info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۱۵۰۳
یکشنبه ۳ / آذر / ۱۳۹۸
۲۶ / ربیع الاول / ۱۴۴۱
24 / Nov / 2019

صاحب امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: باهره حیدری
نشانی: کرج، بلوار تعاون، خیابان فرهنگ، جنب کانون گارشناسان، رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۵۳۸۳۸-۳۲۵۳۴۴۳۳-۰۲۶ فکس: ۳۲۵۵۳۸۳۸
فکس اینترنتی پیام آشنا: ۰۲۱-۸۹۷۸۶۷۳۹
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۴۲/۴۶
چاپ: کارگر

کافه پیام

برای انعکاس نظرات و گلایه ها و پیشنهادات خود درباره مسائل البرز با پیام آشنا تماس بگیرید

۳۲۵۵۳۸۳۸
۳۲۵۴۱۴۹۵
۰۹۰۱۴۰۴۸۳۳۳

اخبار

وقتی کسی که در «خندوانه» جوک گفته، مرجع فرهنگی می‌شود، خطرناک است

سعید بیابانگرد معتقداست خالی شدن میدان از مراجع واقعی برای تبلیغ کتاب باعث شده است مراجع تقلیبی مثل یک هنرپیشه یا کسی که در «خندوانه» چهارتا جوک گفته مرجع اصلی شود و این خیلی خطرناک است.

به گزارش پیام آشنا: به نقل از خبرآنلاین، او همچنین درباره آفت تبلیغات کتاب که سلبریتی‌ها انجام می‌دهند و خطری که در حال رخ دادن است گفت: «ما تبلیغات نمی‌شود کتاب را معرفی کرد، می‌شود مشتری پیدا کرد، اما نمی‌توان مخاطب ایجاد کرد. خالی شدن میدان از گروه‌های مرجع واقعی باعث شده مراجع تقلبی جایشان را بگیرند. اگر کسی مثل دکتر شفیعی کدکنی مرحوم حسین آهی که تازنده بود این کار را انجام می‌داد بهتر بود. آبادی یا امرایی مترجم و تمام کسانی که در این حوزه هستند میدان‌دار باشند. اتفاق خوب می‌افتد. اما اینکه هنرپیشه یا کسی که در خندوانه چهارتا جوک گفته مرجع می‌شود این خیلی خطرناک است. یعنی این بلایی که اینها سر کتاب می‌توانند بیاورند، کتابفروش‌ها نمی‌توانند. تلویزیون متاسفانه در سال‌های اخیر، لیست سیاهی برای خودش درست کرده. ما الان می‌خواهند فلانی را دعوت کنند. می‌گویند این نباید. مگر چند تا مثل این استاد بزرگ در این مملکت داریم. به نظر من تلویزیون هنوز رسانه موثری است و رسانه مسلط در کشور است. درست است که جهان مجازی آمده است. ولی مردم هنوز به تلویزیون بیشتر اعتقاد دارند.»

دارالفنون مجتمع فرهنگی می‌شود

مدرسه تاریخی دارالفنون در حال تبدیل به یک مجتمع فرهنگی، تربیتی و هوشی بر سر تاریخی است. مسعود بهرامی، رئیس مدرسه تاریخی دارالفنون در این باره گفت: «میگیر بهبود بودجه و اعتبارات هستیم.»

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، علی الهیار ترکمن، معاون برنامه‌ریزی و توسعه منابع وزارت آموزش و پرورش هم در این باره گفت: «اگر امروز به شاخص‌های علمی و فناوری خود می‌بالیم این مهم روی بستر دارالفنون شکل گرفته است. دارالفنون گنجینه‌ای از رشمند است و آماده همکاری با سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی هستیم.»

لاهور؛ صدرنشینی در فهرست آلوده‌ترین شهرهای دنیا

این روزها شرایط هوای شهر لاهور مرکز ایالت پنجاب پاکستان به حدی ناسالم است که این شهر تاریخی را برای چند نوبت در جایگاه دوم و حتی اول فهرست آلوده‌ترین شهرهای دنیا قرار داده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایرنا کیفیت هوای پایتخت ایالت پنجاب و سایر شهرهای نزدیک آن طی دیروز و چند روز گذشته با قرار گرفتن بر روی شاخص ۴۵۴ و ۷۳۱ در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس (بیماران قلبی-سالمندان، کودکان وزنان باردار) بود.

شاخص کیفیت هوا (Air Quality Index - AQI) معیاری برای تعیین روزانه کیفیت هوا و میزان ارتباط آن با سطوح سلامتی افراد است که به ترتیب از صفر تا ۵۰ در شرایط پاک (سبز)، ۵۱ تا ۱۰۰ در شرایط سالم (زرد و حدمجاز استاندارد، با حد سلامت)، ۱۰۱ تا ۱۵۰ در شرایط ناسالم برای گروه حساس (نارنجی)، ۱۵۱ تا ۲۰۰ در شرایط ناسالم برای همه (قرمز)، ۲۰۱ تا ۳۰۰ در شرایط بسیار ناسالم (بنفش) و ۳۰۱ تا ۵۰۰ در شرایط خطرناک (ارغوانی) تعیین شده است. میزان هوای ناسالم در لاهور این روزها به حدی بود که مدارس این شهر و سایر شهرهای نزدیک آن تعطیل و دولت ایالتی وضعیت اضطراری در این ایالت وضع کرده است.

رسانه‌های پاکستان گزارش می‌دهند: آتش‌سوزی مزارع در منطقه پنجاب هند که هر سز با پاکستان نیز است، دلیل آلودگی این روزهای شهر لاهور است که باعث شده تا نمایی دود ناشی از آتش به سمت پاکستان حرکت کند.

کارشناسان در پاکستان می‌گویند رشته کوه‌های میان این کشور و هند نقش یک دیوار را دارند که باعث شده تا پس از آتش بقایای مزارع برنج در داخل هند دود ناشی از آن در هوا معلق مانده سپس با دابن دود حرارا به سمت پاکستان هدایت کند و در این میان کوه‌ها مانع بازگشت دود به سمت هند می‌شوند.

آلودگی شدید در لاهور صدای عفو بین‌الملل را هم درآورد و این نهاد جهانی طی نامه‌ای به وزیر تغییرات اقلیمی دولت پاکستان خواسته تا وضعیت حقوق‌الناس در شهروندان مذکور اعلام کند زیرا افزایش میزان هوای ناسالم جان شهروندان را در خطر قرار داده است. شبکه جیوز نیوز پاکستان نیز هفته گذشته اعلام کرد آلودگی نه تنها به لاهور محدود نشده بلکه این وضعیت به شهر بندری کراچی که مملو از مراکز صنعتی و تولیدی این کشور است، نیز سرایت کرده تا جایی که کراچی روز ۲۵ آبان (۱۵ نوامبر) به چهارمین شهر آلوده جهان تبدیل شد. توصیه این روزهای کارشناسان پاکستانی به شهروندان این است که از تردد غیرضروری خودداری کنند. افراد خانه‌نشین تا حد امکان از باز کردن پنجره‌ها اجتناب کرده و موتورسواران نیز حتی برای مسیرهای کوتاه از کلاه ایمنی استفاده کنند.

یادداشت

ضرورت انعکاس فرهنگ در معماری

نسترن کیوان‌پور- "تغییر غیر قابل اجتناب است. اما در مکان‌هایی که همه‌ی ساختمان‌های آپارتمان کنیم، این سبک زندگی انتظاراتی را که برخی از زندگی ایرانی اسلامی دارند، کاملا به هم می‌ریزد."

با این حال اصول شهرسازی مدرن، اصولی ثابت است که سال‌های بسیار است کشورهای جهان در روند تغییر به سوی آن در حال تکاپو و تلاش هستند. اما در این فرآیند باید توجه به پیشینه‌ی فرهنگی و معماری شهر نیز دیده شود. چرا که در غیر این صورت، تمام شهرهای جهان یکنواخت و تکراری خواهند بود و دیر یا زود به ساختمان‌هایی محتاملشکل در خلال نوآوری‌های عجیب و غریب گاه و بی‌گاه که در روند تکرار و تسلسل گم می‌شوند، خواهیم رسید.

نسخه‌ی مناسبی برای کشور ما نیست. در تمام شهرهای کشور نمی‌توان نسخه‌ی آپارتمان‌نشینی را تجویز کرد و اگر بخواهیم همه‌ی مردم را وارد آپارتمان کنیم، این سبک زندگی انتظاراتی را که برخی از زندگی ایرانی اسلامی دارند، کاملا به هم می‌ریزد.

موضوع مطرح شده در بازار اگر برای همه‌ی ما آشناست. در محله‌ی مصباح، میدان کرج، شاه‌عباسی، اختر آباد، حسین آباد و ... در دو طرف خیابان‌های باریک با ساختمان‌های کوتاه، زندگی و شور و هیجان موج می‌زند. انگار هیاهوی زندگی ماشینی و خیابان‌های خط‌کشی شده جایشان را به صفاو صمیمیت می‌دهند و این تناقضی است که برای مدیران شهری که دخالت در بافت را بر ایشان با دشواری رو به رو می‌سازد.

یکی از کارشناسان معماری در خصوص گذر از سنت به مدرنیته در فرآیند احیای کالبد شهرها می‌گوید: "بافت اجتماعی ایران با تغییر شیوه‌ی معماری به هم خورده است و با تقلید و پُشت با زدن به سنت‌ها به قولی از دو طرف بام می‌افتیم. زندگی در آپارتمان با فرهنگ ایرانی نماز گزار است و مسکن گروهی با راهکارهایی از این دست، محلات قدیمی شهر، اما چنین نیست. قطعه‌های ریزدانه‌ی تجاری دو طرف خیابانی باریک و بلند با جوی آبی در وسط- و مغازه‌داری که روی چهارپله‌های پلاستیکی آبی و قرمز نشسته‌اند، تنه‌ی قرش از دیوارهای مغازه‌ها آویزان است. نصف اجناس مغازه‌ها تا بخشی از پیاده‌رو پیش آمده و از ساعت هشت صبح، محوطه‌ی کوچک جلوی مغازه‌ها آب و جارو شده. بوی انواع ترشی، سبزیجات، میوه و نان تازه به مشام می‌رسد و انگار امنیت توأمان با شور زندگی در قضا موج می‌زند.

باید راهکاری تعیین شود تا در روند احیای بافت‌های فرسوده‌ی شهر، روح اجتماعی در قضاها از بین نرود. بدیهی‌ست که یکی از ضرورات امروز، بالابردن استحکام ساختمان‌ها به ویژه در محلات قدیمی شهر است اما باید کالبد و اجتماع را جزئی از هم پنداشت که نه دیگری قابل شناسایی و برنامه‌ریزی نیست. در این صورت می‌توان جریان زندگی را در محلات قدیمی حفظ کرد و شاید بتوان مقداری روح زندگی به محلات جدید و خط کشی‌شده تزریق کرد.

باید فرهنگ شهرهای قدیمی و بافتاتی را در معماری و شهرسازی شهر انعکاس داد. قضاهای داخل مسکن را اگرچه نمی‌توان همانند قدیم به اندرونی و بیرونی تفکیک کرد اما می‌توان با رعایت سلسله‌مراتب فضایی در جهت توجه به نیازهای شهروندان جدا از ظاهر و کالبد، گام برداشت.

ایجاد بافت بالا نیاز است تا فلقت‌های معماری و شهرسازی دیروز را بر اثر ناگاهی خشدهار کرده، دوباره بازیابی و احیا کند و در روند شکل‌گیری معماری مدرن، هرآنچه شهر در تاریخ و فرهنگ دارد به باد نرود.

Nastaran.keyvanpour@gmail.com

مقاله

تناقض بزرگ در نوآوری شرکت‌های خانوادگی

شرکت‌های خانوادگی نمونه‌ای خاص از کسب‌وکارها هستند و ستون فقرات بسیاری از اقتصادهای صنعتی و در حال توسعه به شمار می‌روند. این مقاله درباره راهبایی بحث می‌کند که با استفاده از آنها می‌توان موتور محرک نوآوری را در این دست شرکت‌ها قمال کرد. تعریف‌های بسیاری از شرکت‌ها یا کسب‌وکارهای خانوادگی وجود دارد. اما بطور معمول مساله مهم مدیریت و مالکیت این کسب‌وکارها است که در اختیار افراد یک خانواده قرار دارد؛ همچنین تعداد افراد هم‌قابیل در آن شرکت زیاد است و مالکیت نیز بعطور وراثتی به نسل بعد منتقل می‌شود. این دست از شرکت‌ها نسبت به سایر شرکت‌ها تفاوت‌های بسیاری دارند.

در مقاله‌ای که در سال ۲۰۱۲ به قلم دی‌مسیس (De Massis) و همکارانش انتشار یافت، بیان شده است که پس از دهه‌ها پژوهش نظری و تجربی، مشخص شده است که شرکت‌های خانوادگی نسبت به سایر شرکت‌ها امتیاز قابل توجهی در رفتارهایشان در زمینه‌هایی مانند جهانی شدن، کارآفرینی، توسعه‌ی و تامین سرمایه دارند. این رفتارهای خاص (که از رفتارهای شرکت‌های غیرخانوادگی متفاوت است) ناشی از نفوذ یک یا چند خانواده در مالکیت و ساختار مدیریتی شرکت‌ها و تلاش آنها برای حفظ شرکت (میراث نسل‌های آینده) است. چنین نفوذ و نگرشی باعث اثرات زیادی در شیوه تصمیم‌گیری درباره اهداف سازمانی، سطح مورد پذیرش ریسک در تصمیمات استراتژیک و در مواقع بازگشت سرمایه‌گذاری‌ها می‌شود. (اهداف ممکن است غیراقتصادی باشند. سطح پذیرش ریسک پایین باشد و سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت مورد توجه است.) نوآوری به معنای اجرای موفقیت‌آمیز ایده‌های جدید و کاربردی در محصولات، فرآیندها، خدمات، مدل‌های کسب‌وکار و ساختارها است و امروزه یکی از مهمترین منابع ایجاد مزیت رقابتی و بهبود عملکرد شرکت‌ها به حساب می‌آید.

با توجه به اهمیت هم‌زمان کسب‌وکارهای خانوادگی و نوآوری، جای تعجب ندارد که در سال‌های اخیر، مقالات فراوانی درباره نوآوری در این دست کسب‌وکارها نوشته شده است. پژوهشگران نوآوری و کسب‌وکارهای خانوادگی به ویژه به این موضوع توجه کردند. که چنین کسب‌وکارهایی چه زمانی بهای بیشتری به نوآوری می‌دهند و آیا نسبت به کسب‌وکارهای غیرخانوادگی نوآورتر هستند یا خیر. با این حال، ما هنوز به حوبی نمی‌دانیم که نوآوری در این کسب‌وکارها تا چه اندازه مورد توجه قرار می‌گیرد و چگونه بهترین اقدامات ممکن در این شکل خاص سازمانی به ثمر می‌نشیند. به تازگی، در پژوهش‌های نظری و تجربی مشخص شده است که یک تناقض بزرگ درباره نوآوری شرکت‌های خانوادگی وجود دارد. از طرفی تمایل به پروژه‌های نوآوری در چنین شرکت‌هایی پایین است. دلیل این موضوع ریسک‌گریزی، فقدان مهارت‌ها مورد نیاز در خانواده، بی‌تمایلی به افزایش تنوع‌گرایی و چنین مهارت‌هایی دارند و در نهایت حداقل‌سازی استفاده از سرمایه‌گذاری‌های منابع خارج از شرکت است. در همین حال، توانایی این شرکت‌ها برای تکمیل موفقیت‌آمیز پروژه‌های نوآوری بالاتر است. این توانایی ناشی از احتیاط بیشتر (به موجب کنترل قدری)، سطوح پایین رسمی‌سازی و کانفدارای سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت، سرمایه‌های صبور، ابتکار و هم‌راستایی مناقع مدیران و مالکان است. اجازه دهید این تناقض را به شکل دیگری بازگو کنیم: شرکت‌های خانوادگی با آنکه توانایی بیشتری برای نوآوری دارند، به‌نظر می‌رسد که کمتر نوآوری می‌کنند. این مساله یک سوال مهم را به ذهن متبادر می‌کند: مدیران شرکت‌های خانوادگی چگونه می‌توانند این تناقض را حل کنند و از پتانسیل نوآوری شرکت خود بهره‌مند شوند؟ ما در سال‌های اخیر، پژوهش‌های مختلفی برای پیدا کردن جواب این سوال انجام داده‌ایم: تحلیل‌های ما نشان می‌دهد شرکت‌های خانوادگی زمانی تناقض نوآوری را حل می‌کنند و به سمت طراحی و اجرای استراتژی‌های نوآوری می‌روند که این استراتژی‌ها با ویژگی‌های برجسته و منحصربه‌فرد آنها تناسب داشته باشد. در عوض، تقلید از نوآوری‌هایی که در شکل‌های سازمانی دیگر به خوبی نتیجه داده است، اغلب به شکست می‌انجامد. ما این رویکرد نوآوری را که مبتنی بر تناسب ویژگی‌های شرکت خانوادگی منتظر و مولفه‌های استراتژی نوآوری است) نوآوری خانوادمحور می‌نامیم. در ادامه، توضیحات بیشتری از این مفهوم را خواهیم خواند. طراحی یک استراتژی نوآوری برای هر شرکتی نیازمند تصمیم‌گیری در سه حوزه اصلی است:

۱- مکان استراتژی نوآوری این تصمیم، مربوط به منابعی است که شرکت قصد دارد سرمایه و دانش مورد نیاز برای فرآیند نوآوری را از آنجا تامین کند. شرکت ممکن است از پایگاه دانش کنونی خود استفاده کند یا آنکه به سراغ منابع خارجی، منابع ناشناخته، منابع کشاورزی شده و منابع در اختیار خانواده کنترل کننده‌تر کند.

۲- چگونگی استراتژی نوآوری این حوزه مربوط به رویکردهایی است که شرکت برای توسعه و تجاری‌سازی نوآوری‌های خود در پیش می‌گیرد؛ از شیوه سازمانده‌ی پروژه‌های نوآوری، بررسی صدور مجوز استفاده از منابع دانش خارج از شرکت (و حد استفاده از این دانش) و شیوه انگیزش و پاداش به کارکنان برای مشارکت در پروژه‌های نوآوری

۳- چیستی استراتژی نوآوری، تصمیم‌گیری درباره این حوزه، اشاره به انواع مختلف نوآوری‌هایی دارد که یک شرکت تصمیم به سرمایه‌گذاری در آنها می‌گیرد. شرکت ممکن است درباره نوآوری در محصولات/ خدمات خود تصمیم بگیرد یا به دنبال تغییر مدل کسب‌وکار خود برآید. همچنین ممکن است تصمیم به نوآوری تدریجی یا یکباره بگیرد. براساس چارچوب نوآوری خانوادمحور، تصمیمات یک شرکت خانوادگی در این سه زمینه باید با ویژگی‌های برجسته و منحصربه‌فرد آن هم‌راستا باشند. یکی از راه‌های تعیین برجسته‌ترین و منحصربه‌فردترین ویژگی‌های شرکت‌های خانوادگی، بررسی این موارد است:

● جایی که آن شرکت خانوادگی قرار دارد. براساس فرهنگ‌سازی‌های بنیان‌گذار شرکت، باید بررسی شود. ارزش‌ها و اصول کسب‌وکار چیست و قرار است به چه اهدافی و ماموریت‌هایی برسد؟ به‌عنوان مثال، برخی از شرکت‌های خانوادگی ممکن است حول اهداف خانوادگی (مانند نظم خانواده و جایگاه و هویت اجتماعی) فعالیت کنند و دیگر شرکت‌های خانوادگی به دنبال اهداف غیرخانوادگی مانند حداکثرسازی سود باشند.

● چگونگی یک شرکت خانوادگی نیز از ویژگی‌های مهم آن است. شیوه اداره شرکت، مشارکت دادن دیگران و تمایل به استفاده از منابع دیگران برای رسیدن به هدف، از این دست ویژگی‌ها است. در برخی موارد، کنترل‌ها و ساختارهای مالکیتی چنین شرکت‌هایی بسیار سخت است و از طریق امره‌هایی مانند حق وتو و مالکیت دوسویه، هرگونه اقدامی که منجر به کاهش کنترل خانواده بر شرکت شود، محدودمی‌شود.

● چیستی یک شرکت خانوادگی این ویژگی اشاره به انواع منابعی دارد که خانواده کنترل می‌کند یا برای رسیدن به اهداف تعیین شده به آنها نیاز دارد. در این زمینه مساله مهم آن است که شرکت از چه منابع اجتماعی، انسانی و مالی برای اثرگذاری برقرار برخوردار است.

تجربه‌ها حاکی که ۳ حوزه یا ۳ بُعد تصمیم‌نوآوری (کجایی، چگونگی و چرایی) منطبق با ویژگی‌های مربوطه شرکت خانوادگی باشد، تناقض نوآوری حل می‌شود. در اینجا، مثال‌هایی از پژوهش‌های تجربی خود بیان می‌کنیم که به خوبی مشخص می‌کند چرا چوب‌نوآوری خانوادمحور چگونه کار می‌کند. یکی از شرکت‌های خانوادگی که مورد مطالعه قرار دادیم، تولید کننده و فروشنده ابزارهای زیستی و پزشکی است. چند سال پیش مدیر تحقیق و توسعه جدید آن (که عضوی از خانواده کنترل کننده شرکت نبود)، تیم مدیریتی شرکت را متقاعد کرد که یک برنامه نوآوری باز را شروع کند. براساس این برنامه شرکت به‌صورت نظام‌مند شروع به جستجوی قابلیت‌ها، اختراعات و دانش قنی در خارج از شرکت می‌کرد و از آنها به‌صورت لیسانس و مجوز بهره‌برداری استفاده می‌برد. البته هنگ نهایی آن بود که این قابلیت‌ها و دانش خریداری شده از خارج از شرکت، در پروژه‌های نوآوری به کار گرفته شده و خروجی‌های بدیع‌تری از آنها گرفته شود. یک سال پس از شروع این برنامه، مشخص شد که به‌دلیل موقع فرهنگی، عملکرد پایینی در اجرای این برنامه ثبت شده است. مشکل آنجا بود که قابلیت‌ها و دانش خریداری شده از خارج شرکت به خوبی استفاده نمی‌شد. زمانی که به بررسی مشکل پرداختیم، متوجه شدیم که مدیران خانواده از ترس از دست دادن مالکیت و کنترل بی‌چون‌وچرای خانواده بر تمام ابعاد شرکت، از برنامه نوآوری باز خودداری می‌کردند. در حقیقت، آنها اهدافی غیراقتصادی مانند حفظ کنترل و تقویت هویت خانوادگی در تولید محصولات شرکت داشتند که برنامه نوآوری باز را تهدیدی برای آن می‌دانستند. پس از عملکرد ضعیف در این زمینه، خانواده حاکم بر شرکت به رویکرد سنتی‌تر و بسته خود بازگشت و از قابلیت‌های خارجی (خارج از شرکت) به جز در پروژه‌های نوآوری غیراستراتژیک و آن هم با ابزارهای مالکیتی قوی، ماند. ثبت اختراع، استفاده نمی‌کرد. این تغییر، هم‌راستایی بالاتری با هدف خانواده داشت و موفقیت بزرگی به دنبال آورد. شرکت خانوادگی دیگری که در صنعت لوازم‌ورزشی فعالیت می‌کرد، با مشکل ایده‌پردازی در زمینه تولید محصولات جدید مواجه بود. آنها در گام نخست، تصمیم گرفتند که از شرکت‌های دیگر تقلید کرده و با استفاده از تیم‌های چندکاره به ساخت، توسعه و تبلیغ محصولات جدید خود بپردازند. با این حل، افرادی که در تیم‌ها جمع شده بودند، به‌دلیل آنکه از واحدهای کنترل می‌آمدند، نتوانستند در کنار هم ادامه دهند. اختلاف‌نظرها، تلاه‌هایی‌ها، نارضایتی‌ها و پیچیدگی جریان اطلاعات، دوباره کارهای دو تخصیص منابع و خدشه‌دار شدن سیستم کنترل سازمانی از مسائلی بود که در این شرکت حل نشد. در این شرایط، یک مشاور خارجی به آنها پیشنهاد داد که یک واحد سازمانی جدید ایجاد کنند که افراد و واحدهای دیگر، به‌صورت پاروقوت در آن به پروژه‌های نوآوری بپردازند. اما همچنان اکثریت وقت خود را در واحدهای اصلی گذرانده و به مدیران همان واحدها هم گزارش کار دهند. به‌طور شگفت‌انگیزی، این رویکرد جدید موفقیت‌آمیز بود و نتایج مثبتی به دست آمد. تحلیل ما نشان داد که ساختار واحدی (به جای تیمی) با ارتباطات قوی‌تر، سرمایه اجتماعی داخلی و دلش ضمنی (که هر سه مورد، از ویژگی‌های برجسته آن سازمان بودند)، هم‌راستایی خوبی دارد. ساختار واحدی به جریان آزادی اطلاعاتی و حفظ انسجام واحدهای موجود کمک می‌کرد و در عین حال، خودمختاری کافی مورد نیاز برای تیم‌های نوآوری را فراهم می‌ساخت.

مثال دیگر، شرکتی است که در صنعت تولید مبلمان و اثاثیه منزل فعالیت می‌کند. این شرکت به‌دلیل ناتوانی در نوآوری و ساخت محصولات جدید، در حال از دست دادن سهم خود از بازار و کاهش سودآوری‌اش بود. آنها ریسک‌پذیری پایینی داشتند و برای حفظ کنترل خود بر امور، علاقه‌ای به استفاده از سرمایه‌های خارجی نداشتند. هدف آنها کنترل شرکت و حفظ آن برای نسل‌های آینده بود و نوآوری‌های بنیادین در از تناقض با این هدف می‌دیدند. آنها به جای نوآوری‌های عمده‌جنس مواد استفاده شده در مبلمان و اثاثیه را تغییر می‌دادند و به تبلیغ درباره آن می‌پرداختند. به تصورشان چنین کاری عملکرد محصولات را بالا می‌برد. این رویکرد زمانی تغییر کرد که مدیر خانواده و مدیر جدید شرکت پی برد که مدیران خانواده به قابلیت‌های به شدت پیشرفته و پیچیده (که اغلب از قواصل دوری اقتباس می‌کنند) به چشم یک تهدید نگاه می‌کنند.

او قهمید بدون آنکه هدف کنترل‌گری خانواده را تهدید کند، می‌تواند محصول کاملا جدید را پا به بازار سازد. این قرصت، استفاده از طراحی‌ها، مواد و نقشه‌های کاملا آماده شرکت‌های بازار و تلفیق آنها با جدیدترین قنابری‌های تولیدی موجود بود تا محصولاتی بی‌رقیب راهی بازار شود. این نوآوری با اقبال قابل توجه مشتریان مواجه شد و آنها می‌توانستند محصول جدیدی خریداری کنند که با تاریخ و فرهنگ آنها همبستگی داشت. این نوآوری همچنین با ارزش‌های خانواده حاکم بر شرکت همخوانی داشت که ارزش‌های تاریخی و فرهنگی را مقدم بر منافع اقتصادی می‌دانست. به این صورت، سهم بازار در حال استقرار و کاهش سودآوری بدون نیاز به نوآوری‌های بنیادین و افزایش ریسک شرکت متوقف شد. در نهایت، این تغییرات و نوآوری‌ها به عملکرد بالاتر شرکت انجامید.

به‌طور خلاصه، مالکان و مدیران شرکت‌های خانوادگی باید به این موضوع پی ببرند که چه زمانی بین تصمیمات نوآوری و ویژگی‌های شرکت خانوادگی آنها ناهمخوانی وجود دارد. زمانی که این ناهمخوانی و ناهم‌راستایی دیده شود، کسب مزیت رقابتی از طریق نوآوری ناممکن خواهد شد. در طرف مقابل، اگر تصمیمات نوآوری با ویژگی‌های شرکت خانوادگی هم‌راستا باشند، نوآوری خانوادمحور ممکن شده و می‌تواند به ایجاد مزیت رقابتی بینجامد. پژوهش‌ها نشان داده است که اگر چنین هم‌راستایی و انطباق بین تصمیمات نوآوری و ویژگی‌های برجسته شرکت‌های خانوادگی وجود نداشته باشد، مدیران آنها مقاومت کرده و مانع از رسیدن به اهداف، تعیین شده می‌شوند.

مترجم: مهدی نیکوئی

برگه

کیفیت زندگی هر فرد، فارغ از زمینه‌ای که در آن تلاش می‌کند، رابطه‌ی مستقیمی با میزان تعهد او به برتری دارد.

وینس لامباردی

اذان

اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۵:۱۶	۰۶:۴۴	۱۱:۵۳	۱۷:۰۰	۱۷:۱۸

خواندنی

کز هر رنجی گشاده گردد صد گنج طلسم مشکل از ما
عطار در این مقام چون است دیوانه عشق و عاقل از ما

عطار

امروز با حافظ

چراغ صاعقه آن سحاب روشن باد
که زد به خرمن ما آتش محبت او
بر آستانه میخانه گر سری بینی
مزن به پای که معلوم نیست نیت او

بریده جراید

جوایز ادبی موجب کاهش محبوبیت کتاب‌هامی‌شوند!

گودابریدر- در طی تحقیقی از سوی یک مرکز معتبر علوم دانشگاه شیکاگو معلوم شده است که جوایز ادبی مثل بوکر موجب کاهش محبوبیت کتاب‌ها از سوی خوانندگان می‌شود.

در طی تحقیقی از سوی یک مرکز معتبر علوم دانشگاه شیکاگو معلوم شده است که جوایز ادبی مثل بوکر موجب کاهش محبوبیت کتاب‌ها از سوی خوانندگان می‌شود.

در این تحقیق آمدنا شارکی ولالاژس کوپاچ ۳۸۸۱۷ نظر کاربران سایت گودریدز در مورد ۳۲ جفت کتاب برتر سال‌های گذشته را مورد بررسی قرار دادند.

یکی از این جفت کتاب‌ها جایزه معتبری مثل من بوکر برنده جایزه کتاب ملی آمریکا و ...را دریافت کرده بودند. کتاب دیگر البته در هال سال نامزد دریافت این جوایز شده بود ولی نتوانسته بود این جوایز را کسب کند.

محققان دریافتند که کسب یک جایزه معتبر از سوی آثار ادبی به نظر می‌رسد هماره یک سری عوامل دیگر موجب کاهش محبوبیت و رغبت خوانندگان به این کتاب‌ها می‌شود.

مثلاً در سال ۲۰۱۱ جولین بارنز موفق شد جایزه بوکر را به خاطر نوشتن رمان حس یک پایان را کسب کند که هرچند بعد از این جایزه میزان قروش کتاب بالا رفت ولی بررسی‌ها نشان داد که بعد از گذشت مدتی این روند کاهش یافت. کوپاچ بر اساس تحقیقات انجام شده اعتقاد دارد بلایی که سر کتاب بارنز آمده است بیشتر در وضعیت و تاثیرات جامعه شناختی دارد.

بر اسلس نوشته این دو محقق به نظر می‌رسد بعد از گرتن یک جایزه ادبی از سوی یک کتاب یا رمان تاقنه خوانندگان و یا توقع آن‌ها افزایش می یابد و حقیقت دیگری این است که طیف گسترده‌ای از جامعه با علایق و سلیقه‌های مختلف برای خواندن این کتاب هجوم می‌آورند که نتیجه عکسی برای کتاب خواهد داشت.

به عبارت دیگر در این نوع کتاب‌های دارای جایزه همیشه مخاطبانی غیر تخصصی پیدا می‌شوند که بیشتر از محبوبیت کلی کتاب کاهش می‌دهد.

واکنش داستان‌نویسان به قطع اینترنت در کشور

ایلنا- انجمن صنفی داستان‌نویسان تهران با انتشار اطلاعیه‌ای بر مشکلات بوجود آمده ناشی از قطع اینترنت در حوزه داستان‌نویسی تاکید کرد.

با بروز ناآرامی‌های سراسری در کشور پس از افزایش قیمت بنزین، اینترنت قطع و با اختلال مواجه شد و از روز شنبه (۲۵ آبان) شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان از جمله اینستاگرام، تلگرام و واتس‌آپ قطع بودند. اتفاقی که بخش‌های مختلف فرهنگ و هنر کشور را البته فعالیت‌های خود با مشکلاتی مواجه کرده است. به همین مناسبت انجمن صنفی داستان‌نویسان تهران با انتشار اطلاعیه‌ای بر مشکلات بوجود آمده در حوزه داستان‌نویسی تاکید کرد.

متن پیام این انجمن به شرح زیر است: «عدم دسترسی به اینترنت و فضای مجازی و چرخش آزاد اطلاعات (که تا این لحظه تداوم یافته) آسیب‌های بسیاری بر روحیه و ذهن و روند طبیعی زندگی مردم از جمله نویسندگان وارد کرده است. موکداً ذکر می‌شود با توجه به تقارن هفته گذشته با اجرای طرح پاییزه کتاب و روز کتابگردی، امکان هرگونه استفاده تبلیغاتی و این انجمن واعضای آن، در راستای اطلاع‌رسانی و برگزاری گردهمایی و تعامل نزدیک با مخاطبین و فعالین حوزه نشر از دست رفت که مسلما خسران ناشی از این عدم دسترسی غیرقابل جبران است. انجمن صنفی داستان‌نویسان تهران امیدوار است ضمن رفع هرچه سریع‌تر این معضل، در آینده شاهد تکرار چنین شرایط بحرانی برای اهل قلم نباشد.»

امیدوارم مترجم‌نماها زودتر از بازار حذف شوند

ایسنا- سهیل سمی در حالی از مترجم‌نماها و کتاب‌های ترجمه‌ای که ارزشی ندارند و کافذ را حرام می‌کنند می‌گوید که معتقد است کار ترجمه به بچه‌بازی کشیده شده است.

سهیل سمی درباره وضعیت ترجمه آثار فارسی به زبان‌های دیگر اظهار کرد: کارهایی که من تا کنون ترجمه کردم عمدتا از انگلیسی به فارسی است. البته به شکل پراکنده مقاله و مطالبی را هم از فارسی به انگلیسی ترجمه کردم. عمدترین ایرد کار در زمینه ترجمه آثار فارسی به زبان‌های دیگر این است که این ترجمه‌ها هم خیلی کیشمار است و هم هیچ روال منظم و منطقی‌ای ندارد. البته فکر می‌کنم علت آن مسائل مالی باشد. این کار آثار یا وضعیت قعلی نشر بخواهد انجام شود. به اسیار نیاز دارد.

او با اشاره به این که بنیادهای اقتصادی ایران برعکس بنیادهای اقتصادی کشورهای خارجی است گفت: در کشورهای دیگر بسیاری از بنیادها که حتی ماشین تولید می‌کنند برای پرستیژ فرهنگی -اجتماعی و تبلیغ نام کالای‌شان از یک نویسنده یا مترجم که کارش درخور توجه است، حمایت می‌کنند و ما می‌بینیم اگر تنویسندهای این کشور هادر مقدمه کتاب‌های‌شان از جامعلی تشکر می‌کنند که ممکن است اصلا مرکز ادبی نباشند.

سمی افزود: تاشری که می‌خواهد روند کار ترجمه آثار از فارسی به زبان‌های دیگر شود، باید به انتقال کتاب‌ها، توزیع آن‌ها و تامین مالی این کار فکر کند که با چنین شرایطی بسیاری از ناشران ایرانی خوب به خود از این فهرست حذف می‌شوند. چون انجام این کار یا بخش را ندارند یا برای‌شان ریسک بزرگی است. بنابراین چنین کاری نیازمند حامی است تا به یک ربوه تبدیل شود. آن وقت ممکن است مقلا رمان‌های محمدرضا کاتب یا حسین صناپور قروش خیلی خاصی در کشورهای مختلف پیدا کنند. اما چون ناشران ماعصد نداشته‌اند هستند یا حتی اگر قوی هم باشند باز هم به نسبت ناشرهای کشورهای غربی یا شرقی مثل کره جنوبی و- خیلی ضعیفتر هستند این ریسک را نمی‌پذیرند و حق هم دارند. پس باید به نحوی از آن‌ها حمایت شود و این حمایت مستازم این است که حمایت کنندگان متوجه شوند این کار مهم است و باید بابتش سرمایه‌گذاری شود. این مترجم سپس در پاسخ به سوالی درباره معیار انتخاب کتاب برای ترجمه با توجه به نتیجه جایزه‌های معطر ادبی و فهرست کتاب‌های پرقروش بیان کرد من اکنون در حال ترجمه آخرین رمان مارگارت اتوود هستم و رمان این نویسنده برنده جایزه «من بوکر» هستم. اما من قبلا هم آثاری از او ترجمه کردم که برنده هیچ جایزه‌ای نشده است. عدمای هستند که تعدادشان هم کم نیست. خیلی جای‌شان خالیه ولی مارند و برای همین هم می‌گردند ببینند در جایزه‌های ادبی چه کسی برنده و نامزد شده تا ترجمه این کتاب‌ها را شروع کنند که بعضا هم در این قرآیند ممکن است ناشر و مترجم به هدف‌شان برسند.

مترجم کتاب «مرگ‌نشست ندیده» همچنین درباره وضعیت نافته و سلیقه مخاطبان ادبیات ترجمه در سال‌های اخیر اظهار کرد: هنوز هم کتاب