



از واقعیاتی در کسب و کار تا ضرورت تفکر انتقادی در تصمیم‌گیری

همایش دو روزه «بازآفرینی در بحران؛ کد بقا» از سلسله رویدادهای «کلینیک صنعت»، با هدف گفتگو، انتقال تجربه و بررسی راهکارهای تصمیم‌گیری، مدیریت و توسعه کسب و کار در شرایط بحرانی برگزار شد. این رویداد بستری برای گفت‌وگو و انتقال تجربه، به چالش کشیدن دیدگاه‌های رایج و بررسی راه‌حل‌هایی بود که بتوانند در میدان واقعی کسب و کار و به‌ویژه در شرایط بحرانی، کاربرد داشته باشند.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، این برنامه در قالب کارگاه حل مسئله، مناظره پیرامون پرونده‌های اقتصادی و کارگاه انتقال تجربه برگزار شد و در بخش انتقال تجربه، یونس ژائله، کارآفرین و رئیس اتاق بازرگانی تبریز، تجربیات خود از سال‌ها فعالیت در حوزه تولید و کسب و کار را با حاضران در میان گذاشت. یونس ژائله در همایش دو روزه «بازآفرینی در بحران؛ کد بقا» از سلسله رویدادهای «کلینیک صنعت»، با انتقال بخشی از تجربیات خود در سال‌های فعالیت اقتصادی، بر ضرورت تغییر نگاه فعالان بخش خصوصی به چالش‌های کسب و کار تأکید کرد و گفت: مشکلات همواره بخشی از مسیر تولید بوده‌اند و آنچه اهمیت دارد، حفظ تمرکز بر توسعه کسب و کار و حرکت به سمت تولید محصولات رقابت‌پذیر است. وی با بیان اینکه تولیدکنندگان در مسیر فعالیت خود با مسائل مختلفی از جمله مالیات، بیمه اجتماعی، مشکلات نیروی انسانی، محدودیت‌های اداری، مسائل محیط زیستی و دیگر موانع روبه‌رو هستند، افزود: وجود این مشکلات نباید موجب شود فعال اقتصادی از مسئله اصلی کسب و کار خود فاصله بگیرد. ژائله تأکید کرد: تولیدکننده باید پیش از هر چیز از خود بپرسد محصولی که تولید می‌کند چه کیفیتی دارد، آیا با استانداردهای جهانی قابل رقابت است، قیمت مناسبی دارد، مشتری حاضر است برای آن پول پرداخت کند و آیا محصول با سرویس مناسب و در زمان مقرر به دست مشتری می‌رسد یا خیر. وی بازار، محصول و مشتری را سه مسئله اساسی بنگاه‌های اقتصادی دانست و گفت: سایر مشکلات در مسیر تولید وجود دارند و خواهند داشت، اما نباید تمام وقت و انرژی فعال اقتصادی، صرف پرداختن به این موانع و پیدا کردن مقصود شود.



مشکلات تولید را به بهانه تبدیل نکنیم

رئیس اتاق بازرگانی تبریز با تشبیه فعالیت تولیدی به صعود به قله اظهار کرد: کسی که قصد بالا رفتن از قله را دارد، نمی‌تواند انتظار داشته باشد پایش زخمی نشود. در تولید نیز با مشکلات متعدد مواجه می‌شویم و این دشواری‌ها بخشی از طبیعت کار هستند. وی افزود: فعال اقتصادی نباید اجازه دهد مسائل روزمره به بهانه‌ای برای توقف تبدیل شوند. اگر هدف توسعه است، باید ضمن مواجهه با مشکلات، مسیر اصلی را ادامه داد و

تمرکز را بر تولید، کیفیت، بازار و رضایت مشتری حفظ کرد.

ژائله با تأکید بر پرهیز از مقصرجویی گفت: به جای اینکه همه توان خود را صرف یافتن مقصر کنیم، باید ببینیم برای توسعه بنگاه خود چه کاری می توانیم انجام دهیم و چگونه می توانیم محصولی تولید کنیم که در بازار داخلی و خارجی قدرت رقابت داشته باشد.

صنایع ایران باید در مقیاس جهانی فکر کنند

ژائله در ادامه با اشاره به ظرفیت بالای صنایع کشور، بر ضرورت حرکت به سمت بازارهای جهانی تأکید کرد و گفت: صنایعی همچون نساجی، کفش، چرم، پوشاک و صنایع غذایی از ظرفیت قابل توجهی برای توسعه برخوردارند، اما بهره گیری از این ظرفیت مستلزم سرمایه گذاری، افزایش مهارت، آموزش و حرکت به سمت تولید محصولات باکیفیت است. وی با اشاره به ظرفیت صنعت نساجی در بازار جهانی افزود: اگر قرار است در این حوزه ها موفق شویم، باید در مقیاس جهانی فکر و فعالیت کنیم و محصولی ارائه دهیم که از نظر کیفیت، قیمت و خدمات توان رقابت در بازارهای بین المللی را داشته باشد. رئیس اتاق بازرگانی تبریز با اشاره به پیشینه مهارت های تولیدی در بازار ایران گفت: در گذشته، مهارت و حرفه تا اندازه ای با هویت افراد و خانواده ها پیوند داشت که حتی در نام خانوادگی آنان نیز نمود پیدا می کرد. این موضوع نشان دهنده جایگاه مهارت در ساختار سنتی تولید و تجارت کشور است. وی فرش دستباف تبریز را نمونه ای از پیوند مهارت، کیفیت و برند دانست و تأکید کرد: همان مسیری که موجب شده فرش تبریز در سطح جهانی شناخته شود، می تواند در حوزه هایی مانند کیف و کفش، چرم، پوشاک و صنایع غذایی نیز طی شود؛ مشروط بر اینکه کیفیت و مهارت در مرکز توجه قرار گیرد.

اتاق های بازرگانی باید برای صنایع ریل گذاری کنند

ژائله در بخش دیگری از سخنان خود، هدف گذاری و تدوین برنامه عملیاتی را از الزامات توسعه صنایع دانست و گفت: برای هر صنعت باید مقصدی روشن و قابل اندازه گیری تعیین شود. باید بدانیم هر صنعت در یک بازه زمانی مشخص قرار است به چه میزان تولید، صادرات و ارزش آفرینی دست یابد. وی با تأکید بر نقش اتاق های بازرگانی در این زمینه افزود: اتاق نباید صرفاً محلی برای طرح مشکلات فعالان اقتصادی باشد؛ بلکه باید مسیر را نشان دهد، برای صنایع ریل گذاری کند و زمینه آموزش، انتقال تجربه و ارتقای مهارت را فراهم آورد. رئیس اتاق بازرگانی تبریز تأکید کرد: زمانی می توان عملکرد یک اتاق را موفق ارزیابی کرد که برای هر صنعت، هدف مشخص و نقشه راه وجود داشته باشد و معلوم باشد آن صنعت در سال های آینده باید به چه نقطه ای برسد. وی افزود: پس از ترسیم نقشه راه نیز باید برنامه عملیاتی مشخصی تدوین شود تا اهداف از روی کاغذ وارد مرحله اجرا شوند.

از هوش مصنوعی برای شناسایی نقاط ضعف کسب وکار استفاده کنیم

ژائله در ادامه به تحولات فناوری و نقش هوش مصنوعی در مدیریت و توسعه کسب وکارها اشاره کرد و از فعالان اقتصادی خواست استفاده از این ابزارها را جدی بگیرند. وی گفت: فعالان اقتصادی می توانند اطلاعات مربوط به کسب وکار و اهداف خود را در اختیار ابزارهای هوش مصنوعی قرار دهند و از این ظرفیت برای تدوین نقشه راه، بررسی وضعیت بنگاه و شناسایی نقاط ضعف استفاده کنند. رئیس اتاق بازرگانی تبریز در عین حال تأکید کرد که فناوری جایگزین تجربه و مسئولیت مدیران بنگاه ها نمی شود و افزود: پس از تدوین نقشه راه، اجرای برنامه و انتخاب تاکتیک ها و تکنیک های مناسب، بر عهده خود فعالان اقتصادی است.

اعتبار؛ سرمایه ای مهم تر از سود کوتاه مدت

ژائله بخش دیگری از سخنان خود را به موضوع اخلاق تجارت و اهمیت «اعتبار» اختصاص داد و گفت: یکی از سرمایه های مهم فعال اقتصادی، اعتباری است که طی سال ها در بازار، نزد مشتریان و در نظام مالی به دست می آورد. وی با اشاره به فرهنگ سنتی بازار افزود: قدیمی های بازار برای اعتبار ارزش بسیار بالایی قائل بودند؛ چراکه با اعتبار می توان پول و فرصت اقتصادی به دست آورد، اما پول به تنهایی نمی تواند اعتبار از دست رفته را بازگرداند. رئیس اتاق بازرگانی تبریز با تأکید بر ضرورت پایبندی فعالان اقتصادی به تعهدات خود گفت: اگر فردی تعهدی برای تحویل محصول داده باشد، افزایش قیمت نباید بهانه ای برای عمل نکردن به آن تعهد شود. ممکن است اجرای یک قرارداد در مقطعی موجب زیان شود، اما عمل به تعهد، اعتباری ایجاد می کند که ارزش آن در بلندمدت می تواند چندین برابر آن زبان باشد. وی با انتقاد از نگاه کوتاه مدت به سودآوری افزود: فعالان اقتصادی نباید به دنبال سودهای زودگذر و آبی باشند. حفظ مشتری و اعتماد او باید یکی از مهم ترین اولویت های بنگاه باشد و گاهی لازم است برای حفظ یک رابطه تجاری بلندمدت، هزینه ای کوتاه مدت را بپذیرفت. ژائله با اشاره به ارزش مشتریان بلندمدت گفت: نباید یک رابطه تجاری چندین ساله را به خاطر منفعتی کوچک به خطر انداخت؛ چراکه اعتبار ایجادشده نزد مشتری ارزشی بسیار بیشتر از سود یک معامله دارد.

خوش حسابی، مسیر دسترسی به منابع مالی را هموار می کند

رئیس اتاق بازرگانی تبریز در ادامه به موضوع تأمین مالی بنگاه ها پرداخت و گفت: مسئله تأمین مالی را نباید تنها به کمبود پول و منابع محدود کرد؛ چراکه بانک ها نیز به دنبال مشتریان خوش حساب و معتبری هستند که بتوانند منابع دریافت شده را به درستی مدیریت کرده و تعهدات خود را انجام دهند. وی افزود: یک فعال اقتصادی باید بداند در نظام بانکی و اقتصادی از چه میزان اعتبار برخوردار است. نداشتن چک برگشتی، عمل به تعهدات، شفافیت مالی، انجام تعهدات صادراتی و ارائه گزارش های مالی صحیح، همگی در ساخت اعتبار یک بنگاه مؤثر هستند. ژائله تأکید کرد: ممکن است برخی اقدامات غیرشفاف در کوتاه مدت منفعتی برای بنگاه ایجاد کنند، اما هزینه ای که از محل کاهش اعتبار به کسب وکار تحمیل می شود، می تواند بسیار بیشتر از آن منفعت کوتاه مدت باشد.

بخش خصوصی باید برای توسعه خود برنامه داشته باشد

ژاله در بخش دیگری از سخنان خود بر نقش بخش خصوصی در توسعه اقتصادی تأکید کرد و گفت: نباید انتظار داشت همه مسائل از سوی دولت حل شود. بخش خصوصی نیز باید اراده کند، برای آینده خود برنامه داشته باشد، مهارت کسب کند و از تجربه و دانش افراد متخصص بهره ببرد. وی با تأکید بر ضرورت برگزاری نشست های تخصصی و انتقال تجربه در اتاق بازرگانی افزود: فعالان بخش خصوصی باید کنار یکدیگر بنشینند، درباره مسائل صحبت کنند، راهکار ارائه دهند، برنامه ریزی کنند و برای ارتقای دانش و مهارت خود از استادان و صاحبان تجربه بهره بگیرند. رئیس اتاق بازرگانی تبریز تأکید کرد: برای توسعه هر صنعت باید هدف، نقشه راه و برنامه عملیاتی مشخص وجود داشته باشد و هر بخش بداند برای رسیدن به اهداف تعیین شده چه اقداماتی باید انجام دهد. ژاله در پایان با اشاره به شرایط دشوار اقتصادی و بحران های مختلف، بر ضرورت حفظ تمرکز بنگاه ها بر مسیر توسعه تأکید کرد و گفت: بحران ها، مشکلات و محدودیت ها دائمی نیستند و نباید اجازه داد این شرایط، فعالان اقتصادی را از مأموریت اصلی خود دور کند. وی افزود: به جای آنکه وقت فعالان اقتصادی صرف حاشیه ها و اختلافات شود، باید این زمان برای توسعه کسب و کار، ارتقای کیفیت محصولات، افزایش توان رقابتی و گسترش بازار صرف شود.

رئیس اتاق بازرگانی تبریز تأکید کرد: این بحران ها می گذرد و این جنگ هم تمام می شود و آنچه اهمیت دارد، مسیری است که بنگاه ها برای توسعه خود طی کرده اند. ژاله در جمع بندی سخنان خود، بار دیگر فعالان اقتصادی را به تمرکز بر اصول بنیادین کسب و کار فراخواند؛ اصولی که از نگاه او در نهایت به چند مؤلفه اساسی بازمی گردد: محصول، باکیفیت، قیمت، رقابت، بازار مناسب، مشتری بارض، اعتبار تجاری و برنامه روشنی برای توسعه.



نگاه مثبت نباید ما را از واقعیت های اقتصاد دور کند

در ادامه این رویداد، جعفر محرم پور، دبیر اتاق بازرگانی تبریز، در این جلسه گفت: امروز یکی از مهم ترین پرسش های جوانان این است که هنگام آغاز یک کسب و کار، چگونه باید اقدام کنند تا بتوانند به موفقیت دست یابند و مسیری مشابه فعالان اقتصادی موفق همچون آقای ژاله را طی کنند. وی با اشاره به ضرورت تغییر نگاه نسبت به مسائل و مشکلات اقتصادی اظهار کرد: گاهی لازم است نگاه خود را تغییر دهیم و واقعیت های موجود در فضای کسب و کار را از زاویه دیگری ببینیم. در جامعه ای که امروز در آن زندگی می کنیم، شاید آن قدر به مشکلات، محدودیت ها و موانع اقتصادی عادت کرده ایم که بسیاری از دردهای واقعی فعالان اقتصادی را دیگر به درستی احساس نمی کنیم. محرم پور ادامه داد: بخش عمده ای از روز کاری من به عنوان دبیر اتاق بازرگانی، با شنیدن دغدغه ها و مشکلات فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان می گذرد. به همین دلیل معتقدم

گاهی کسانی که نگاه مثبتی به شرایط دارند، شاید هنوز برخی از این مشکلات را به صورت مستقیم لمس نکرده اند. دبیر اتاق بازرگانی تبریز با تأکید بر ضرورت توجه به واقعیت های اقتصاد کشور خاطرنشان کرد: فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان امروز با مشکلات متعددی در زمینه حمل و نقل، صادرات، واردات، تأمین مواد اولیه و مسائل مربوط به تحریم ها و محدودیت های بین المللی مواجه هستند و نمی توان به سادگی از کنار این مسائل عبور کرد. وی افزود: سؤال اینجاست که اقتصاد ما چگونه به نقطه ای رسیده است که برخی از افراد این دردها و مشکلات را احساس نمی کنند و همچنان تلاش می کنند همه چیز را صرفاً با نگاه «انرژی مثبت» ببینند؟ البته داشتن نگاه مثبت ارزشمند است، اما این نگاه نباید باعث شود از واقعیت ها و مشکلاتی که فعالان اقتصادی هر روز با آن مواجه هستند، غافل شویم.

محرم پور در پایان تأکید کرد: برای کمک به جوانانی که قصد ورود به عرصه کسب و کار و تولید را دارند، باید علاوه بر بیان تجربه های موفق، واقعیت ها، موانع و سختی های مسب نیز به درستی، تشریح شود تا آنان بتوانند با شناخت، واقعیت و آمادگی بیشتری وارد این عرصه شوند.



تفکر انتقادی، لازمه تصمیم گیری آگاهانه مدیران است

استاد اقتصاد دانشگاه تهران با تأکید بر اهمیت تفکر انتقادی در تصمیم گیری گفت: مدیران و تصمیم گیران باید بتوانند باورها، پیش فرض ها و شیوه تحلیل خود را مورد بازبینی قرار دهند؛ چراکه توانایی تحلیل به تنهایی تضمین کننده تصمیم درست نیست و حرکت سریع در مسیر اشتباه، تنها فاصله از هدف را بیشتر می کند. محسن نظری با تعریف تفکر انتقادی به عنوان «تفکر درباره تفکر» اظهار کرد: انسان ها به طور مداوم فکر و تصمیم گیری می کنند، اما کمتر شیوه فکر کردن خود را مورد ارزیابی قرار می دهند. تفکر انتقادی کمک می کند افراد نسبت به خطاهای ذهنی، پیش فرض ها و عواملی که بر تصمیم هایشان اثر می گذارند، آگاه تر شوند. وی با بیان اینکه ذهن انسان همواره کاملاً منطقی عمل نمی کند، افزود: ذهن برای رسیدن سریع تر به نتیجه از میانبرهای ذهنی استفاده می کند و همین مسئله می تواند زمینه بروز خطاهای شناختی و قضاوت های نادرست را فراهم کند. از این رو، شناخت خطاهای شناختی، استدلال صحیح و توانایی تشخیص مغالطه ها از مؤلفه های مهم تفکر انتقادی است.

نظری با تأکید بر پیوند تفکر انتقادی و اخلاق گفت: تفکر انتقادی نباید به ابزاری برای تمسخر یا تحقیر دیگران تبدیل شود. نقد باید بر پایه استدلال و همراه با احترام باشد و در کنار آن، مهارت گفت و گو و به ویژه گوش دادن نیز اهمیت زیادی دارد.

وی «استقلال فکری» را از دیگر ویژگی های تفکر انتقادی دانست و افزود: افراد نباید صرفاً براساس نظر دیگران تصمیم بگیرند، بلکه باید توانایی بررسی شواهد و شکل دهی به دیدگاه مستقل خود را داشته باشند.

این استاد دانشگاه با اشاره به کاربرد تفکر انتقادی در مدیریت پیشنهاد کرد در جلسات تصمیم گیری، فردی نقش منتقد یا «وکیل مدافع شیطان» را برعهده بگیرد تا نقاط ضعف و پیامدهای احتمالی تصمیم ها را بررسی کند. وی همچنین تنوع فکری در تیم ها را عاملی برای کاهش خطاهای مشترک دانست.

نظری تأکید کرد: مدیر نیز بهتر است نخستین فردی نباشد که نظر خود را مطرح می کند، بلکه ابتدا دیدگاه اعضای تیم را بشنود و پس از بررسی نظرات مختلف، جمع بندی کند. وی با تأکید بر اهمیت تحلیل داده ها و توجه به واقعیت های پنهان گفت: نباید تنها نمونه های موفق را مبنای تصمیم گیری قرار داد؛ شکست ها نیز می توانند درس های مهمی داشته باشند و گاهی آنچه در داده ها دیده نمی شود، به اندازه اطلاعات آشکار اهمیت دارد. نظری در پایان، آموزش تفکر انتقادی، خلاق، تحلیلی و مشارکتی را برای مدیران و تصمیم گیران ضروری دانست و تأکید کرد که تقویت این مهارت ها می تواند به تصمیم گیری دقیق تر، آگاهانه تر و مسئولانه تر منجر شود.

گفتنی است، در پایان این نشست، نشان «ملک التجار» از سوی هیئت مدیره انجمن جوانان کارآفرین استان آذربایجان شرقی به یونس ژاله، رئیس اتاق بازرگانی تبریز اهدا شد.