



کسب و کارهای کوچک و خانگی مسیر خود را طی می کنند
و صرفاً آموزش های جزئی می بینند که به چه حوزه هایی توجه کنند
یا چه مهارت هایی برای گسترش کسب و کارشان نیاز است و ...
در همین حوزه هم آموزش به عموم مردم موضوعیت جدی تری دارد

ایجاد شود در حاشیه قرار دارد. حتی ماکم کم به سمت این می رویم که این جذابیت ها را هم کمتر کنیم که افراد به خاطر وام و تسهیلات حضور پیدا نکنند. ما موارد زیادی دیدیم که افرادی که در برنامه ها حاضر می شوند حتی دنبال این وام هم نیستند زیرا معتقدند وام آنها را از مسیر رشد ارگانیک شان خارج می کند. ما هم باید به دنبال تقویت کسب و کارها در همین مسیر ارگانیک باشیم. اما اصل داستان مردم هستند که آنها خودشان باید آموزش ببینند و وارد کار شوند. در برنامه های جدید هم می بینیم که به مردم نیازهای کارآفرینان گفته می شود و بعد این مردم هستند که با توجه به امکانات و توانمندی های شان با صاحب کسب و کار وارد شراکت می شوند. یا مهارت شان را در اختیار او می گذارند یا سوله یا زیرزمین بزرگ یا ابزار یا چیزهای دیگر.

❏ در بعضی از این برنامه ها می بینیم که تلاش برای مانیتورینگ هم وجود دارد.

اینها بیشتر جذابیت های رسانه ای ماجرا است. کسب و کارهای کوچک و خانگی مسیر خود را طی می کنند و صرفاً آموزش های جزئی می بینند که به چه حوزه هایی توجه کنند یا چه مهارت هایی برای گسترش کسب و کارشان نیاز است و ... در همین حوزه هم آموزش به عموم مردم موضوعیت جدی تری دارد. برای مثال در افکار عمومی این طور جا افتاده که کارآفرینی از تولید شروع می شود. یعنی ما یک چیزی را باید تولید کنیم بعد بفروشیم. در صورتی که کسب و کارهای موفق از فروش و بازاریابی و تشخیص نیاز بازار کارشان را شروع می کنند حتی تولید بدون کارخانه انجام می دهند و بعد کم کم وارد تولید می شوند. بیش از ۷۰ درصد کارآفرینانی که در این سال ها با ما مواجه شده اند کارشان را از بازار شروع کرده و موفق شده اند.

❏ یکی از نقدهایی که به برنامه های کارآفرینی وارد می شود این است که اولویت کسب سود برایشان از نفس تولید و کار بالاتر است. نظر شما در این باره چیست؟

من چنین برداشتی از برنامه ها ندارم. در عموم برنامه ها این که چه میزان اشتغال ایجاد شده است، این که چه میزان نیاز کشور برآورده شده است و این که جایگزینی واردات انجام شده باشد مورد تشویق قرار می گیرد. حتی در مورد سوددهی هم آن سوددهی مورد تشویق قرار می گیرد که به سرمایه گذاری مجدد تبدیل شده باشد. البته قبول دارم که گاهی به دلیل جاذبه های تلویزیونی بر طبل رقابت کوبیده می شود اما حتماً بسیار جزئی است.



گفت و گو با هادی سلیمی زاده، تهیه کننده برنامه جشنواره کارآفرینی

به دنبال آموزش مردم هستیم

یکی از اقدامات انجام شده در رسانه ملی برای تقویت تولید و رفع موانع کسب و کار، تشکیل ستاد جهش تولید بوده است. در این ستاد تاکنون برنامه های متفاوتی نظیر جشنواره کارآفرینی، از کجا شروع کنیم، اقتصاد، مشکلات، راهکارها و قهرمانان تولید طراحی و تولید شده است. هادی سلیمی زاده، تهیه کننده برنامه جشنواره کارآفرینی است. با او درباره برنامه های کارآفرینی رسانه ملی گفت و گو کردیم.

❏ چند سالی است که موج برنامه هایی با محوریت کسب و کار و کارآفرینی در رسانه ملی راه افتاده است. این دغدغه از کجا و بطور شکل گرفته است؟
در سال های گذشته نگاه کلانی در کشور حاکم بود که استخدام رسمی را ارزشمند می دانست. حتی در میان خانواده ها هم این بود. اوضاع اقتصادی هم تاحدودی پاسخگو بود و با فروش نفت و یارانه و ... زندگی ها با حقوق کارمندی می چرخید. در این فضا کارآفرینی ارج و قربی نداشت. از حدود سال ۹۰ با شروع تلاطم های اقتصادی، ورق برگشت و دیگر استخدام منزلت ویژه ای نداشت. رقابت هم در حوزه استخدام بسیار بالا و فرصت ها کم شده بود. همه اینها دست به دست هم داد و مردم را به این جمع بندی رساند که خودمان باید کاری برای خودمان بکنیم. حتی در این دوره شاهد این بودیم که اقبال به رشته های فنی حرفه ای از رشته های دانشگاهی بیشتر شد. از همین سال ۹۲-۹۱ بود که برنامه های کارآفرینی هم در صداوسیما شروع شد. آن موقع برنامه «پایش» کارآفرین ها را می آورد و از فراز و فرودهای زندگی شان می گفت. هنوز هم برخی برنامه ها با این رویکرد وجود دارند. از یکی دو سال قبل، دیدیم که صرف گفتن داستان زندگی کارآفرینان و فراز و فرودهای شان کافی نیست و به همین دلیل نسل دوم برنامه های کارآفرینی آغاز شد. در این دوره رویکرد تاحدودی رقابت و از

ایجاد این بستر عمومی هستیم که هرکس امکان پرورش استعدادش را پیدا کند.

❏ یعنی شما فکر می کنید در برنامه ها و مسابقات کارآفرینی مردم در اولویت هستند و کسب و کارهایی که حضور پیدا می کنند در مرتبه بعد قرار می گیرند.

در نسل قبلی برنامه ها این طور نبود. کارآفرین می آمد و ثروتش را به رخ می کشید و بالا و پایین زندگی اش را می گفت و کم کم این گزاره شکل گرفته بود که کارآفرینی یعنی مشقت و سختی. یعنی صرفاً آگاهی بخشی به مخاطب اتفاق می افتاد. اما در نسل بعدی برنامه ها، اقدام کردن و تبدیل آگاهی به رفتار در دستور کار قرار داد. به همین دلیل در این نسل موضوع رقابت هم خیلی مطرح نیست. چون رقابت، صرفاً برای افراد حاضر در صنعت انگیزه ایجاد می کند در حالی که ما به دنبال این هستیم که عموم افراد به یک اقدام عملی سوق پیدا کنند. به همین دلیل مخاطب را دعوت می کنیم که وارد کسب و کار شود، آموزش ببیند، کارورزی کند و ...

❏ آورده کسب و کارها از حضور در این برنامه ها چه می تواند باشد؟

نفس حضور افراد و کسب و کارهای موفق در رسانه موضوعیت دارد. اما این که با حضور در برنامه وami بگیرند یا کمکی دریافت کنند یا بازاری برایشان

آن مهم تر سوق دادن مردم به مشارکت بود. در واقع به دنبال این رفتیم که مردم خودشان وارد کسب و کار شوند. در این فضا آشنا شدن مردم با خود کسب و کارها و فراز و فرودهای شان موضوعیت داشت. این که مردم بیایند با صاحب کسب و کار شریک شوند، بروند در آنجا کارآموزی کنند، مفت کاری کنند، کارورزی کنند و فروشندگی و ویزیتوری را یاد بگیرند. این الگویی است که مدام باید آموزش داده شود و ارزشمند نشان داده شود. چیزی که در خیلی از کشورها می بینیم که وجود دارد. حتی در ساختار مدارس آموزش داده می شود. نتیجه این آموزش ها این می شود که فرد تبدیل به نیرویی بالقوه برای کارآفرین شدن می شود.

ما این را می دانیم که حداکثر ۵ تا ۱۰ درصد مردم امکان کارآفرینی و سرپرستی یک کسب و کار را پیدا می کنند، اما ۴۰-۳۰ درصد می توانند عنصری فعال در کسب و کار باشند و نقش آفرینی جدی کنند و ۵۰-۶۰ درصد هم نیروی کار و مشارکت کننده هستند. ولی ما به دنبال

آگهی مجهول المکان

آقای حمید توافقی فرزند حبیب اله مجهول المکان به اطلاع جنابعالی می رساند، همسر شما برابر دادنامه شماره ۹۹۰۹۷۲۱۶۵۰۰۰۵۶۷ تقاضای ثبت طلاق نموده، لذا لازم است ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار در این دفترخانه به آدرس: تهران، فلکه دوم صادقیه، ابتدای بلوار فردوس، خیابان ولیعصر، تقاطع خیابان اعتمادیان، ساختمان ایران، پلاک ۵۶، طبقه سوم، واحد ۸، دفتر طلاق ۸۷، حاضر گردید، در غیر این صورت طبق مقررات اقدام به ثبت طلاق خواهد شد و اعتراض بعدی شما مسموع نخواهد بود.
دکتر اسداله لطفی سردفتر طلاق ۸۷ تهران

سند برگ سبز خودرو پراید، مدل ۸۹، رنگ نقره ای، به شماره انتظامی ۹۷۱ ق ۲۳- ایران ۴۶، شماره موتور 3543745 و شماره شاسی S1412289504636 به نام زینب کارگر راسته کناری مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

شناسنامه موتور و کارت موتور سیکلت، مدل ۱۳۹۲، به رنگ زرشکی، شماره انتظامی ایران ۶۲۸-۳۵۸۱۸ شماره موتور 110620K1N0125 شماره تنه 125e9204639 n1k*** به نام محمود کمالی مقدم مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

برگ سبز پژو سواری PARS XU7 به رنگ سفید روغنی مدل ۱۳۹۳ و شماره شاسی NAAN21CA5EK177731 و شماره پلاک ۲۳۵ل ۶۴- ایران ۳۵ و شماره موتور 124K0405686 و به نام عباس سلمان زاده چایکنندی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

سند برگ سبز خودرو پژو ۲۰۶، رنگ سفید، شماره موتور 182A0099690 و شماره شاسی NAAP03EE1U111214 به نام ناصر علی کریمی گلنار مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

برگ سبز، برگ کمپانی، کارت خودرو پراید، مدل ۸۶، دوگانه فابریک نقره ای، شماره پلاک ۵۱۷ ص ۵۵- ایران ۲۴ شماره شاسی S1412286376654، شماره موتور 2112207 به نام جهانبخش علی پور خدادادی مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.