



کارآفرین واقعی کیست؟

پوریا شجاعی

در شماره نخست، به چند مورد از ویژگی‌های اصلی محیط کارآفرینی و فرد کارآفرین اشاره شد. به اعتقاد صاحب‌نظران این حوزه، ابهام در محیط کارآفرینی جز جدانشدنی آن است و همچنین بیان شد فرد کارآفرین متعهد می‌شود که مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند. در این مقاله قصد آن است که تعدادی از تجربیات کارآفرینان بزرگ بیان بشود. مطالبی که از دل یک تجربه واقعی حاصل شده است و گاهی ممکن است اصول رایج این حرفه را به چالش بکشد.



"این در دنیای واقعی کار نخواهد کرد." این جمله را همیشه وقتی می‌شنوید که به دیگران درباره یک ایده تازه گفتگو می‌کنید. اگر کمی بیندیشید می‌بینید که این اهالی "دنیای واقعی" بدبین و ناامیدند. آن‌ها انتظار دارند که مفهوم‌های نو شکست بخورند. آن‌ها می‌پندارند که جامعه آماده دگرگونی نیست یا توانایی آن را ندارند. حتی بدتر، آن‌ها می‌خواهند که دیگران را هم به پایین بکشند. اگر شما امید و آرزو دارید، آن‌ها می‌کوشند تا شما را متقاعد کنند که ایده‌های شما ناشدنی‌اند. آن‌ها می‌گویند که وقت خود را هدر می‌دهید. آن‌ها را باور نکنید. آن جهان ممکن است برای آن‌ها واقعی باشد، ولی به این معنا نیست که شما باید در آن زندگی کنید.

"در جهان کسب‌وکار، شکست بخشی از کار به شمار می‌آید." همیشه می‌شنوید که چگونه از هر ۱۰ کسب‌وکار نو، ۹ تا با شکست روبرو می‌شوند. می‌شنوید که شکست، شخصیت شما را می‌سازد. مردم می‌گویند "تند تند و پشت سر هم شکست بخورید." باین همه احساس شکست در هوای پیرامون، هیچ چاره‌ای جز تنفس آن ندارید. شکست را تنفس نکنید. نگذارید آمارها شما را بفریبند. شکست دیگران، همان است: "شکست دیگران". اگر دیگران نمی‌توانند برای فرآورده‌هایشان بازار یابند، این ربطی به شما ندارد. اگر دیگران نمی‌توانند یک تیم بسازند، این ربطی به شما ندارد. اگر دیگران نمی‌توانند خدماتشان را درست ارزش گذارند، این هیچ ربطی به شما ندارد. اگر دیگران نمی‌توانند بیش از آنچه هزینه می‌کنند، درآمد داشته باشند باز هم به شما ربطی ندارد. شما صاحب کسب‌وکار و بازار خود هستید.

یک کژ فهمی باب دیگر: باید از اشتباه‌هایتان یاد بگیرید. به راستی چه چیزی از اشتباه می‌آموزید؟ شاید یاد بگیرید که چه کاری را نباید دوباره بکنید. ولی این چه ارزشی دارد؟ هنوز هم نمی‌دانید که پس‌ازاین چه کاری باید بکنید. این را با آموزش از پیروزی‌هایتان مقایسه کنید. پیروزی است که به شما راه درست را نشان می‌دهد. زمانی که

چیزی پیروز می‌شود می‌دانید که چه چیزی کار کرده است و می‌توانید دوباره آن را انجام دهید. و بار دیگر شاید بهتر آن را انجام دهید.

شکست، پیش‌نیاز پیروزی نیست. پژوهشی در آموزشگاه کسب‌وکار هاروارد، نشان داده که کارآفرینان کامیاب، احتمال پیروزی دوباره‌شان خیلی بیشتر است، ولی کارآفرینانی که شرکتشان در نخستین بار شکست خورده است، کمابیش همان نرخ پیروزی در شرکت بعدی را دارند که کسانی که برای نخستین بار شکست خورده‌اند، به‌اندازه‌ی کسانی که نخستین بارشان است بخت پیروزی دارند. تنها پیروزی ارزشمند است.

شگفت‌زده نشوید، طبیعت نیز همین‌جور کار می‌کند. فرگشت روی شکست‌های قبلی پیش نمی‌رود، همیشه روی چیزهایی که کار کرده پیش رفته است. شما نیز باید همین کار را بکنید.

"برنامه‌ریزی گمانه‌زنی است." مگر اینکه یک پیشگو باشید، وگرنه برنامه‌ریزی دراز مدت برای کسب‌وکار، پنداشتی بیش نیست. عامل‌های بی‌شماری هستند که از دست شما بیرون‌اند: شرایط بازار، رقیبان و هم‌آوردان، مشتریان، وضعیت اقتصادی و ... نوشتن یک نامه به شما این احساس را می‌دهد که کنترل اوضاع در دست شماست که در واقع نیست. چرا برنامه‌ریزی‌ها را با نام واقعی‌شان صدا نکنیم: گمانه‌زنی‌ها!

برنامه‌ریزی‌های کسب‌وکارتان را "گمانه‌زنی‌های کسب‌وکار" بنامید. زمانی که گمانه‌زنی‌ها را به برنامه‌ریزی تبدیل می‌کنید، وارد محدوده‌ی خطر می‌شوید. برنامه‌ریزی‌ها، اجازه می‌دهند که گذشته، آینده را به‌پیش راند. آن‌ها به شما چشم‌بند می‌زنند. "به این سو پیش می‌رویم زیرا خب گفته بودیم که به این سو پیش می‌رویم." و مشکل همین جاست: برنامه‌ریزی‌ها با نوآوری و تصمیم‌گیری دردم‌ناسازگارند و شما باید بتوانید در هر لحظه تصمیم بگیرید. باید بتوانیم از فرصت‌هایی که پیش می‌آید بهره ببریم. گهگاه باید بگویید: "ما به یک سمت و سوی تازه می‌رویم، زیرا این مسیر بخردانه تر است."

