌ترین علت اینکه یک چیزی را بخواهند دفع کنند یا بر چیزی غلبه کنند، باید همان حق و باطل باشد که این بین مؤمنان و کفار است. پس در برخورد با کفار و غیرمؤمنان بهترین انتخاب برخورد است. و چون این برخورد برای آن است که حق را برپا کنیم، از نظر دین هم کاملاً پسندیده است و این افراد شامل رحمت خدا هستند.

اما این نکته خیلی مهمی است که شناختن حق و باطل موضوع بسیار مهمی می‌شود. هر کسی نمی‌تواند برای ما حق و باطل را معلوم کند. برای اینکه حق و باطل را بشناسیم، باید سراغ دین، کتاب خدا، پیامبر و ائمه برویم. این‌ها ملاک حق و باطل را روشن می‌کنند. رقابت: رقابت با توجه به اینکه طرف مقابل مؤمن است یا کافر، خودش دو نوع است: در مقابل

تا به حال برای شما پیش آمده است که ندانید در روابط خودتان چطور رفتار کنید؟ اصلاً ما چند نوع رابطه داریم و کدام یک از آن‌ها درست است؟ همه باید با هم در صلح کامل باشند؟ همه باید با هم در دعوا و جنگ باشند؟

رابطه در روابط اجتماعی، سیاسی، بین‌المللی و فرهنگی هست. در اقتصاد هم هست. پس می‌خواهیم درباره یک موضوع مهم با هم صحبت کنیم. شنیده‌اید که می‌گویند همه باید با هم در صلح باشند، یا همه باید برای گرفتن حقیقتان دعوا راه بیندازند. هر دوی این‌ها غلط هستند.

قبل از همه چیز باید بدانید، ما دو دسته آدم داریم: مؤمنان و کفار. می‌دانید چه چیزی این دو را از هم جدا می‌کند؟ حق و باطل. دسته‌بندی‌های سیاسی و حزبی یا حتی فوتبالی را که احتمالاً زیاد شنیده‌اید. خدا در قرآن بین انسان‌ها اصلاً دسته‌بندی قرار نداده است، غیر از همین؛ حق و باطل. مؤمنان طرفدار حق هستند و کفار طرفدار باطل.

حالا برگردیم سر اصل مطلب. از آنجا که انسان‌ها نیازهای گوناگونی دارند و خودشان به تنهایی نمی‌توانند همه نیازهایشان را برطرف کنند، برای همین سعی می‌کنند با ارتباط گرفتن با بقیه آدم‌ها نیازهای همدیگر را برطرف کنند. مثلاً خیلی سخت است که کسی مواد اولیه غذایی و لبنیات را خودش با دامداری و فراوری محصولات دامی و کشاورزی درست کند و از طرف دیگر برای خودش پارچه درست کند و لباس بدوزد. بعد مصالح ساختمانی بسازد و با آن‌ها خانه درست کند و ... تا فقط سه مورد از نیازهای اولیه‌اش تأمین شوند! به جای این، می‌رود با کسانی که هر کدام از این‌ها کار تخصصشان است ارتباط می‌گیرد و نیازهایش را تأمین می‌کند. این ارتباطات بین انسان‌ها روابط گوناگونی را به وجود می‌آورد. سرچشمه‌اش هم این است که انسان‌ها هم خودشان را خیلی دوست دارند و هم دوست دارند بهترین و کامل‌ترین چیزها را در همه موضوعات با هم داشته باشند. یعنی آدم‌ها ذاتاً کمال‌گرا هستند. مثلاً وقتی شما وارد معامله‌ای



ترتیب هم خودتان رشد می‌کنید و هم بقیه به فکر افزایش کیفیت خودشان می‌افتند و آن‌ها هم رشد می‌کنند.

این رقابت‌کردن در کار اقتصادی انگیزه ایجاد می‌کند تا افراد مدام خودشان را ارتقا بدهند، کیفیتشان را بالا ببرند و مشتری‌مداری بیشتری داشته باشند. رقابت میان فروشندگان باعث می‌شود هزینه‌ها و قیمت‌ها پایین بیایند، اما کیفیت بالا برود؛ که در نهایت برای همه جامعه منفعت عمومی دارد.

اگر گفتید نکته مهمش کجاست؟!

برای هر مسابقه سالمی اولاً همه باید حق حضور برابر داشته باشند تا هر کس به اندازه توانایی و استعداد خودش بتواند رقابت کند. دوم اینکه باید سامانه درستی، برای اینکه قاعده عادلانه را برقرار کند، وجود داشته باشد. در واقع یک داور خوب لازم است.

غیرمؤمنان و کفار، بعضی وقت‌ها چون حذف ممکن نیست، سطح برخورد را یک پله پایین‌تر می‌آوریم و با آن‌ها رقابت می‌کنیم تا سهم آن‌ها را کاهش دهیم و آن‌ها را ضعیف کنیم.

در بین مؤمنان اما رقابت برای ضعیف‌ترکردن هم دیگر نیست، بلکه برای رشد است. رقابت باعث می‌شود استعدادهای آدم‌ها شکوفا شود. یعنی در این‌ها هدف شما رشد خودتان و طرف مقابل است.

حالا در چنین رقابتی دیگر مجاز نیستیم به هر کاری دست بزنیم که بین قیمت‌ها جنگ درست کنیم یا اینکه از هر طریقی بخواهیم سهم بازار دیگری را کم کنیم و به خودمان اضافه کنیم. شاید بپرسید پس چطور رقابت کنیم؟

کیفیت خودتان را به‌طور دائم زیاد کنید و رضایت خریداران و مشتریان‌تان را بیشتر جلب کنید. به این



معلم ۱۸ ساله و دانش آموزانی ۱۷ ساله...

# از کاظمی گزارشگر فوتبال تا آشتیانی رویان



منتظر بودیم معلم ادبیات وارد کلاس شود. بعد از انقلاب اسلامی تازه مدرسه‌ها باز شده بودند و ما هم حس عجیبی داشتیم؛ هم خوش حال بودیم و هم کنجکاو. یک نفر وارد شد که نمی‌شناختیم. فکر می‌کردیم هم کلاسی‌مان است. رفت و نشست روی میز معلم! شروع به صحبت کرد و بسم‌الله را گفت و خود را معرفی کرد: کاظمی هستیم؛ معلم ادبیات!

همه خشکمان زده بود. خیره شده بودیم تا ببینیم چه می‌شود. یکی از بچه‌ها بالاخره تعارف را کنار گذاشت و گفت، آقا اجازه؟ شما چند سالتان است؟

آقای کاظمی هم گفت تقریباً هم‌سن هستیم. ۱۸ سالش بود! از این اختلاف سنی کم حس خوبی داشتیم. بالاخره هم او هنرجویان را بهتر می‌فهمید و هم ما راحت‌تر بودیم. اول سال فکر می‌کردیم جذابیت کلاس آقا سعید فقط به هم‌سن و سال بودن معلم و دانش‌آموز است. رفته‌رفته دیدیم چقدر قرآن می‌داند. چقدر هم اهل مشاعره بود. مثلاً پیش می‌آمد که کلاس ادبیاتمان تبدیل می‌شد به لیگ مشاعره. من هم که خیلی در مشاعره حرفه‌ای نبودم یا بعضی دیگر از بچه‌ها، آقای کاظمی سریع کمکمان می‌کرد. خیلی حرفه‌ای بود. با یکی دیگر از کلاس‌ها درس بینش داشت. کم‌کم زنگ‌های تفریح فقط صحبت از آقای کاظمی می‌شد. برای آن‌ها هم مسابقه قرآن برگزار کرده بود. می‌گفتند قرآنش هم خیلی خوب است. صوت تلاوتی را که برایش می‌گذاشتند، سریع اسم قاری‌اش را می‌گفت. می‌شد گفت دیگر همه با آقای کاظمی رفیق شده بودیم. می‌دانستم خیلی از بچه‌ها برایش درددل می‌کنند. او هم از زندگی‌اش برایمان می‌گفت. فهمیدیم دانشکده علوم توان بخشی قبول شده است و دارد فیزیوتراپی می‌خواند. همان سال ۵۸ که معلم ما شده بود، قبول شده بود. فکرش را بکنید! معلم ۱۸ ساله و دانش‌آموزان ۱۶-۱۷ ساله.

خیلی ما با وقت می‌گذراند. نه فقط سر کلاس، حتی فوتبالی بازی کردن ما را هم نگاه می‌کرد. عجب فوتبالی هم داشت! روی صندلی می‌نشست و بچه‌هایی که تیم بیرون بازی بودند، کنار او می‌نشستند تا گل کوچک دو تیم داخل زمین تمام شود. برنده با تیم بیرون از زمین بازی می‌کرد و امتیازها را می‌شمردند. بچه‌ها می‌گفتند همان‌طور که نشستیم بودیم، داشتیم شوخی می‌کردیم که آقا گفت می‌خواهید برایتان گزارش کنم؟! همه تعجب کرده بودند! با صدای عطاالله بهمنش بازی را برایشان گزارش کرده بود! همه بچه‌ها از خنده دستشان روی شکمشان بود! پرسیده بودند آقا شما از کجا این قدر خوب بلدید گزارش کنید، گفته بود در دوران مدرسه کارم این بود و کلی همه را می‌خنداندم.

این قدر فوتبالی خوب بود که برای یارکشی دعوایمان می‌شد که آقا کدام تیم برود!

برای ما جذاب‌ترین کلاس همین کلاس شده بود. به قدری آقا سعید را دوست داشتیم و او هم کاربلد بود

که در امتحانات نهایی منطقه بالاترین نمره‌های منطقه را بچه‌های هنرستان پیام امید گرفتند.

ما با معلممان رفیق شده بودیم. بعد از مدرسه هم هنوز اکثر بچه‌ها با او ارتباط داشتند. من هم مثل بقیه بچه‌ها هر از گاهی با استاد تماس می‌گرفتم و هم در تحصیل و کارم، و هم در کارهای زندگی با او مشورت می‌کردم. او هم دلسوزانه برای همه ما وقت می‌گذاشت و راهنمایی می‌کرد. خودش هم خاطرات خوبی از هنرستان داشت. تا همین اواخر هم می‌گفت کاش هنوز سال ۵۸ بود و در هنرستان پیام روزگار می‌گذراندم.

آقا سعید از رشته فیزیوتراپی فارغ‌التحصیل شد و کارشناسی ارشد را هم در همان رشته گذراند. البته وسط تحصیل به جبهه هم رفت.

بعد که تحصیلتش تمام شد، استاد دانشگاه شد. کلاً معلمی را دوست داشت؛ چه در مدرسه و چه در دانشگاه. هر کاری می‌کرد، خودش را به جشنواره جوان خوارزمی می‌رساند و طرح‌های بچه‌ها را داوری می‌کرد.

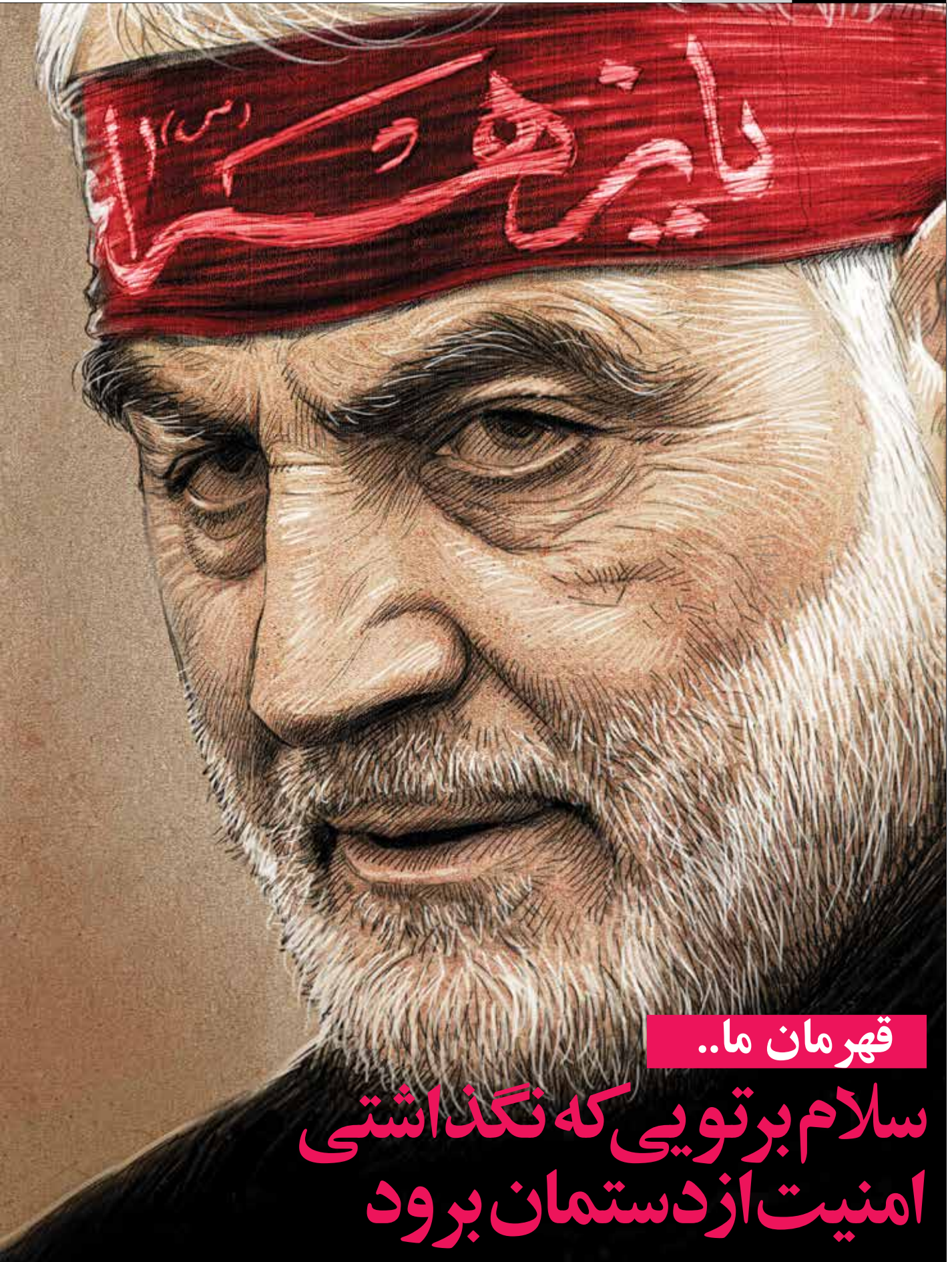
از جبهه که برگشته بود، تجربه‌های آنجا را به کار گرفته بود تا برای مردم درمانگاه بسازد. موجی راه انداخته بود برای ساختن درمانگاه. کلاً آرام و قرار نداشت.

یک روز که با استاد صحبت کردم، فهمیدم رفته در جهاد دانشگاهی مشغول شده است. گفتم استاد مشغول چه کاری هستید؟ فهمیدم مرکزی را راه‌اندازی کرده‌اند به اسم «رویان». پرسیدم کارش چیست؟ گفت داریم راه‌هایی پیدا می‌کنیم که زوج‌های نابارور را درمان کنیم. طرح جدیدی بود. تا به حال چنین چیزی نشنیده بودم. ما تصور می‌کردیم کسی که نابارور است دیگر این مهر روی پیشانی‌اش خورده و درمان نمی‌شود! چند سال گذشت تا فهمیدیم رویان چقدر کار مهمی بوده است؛ زمانی که دیگر همه روزنامه‌ها عنوان هایشان دستاوردهای علمی رویان شده بود. همکاران استاد می‌گفتند خون‌دل‌های زیادی خورده تا رویان از مرکزی نوپا به رویان معروف تبدیل شود. فکرش را بکنید. چنین کار بزرگ و مهمی را زمانی شروع کنی که خیلی‌ها، چه به طعنه و چه مستقیم، اعتقادی هم به نتیجه‌دادنش نداشته باشند. محکم بایستی و آن را به نتیجه برسانی.

برای آقا سعید بن‌بست بی‌معنا بود. آدم انقلابی که بن‌بست نمی‌شناسد. به خدا توکل می‌کند و تلاش می‌کند. خدا هم برکت می‌دهد.

۱۴ دی سالروز شهادت دکتر سعید کاظمی آشتیانی است؛ مؤسس پژوهشگاه رویان. یکی از نوابغ و مفاخر ایران که هم از نظر علمی و هم از نظر اخلاقی جزو سرآمدان کشور بوده و خواهد بود. پژوهشگاه رویان اکنون جزو پیشروترین مراکز علمی در زمینه درمان نازایی در کشور و جهان است و از مهم‌ترین مراکز تولید علم پیشرفته در کشور. خدمات و شخصیت و منش دکتر کاظمی آشتیانی تا همیشه می‌تواند الگوی ما برای طی کردن مسیر زندگی، علمی و کاری باشد. روحش شاد و راهش پر رهرو!





قهرمان ما..

سلام بر تویی که نگذاشتی  
امنیت از دستمان برود



چه می‌شود که ما گاهی فراموش می‌کنیم؟ فراموش می‌کنیم خون‌دل‌هایی را که برایمان خوردی و شب‌هایی را که تا صبح بیدار بودی تا ما آرام بخوابیم. فراموش می‌کنیم تلاش‌هایی را که کردی و رنج‌هایی را که کشیدی.

سلام

سلام بر تو که مرا بیش از خودم دوست داشتی. سلام بر تویی که تمام دختران و پسران سرزمینم را فرزندان خودت دانستی. سلام بر تو که دغدغه‌ات امنیت ما بود.

امنیت تاجی است که تا از سر نیفتد، قدرش را نمی‌دانیم. و چه چیزی شیرین‌تر از جان آدمی است؟ اما تو جان شیرینت را به دست گرفتی و امنیت خود را شب و روز به خطر انداختی تا نه فقط مردم ایران، که مردم دنیا در آرامش زندگی امنی داشته باشند.

تو همان بودی که با یاران جوانمرد و وفادارت مقابل خون‌خوارترین موجودات زمانه، شجاع و جانانه ایستادی و نگذاشتی آب در دلمان تکان بخورد.

سلام بر تو که صدای ستمدیدگان را با گوش جان شنیدی و تا خاموش کردن آتش ظلم آرام ننشستی.

سلام بر تو که صلابت قدم‌هایت لـرزه بر پیکره دشمنان می‌انداخت و خواب را از چشمان داعش و صهیونیسم می‌گرفت. حتی شنیدن نامت هم ترس را به عمق جانشان می‌نشانده.

این تو بودی که توانستی ملت‌های محروم و مظلوم را قوی و متحد کنی تا روی پای خودشان بایستند. این تو بودی که به آن‌ها یاد دادی چگونه دست در دست هم دلیرمردانه جلوی سرطان بزرگ، رژیم غاصب صهیونیستی جنایتکار و گروه‌های وحشت‌افکن (تروریست) بیرون آمده از لجنزار صهیونیسم بایستند.

آمریکای جنایتکار با حمله به عراق این کشور را خالی کرد و منابعش را به غارت برد، اما این تو بودی که به کشورهای منطقه یاد دادی در مقابل آمریکا و رژیم غاصب صهیونیستی از منابع مادی و معنوی خود حفاظت کنند و اجازه ندهند مانند عربستان سعودی به گاو شیرده تبدیل شوند.

سردار عزیزم، تو مصداق بارز عمل به آیه قرآن بودی؛ آنجا که خداوند در سوره انفال آیه ۶۵ به آمادگی و بهره‌گیری از تمام قوا در برابر دشمنان فرمان داد: **وَأَعِدُوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ.**

سردار عزیزم، تو مصداق بارز شجاعت بودی؛ آنجا که با اقتدار بر سر کدخدا فریاد زدی و هیمنه پوشالی‌شان را شکستی و گفتی: «ترامپ قمارباز، من حریف تو هستم! نیروی قدس حریف شماست!»

نشان دادی که کرامت مردم از همه‌چیز بالاتر است؛ آنجا که در ماجرای سیل خوزستان خودت را رساندی و به مشتاقان دفاع از حرم توصیه کردی به

خوزستان بیایند.

تو همانی که برای اشرف سیستان و کرمان موتور آب تهیه کردی تا به‌جای زورگیری، روی زمین‌هایشان کار کنند و آقای خودشان باشند.

سردار دل‌ها، تو مصداق نمایان سوره فتح آیه ۲۹، **«أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ»** بودی. عزیز ملت، تو به وظیفه‌ات عمل کردی؛ همان تکلیف الهی که خدا تو را از دوران دفاع مقدس برای انجام آن حفظ کرده بود.

تو توانستی حریم حرم را از مقصود شوم پلیدان زمان نگه‌داری. تو توانستی اتحاد شیعه و سنی در مقابل ظلم دشمنان اسلام را تقویت کنی. تو توانستی حلقه مقاومت کشورهای اسلامی را در برابر غده سرطانی اسرائیل تشکیل دهی و آشوب منطقه را آرام کنی. تو توانستی دل‌های ما را به هم نزدیک و اتحاد را بر ایمان زنده کنی.

آری، تو مأموریت الهی خود را به‌خوبی به سرانجام رساندی. تو به خواسته قلبی و دیرینه‌ات رسیدی. تو پاکیزه بودی و پاکیزه پذیرفته شدی.

تو به سقای ادب اقتدا کردی و عباس‌گونه جام شهادت نوشیدی و عاقبت به‌خیر شدی. خوش به حالت حاج قاسم عزیز، که سیدالشهدای مقاومت گشتی.

چه زیبا در آن وصیت‌نامه که جان خود را هزاران بار فدای ملت بیان کردی، شهدا را محور عزت و کرامت خواندی و اهمیت جمهوری اسلامی و حفاظت از ولایت فقیه را به‌عنوان یک اصل تبیین کردی.

چه زیبا به مسئولان وصیت کردی که احترام و خدمت به مردم را عبادت بدانند و خدا و قرآن و ارزش‌ها را فدای جدل‌های سیاسی و جناحی نکنند. سردار دل‌ها، تو مصداق بارز پدر مهربان ایرانی؛ آنجا که در نماز با عشق جواب محبت فرزند شهید را می‌دهی. خدا را شکر می‌کنم که تو را دارم. تو همیشه در قلب من هستی و خواهی بود.

تو همانی که به ما عزت و سربلندی دادی. آری ما ملت شهادتیم. ما ملت امام حسینیم.

آری، تو همانی که به ما قدرت طوفان دادی.

تو همانی که خودت گفتی،

در زمان حیات شهید بودی و شهید زندگی کردی.

تو همانی که پاکیزه پذیرفته شدی.

عزیز دل‌ها

تکلیف الهی‌ات را که انجام دادی،

عشق دیدار محبوب تو را مثل پروانه‌ای بی‌قرار شمع کرده بود.

دیگر تاب‌توان دوری نداشتی.

همین بود که نور مطلق هستی‌بخش، که موسی

علیه‌السلام را توان ایستادن در برابرش نبود،

تو را به دیدار پذیرفت و روح پاکیزه‌تر از همیشه به‌سوی معبود معشوق به پرواز درآمد.

نابود کردن نیازهای کم‌اهمیت

# سیرت زیبا یا اور!

داشتیم با خودم فکر می‌کردم هر چیزی در این دنیا حد و اندازه‌ای دارد. اگر کسی قدر و ارزش خودش را فهمید، دیگر هدفی کمتر از خودش انتخاب نمی‌کند. اگر من بدانم چه کسی هستم، می‌توانم بفهمم برای چه باید باشم.

آیا انسان فقط به جسم محدود است و بعد از چند سال زندگی کاملاً محو می‌شود و تمام؟

در نهایت انسان کجاست؟ آیا لذت‌ها، زیبایی‌ها و آرامش نهایی دارند؟ آن نقطه‌ی نهایی کجاست؟

بعضی چیزها را می‌شود اندازه گرفت و بعضی چیزها اصلاً قابل اندازه‌گیری نیستند؛ مثل همین «نهایت انسان».

بگذارید مثال‌های قابل لمس‌تری بزنم. به نظر شما می‌توان مهر مادری را اندازه گرفت؟ متر گذاشت گفت این اندازه است؟ زحمت‌های پدر برای آوردن نان حلال به خانه را

چطور؟ سختی‌هایی را که در این راه می‌کشد چه؟ یا چه کسی می‌تواند اندازه‌ی تلاش شما برای رسیدن به آرزوهایتان را بگوید؟ به‌استی قیمت خانواده چقدر است؟ قیمت شما، تلاش‌ها و استعدادهایتان چطور؟

گاهی ما اسیر نیازهایی می‌شویم که ما را از جایی که باید باشیم دور می‌کنند؛ از همان هدفی که به خاطرش پا به این

کرة خاکی گذاشته‌ایم؛ نیازهایی که واقعی نیستند و در واقع جو محیط و همراهی پیش از حد افکار اجتماعی آن‌ها را به

نیازی تبدیل کرده است که مثل یک مانع باعث کندشدن حرکت ما و کوچک و محدودشدن حد و اندازه‌مان می‌شوند. اگر انجامشان ندهیم، احساس ناکامی و عقبماندن از بقیه به ما دست می‌دهد. ممکن است از ترس سرزنش و نگاه‌های اطرافیان، ما هم به ناچار این نیازها را به رسمیت بشناسیم و خودمان هم وارد این دایره شویم، در حالی که زمان‌هایی که با خودمان خلوت می‌کنیم، خوب میدانیم این نیازها واقعی نیستند و بیشتر حالت سرگرمی دارند!

به فرض که این نیازهای کاذبی که به ما تزریق شده‌اند و ما را از چیزی که بودیم فرسنگ‌ها دور کرده‌اند، برطرف شوند،

بعدش چه؟! خودمان می‌مانیم و احساس پوچی! چون ذات ما و ماهیت وجودی ما برای یک هدف برتر درست شده است؛

نه هدف‌های سطحی و خیلی کوچک. ما خیلی بزرگتر از هدف‌های کوچک هستیم. حد و اندازه‌ی ما بی‌نهایت است، نه

صرفاً در حد دغدغه‌ی خوراک و پوشاک و مسکن!

برای جا انداختن نیازهای کاذب مثال‌ها را با یک سؤال شروع می‌کنم: قیمت پدر و مادرتان چقدر است؟ مثلاً اگر بگویند

این مقدار پول به شما می‌دهیم که از ابتدای زندگی تا به الان بدون خانواده بزرگ شوید، می‌پذیرید؟ شاید این حرف

الان برایمان سخت باشد، ولی در بعضی نقاط دنیا، حتی بدون دریافت پولی، فرزندان بدون خانواده بزرگ می‌شوند؟



# نیازهای کاذب

# واقعی نیازهای

جسمان برسیم، در حالی که شاید به همان اندازه به فکر ارتقای روحمان نباشیم! فقط این جمله را دوباره بخوانیم. اصلاً نگوئیم به زیبایی و تکامل روح نمی‌رسیم، صحبت روی نسبت زمان و هدف است، و گرنه ممکن است در این میانه دست فقیری را گرفته باشیم یا پولی برای تهیه چیزی نو عروسی داده باشیم. از نگاه خرد بالاتر بیاییم و کلان بنگریم. ممکن است برای همه ما هم اتفاق افتاده باشد و آدم‌هایی را دیده باشیم که شاید چهره‌های واقعاً زیبا و خاصی داشته باشند، ولی گاهی رفتار ناپسندشان باعث شود دیگر دوست نداشته باشیم با ایشان روبه‌رو شویم، و برعکس، شاید فردی در نگاه اول چندان زیبارو نباشد، ولی همین که با او هم کلام می‌شویم، متوجه زیبایی‌های روح او می‌شویم. اینجاست که متوجه می‌شویم انسان ورای قالب تن و جسم است.

بر فرض هم که زیباترین انسان عالم شدیم، آن وقت چه؟ بعد آن چیست؟ آرام می‌گیریم، روحمان آرام است؟ چه شده است که به جای پرداختن به زیبایی‌های اصلی، به این نیازهای کاذب فکر می‌کنیم؟ آیا همه نیازهای ما در این‌ها خلاصه می‌شوند؟ آیا قدر و اندازه ما و هدفی که ما برایش پا روی کره خاکی گذاشته‌ایم، همین پرداختن به جسم بوده است؟

آن‌ها گاهی حتی به سن ما هم که می‌رسند، از چشیدن طعم شیرین زندگی در کنار خانواده، داشتن حس حمایت پدری و مهر مادری محرومانند. این‌ها نیازهایی هستند که در غریزه و وجود هر فردی هستند، ولی در آن مناطق، با فکر اشتباه و ترویج همان فکر، کاملاً محو شده‌اند و چیزهای دیگر نیاز تلقی می‌شوند! شاید ما الان با مثالی که زدم فاصله داشته باشیم!

جالب است بدانیم، برای اینکه مردم را در کاری با خود همراه کنند، اصلاً نیازی نیست فرصت بگذارند و تک‌تک افراد جامعه را متقاعد کنند. فقط کافی است افکار اجتماعی به این سمت برود. دیگر تمام است. حتی اگر تعداد کمی هم موافق باشند، کم کم ما هم به جمع آن‌ها می‌پیوندیم؛ مانند موجی که وقتی می‌آید، اجازه فکر کردن و تصمیم‌گیری نمی‌دهد و اگر صخره محکمی پیدا نکنی که به آن چنگ بزنی، تو را با خود خواهد برد. همه این نیازهای کاذب غالباً در ظاهر و پروراندن جسم خلاصه می‌شوند. چه چیز باعث شده است انسان امروزی خلاصه شود در ظاهر؟ محدود شود به همین اهداف کوچک. اینکه فکر عمومی این طور نمایش داده می‌شود. اگر بینی‌مان کج باشد زشت‌تر است تا اینکه رفتاری ناهنجار و زنده از ما سر بزند. تمام تلاش این است که از صبح که بر می‌خیزیم، به خود و



گفت‌وگو با داور مسابقه میدون

# ایده‌های خوبی که با ضعف آدم‌ها نابود می‌شوند!

به سراغ فردی رفته‌ایم که خودش تجربه کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار داشته و حتی شکست را هم در این فضا تجربه کرده است؛ آقای دکتر امیرحسین اسدی، کارآفرین نمونه و برتر، داور مسابقه «میدون» شبکه سوم سیما و مدیرکل دفتر خدمات کسب و کار وزارت صمت. ایشان به سؤالات ما درباره چگونگی راه‌اندازی کسب و کار، چگونگی ورود به فضای کارآفرینی و شرایط ورود به این فضا در جامعه و کشور پاسخ داده است. اگر قصد ورود به فضای کارآفرینی را دارید، باید درباره آن اطلاعات کافی داشته باشید. پس با ما همراه باشید.

**آقای دکتر مراحل راه‌اندازی کسب و کار چگونه است؟**

شناخته‌شده بودند تا موهبی ایجاد شود. اما در واقع یا این‌طور نیست یا خیلی کم است.

اکنون هنرستان باید هم مرکز تبیین باشد و استعداد را تعریف کند و هم مرکز شناسایی استعداد باشد و بعد هم مرکز توانمندسازی و پرورش باشد. در نهایت باید مرکز ارجاع به‌جایی باشد که در آن‌ها بچه‌ها مشغول به کار شوند. اتفاقاً این آخری از همه مهم‌تر است و هنرستان می‌تواند در آن نقش محوری داشته باشد.

**فرد باید چه ویژگی‌هایی در خودش ببینید تا سراغ کارآفرینی برود؟**

توانایی رهبری، عزت‌نفس بالا، اعتمادبه‌نفس بالا، قدرت مدیریت هیجان و مؤلفه‌های آن مثل استرس و اضطراب، قدرت تیم‌سازی و حل مسئله. اگر این ویژگی‌ها را داشته باشید، به دنیای کارآفرینی خوش آمده‌اید، و اگر نداشته باشید، نباید وارد این فضا شوید. مثلاً عزت‌نفس پایین باعث می‌شود قدرت نه گفتن نداشته باشیم و این مناسب فضای کارآفرینی نیست.

**اگر کسی دارای این ویژگی‌ها نبود، چه مسیری را پیش بگیرد؟ به سمت کارمندی برود؟**

به هر سمتی غیر از فضای کارآفرینی حرکت کند. اگر قدرت نه گفتن نداشته باشیم یا رودربایستی داشته باشیم یا خجالتی باشیم یا حساب‌و‌کتاب بلد نباشیم، در فضای کارآفرینی همان ابتدا سر ما کلاه می‌گذارند. اگر ماشین حساب دوست شما نیست، وارد فضای کارآفرینی نشوید. می‌توانید وارد فضای آموزش و خوداشتغالی، مثل کار با تاکسی یا کارمندی شوید. این همه شغل‌های متنوع و خوب وجود دارد.

**نقاط قوت و وضعی که الان در کسب و کار و فضای کارآفرینی کشور هستند، به نظر تان چه مواردی را شامل می‌شوند؟**

کارآفرینی مد شده است؛ مثل بقیه چیزهایی که در جامعه مد شده است. در این فضا اظهار نظر کردن در مورد کارآفرینی دشوار است. کارآفرینی خوب است، ولی وقتی نگاه می‌کنیم، فقط یک تا یک و نیم درصد جامعه کارآفرین هستند. بقیه یا خوداشتغال هستند یا کارمند. حالا من چند سؤال مطرح می‌کنم. شما از روی این سؤالات جواب را بیابید که الان وضعیت چگونه است؟

اولین سؤال: آیا اصلاً دانشگاه و مدرسه و آموزش و پرورش و حوزه فنی و حرفه‌ای صدرصد جامعه را درست تربیت می‌کند که من بفهمم بهتر است کارمند باشم یا خوداشتغال یا کارآفرین؟ یعنی من الان که به مدرسه یا مثلاً دوره متوسطه یا دانشگاه می‌روم، می‌فهمم جزو کدام سه دسته هستم؟ آیا من می‌خواهم کارمند شوم؟ می‌دانم شاخص‌های کارمند خوب چه هستند و نسبت به آن‌ها آگاهی دارم؟

می‌خواهم کسب‌و‌کار خوداشتغالی ایجاد کنم. مثلاً مغازه‌ای باز کنم و جنسی بفروشم. آیا اصولش را می‌دانم که چگونه آن را راه‌اندازی کنم؟ حالا من می‌خواهم کارآفرینی و ده شغل دیگر ایجاد کنم و ده‌ها زندگی دیگر

**برای راه‌اندازی کسب و کار چه قدم‌هایی باید برداشت؟**

مرحله اول خودشناسی است. خودم را بشناسم و تحلیل کنم که با توجه به روحیه و شخصیتم قرار است چه کاری انجام بدهم. مرحله دوم بعد از خودشناسی، مهارت‌افزایی در حوزه کارآفرینی است. یعنی یادگیری مهارت‌هایی در حوزه بازار و نیازشناسی و مسئله‌شناسی و حل مسئله. مرحله سوم شناخت نیاز است که چه محصول یا خدمتی تولید و چه نیازی را رفع کنم. چگونگی کار با نیروی انسانی را یاد گرفتیم و حالا نیروی انسانی استخدام می‌کنم. قوانین بیمه و مالیات را یاد گرفتیم و اینجا این کار را انجام می‌دهم. تیم‌شناسی و تیم‌سازی را یاد گرفتیم و این مهارت را اینجا به کار می‌گیریم. فناوری‌های مورد نیاز را آموختیم و در کسب‌و‌کار و کارآفرینی از آن‌ها استفاده می‌کنم.

مرحله بعد سامانند حرکت کردن و تجزیه و تحلیل شرایط کار است. یعنی اول از همان مرحله خودم شروع می‌شود و بعد مهارت‌افزایی آموزش دیدن و بعد هم تدوین راهبرد مبتنی بر نیاز و حرکت کردن.

**فکر می‌کنید نوجوان از چه سنی خوب است وارد کارآفرینی شود؟**

نوجوان و سن زیر ۱۸ سال سنی نیست که وارد کارآفرینی شویم، اما در این سن باید با فرهنگ کسب و کار آشنا شویم تا در ما نگرش ایجاد شود. در این سن باید مهارت‌آموزی کنیم و سواد اقتصادی یاد بگیریم. حتی می‌توانیم با همراهی بزرگ‌ترهای خود کالایی تهیه کنیم و آن را بفروشیم. من خودم در سن پایین انشا می‌نوشتیم و آن را می‌فروختم و پول درمی‌آوردم. این کارآفرینی نیست، اما خوداشتغالی است و خیلی خوب و لازم است.

**به نظر شما نوجوان و هنرجوی هنرستان چگونه استعداد کارآفرینی خودش را کشف کند؟ اساساً نقش هنرستان‌ها و وزارت آموزش و پرورش در این زمینه چیست؟**

اینکه من خودم بتوانم استعداد را شناسایی کنم خیلی خوب است، اما به این راحتی نیست، چون غالباً شکل‌گیری استعداد من به‌عنوان یک انسان، در همان سنین پایین اتفاق افتاده است و من تا خودم بفهمم باید استعدادم را شناسایی کنم، حدود ۱۵ و ۲۰ سالم شده و استعدادم شکل گرفته است. آیا دیگر وقت هست استعدادم را شناسایی کنم؟ پاسخ بله است. تا صدسالگی هم می‌توان استعداد خود را شناخت و برایش هزینه کرد. بسیاری از افراد در چهل‌سالگی استعدادشان را شناختند و در پنجاه‌سالگی مسیر زندگی شغلی‌شان را عوض کردند. خوب، پس فرد چگونه باید استعداد خود را کشف کند؟

اولین قدم از خانه و والدین آغاز می‌شود. بعد از والدین وظیفه اجتماع است. کار مهدکودک‌ها و بعد از مهدکودک‌ها، دبستان و مدرسه است. وقتی به هنرستان می‌آیند، ما سه سطح را گذرانده‌ایم. آن سه سطح باید کارشان را خوب انجام داده باشند و اگر چنین بود که معرکه بود و هنرستان‌های ما به‌جای اینکه مراکز شناسایی استعداد شوند، مرکز پرورش استعدادها

فیلم، مقاله و کتاب‌های  
پیشنهادی دکتر اسدی:  
مقاله صفر تا صد کسب و کار  
کتاب کفش باز  
فیلم «فایندر»، خاطرات  
زندگی مک دونالد



هر کسی داد؟ آیا می‌شود این طرح را به یک معمار یا مهندس یا پیمانکار معمولی داد؟ بسیاری از ایده‌های خوب در کنار آدم‌های ضعیف شکست می‌خورند و به جایی نمی‌رسند.

### تجربه‌های شکست خورده بین بچه‌ها و خانواده‌هایشان در ورود به بازار کار و کارورزی و خوداشتغالی ترس ایجاد می‌کنند. به نظر شما چه راه‌حلی وجود دارد که ترس از ورود به بازار کار و خوداشتغالی از بین برود؟

یک بحث جدی در مورد کارآفرینی این است که اولاً اگر عقب افتادیم یا شکست خوردیم، می‌توانیم دوباره کار را توسعه دهیم. دوم اینکه هدف‌محوری باعث رشد می‌شود و شکست با هدف‌محوری هم‌خوانی نخواهد داشت.

یک مثال بزنم. مثلاً من می‌خواهم بروم قم. هدفم رفتن به قم است. وسط راه خودرویم پنجر می‌شود. من شکست خورده‌ام، اما چکار می‌کنم؟ ماشین را تعمیر می‌کنم. دوباره جلوتر خودرو پنجر می‌شود و چرخ یکدک (زایاس) هم ندارم. دوباره من شکست خورده‌ام. اما چکار می‌کنم؟ چون باید به قم برسم و رسیدن به قم محور کار من است، دستم را برای کمک بلند می‌کنم. یک نفر کمک می‌کند. برای بار سوم خودروی من خراب می‌شود. اما باز هم چون هدفم محور کار من است، با جرثقیل تماس می‌گیرم تا به قم برسم. پول ندارم، اما باید به قم برسم. چکار می‌کنم؟ یا پول قرض می‌کنم یا از راننده‌ای خواهش می‌کنم مرا به قم برساند.

چند بار شکست خوردم؟ بیش از چهار یا پنج بار. آیا احساس شکست کردم؟ نه. اتفاقاً هر بار که مشکل ایجاد شد و راهکاری پیدا کردم، احساس موفقیت می‌کردم، چون هدف داشتم. اگر هدف نداشته باشیم، همه این‌ها شکست هستند و بر خواهیم گشت. اما هدف که داشته باشی، رأس ساعت، به هر شکلی تلاش می‌کنی برسی؛ حتی اگر نرسی. چون هدف داریم و بیشتر تلاش می‌کنیم و شکست جزئی از زندگی است.

### ده پانزده سال آینده، در بازار و فضای کسب و کار شرایط به چه سمتی حرکت خواهد کرد؟

پانزده سال آینده احتمالاً حوزهٔ رایانه‌ای رشد خواهد کرد. کسب و کار به سمت فناوری حرکت می‌کند و انتخاب شغل هوشمندانه‌تر خواهد شد. کسب و کارها احتمالاً درگیری‌های بیمه و مالیات نخواهند داشت. این خدمات هوشمند خواهد شد. در چند سال آینده برای تأمین مالی مؤسسات دولتی و خصوصی در کنار هم و پیشران هم خواهند بود. مدرسه‌های ما استعدادیابی خوبی خواهند کرد و استعداد را پرورش خواهند داد.

را به خودم وصل کنم. آیا می‌دانم چیست و چگونه باید باشد؟ مثلاً از تأثیر مدیریت هیجان بر کسب و کارها چیزی می‌دانم؟ نزدیک سی و پنج درصد از کار کسب و کارهای بزرگ به خاطر خود کارآفرین و شکست می‌شوند. مثلاً به خاطر اینکه روان‌شناسی و روان‌شناختی بلد نیستند یا توان مدیریت فشار روانی و هیجان را ندارند و توان خطرپذیری و عزت‌نفس و اعتماد به نفس ندارند و شکست می‌خورند. آیا تا به حال بررسی کرده‌ایم که نزدیک به شصت و پنج درصد کسب و کارها به خاطر خود کارآفرین از بین می‌روند؟ آیا این‌ها آموزش می‌بینند؟ من در دانشگاه خلاق و نخبه‌ام، حالا باید شرکت بزنم و کارآفرین بشوم؟ زمانی در بیمارستان‌ها پزشکان خوب را مدیر بیمارستان می‌کردند. حالا آیا کار درستی بود و کسی که مثلاً دستش طلاست و مغز را عمل می‌کند، می‌تواند مدیر بیمارستان خوبی هم باشد؟

### نقطه‌های ضعف و قوت طرح‌های کسب و کار چیست؟

اولین رکن کارآفرینی خود کارآفرین است نه طرحش. طرح ضعیف را به کارآفرین قوی می‌دهیم، بزکش می‌کند و می‌فروشد. بعضی وقت‌ها می‌آیند پیش من و می‌گویند در کدام کسب و کار سرمایه‌گذاری کنیم تا سود کنیم. من می‌پرسم که آیا نانوایی داریم که میلیارد باشد، یا بقالی که میلیارد باشد؟ بله.

در برنامه‌های مربوط به تلفن همراه، چند برنامه داشتیم که از بین رفت و یک برنامه سرنوشتی مثل دیجی کالا دارد. وقتی اساس توسعهٔ کسب و کار خود کارآفرین است، اگر من بخواهم کارآفرینی را توسعه بدهم، ابتدا روی خود کارآفرین سرمایه‌گذاری می‌کنم. این از مدرسه شروع می‌شود. فاز دوم توسعهٔ کارآفرینی این است که بینم برای توسعهٔ زیست‌بوم کارآفرینی چه ابزارهای دیگری نیاز دارم؟ در اینجا ایده برای حل نیاز بسیار مهم است. اگر پایان‌نامه‌های دانشگاه‌های ما نیازمحورند و توانسته‌اند مشکل مملکت را حل کنند، پس حتماً فناوری‌های تولیدشده هم نیازمحورند.

یک مشکل اصلی این است که آن فناوری که شرکت‌های نوآور کار می‌کنند، بعضاً نیازمحور نیست. برای اینکه فناوری نیازمحور باشد، به صورت خدمات کسب و کاری کار کنیم. یعنی شرکت‌های تخصصی خدماتی شکل بگیرند و من کارآفرین با آن‌ها هماهنگ شوم. درست است که برخی از طرح‌ها و ایده‌های بچه‌ها بسیار خوب است، اما موضوع این است که این ایده را به کدام معمار بدهیم تا بسازد. مثلاً کسی برای ساخت ساختمان هزار طبقه نقشه کشیده است، ولی آیا این طرح را می‌توان به



ستون فقرات يك كسب و کار موفق

# اول جا بندها بعد راه بندها



## فرصت شناسی

اگر به نمونه‌های موفق شروع کسب و کار یا حتی کارآفرینی نگاه کنید، می‌بینید راز موفقیت آن‌ها مدیریت درست و گرفتن تصمیم‌های درست در زمان‌های مناسب بوده است.

## کسب و کار من

در محله ما چند تا آرایشگر هستند، اما آقا رضا بیشتر از بقیه مشتری دارد. متأسفانه آقا بهنام به خاطر درآمد پایین مجبور شد آرایشگاهش را تعطیل کند. همین اتفاق برای رفیقم سسینا هم افتاد. بنده خدا پدرش برای شروع کسب و کار مقدار قابل توجهی سرمایه اولیه به او داد، ولی متأسفانه بعد از یک سال سسینا هم تعطیل کرد.

## شناخت دقیق کسب و کار

صاحبان کسب و کارهای موفق می‌دانند چه می‌کنند. شاید ساده به نظر برسد، اما آگاهی از جایی که در آن ایستاده‌اید، بسیار مهم است. باید جایگاه کسب و کار خود را بین سایر کسب و کارها و بین رقبای خود خوب بشناسید و با توجه به این جایگاه قدم بردارید. مشتریان خود را بشناسید و آمار بهترین تأمین کنندگان و توزیع کنندگان کالا و خدمت خود را داشته باشید. همچنین، باید ببینید نوآوری و فناوری شما چه نقشی دارد و استفاده از فناوری چقدر در کار شما تأثیر می‌گذارد.

همیشه به این فکر می‌کنم که

رمز موفقیت آقا رضا در کسب و کارش چیست؟ به‌خصوص به خاطر اینکه به‌زودی درس من هم در هنرستان تمام می‌شود و می‌خواهم کسب و کار خودم را راه بیندازم. ولی می‌ترسم با سرنوشت آقا بهنام مواجه شوم. یا به‌جای سود، ضرر بدهم و شرمندۀ خودم و خانواده شوم. دوست دارم کسب و کاری را که راه می‌اندازم، همه دوست داشته باشند. دلم می‌خواهد در صنف خودم شاخص و مورد قبول بقیه باشم.

پس قبل از اینکه کسب و کارم را شروع کنم، می‌خواهم اطلاعات دقیقی درباره موفقیت، مدیریت و رهبری در کسب و کار و داشته باشم. حالا در این شماره از مجله و در شماره‌های بعد، این اطلاعات را با شما خواننده عزیز به اشتراک می‌گذارم

## باور به خودتان و کارتان

شاید شبیه این جمله را در سخنرانی‌های انگیزشی زیاد شنیده باشید! این جمله تکراری است، اما همیشه باید در نظر داشته باشید که اگر با تمام وجود به کاری که می‌کنید ایمان نداشته باشید و با شک و تردید و تزلزل آغاز کنید، موفق نمی‌شوید. کاری که می‌کنید باید در شما اشتیاق برانگیزد. فقط در این صورت است که خسته نمی‌شوید و بر مشکلات غلبه می‌کنید.





### داشتن ارتباط‌های روشن

مدیریت یعنی گرفتن نتیجه از کار دیگران. وظیفه شما این است که کار هر کسی را برای خود روشن کنید و همان را از او انتظار داشته باشید. ارتباط افراد یا هر بخش را با هم و با خودتان شفاف کنید. تیمی که تازه شروع به کار کرده است یا در حال پیشرفت است، کاملاً آگاه نیست که باید چه کند.

### اولویت‌گذاری با برنامه‌ریزی

مهارت مهم مدیر این است که بتواند همه چیز را از قبل روی کاغذ بیاورد و به این فکر کند که چه کاری باید انجام شود. او باید بتواند برنامه دقیق خود را به دیگران انتقال بدهد. به جای اینکه اول بر انجام شدن کارها تأکید کنید، برنامه انجام کار را روشن کنید. بخش مهمی از آینده کسب‌وکار به برنامه‌ریزی بستگی دارد. برنامه‌ریزی راهبردی داشته باشید. معمولاً ۲۰ درصد از هزینه‌ها را باید برای این کار در نظر بگیرید.

### گرفتن بازخورد

اینکه چه اتفاقاتی در کسب‌وکارتان در حال وقوع است، خیلی مهم‌تر از میزان سوددهی شماست. چرا؟ چون نبود روابط شفاف و شنیدن اعتراضات خاموش در درازمدت (در برخی کسب‌وکارها در کوتاه‌مدت) باعث افت شدید فروش و در نتیجه کاهش سوددهی کسب‌وکار خواهد بود. باید آمادگی شنیدن بازخوردهای هرچند منفی را نیز داشته باشید، چرا که تنها راه موفقیت و پیشرفت کسب‌وکارتان، شنیدن اعتراض‌ها و پیشنهادهای قبل از دیرشدن و رسیدن کار به استخوان است.

### یادگیری اصول مدیریت کسب‌وکار

این یک اصل بسیار مهم و انکارناپذیر برای راه‌اندازی کسب‌وکار است. بدون دانش کافی درباره تجارت، حسابداری، امور مالی، مدیریت، تولید و بازاریابی، نمی‌توانید برای شروع کسب‌وکار تصمیم بگیرید. بهترین ایده‌های شما هم بدون تسلط به این مفاهیم به نتیجه مطلوب نمی‌رسند. یک مدیر هم باید فروشنده خوبی باشد و هم باید بتواند خوب تصمیم بگیرد.

### سازمان‌دهی قبل از شروع

یکی از مشکلات مهم شرکت‌های نوآور این است که اول شروع می‌کنند به کار کردن و بعد ساختار سازمان را مشخص می‌کنند. جمع‌آوری منابع، افراد مناسب و سپردن کار خاص به متخصص و تعیین معیارهای خاص یعنی سازمان‌دهی و این باید قبل از شروع کار انجام شود.

دنیای بی‌انتهای مجازی...

# متاورس کم بود بلاک چین هم اضافه شد



هدف اصلی متاورس یا واقعیت مجازی افزایش ارتباطات انسانی است. طبیعی است که این مهم با از میان برداشتن محدودیت‌های ارتباطی میسر خواهد شد. در دنیای مجازی محدودیت‌های حمل و نقل، هزینه‌های مسافرت، استفاده از امکانات رفاهی، اتلاف زمان، سختی‌های مسیر مهاجرت، یادگیری زبان و امنیت پایین به حداقل رسیده است؛ چنانکه برای افراد گریزان از زندگی مجازی، غیر از نبود تمایل برای زندگی در جهانی مجازی و فاصله گرفتن از لذت‌های واقعی زندگی، محدودیتی وجود ندارد.

دنیای مجازی، جنبه‌های گوناگون بازی‌های ویدیویی، شبکه‌های اجتماعی، فناوری‌های واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و در نهایت فناوری بلاک چین با یکدیگر ادغام شده‌اند تا ترکیب زندگی واقعی را با تمام ابعاد در عالم مجازی محقق کنند.

هر کدام از ما در جامعه به یک چهره، صدا، شخصیت، منش، اخلاق و خانواده شناخته می‌شویم؛ ویژگی‌هایی که بعضی ذاتی و خارج از اراده و اختیار ما هستند

فضا می‌تواند با اضافه شدن شخصیت‌ها، اشیاء و چهره‌ها توسعه یابد. در فیلم «آلیس در سرزمین عجایب» ارتباط بین انسان و حیوان یا اشیای جاندار نمایش داده شده است. متاورس دنیای تحقق داستان‌های خیالی است. سرمایه‌گذاران بزرگ عقیده دارند با افزودن دنیای واقعی به دنیای مجازی و ترکیب این دو فضا، چهره فعالیت‌های اداری، اقتصادی و سبک زندگی تغییر شگرفی خواهد کرد؛ به طوری که دیگر شاهد جلسات و خدمات حضوری نخواهیم بود.

فناوری بلاک‌چین یک سامانه ثبت دائم اطلاعات با امنیت بالا و بدون تغییر است و تحولاتی در عرصه ثبت دارایی‌ها و شکل‌گیری پول‌های رقمی موسوم به رمزارزها ایجاد کرده است؛ قابلیت‌هایی که امکان ادغام با متاورس را دارد و نظام معاملاتی و تجارت را شکل می‌دهد. به طوری که تبدیل دارایی‌های واقعی به بهامهر (توکن‌ها و خرید و فروش آن‌ها در متاورس را فراهم آورده است. اتصال بلاک‌چین به متاورس چهره واقعی‌تری به این بستر مجازی می‌بخشد. بهامهرها اموال و اشیای واقعی و مجازی منحصر به فردی هستند که با شناسه مخصوص به خود شناخته می‌شوند و چون امکان رونوشت

(کپی‌برداری) ندارند، کالاهای ارزشمندی به شمار می‌آیند و می‌توانند خرید و فروش شوند و مالکیت پیدا کنند. هر شیء واقعی و مجازی قابلیت تبدیل شدن به بهامهر را دارد. این بستر ویژگی‌های منحصر به فردی دارد که رشد و توسعه این فضا را تسریع می‌بخشد. حضور دائم و محیطی بویا کاربران زیادی را برای استفاده از این فضا گرد هم خواهد آورد. با فضایی روبه‌رو هستیم که اوقات تعطیل و محدودیت زمانی ندارد؛ شهری که هیچ‌وقت چراغ‌های آن خاموش نخواهند ماند، مگر به انتخاب کاربران. تعداد کاربران باعث ایجاد ترافیک و پایین آمدن کیفیت خدمات نخواهد شد. امکان تعامل بویا و فعال بین کاربران و محیط، تأثیرپذیری و تأثیرگذاری و قدرت رابط کاربری بالا از مزایای

منحصر به فرد این فضا هستند؛ دنیایی بی‌انتهای و تمام‌نشده به گستره خلاقیت، تنوع‌پذیری و قدرت طراحی انسان، بدون محدودیت‌های زمانی و مکانی. تجربه سرعت بالا در ارتباط و خدمات با بالاترین کیفیت و کمترین هزینه، با امنیت مالی و جانی بسیار زیاد. احتمالاً روزی برسد که دل‌تنگ حس خوش‌گذرانی‌های بین‌راهی در مسافرت و شیطنت‌های سرکلاس و تلاش برای پس‌انداز پول‌ها با قلک‌های کودک‌شویم؛ همان‌گونه که شیرینی خاطرات قصه‌های شب چله خانه مادر بزرگ را از زبان بزرگ‌ترها می‌چشیم!

و بعضی اکتسابی و به صورت دلخواه و اختیاری هویت ما را شکل می‌دهند. گاهی سعی بر نشان دادن خود برخلاف آنچه هستیم داریم و سعی می‌کنیم تغییراتی در رفتار و ظاهر خود صورت دهیم، اما ممکن است این تغییر دوام زیادی نداشته باشد. فضای مجازی توانست به راحتی قابلیت ساختن شخصیتی خیالی و دلخواه را فراهم آورد. تصویری که ما در فضای مجازی از کاربران و انسان‌های مشهور داریم، با شخصیت‌های واقعی‌شان فاصله زیادی دارد. حتماً داستان‌های فعالان رسانه‌ای با شخصیت‌های جعلی را شنیده‌اید. این یک امکان و یک قابلیت فضای مجازی است که به شما امکان ساختن تصویر، شخصیت و چهره‌های دلخواه و مطابق علاقه و سلیقه شخصی خودتان را می‌دهد، بدون اینکه دیگران بتوانند متوجه این موضوع شوند. این تصویر ساختگی در فضای مجازی چهره (آواتار) نام دارد. شما ممکن است کاربری فعال در شبکه اجتماعی

را با نام مستعار، چهره‌های خاص و حتی با عکسی غیر از انسان و با هویت مجهولی بشناسید و از نحوه فعالیت و کنش‌های اجتماعی‌اش به درکی از آن شخصیت رسیده باشید! ممکن است مدت‌ها باهم در ارتباط باشید، بدون اینکه اطلاعاتی از جنسیت، سن، شغل، مدرک تحصیلی و شهر محل زندگی او بدانید. قابلیت‌های چهره‌ها توسعه یافته‌اند و در جدیدترین مدل آن‌ها، شرکت مایکروسافت توانسته است از چهره سه‌بعدی که می‌تواند بیشترین شباهت را به ظاهر انسان داشته باشد، رونمایی کند؛ هر چند شما می‌توانید یک چهره انتزاعی بسازید و با چهره مخصوص خود فعالیت کنید.

هویت اصلی شما در فضای متاورس با چهره شما شناخته می‌شود. با چهره خود می‌توانید از کیف پول خود رمزارز برداشت کنید، خرید

کنید و در محیط‌های متفاوت حضور یابید.

تجربه استفاده از عینک‌های سه بعدی واقعیت مجازی شهربازی‌ها درک بهتری برای شناخت این فضا به ما می‌دهد. واقعیت مجازی تجربه حضور سه‌بعدی در فضایی مجازی با عینک مخصوص است که می‌تواند امکان تجربه‌های گوناگون و متنوعی در دنیای رایانه‌ای فراهم آورد. این



# بازدها وقت نگران!

راهکار بعدی که در مدیریت زمان بسیار به کار می‌آید، این است که ما تا الان به اشتباه فکر می‌کردیم مالک همه چیز هستیم و زمان هم یکی از اموال ماست که می‌توانیم هر طور دوست داشته باشیم از آن استفاده کنیم، در حالی که باید نگاهمان را به این مقوله تغییر دهیم. در واقع زمان بیش ما امانت است. این تغییر نگرش دربارهٔ زمان سبب می‌شود در استفادهٔ لحظه‌به‌لحظه از آن بیشتر دقت کنیم، چون بالاخره یک روز باید امانت را پس دهیم و دربارهٔ شیوهٔ استفاده از آن، به خدایی که مالک اصلی آن است، پاسخ دهیم. این تغییر نگرش حتی در استفاده از خودکاری که دست شماست نیز کاربرد دارد. همین خودکار را اگر به چشم امانت نگاه کنیم، خیلی بهتر از آن استفاده می‌کنیم تا به چشم مالکیت، چه برسد به موضوع مهمی به نام زمان.

راهکار بعدی در مدیریت زمان این است که حواسمان به این موضوع مهم باشد که هر عملی عکس‌العملی دارد. یعنی درست است که ما آزادیم تا هر طور خواستیم با زمانی که در اختیارمان است رفتار کنیم و آزادیم که لحظات زندگی مان را به بیهودگی بگذرانیم، اما اگر به مشکلات متعددی مثل افسردگی، اضطراب، خفت و خواری، و تحقیر و بیماری دچار شدیم، حق شکایت نداریم؛ چون زندگی یک معامله است. هر کاری، خوب یا بد، انجام دهیم و در هر کاری سرمایه‌گذاری کنیم، اصل سرمایه با سودش به ما باز خواهد گشت و شاید دیگر فرصتی برای جبران خسارت‌هایی که به خودمان وارد کرده‌ایم، نداشته باشیم.

یکی از مواردی که باعث می‌شود قدر زمان را بیش از قبل بدانیم و مدیر زمان خوبی باشیم، یاد مرگ است. در واقع اکثر ما آدم‌ها نمی‌دانیم قرار است چه زمانی از دنیا برویم. یکی از همین روزهای سال، که به راحتی هر سال آن را سپری می‌کنیم، در

«این متن آدرنالین خون شما را افزایش خواهد داد.» زمان آن مدتی است که ما برای زندگی کردن در اختیار داریم و این همان عمر ماست؛ مدت محدودی که محدودیتش نامعلوم است و همین هم اهمیت آن را بیشتر می‌کند. زمان ما عمر و جان ماست. بنابراین، برای هر کس یا هر چیزی وقت بگذاریم؛ به همان میزان که جان خودمان را به آن داده‌ایم. حالا شما حضری جانت را برای دیدن یک فیلم یا انجام یک بازی بدهی؟ مطمئنم پاسخ می‌دهی مگر ما جانمان را از سر راه آورده‌ایم که این طور چوب حراج به آن بزنیم!

وقتی کلیدواژهٔ مدیریت زمان را در اینترنت جست‌وجوی کنیم، انواع راهکارها به شما پیشنهاد می‌شوند تا مثلاً زمانتان را مدیریت کنید؛ غافل از اینکه تا ما نگاهمان را به دنیا تغییر ندهیم و در شیوهٔ برخوردمان با زندگی تغییر ایجاد نکنیم، راهکارهای دیگر جوابگو نیستند. همهٔ آن راهکارها زمانی کاربرد دارند که ما در خودمان و شیوهٔ نگاهمان تغییرات اساسی ایجاد کنیم.

اولین راهکار برای ایجاد تغییرات بنیادین و همچنین برای مدیریت این سرمایهٔ گران‌بها، هدف داشتن است. در واقع، اگر ما هدف نداشته باشیم، چندان برایمان اهمیت ندارد که زمانمان چگونه بگذرد، اما اوضاع زمانی تغییر می‌کند که ما هدفی اصلی برای زندگی مان پیدا کرده‌ایم و اهداف سالانه، ماهانه، هفتگی و روزانهٔ خودمان را بر اساس آن چیده‌ایم و حالا برای هر لحظه که سپری می‌شود، هدف داریم و برنامه ریخته‌ایم تا ما را به هدف اصلی نزدیک‌تر کند. ولی یادمان باشد، این هدف اصلی باید آن قدر ارزشمند باشد که تمام لحظتمان را و به عبارتی جانمان را فدایش کنیم و مسلم است هر هدفی شایستهٔ پرداخت این هزینهٔ هنگفت نیست.

اصل تاریخ فوت ماست. حتی معلوم نیست صبح که دکمه‌های لباسمان را می‌بندیم، فرصت می‌یابیم خودمان آن‌ها را باز کنیم یا دیگران این کار را برای ما انجام خواهند داد. من حتی شنیده‌ام که ممکن است فرصت نکنیم پلکی را که باز کرده بودیم روی هم بگذاریم؟ وقتی زمان قرار است این قدر بی‌رحمانه با ما رفتار کند، چگونه بدون احساس کوچک‌ترین ناراحتی، لحظاتی را که داریم، به راحتی آب خوردن از دست می‌دهیم؟ امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) می‌فرمایند: هر نفسی که می‌کشید یک قدم به مرگ نزدیک می‌شوید. (غرر الحکم، ج ۶، ص ۱۷۰)

راهکار بعدی در بحث مدیریت زمان این است که بسیاری از ما محور زندگی خود را سرگرم‌شدن و خوش‌گذرانی انتخاب کرده‌ایم و فکر می‌کنیم حالا که با انجام کاری جدی و مهم به ما خوش نگذشته است، پس حال خوبی هم نباید داشته باشیم. به همین خاطر است که از صبح که چشم‌باز می‌کنیم، تا خود شب که دیگر چشمانمان برای بیدار ماندن یاری‌مان نمی‌کنند، سرمان در گوشی‌ها و رایانک‌هایمان است و زمان گران‌بهایمان را مفت و مجانی به این دزدهای شیک زمان می‌دهیم تا فقط

سرگرم باشیم؛ ولی به چه قیمتی؟ در صورتی که سرگرمی یک بخش از زندگی ماست، نه همه آن و قرار نیست کل بیست و چهار ساعت را سرگرم باشیم. به جای آن قرار است کار مفید انجام دهیم؛ کاری که یا برای دنیايمان مفید باشد یا آخرتمان؛ وگرنه زندگی را بی‌تعارف باخته‌ایم. اگر برنامه زندگی‌مان را غیر از این تنظیم کنیم، یعنی با سرگرمی و خوش‌گذرانی بیش از حد، مطمئن باشید آینده خوبی در انتظار ما نیست، چون «مزد آن دهندگان برادر که کار کرد» و مزد را به آن کس که همیشه سرگرم تفریح و خوش‌گذرانی بوده، نخواهند داد.

همه این موارد باعث می‌شوند وقتی به زمان فکر می‌کنیم، فشار روانی بگیریم؛ زیرا با این اوصاف زمان یک عنصر خطرناک و ترسناک محسوب می‌شود.

برخی از ما در این مواقع استرس می‌گیریم و سریع خود را به غفلت می‌زنیم و سعی می‌کنیم یادمان برود چه افکار خطرناکی را با خود مرور کرده‌ایم؛ غافل از اینکه این مدل غفلت و غفلت درباره محدود بودن زمان ما، مشکلات را از بین نمی‌برد، بلکه تنها وضعیت ما را از این بدتر خواهد کرد.

و البته این فشار روانی بد نیست، زیرا ما پیش از آنکه بخواهیم زمان خود را مدیریت کنیم، باید زمان را با ارزش بدانیم.

اصلی‌ترین حرف تمام مباحث مدیریت زمان این است که انسان برای زمان خودش ارزش قائل شود. کسی که برای زمانش ارزش قائل نشود، انسان بزرگی نخواهد شد. پس حواسمان را جمع کنیم. این نفسی که می‌کشیم و قسمتی از جانمان را می‌دهیم، باید چیزی بگیریم، وگرنه یکسره در حال زیان هستیم؛ که: «والعصر إن الانسان لفی خسر.» (العصر، آیات ۱ و ۲)

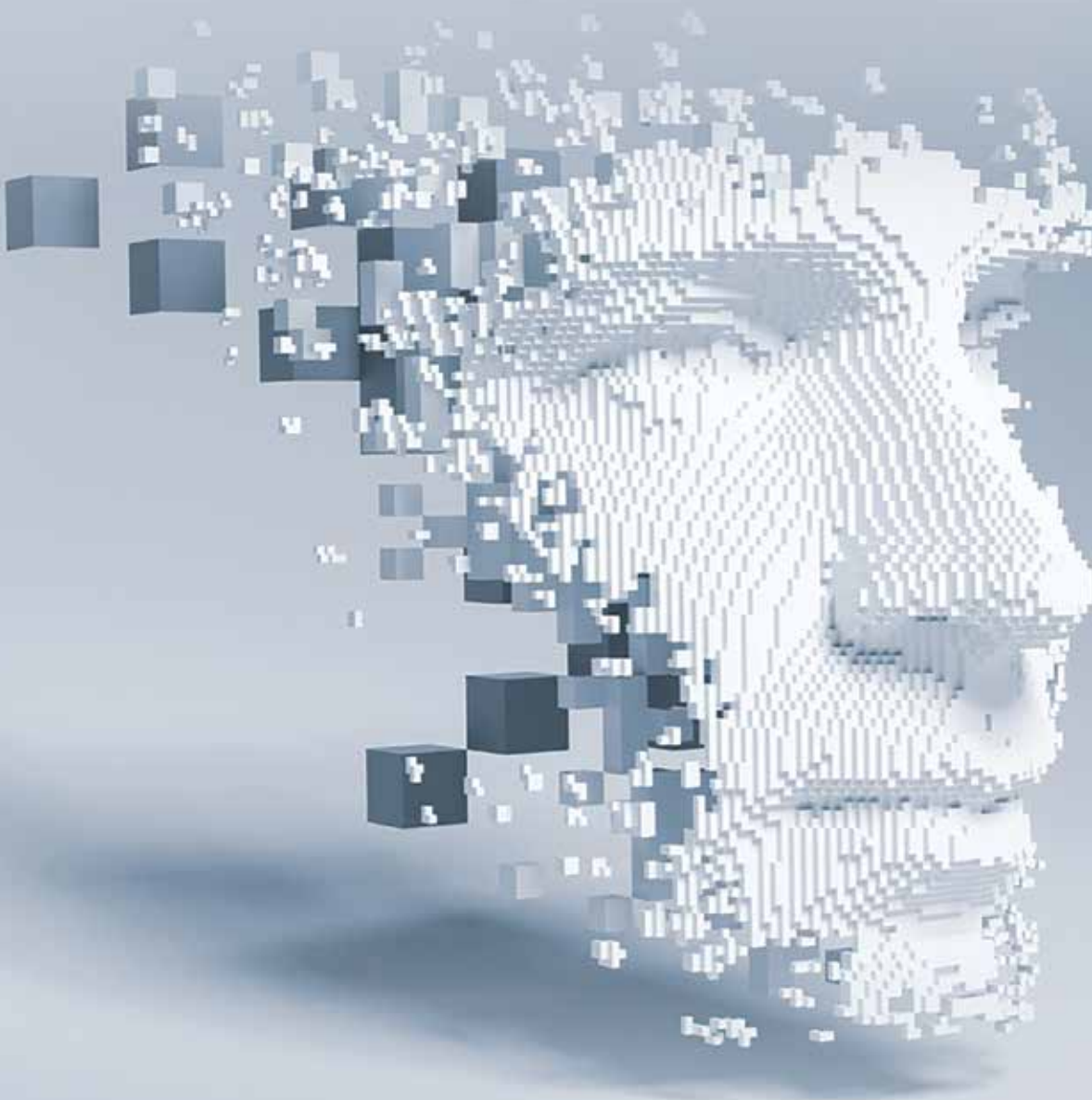


امروزه با گسترش فناوری‌های نوین و هوشمند شاهد توجه روزافزون دولت‌ها، سازمان‌ها، شرکت‌های فناوری و صنایع گوناگون در گسترش و استفاده از هوش مصنوعی هستیم. در این مجموعه مقالات قصد داریم ابتدا خواننده را با هوش مصنوعی و کاربردهای آن آشنا کنیم. سپس حوزه‌های هوش مصنوعی را در قالب مثال‌های عملی بررسی کنیم.

### اصلاً هوش مصنوعی یعنی چه؟

هوش مصنوعی تلاشی است برای تولید برنامه‌هایی رایانه‌ای که توانایی درک، یادگیری، حل مسئله، استدلال و به‌کارگیری زبان را داشته باشند. انسان به‌عنوان موجودی هوشمند، می‌تواند با حواس پنج‌گانه، محیط و پدیده‌های پیرامون خود را مشاهده و درک کند. رایانه‌های امروزی نیز می‌توانند انواع داده‌ها از جمله: تصویر، ویدئو، متن و صدا را به‌عنوان ورودی دریافت کنند یا با استفاده از حسگرهای الکترونیکی، کمیت‌های گوناگون فیزیکی و شیمیایی مانند دما، شدت نور، میزان تشعشعات پرتوزا (رادیاواکتیو)

# آینده در دستان هوش مصنوعی





را اندازه‌گیری کنند. دریافت داده‌ها امکان برقراری ارتباط بین ماشین و محیط را فراهم می‌کنند. همان‌طور که یک کودک در تعامل با محیط و تکرار یک عمل یاد می‌گیرد آن عمل را به‌درستی انجام دهد، عامل هوشمند (برنامه‌ریزانه‌ای) نیز بر اساس بازخوردی که از محیط دریافت می‌کند، یاد می‌گیرد اعمال مناسب را در موقعیت‌های گوناگون انجام دهد. هوش مصنوعی باید بتواند با ذخیره‌سازی و بهره‌گیری از دانش کسب‌شده، مسائل جدید را حل کند. در پایان، دستگاه (ماشین) باید بتواند خروجی خود را به‌گونه‌ای که برای انسان قابل‌درک باشد، نمایش دهد.

همان‌طور که تاکنون متوجه شده‌اید، ساخت یک عامل هوشمند که بتواند همه کارهایی را که انسان قادر به انجام آن‌هاست تقلید کند، کاری سخت و غیرقابل‌دسترس به نظر می‌رسد. برای همین دانشمندان و مهندسان، هوش مصنوعی را برای یک وظیفه (کار) خاص توسعه می‌دهند؛ به‌گونه‌ای که بتواند مانند یک انسان یا بهتر از او، آن وظیفه خاص را انجام دهد. در ادامه برخی از مهم‌ترین حوزه‌های هوش مصنوعی را بررسی خواهیم کرد:

**یادگیری دستگاه (ماشین):** یکی از مهم‌ترین و محبوب‌ترین حوزه‌های هوش مصنوعی، یادگیری دستگاه است که سعی دارد به‌جای برنامه‌نویسی صریح برای رایانه‌ها، آن‌ها را مجبور کند بر اساس داده‌های ورودی، انجام یک عمل را با دقت مناسبی یاد بگیرند. به‌عبارت‌دیگر، رایانه‌ها را قادر می‌کند بدون برنامه‌نویسی و تنها از طریق دریافت داده یا تعامل با محیط عملکرد خود را اصلاح و با شرایط جدید تطبیق پیدا کنند. یادگیری دستگاه شامل الگوریتم‌های متنوعی است که با توجه به نوع مسئله و نوع داده‌های ورودی مورداستفاده قرار می‌گیرند. به‌طور کلی، این الگوریتم‌ها را می‌توان به روش‌های با نظارت، بدون نظارت و یادگیری تقویتی دسته‌بندی کرد.

**شبکه‌های عصبی مصنوعی:** دسته دیگری از الگوریتم‌های یادگیری دستگاه هستند که سعی دارند با شبیه‌سازی عملکرد مغز، از قابلیت‌های سلول‌های عصبی مغز در یادگیری، برای حل مسائل پیچیده استفاده کنند. این الگوریتم‌ها از تنوع بسیار زیادی برخوردارند و کاربردهای متنوعی در حوزه‌های گوناگون دارند. یک توسعه از شبکه‌های عصبی، یادگیری عمیق است که برای یادگیری از روی داده‌هایی مانند متن و تصویر مورداستفاده قرار می‌گیرد؛ داده‌هایی که از الگوی خاصی پیروی نمی‌کنند و بنابراین یادگیری در آن‌ها سخت‌تر است. برای همین، یادگیری عمیق سعی دارد با استخراج ویژگی‌های مناسب از این داده‌ها، فرایند یادگیری را بهبود دهد. پیش‌بینی بازار سهام، تشخیص تقلب و کلاهبرداری نمونه‌هایی از کاربردهای شبکه‌های عصبی هستند.

**سامانه توصیه‌گر:** در عصر حاضر تجارت الکترونیک فرصت‌های بسیاری را در اختیار فروشگاه‌های اینترنتی قرار داده است. اما جست‌وجوی کالاها و اطلاعات موردنیاز از میان حجم انبوه داده‌ها، کار بسیار دشواری و زمان‌گیری است. برای رفع این مشکل و برای کمک به کاربران از سامانه‌های توصیه‌گر استفاده می‌شود. این سامانه نظامی هوشمند است که با تحلیل رفتار و اطلاعات کاربر، تلاش می‌کند شیوه تفکر کاربر را حدس بزند و برای هر شخص، بر اساس علاقه‌هایش، پیشنهادهای مناسبی ارائه کند. امروزه سامانه‌های توصیه‌گر به‌صورت گسترده‌ای در فروشگاه‌های اینترنتی به کار می‌روند.

**سامانه (سیستم) های خبره:** توانایی یک فرد خبره (متخصص) را در زمینه‌های خاص (حل یک مسئله) به‌صورت مدل در می‌آورند. به‌طور مثال، پزشک بر اساس سؤالاتی که از بیمار می‌پرسد و با معاینه بیمار و

بررسی آزمایش‌ها، نوع بیماری را شناسایی و درمان متناسبی را تجویز می‌کند. برای ساخت یک سامانه خبره، ابتدا الگوهای را که فرد خبره بر اساس آن‌ها تصمیم‌گیری می‌کند شناسایی می‌کنیم. سپس این الگوها در قالب قوانین کلی استخراج می‌شوند. برنامه‌نویسی این الگوها و قوانین به تولید سامانه‌های خبره منجر می‌شود که رایانه‌ها را قادر می‌سازد مانند انسان‌ها تصمیم بگیرند. سامانه‌های تصمیم‌یار پزشکی نمونه‌ای کاربردی از سامانه‌های خبره هستند.

**پردازش زبان طبیعی:** یکی از پیچیده‌ترین کارهایی که انسان انجام می‌دهد و این توانایی به شکلی او را از سایر موجودات متمایز می‌کند، قدرت تکلم و درک زبان است. به‌طوری‌که برخی از فیلسوفان انسان را حیوانی ناطق می‌دانند. پردازش زبان طبیعی تلاش می‌کند دستگاه‌هایی بسازد که متن یا داده‌های صوتی را بفهمند و به آن‌ها پاسخ دهند. بنابراین، پردازش زبان طبیعی به تعامل بین رایانه و انسان با استفاده از زبان طبیعی می‌پردازد و هدف نهایی آن ایجاد برنامه‌هایی است که توانایی خواندن، رمزگشایی و درک زبان‌های انسانی را داشته باشند؛ مثل مترجم گوگل و چت‌بات‌ها (که امکان تعامل بین انسان و ربات را از طریق زبان فراهم می‌کنند). تشخیص احساس و خلاصه‌سازی متن از جمله محصولات پردازش زبان طبیعی محسوب می‌شوند.

**بینایی ماشین:** بینایی رایانه‌ای حوزه‌ای از هوش مصنوعی است که رایانه‌ها و دستگاه‌ها را قادر می‌سازد اطلاعات معنی‌داری را از تصویرهای رقمی (دیجیتال)، ویدیوها و سایر ورودی‌های بصری به دست آورند. اگر هوش مصنوعی رایانه‌ها را قادر می‌کند فکر کنند، بینایی دستگاه آن‌ها را قادر می‌سازد تا ببینند، مشاهده کنند و بفهمند. از دیدگاه مهندسی، بینایی دستگاه به دنبال تقلید کارهایی است که دستگاه بینایی انسان می‌تواند انجام دهد. تشخیص و تفکیک اشیاء از هم، درک فاصله بین آن‌ها، بخش‌بندی تصویرها مانند مشخص کردن چشم‌ها، لب و بینی، و تشخیص چهره از وظایف دستگاه‌های بینایی است.

**دستگاه (سیستم) های فازی:** منطق ارسطویی برای یک گزاره مانند «آب گرم است» تنها دو حالت درست یا نادرستی را در نظر می‌گیرد. به عبارت بهتر، یا این گزاره را کاملاً درست یا کاملاً نادرست در نظر می‌گیرد. اما منطق فازی که دانشمند ایرانی، پروفیسور لطفی‌زاده ایجاد کرد، برای هر گزاره همه احتمالات میانی بین دو مقدار درست یا نادرست را در نظر می‌گیرد. در واقع، منطق فازی با ترکیب عبارات‌های زبانی مانند «به‌نسبتاً، تا حدودی، تا حدود کمی و ...» احتمال درستی یا نادرستی هر عبارت را به‌گونه‌ای دقیق‌تر بیان می‌کند. منطق فازی به دستگاه‌های رایانه‌ای اجازه می‌دهد مانند انسان‌ها که پدیده‌ها را نسبی می‌دانند، استدلال کنند.

### کاربردها و آینده هوش مصنوعی

بسیاری از برنامه‌ها و سرویس‌هایی که ما در انجام کارهای معمولی و روزانه از آن‌ها استفاده می‌کنیم، با هوش مصنوعی پشتیبانی می‌شوند. با پیشرفت روزانه فناوری و هوش مصنوعی، به زودی برای انجام وظایف روزانه خود تا حد زیادی به هوش مصنوعی متکی خواهیم شد. اکنون هوش مصنوعی به‌صورت فعال در بسیاری از حوزه‌ها مانند پزشکی و مراقبت‌های بهداشتی، بانکداری، آموزش، کشاورزی و دامداری، اکتشافات فضایی، مدیریت منابع انسانی، بازاریابی، تجارت الکترونیک، دستگاه‌های خودرو، گردشگری و حمل و نقل دخالت دارد. انتظار می‌رود در سال‌های اخیر این روند با سرعت بیشتری همه جنبه‌های زندگی فردی و اجتماعی ما را فرا بگیرد.

# آردوینو و چراغ چشمک‌زن



قسمت چهارم

مثال:

```
hi
this is a comment
finish
```

خب، پس هر دو نمونه یادداشت را با هم بررسی کردیم. بعد از این می‌توانیم برای خوانا تر شدن برنامه خودمان از قابلیت یادداشت استفاده کنیم. حالا بیایید با پاک کردن قسمت‌های یادداشت برنامه زیر، ظاهری آسان‌تر و قابل فهم‌تر برای آن ایجاد کنیم (تصویر ۳)!

در تصویر بالا، قسمت‌هایی را که با یادداشت /# بودند پاک کردیم، چون توضیحاتی در رابطه با تاریخ نوشتن کد و نام برنامه‌نویس را شامل می‌شد که فعلاً مورد نیاز ما نبودند.

بعد از پاک کردن قسمت‌های اضافه، به تصویری مشابه شکل زیر می‌رسیم که البته این نکته را در نظر می‌گیریم که ما یادداشت‌هایی با عبارت // را پاک نکردیم، چون در این کد شامل توضیحاتی هستند که ممکن است برای ما کاربردی باشند و در کد برنامه را آسان‌تر کنند.

تصویر زیر شامل کد کامل پروژه ما برای چراغ چشمک‌زن است که البته ما یک مجموعه تغییر را برای شخصی‌سازی تر کردن این برنامه انجام خواهیم داد (تصویر ۴).

در تصویر بالا، تمامی عبارت‌های LED\_BUILTIN را پاک می‌کنیم و به جای آن‌ها عدد ۳ (شماره پایه برای اتصال چراغ) را قرار می‌دهیم (عبارت LED\_BUILTIN در واقع معادل عدد ۱۳ است، یعنی پایه شماره ۱۳ صفحه آردوینو به‌عنوان پیش‌فرض برای پروژه چشمک‌زن قرار داده شده و دلیل آن است که روی خود صفحه آردوینو و در کنار پایه ۱۳ یک چراغ کوچک وجود دارد تا کسانی که چراغ خارجی و مقاومت و سیم‌کشی ندارند، بتوانند همین چراغ روی صفحه را برای آزمون خاموش و روشن کنند. ما برای یادگیری عمیق‌تر، همان چراغ خارجی را می‌بندیم و پروژه را کامل‌تر انجام می‌دهیم. هرچند، اگر شما به‌عنوان خواننده این متن، به چراغ و سیم و مقاومت دسترسی ندارید، می‌توانید این قسمت کد را تغییر ندهید و روشن و خاموش شدن چراغ کوچک کنار پایه ۱۳ صفحه آردوینو را آزمایش کنید (تصویر شماره ۴)!

برنامه ما برای بارگذاری (آپلود) روی صفحه آردوینو آماده است، ولی می‌خواهیم قبل از بارگذاری کمی به توضیح و تشریح کد بپردازیم.

در تمامی برنامه‌های نوشته‌شده به زبان آردوینو دو قسمت یا تابع اصلی وجود دارد که با نام‌های توابع «void Setup» و «void loop» شناخته می‌شوند. وقتی می‌گوییم تمام برنامه‌ها، یعنی این دو تابع لزوماً باید باشند، ولی ما می‌توانیم توابع دیگری را هم اضافه کنیم یا بسازیم و بنویسیم که به نوع کدنویسی ما بستگی دارد. خوب در مثال پروژه چشمک‌زن و تصویر بالا می‌بینیم که در خط دوم تابع void setup)) آورده شده است. این تابع هنگام روشن شدن صفحه UNO R3 تنها برای یک بار اجرا می‌شود و همه دستورات زیرمجموعه آن که در این مثال خط‌های ۳ و ۴ را شامل می‌شود. دقت کنید تمام دستوراتی که بعد از نوشتن تابع بین دو علامت { } می‌آیند، زیرمجموعه همان تابع محسوب می‌شوند و به‌تبع این نکته که این تابع فقط یک بار اجرا می‌شود، یک بار بیشتر اجرا نخواهند شد.

معمولاً دستورات پایه و اساسی مثل تعریف یک پایه به‌عنوان ورودی یا خروجی و تعیین سرعت انتقال اطلاعات در برنامه در این تابع نوشته می‌شوند تا فقط یک

همان‌طور که در شماره قبل گفتیم، صفحه (برد) الکترونیکی آردوینو در واقع صفحه‌ای برنامه‌پذیر است که با توجه به حسگرهایی که به آن متصل می‌کنیم، می‌تواند انواع خروجی‌ها را هدایت (کنترل) کند! مثلاً برای آن برنامه‌های بنویسیم که اگر کلید متصل به پایه شماره ۱۰ فشرده شد، چراغ متصل به پایه شماره ۴ را روشن کند!

پس در واقع هر برنامه‌ای که برای صفحه آردوینو در رایانه می‌نویسیم، باید حتماً با توجه به ویژگی‌های فیزیکی صفحه UNO R3 که یکی از مجموعه صفحه‌های آردوینوست و در این آموزش نیز ما از این صفحه استفاده می‌کنیم، نوشته شود و این‌طور نباشد که ما در کد مثلاً بنویسیم پایه شماره ۲۰ را بخوان و این در حالی است که اصلاً چنین پایه‌ای در واقعیت وجود ندارد و خود نرم‌افزار آردوینو نیز در صورت مشاهده چنین خط‌هایی، با توجه به نوع صفحه که در قسمت تنظیمات نرم‌افزار انتخاب می‌شود، به ما اعلان خطا خواهد داد. ولی بهتر آن است که خودمان قبل از برنامه‌نویسی برای یک صفحه، ابتدا شماره‌های پایه‌ها و توانایی‌های صفحه را بررسی کنیم.

حالا می‌خواهیم پروژه چراغ چشمک‌زن را که در واقع ابتدایی‌ترین پروژه برای ورود به عرصه هوشمندسازی است، با هم انجام بدهیم! ابتدا نرم‌افزار آردوینو را باز می‌کنیم و مطابق مسیر شکل زیر پروژه blink را باز می‌کنیم (تصویر ۱).

در پنجره جدید با شکل کدی مشابه تصویر زیر روبه‌رو می‌شویم. پنجره قبلی نرم‌افزار را می‌بندیم. در ادامه باید قسمت‌های اضافه یادداشت (کامنت) را برای خوانا تر شدن حذف کنیم (تصویر ۲).

## یادداشت چیست؟!

یادداشت‌ها تقریباً در تمام زبان‌های برنامه‌نویسی وجود دارند. زمانی که یک خط دستوری را می‌نویسیم، برای اینکه نفر بعد که می‌خواهد کد را بخواند متوجه شود هر خط به چه منظور نوشته شده یا هر متغیر برای چه حسگری تعریف شده است، از یادداشت استفاده می‌کنیم.

در واقع یادداشت‌ها می‌توانند هر متن یا عبارتی را شامل شوند و در عمل هیچ تأثیری در برنامه نوشته‌شده از نظر منطقی ندارند. فقط برای خوانا تر شدن برنامه به‌صورت توضیح و نکات در قسمت‌های گوناگون کد قابل نگارش هستند. در زبان برنامه‌نویسی آردوینو، دو نمونه یادداشت داریم. مدل اول با // شروع می‌شود و هر عبارتی که بعد از این دو خط بیاید، تا آخر همان خط، یادداشت محسوب می‌شود و زمانی که برنامه به این خط می‌رسد، این عبارت‌ها را نادیده می‌گیرد و به خط بعدی می‌رود.

```
this is a comment //
```

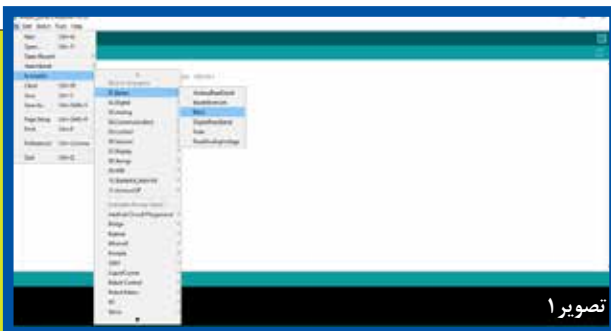
مثال:

// این یک یادداشت است

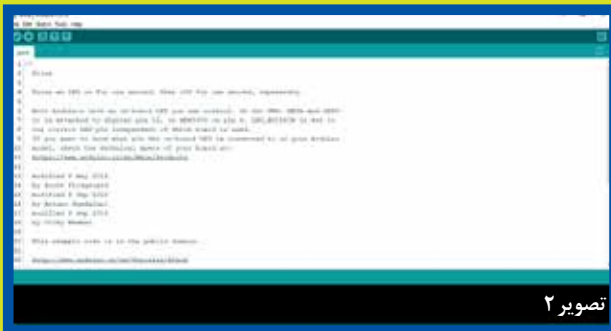
همان‌طور که دیدیم، می‌توانیم از یادداشت‌های فارسی هم استفاده کنیم. این یکی از ویژگی‌های خوب نرم‌افزار آردوینوست!

نمونه دوم یادداشت به این شکل است که یک مجموعه را شامل می‌شود و می‌توانیم یک قسمت چندخطی را به‌راحتی یادداشت کنیم و در واقع برای غیرفعال کردن بخشی از کد نیز کاربرد دارد!

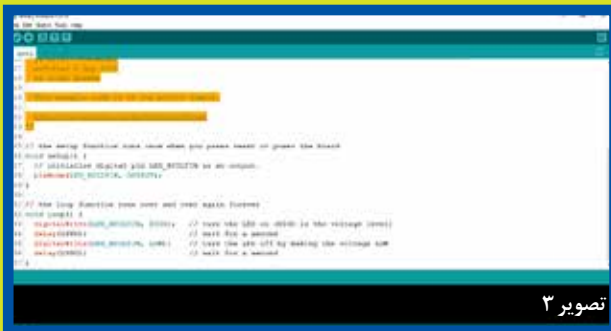
نماد این نمونه یادداشت‌ها با /\* شروع می‌شود و هر چه را بعد از آن در کد باشد یادداشت می‌کند تا جایی که به علامت‌های /\* ختم شود.



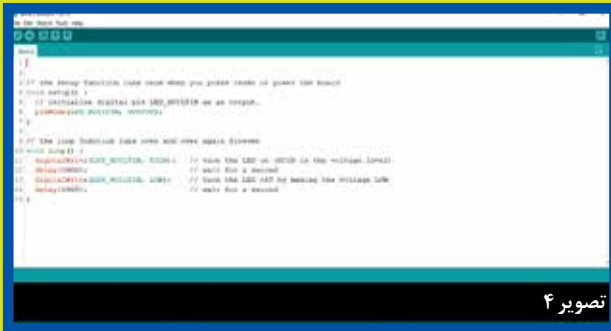
تصویر ۱



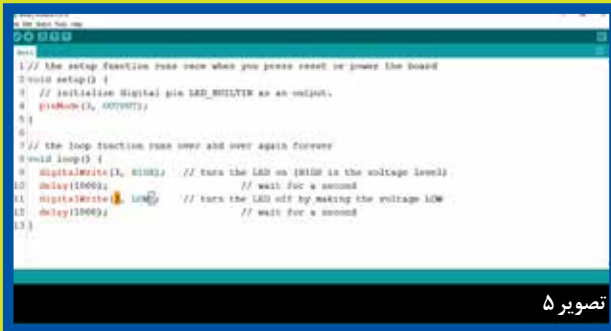
تصویر ۲



تصویر ۳



تصویر ۴



تصویر ۵

بار اجرا شوند. بعد از آن دیگر نیاز نیست به طور مرتب به صفحه یادآوری کنیم که سرعت انتقال را فلان مقدار در نظر داشته باش!

اکنون بیایید تابع مهم دیگر یعنی «void loop» را بررسی کنیم.

این تابع قسمتی از برنامه است که به صورت همیشگی و ابدی اجرا می شود. یعنی هر بار که صفحه ما به پایان این تابع می رسد، دوباره به اول برمی گردد و دستورات موجود در این تابع را از اول اجرا می کند. این کار را تا زمانی که صفحه خاموش شود یا بسوزد ادامه می دهد! این تابع نیز همانند همه توابع دیگر در زبان آردوینو با { } شروع می شود و پایان می یابد. همه دستوراتی که بعد از این تابع در مجموعه این تابع باشند، برای همیشه به صورت مداوم تکرار و اجرا خواهند شد. در زیر مجموعه تابع تنظیم (ستاپ) تنها یک خط دستوری وجود دارد که در خط شماره ۴ قرار دارد و خط قبل از آن، یعنی خط سوم، فقط یک یادداشت توضیحی است و بودن یا نبودنش تأثیری در اجرای برنامه ندارد. در خط ۴ در واقع ما پایه شماره سوم آردوینو را به عنوان خروجی برای صفحه تعیین می کنیم و صفحه می فهمد که از این به بعد این پایه فقط به عنوان خروجی قابل کنترل خواهد بود و نمی توان از آن به عنوان ورودی استفاده کرد.

در خط نهم و با شروع تابع حلقوی (لوپ) همین پایه، شماره سوم صفحه را به مقدار HIGH که در واقع معادل عدد ۱ منطقی و به معنای ولتاژ پنج ولت است، نسبت می دهیم. در واقع اگر چراغی به این پایه متصل باشد، در این حالت روشن خواهد شد!

در خط دهم از دستور (delay) استفاده می کنیم. این دستور هر عددی را که داخل پرانتز قرار بگیرد، بر حسب میلی ثانیه در نظر می گیرد و کل برنامه و صفحه را در همان حالتی که هست، به همان زمان که داخل پرانتز مشخص می شود، قفل می کند و نگه می دارد! در واقع، بعد از اینکه چراغ روشن شد، برنامه و صفحه به مدت ۱۰۰۰ میلی ثانیه یا معادل ۱ ثانیه حرکت دیگری انجام نمی دهد و چراغ همچنان در وضعیت روشن باقی می ماند. حال پس از ۱ ثانیه توقف، برنامه به خط یازدهم می رود. در این خط عیناً مشابه خط نهم عمل می کند و پایه شماره سوم را هدف قرار می دهد؛ با این تفاوت که در اینجا مقدار LOW یا همان صفر منطقی یا ولتاژ صفر ولت را به پایه نسبت می دهد و در واقع چراغ متصل به این پایه در این خط خاموش می شود! سپس این حالت خاموشی در خط دوازدهم و مجدداً با استفاده از دستور delay(۱۰۰۰) به مدت یک ثانیه خاموش باقی می ماند.

اما نکته مهم اینجاست! حالا که به پایان حلقه رسیدیم، آیا برنامه دوباره از تابع تنظیم شروع به اجرا می کند و دوباره پایه سوم را به عنوان خروجی قرار می دهد و...؟ قطعاً نه!

همان طور که گفتیم، تابع تنظیم تنها یک بار در شروع برنامه اجرا خواهد شد و دستوراتش در حافظه باقی می مانند. این تابع حلقوی است که به صورت مداوم تکرار خواهد شد! لذا بعد از خط دوازدهم، برنامه دوباره به ابتدای خط نهم برمی گردد و چراغ دوباره روشن می شود، یک ثانیه روشن می ماند، خاموش می شود، یک ثانیه خاموش می ماند و این روند تا زمانی که صفحه تنظیم دوباره (ریست) نشود یا نسوزد، همواره ادامه خواهد داشت!

پس اگر طبق مدار تصویر زیر ما یک ال ای دی به صفحه آردوینو و پایه سوم متصل کنیم و این برنامه را روی صفحه آردوینو بارگذاری کنیم، چراغ ما به صورت مداوم هر یک ثانیه خاموش و روشن خواهد شد. به این ترتیب پروژه چراغ چشمک زن را به اتمام رسانده ایم!

برای تنوع می توانید عدد تابع delay، یا حتی پایه مدنظر برای اتصال چراغ را بین ۲ تا ۱۳ (بعداً دلیل انتخاب این بازه عددی را شرح خواهیم داد) تغییر دهید و برنامه را دوباره روی صفحه بارگذاری کنید. اتصالات مدار را در صورت نیاز تغییر دهید و تغییرات سرعت چشمک زدن چراغ را ببینید (تصویر ۵)!

شکل مدار نحوه اتصال چراغ به پایه سوم صفحه آردوینو را در بالا می بینیم. همان طور که می دانیم، برای روشن شدن یک چراغ باید پایه مثبت به ولتاژ مغایر صفر ولت و پایه منفی به ولتاژ صفر ولت یا منفی وصل شود. در تصویر پایه های با علامت gnd صفحه آردوینو، همان منفی های صفحه هستند و از پایه سوم نیز برای

هدایت ولتاژ پایه مثبت استفاده می کنیم. یک مقاومت سر راه این پایه می گذاریم تا در صورت اضافه ولتاژ، چراغ نسوزد. (می توانید مقاومت را بردارید و تفاوت شدت نورش را ببینید! ولی ممکن است بسوزد.) صفحه آردوینو طبق برنامه ای که دریافت کرده است، به تغییر ولتاژ پایه سوم از پنج ولت به صفر و برعکس، به صورت هر یک ثانیه یک بار، اقدام می کند. بدین شکل چراغ ما روشن و خاموش می شود.



پای صحبت يك استاد موفق جواهرسازی

# بادوونیم میلیون شروع کن

در زمینه بازار کار تجربی، در این شماره به سراغ رشته طلا و جواهرسازی رفتیم؛ رشته‌ای پر درآمد که علاقه‌مندان زیادی بین هنرجویان و نوجوانان دارد. پای صحبت یکی از استادکارهای موفق جواهرسازی یزد نشستیم که این روزها با هنرجویان، هم در آموزشگاه و هم در کارگاه خود سروکار دارد. آقای مهدی ستارزاده فردی حدود ۳۷ سال در حوزه طلا و جواهرسازی کار و شاگردان زیادی تربیت کرده است. او این روزها با هنرستان‌های یزد همکاری می‌کند. گفت‌وگوی صمیمانه ما با ایشان را بخوانید.

کسی که می‌خواهد آموزش ببیند، طبق سرفصل فنی و حرفه‌ای باید پایه و زمینه کار را یاد بگیرد و مدتی تجربه کسب کند. فکر می‌کنم یک سال برای حرفه‌ای شدن در این زمینه زمان مناسبی است.

## آقای ستارزاده داستان زندگی شغلی شما برای مخاطبان ما جالب خواهد بود. ابتدا بفرمایید از چه زمانی و چگونه وارد کار طلا و جواهرسازی شدید و چه فرایندی را طی کردید؟ من از طریق یکی از اقوام (پسرخاله‌ام) از حدود دوازده سالگی وارد رشته طلاسازی شدم و در زمینه کارهای دستی وارد زرگری شدم و زنجیرسازی را از ایشان آموختم. تاکنون در حدود ۳۷ سال است که تمامی کارهای دستی و ماشینی را در طلاسازی پشت سر گذاشته‌ام. از

طراحی یک حرفه بسیار عالی و برای شروع کار جواهرسازی در بازار طلا بسیار مهم و نیاز است. اولین نکته داشتن صبر و حوصله است. باید ایده‌پردازی کرد و خلاقیت به خرج داد. چون در این کار شما باید خلق کردن بلد باشید و سپس کار با نرم‌افزارها را یاد بگیرید. در حال حاضر نرم‌افزارهای خوبی برای طراحی جواهرسازی وجود دارند. مثلاً نرم‌افزار ماتریکس به صورت سه‌بعدی برای شما طراحی انجام می‌دهد و شما حتی می‌توانید وزن کار تولیدی خود را در هنگام طراحی مشخص کنید.

## ملیله و کلکته و کارهای پرسی و ریختنی را انجام داده‌ام. بعد از برگشتن از سربازی، در یزد، با یکی از دوستانم به نام آقای مریبی، کارگاه «زرین‌النگو» راه‌اندازی کردیم که در زمان خودش سرآمد بود. النگوی مفتولی درست می‌کردیم.

حدود سال ۷۸ به دبی رفتم. در آنجا مهارت‌های جدیدی در طلاسازی، به‌ویژه کار با دستگاه رادیم، که رنگ طلا را سفید می‌کرد، آموختم. الان هنوز آن دستگاه را دارم. یک قوطی کوچک بود که یک گرم فلز رادیم در آن حل شده بود و حالت قلمی بود. چون کارهای نگین‌دار در یزد خریدار کمی داشتند و فروش خوب نبود، برای زیباتر شدن کارها و فروش بیشتر جواهراتمان، با قلم‌های الماس تراشی روی کار ایجاد و با رادیم رنگ سفید ایجاد می‌کردیم. به این ترتیب فروش خوبی به دست آوردیم و کارهایمان را به تدریج به شهرهای اطراف مثل کرمان و رفسنجان و بندرعباس و شیراز و اصفهان می‌فرستادیم.

## شما استادکار حوزه جواهرسازی هستید. به نظر تان مدت‌زمانی که هر فرد باید برای ورود به کار ساخت طلا و حرفه‌ای شدن در حوزه جواهرسازی آموزش ببیند، چه قدر است؟

مهارت در زمینه کار با این نرم‌افزارها برای ارتقا در بازار کار طراحی جواهرسازی چه اهمیتی دارد؟



### **شما سن و جنسیت چه اندازه مهم است؟**

دختر و پسر در جواهرسازی فرقی ندارند. هم‌اکنون هم دختران و هم پسران زیادی در رشته طلا و جواهرسازی به کار مشغول و بسیار هم موفق هستند.

من یک مطلب را از مدیر کارخانه‌های بزرگ چین خواندم که خیلی جالب بود. نوشته بود، شرکتی در کشوری دیگر به ما پیشنهاد طراحی دستگاهی را داده بود. من طراحی را از همان کشور استخدام کردم تا بینم ذائقه مردم و جامعه آن کشور در مورد تولیدی که من می‌خواهم انجام بدهم چگونه است.

در مورد طلاسازی هم همین‌طور است. چون مخاطب اصلی کار ما خانم‌ها هستند، خانم‌هایی که در طلاسازی مشغول به کارند، در شناسایی ذائقه آن‌ها می‌توانند بسیار خوب عمل کنند و نقش مهمی داشته باشند. سن هم خیلی مطرح نیست. از هر سنی می‌توان در این حرفه مشغول به کار شد.

### **فرصت‌های شغلی رشته جواهرسازی در ایران و**

### **خود یزد چگونه است و به نظر شما چه فردی در بازار طلا**

### **و جواهرسازی موفق می‌شود؟**

در خود یزد حدود ۲۰۰۰ طلاساز داریم. حدود ۷۰۰ تا ۸۰۰ نفرشان پروانه کسب دارند. تعدادی هم با پروانه صنایع دستی کار انجام می‌دهند. این شغل هم درآمد خوبی دارد و هم گنجایش

مهارت در طراحی و کار با نرم‌افزار رایانه‌ای برای طلاسازی از آن نظر اهمیت بسیار بالایی دارد که در کار طلاسازی، با توجه به گران بودن محصولات و دستگاه‌ها، امکان آب‌کردن مجدد و طراحی دوباره بسیار سخت و هزینه‌بر است و امکان آزمون و خطا در این کار نداریم. بنابراین مهارت بالا در کار با نرم‌افزارهای رایانه‌ای نیاز است. آزمون و خطا را باید قبل از شروع کار و در هنگام کار با نرم‌افزار انجام داد و بعد اقدام به ساخت طلا کرد.

### **به نظر تان چه میزان دانش نظری و کتابی برای**

### **ورود به بازار طلا و جواهرسازی و چه میزان هم مهارت**

### **عملی و تجربی لازم است؟**

دانش نظری مهم است، اما در عمل باید خودش را نشان دهد. اگر وارد بازار کار نشویم، در یادگیری دانش نظری جواهرسازی هیچ فایده‌ای نیست.

تا شخصی نداند و لمس نکند چگونه با فلزهای طلا و نقره کار کند، محاسبه انجام دهد و کسر و کمبود آن را در هنگام طراحی محاسبه کند، دانش نظری نمی‌تواند مؤثر باشد.

این کار خلاقیت هم می‌خواهد. الان مثل قدیم نیست. ذائقه‌ها بسیار تغییر کرده‌اند و بازار، کارهای سال‌های گذشته را نمی‌پذیرد.

### **مخاطبان این حوزه بیشتر دخترند یا پسر؟ به نظر**



فقط مقداری راهنمایی می‌خواهند. باید در کارآموزی برخی کارهای تخصصی مثل تهیه ابزار و چگونگی کار با آن‌ها را یاد بگیرند که مهم است و بقیه را باید در بازار یاد بگیرید.

**👈 همه می‌دانیم که طلا بسیار باارزش و گران است. به نظر تان امکان دارد فردی بتواند با سرمایه‌ای اندک در حوزه طلا و جواهر شروع به کار تولیدی و ساخت زیورآلات کند؟**

من همیشه گفته‌ام، کار تولیدی در این حوزه را می‌توان با سرمایه اندکی شروع کرد. البته دشوار است، ولی امکان‌پذیر است. هنرجوایی که اینجا می‌آیند، با حدود یک میلیون و چهارصد پانصد هزار تومان ابزار تهیه می‌کنند و حدود پنجاه گرم (یک میلیون) هم نقره می‌خرند. با این‌ها می‌توانند کار و یادگیری را شروع کنند. البته ما ابزارهای بزرگ‌تر هم داریم که قیمت بالاتری دارند. برای مثال دستگاهی داریم که حدود ۴۰ تا ۵۰ میلیون تومان قیمت دارد، اما هنرچوها می‌توانند به صورت خدماتی در مکان‌های مشخص کار کنند. همین‌جا در یزد مکان‌هایی وجود دارند که با دریافت هزینه محدودی، به صورت خدماتی بسیاری از ابزارها و مفتول و مواد را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهند. آموزشگاه و کارگاه خود ما این کار را انجام می‌دهد. مکان‌های دیگری هم وجود دارند که این‌گونه کار می‌کنند. با ده میلیون می‌توان در یک کارگاه کوچک شروع به کار کرد، مواد کار را هم می‌توان در شروع از نقره، مس و برنج استفاده کرد. کار مس و برنج صددرصد سود است.

فرصت‌های شغلی بالایی در زمینه زیورآلات و طلا و جواهر وجود دارد.

زیورآلات هم فقط طلا نیست. برای طراحی زیورآلات می‌توان از مواد دیگر مثل نقره، مس، برنج و حتی پارچه استفاده کرد.

**👈 چه جالب! چگونه می‌توان از پارچه زیورآلات تهیه کرد؟**

اولین پارچه طلا را ما یزدی‌ها تولید کردیم که به کشورهای دیگر هم صادر شده است. به آن پارچه زربفت (زربافت) می‌گفتند. این پارچه از یک سیم نقره، یک سیم طلا و یک نخ ابریشم بافته می‌شده است.

**👈 با توجه به اینکه با بچه‌های هنرستانی هم سروکار دارید و می‌دانید چه آموزش‌هایی می‌بینند، به نظر شما برای ورود یک هنرجوی هنرستان به بازار کار چه مراحل باید طی شوند؟**

ورود به بازار کار در هر رشته‌ای هنرچوها اول باید شاخه کاری خود را مشخص کنند. در طلا و جواهرسازی هم همین است. می‌خواهند در حوزه ریخته‌گری کار کنند، در حوزه فروش می‌خواهند کار کنند، در حوزه ساخت جواهرات سنتی یا النگو می‌خواهند کار کنند، و حتی اگر می‌خواهند به صورت سنتی یا مدرن با دستگاه‌های پیشرفته کار کنند، باید این‌ها را مشخص کنند. هنرچوها بعد از اینکه آموزش دیدند، می‌توانند به راحتی وارد بازار کار شوند.





× عکاس هنرستانی ×

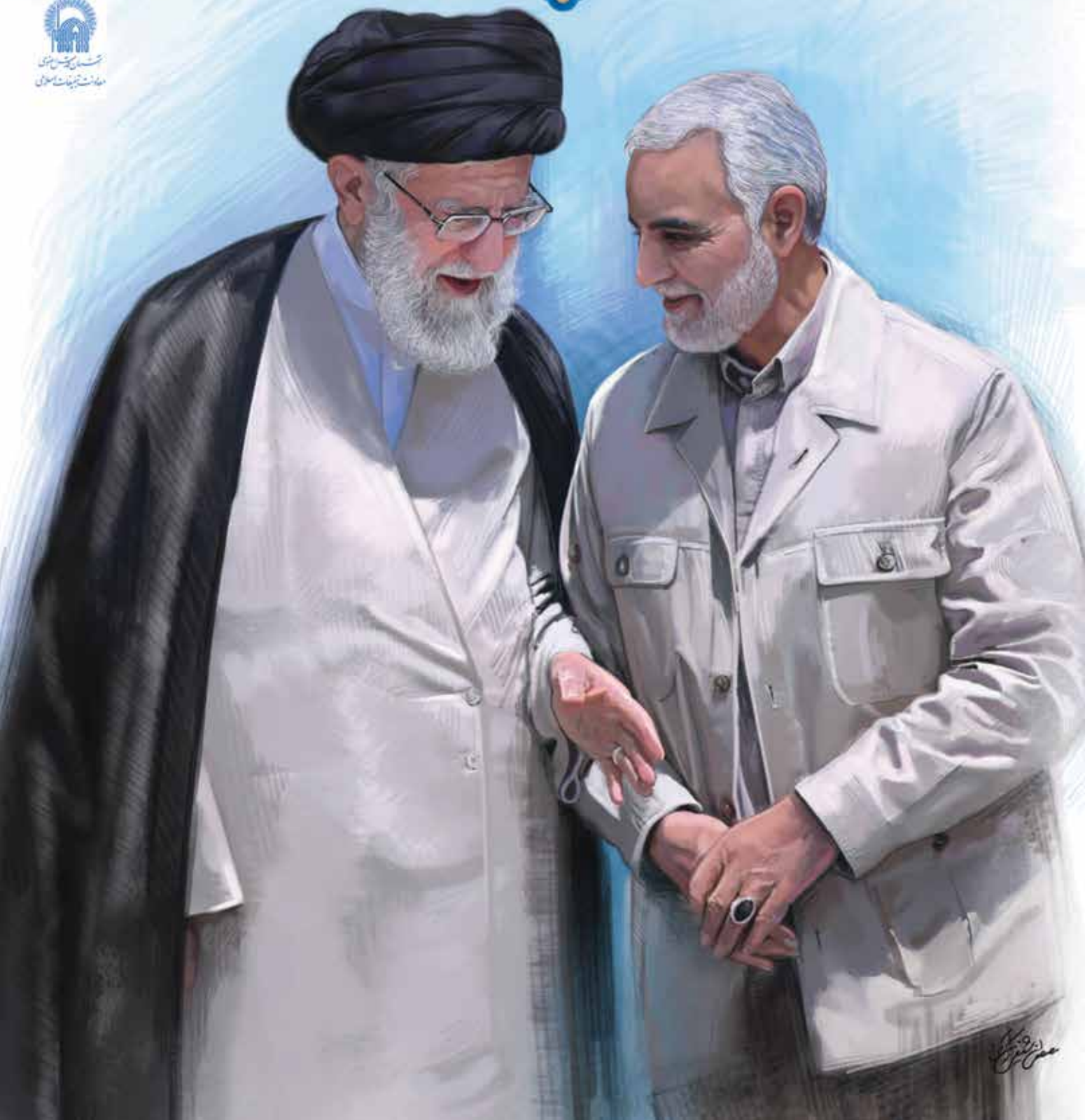
صبا بخشی  
هنرستان نمونه دولتی  
شهید مطهری شهر تهران



# رفیق حوشبنا



این رمزینۀ جذاب را پوشش کنید



مهرنگار