

بازار کسب‌وکارهای کوچک

روایتی از میان ۴۰ هزار غرفه باسلام

گره‌ها در قاب

شیما پاکزاد

● ایده بافتن و فروش تابلوفرش اولین‌بار در سال ۹۳ به ذهن خانم جمشیدی رسید. وقتی که برای خرید تابلوفرش به مغازه رفت، با دیدن قیمت‌ها بشیمان شد و تصمیم گرفت از هنری که در نوجوانی آموخته بود، استفاده کند. نشست پای دار و بافتن او را برای لحظاتی از دنیای بیرون جدا می‌کرد. دوره‌های فنی حرفه‌ای را گذراند و مدرکش را گرفت و با یک بافنده در خانه مشغول به کار شد و سفارش گرفت.

در سال ۹۵ با سرمایه یک‌میلیون و ۲۰۰ هزار تومان که تنها سرمایه‌گذار زندگی‌اش یعنی مادرش در اختیار او گذاشت، دفتری اجاره کرد و وسایل بافندگی خرید. هم آموزش می‌داد و هم سفارش می‌گرفت. از بافنده‌های دورکار هم حمایت می‌کرد. طرح و نقشه‌ها را آماده می‌کرد، چله‌کشی می‌کرد و دار و نخ‌های آماده را با ماشین خودش تحویل آنها می‌داد و تابلوفرش آماده را تحویل می‌گرفت. سال ۹۶ مغازه‌ای اجاره



کرد و بعد از آن فراخوانی را برای جذب بافنده در کانال‌ها و گروه‌هایی که داشت منتشر کرد و با ۱۲ بافنده کسب‌وکارش را گسترش داد و با کارگاه‌های دیگر وارد تعامل شد و سفارش گرفت. حتی بافنده‌هایی از شهرهای دیگر استخدام کرد. برای تحویل‌گرفتن کار از آنها به تهران و رشت سفر می‌کرد. دوست داشت که خانم‌های خانه‌دار بیشتری را با خود همراه کند و به همین خاطر هم زود به متقاضیان اعتماد می‌کرد. خودش بافنده است و می‌داند بافندگی چه بلایی به سر چشم و گردن و کمر می‌آورد، به همین خاطر دستمزد بافنده‌ها را همیشه رو به بالا گرد می‌کند. از آن طرف هم پشتش به بافنده‌ها گرم است و می‌داند حتی اگر بازار سفارش کساد باشد، جای دیگری نمی‌روند.

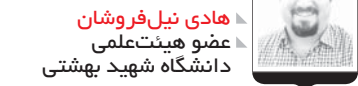
سال ۹۶، دقیقاً زمانی که خانم جمشیدی از ادامه‌دادن کسب‌وکارش ناامید شده بود، همه چیز تغییر کرد و ناامیدی‌هایش به امید تبدیل شد. مدتی بود که هیچ سفارش و فروشی نداشت و باید دستمزد بافنده‌ها را برای تابلوفرش‌هایی که بافته اما فروش نرفته بودند، می‌داد. احساس می‌کرد بیشتر از این ادامه‌دادن این حرفه اشتباه است. با باسلام آشنا شد و غرفه‌اش را در سایت ثبت کرد. بالاخره بعد از رکودی چندماهه از طریق باسلام سفارش گرفت و مشتری رابط او با کشور ترکیه شد و در آنجا فروش خوبی داشت و حتی مدتی هم در ترکیه مشغول به کار شد. در همان سال از طرف باسلام به صداسوسیا هم دعوت و در برنامه عصر خانواده دیده شد. «بعد از اینکه به تلویزیون رفتم، بیشتر دیده شدم و آدم‌های بیشتری با من و کارم آشنا شدند و به ما اعتماد کردند.» سفارش‌ها زیاد شد و رونق به کار و کاسی خانم جمشیدی بازگشت.

حالا خانم جمشیدی به تنهایی همه ۲۰ بافنده‌ای را که دارد، پیگیری می‌کند. کیفیت تابلوفرش‌هایی که تحویل مشتری می‌دهند، خیلی رایش مهم است و با بافنده‌ها در طول کار در ارتباط است و کیفیت کار را بررسی می‌کند. معتقد است اگر خریداران از تعهدی که آنها به زمان تحویل سفارش‌ها دارند و قیمت مناسب و پایین‌ترشان در مقایسه با فروشگاه‌های دیگر خبر داشته باشند، هیچ‌جای دیگری را جز غرفه «تابلوفرش نهال» برای خرید انتخاب نمی‌کنند.

«باسلام» بازار اجتماعی آنلاین است برای کسب‌وکارهای کوچک، QR که پایین را اسکن کنید و غرفه نهال را ببینید.



basaalam.com



قصه‌ها در تاریخ تمدن بشری نقش مهمی ایفا کرده‌اند. از هر زاویه‌ای که نگاه کنیم، می‌بینیم که قصه‌ها در مسیر فرهنگ‌سازی، القای معانی، آموزش و ترویج مفاهیم و موضوعات نوپدید یا طرح دغدغه‌های عام و مشترک جهانی نقش یکتا و منحصربه‌فردی داشته‌اند. از فرهنگ دینی اگر شروع کنیم، خوب است نگاهی به کتاب آسمانی و جوادانه‌مان قرآن ببندازیم و ببینیم که چگونه اهداف متعالی و انسان‌ساز قرآن از طریق نقل قصه‌های مختلف و متعدد محقق می‌شوند؛ قصه آدم و حوا، قصه کشتی نوح پیامبر، قصه شکافته‌شدن رود نیل در جریان نبرد تاریخی موسی و فرعون، قصه زاده‌شدن حضرت عیسی، داستان مصلوب‌شدن ایشان، تا می‌رسد به زیاترین قصه به تعبیر قرآن که قصه جناب یوسف است و از آن تعبیر به احسن‌القصص می‌فرماید. این همه تأکید بر قصه‌گویی نشان می‌دهد آدمی با خواندن و شنیدن قصه‌ها و روایت‌ها چنان تأثیری می‌پذیرد و آموزشی می‌بیند که گویی هیچ‌کدام از ابزارهای آموزشی دیگر چنین تأثیری را بر روح و روان او ندارند. در فرهنگ ادبی و ادبیات ملت‌های مختلف و تمدن‌های گوناگون هم که نگاه می‌کنیم، می‌بینیم میدان‌داران اصلی و قهرمانان بزرگ، داستان‌گویان برترند. انکار تمدن‌ها و ملت‌های مختلف، برجسته‌ترین و زنده‌ترین قهرمانان خود را به این عرصه فرستاده‌اند تا بهترین داستان‌های خود را به زیاترین شکل تصویر کرده و تقدیم تاریخ و بشریت کنند. شاعران، نقاشان، نویسندگان، معماران، نویساران و انواع حرف و مشاغل هنری دیگر همه خود را در مسیر ترویج و تبلیغ روایت‌های تاریخ‌ساز قرار داده و برترین آثار خود را در این مسیر ساخته‌اند. در فرهنگ ایرانی خودمان نیک‌نگرید که جایگاه فردوسی، مولوی، عطار، سنایی، سعدی و نظایر آنها از آن‌رو برجسته است

استارت‌آپ



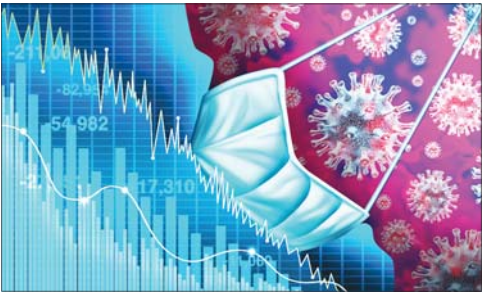
قصه‌های نوآوری

یکتا و یگانه‌ای دارد. شاید بتوان سه مؤلفه اصلی برای قصه‌گویی قائل شد؛ نخست مستندسازی تاریخ. بسیاری از وقایع تاریخی اگر لباس قصه نپوشند، در لای صفحات کتب تاریخ مدفون شده باقی می‌ماند. دیگری، آموزش است. قصه‌ها دستمایه اصلی و بهترین خوراک برای آموزش صحیح و هنرمندانه مسائل و موضوعات به دانش‌آموزان و دانشجویان هستند و سومی پروبال‌دادن به قوه خیال آدمی که ارضاء هرچه خیال‌پردازترشود، جهان را به همان میزان متحول‌تر و دگرگون‌تر خواهد کرد. ما در حوزه علم، فناوری و نوآوری هم با قصه مواجهیم و ارضاء قصه‌های این بخش، از اهمیت خاصی و مضاعفی برخوردار هستند. قصه‌های این بخش گاهی تخیلی هستند؛ همان که در ادبیات امروز به آنها science fiction می‌گویند. تجربه و مرور داستان‌های علمی-تخیلی گذشته نشان می‌دهد این داستان‌ها صرفاً ابزار سرگرمی برای نوجوانان و جوانان عشق علم و فناوری نیستند، بلکه انکار به‌گونه‌ای آینده‌نگاری و ترسیم آینده‌هایی هستند که بشر رؤیای محقق‌شدن آنها را در سر می‌پروران. این داستان‌ها اگرچه مفیدند و به نوبه خود جای بررسی و تحلیل آنها وجود دارد، اما

که هریک به نظم یا نثر برترین روایت‌های تاریخ و فرهنگ ایران را نقل کرده و آنها را در ماندگارترین شکل ممکن مستند کرده‌اند. اگر قدری جلوتر بایایم، صنعت تئاتر و سینما را ببینیم؛ این هنر-صنعتی که اعجوبه قرن اخیر شد، چشم‌ها را به خود خیره کرد و مهم‌ترین رسانه فرهنگی روزگار معاصر و سده اخیر شد. درست است که در تأثیرگذاری این هنر-صنعت مخلوطی از ابزارها، فناوری‌ها، مهارت‌ها و توانمندی‌ها تأثیرگذار بوده‌اند، اما چه کسی است که انکار کند جوهره و ماهیت اصلی این هنر-صنعت برجسته و ممتاز، روایت و قصه‌ای است که پشت سر همه این هنرنمایی‌ها و ابزارها وجود دارد. هنر سینما این است که قصه‌ها را از پس تاریخ یا ذهن قصه‌پردازان برجسته بیرون می‌کشد و در آنها هویت می‌بخشد و آنها را بصری می‌کند و در آنها روح می‌دمد و به این ترتیب عمق نفوذ آنها را در جان و روح بینندگان صدچندان می‌کند. بر این اساس، قصه روح و پیکره اصلی هنر-صنعت سینماست و همین است که به سینما در عمق فرهنگ و تمدن بشر جایگاه ممتاز و برجسته می‌بخشد. این مقدمه‌ها را گفتن تا تأکید کنم قصه در مسیر فرهنگ و تمدن بشر جایگاه

علم داده

علم داده و مواجهه با پاندمی کرونا



بیماری، پزشکان متوجه می‌شوند که برخی از اقدامات قبلی، بدون تأثیر یا با تأثیر بسیار کم بوده است. علم داده قادر است حتی با فراتر از توصیه رویکردهای پزشکی گذشته و نشان دهد آیا رویکردهای جاری مؤثر هستند یا خیر. درحالی‌که مسئولان کشورها در حال اعمال اقدامات جدید هستند، باید هم‌زمان، نیم‌نگاهی هم به داده‌ها داشته باشند تا دریابند که آیا این روش‌ها مؤثر هستند یا خیر. تجزیه و تحلیل بهتر داده‌ها، به صورت قطعی‌تر مشخص می‌کند که کدام اقدامات مؤثر هستند و کدام بی‌تأثیر.

۳- تضمین کیفیت محصول در طول تجزیه‌ه پشتیبانی

تجزیه‌ه تأمین، عاملی حیاتی در بسیاری از ابعاد زندگی است؛ به‌ویژه در بحران‌های این‌چنین. فرایند «ماندن کالا به دست مشتری در کمترین زمان ممکن» در زمان شیوع کووید۱۹ افزایش چشمگیری داشته است؛ چراکه مردم به‌جای ترک خانه برای خرید، نیازهای خود را عمدتاً به روش‌های گوناگون آنلاین یا تلفنی سفارش می‌دهند. با توجه به اینکه بیشتر کالاهای سفارشی مردم، مواد غذایی فاسدشدنی است، به همین دلیل شرکت‌ها برای تضمین کیفیت محصول به علم داده نیاز دارند. علم داده می‌تواند به شرکت‌ها برای ایجاد سیستم‌های نظارتی هوشمند در این زمینه کمک کند. بدون بهره‌گیری از ابزار صحیح داده‌ها، مواد غذایی، واکسن‌ها و گیاهان در مسیر حمل‌ونقل و تحویل امکان فاسدشدن یا آسیب‌دیدن دارند.

استانداردهای ملی مدیریت نوآوری

چارچوب‌های نوآوری – قسمت دوم

اکتشافی بوده و با جست‌وجو، آزمایش و یادگیری تعریف و تعیین می‌شوند و با پیشرفت‌کردن فرایند و کسب و انباشت دانش، عدم قطعیت آنها کاهش می‌یابد. بنابراین اقدامات ابتکاری برای نوآوری، مستلزم پذیرش ریسک بوده با علم به اینکه همه اینها نیز لزوماً منجر به نوآوری نخواهند شد. در همین راستا و به‌منظور مدیریت بهینه ریسک‌های ذکرشده، توصیه اصلی این استانداردها

بر به‌کارگیری رویکردهای متفاوتی مانند یادگیری، مشارکت با متنوع‌سازی پرتفوی فعالیت‌های نوآورانه با سطوح متفاوت ریسک است و در نتیجه اتخاذ رویکرد سیستمی برای درک وابستگی متقابل و مدیریت عدم قطعیت را ضروری می‌داند. ابتکارات نوآوری می‌توانند از سوی فرایندهایی که در استانداردهای ملی مدیریت نوآوری مورد اشاره قرار می‌گیرند، پیاده‌سازی شوند تا سازمان‌ها فرصت‌ها را شناسایی کرده، مفاهیم را ایجاد و صحت‌گذاری کنند و در نهایت راه‌حل‌ها را توسعه‌ داده و جاری کنند. سازمان‌ها می‌توانند ساختارهای یکپارچه یا جداگانه‌ای به‌منظور پیاده‌سازی فعالیت‌های نوآوری ایجاد کنند. ممکن است این ساختارها به سبک‌های اهربری، شایستگی‌ها و فرهنگ‌های متفاوتی نیاز داشته باشند. استانداردهای ملی مدیریت نوآوری

