گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۴۲۶۸
جمعه ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۵ ۱۲:۲۳

دکتراسماعیل مولایی پیشکسوت دستگاه دیپلماسی ایران و کارآفرین شرکت دانش‌بنیان کارافناوران در مصاحبه با شبکه تعاون

اهمیت کار و کارآفرینی، از منظر جامعه شناسی و دیدگاه اسلام نسبت به کار، کارگر و کارآفرین

نخستین گفت‌وگو با دکتر اسماعیل مولایی با عنوان «گلوگاه تولید در ایران» برگزار شد : این گفت‌وگو با دکتر اسماعیل مولایی، از پیشکسوتان دستگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران، کارآفرین و مدیر شرکت دانش‌بنیان فعال در حوزه فناوری باتری، با عنوان «گلوگاه تولید در ایران» برگزار شد .

به گزارش شبکه خبری تعاون ، نخستین گفت‌وگو با دکتر اسماعیل مولایی با عنوان «گلوگاه تولید در ایران» برگزار شد: این گفت‌وگو با دکتر اسماعیل مولایی، از پیشکسوتان دستگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران، کارآفرین و مدیر شرکت دانش‌بنیان فعال در حوزه فناوری باتری، با عنوان «گلوگاه تولید در ایران» برگزار شد.

در این گفت‌وگو، دکتر مولایی با اشاره به تجربیات علمی و اجرایی خود، به تبیین نقش کار، تولید و کارآفرینی در توسعه اقتصادی و پیشرفت جامعه پرداخت.

وی که به‌عنوان تنها تولیدکننده نوع خاصی از باتری در کشور فعالیت می‌کند، با بیان اینکه دانش فنی این پروژه از خارج از کشور به ایران منتقل شده است، اظهار داشت: این فناوری در اختیار تنها هشت کشور جهان قرار دارد و خوشبختانه ایران نیز امروز در زمره این کشورها قرار گرفته است.

دکتر مولایی در ادامه، توسعه فناوری‌های راهبردی و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان را از مهم‌ترین مسیرهای عبور از چالش‌های تولید در کشور عنوان کرد.

وی با اشاره به اهمیت کار در آموزه‌های دینی افزود: در قرآن کریم، خداوند خطاب به پیامبر می‌فرماید: فاذا فرغت فانصب؛ یعنی هرگاه از کاری فارغ شدی، به کار دیگر بپرداز. این آیه نشان می‌دهد بیکاری حتی برای اشرف مخلوقات جایز نیست. بسیاری از فسادها از بیکاری سرچشمه می‌گیرد، زیرا انسانی که مشغول کار است فرصتی برای فساد ندارد.

مولایی با بیان اینکه مفهوم خوشبختی در دنیای امروز از شاخص‌های اقتصادی فراتر رفته گفت: در قرن بیست‌ویکم، نرخ خوشبختی جای شاخص تولید ناخالص داخلی (GDP) را می‌گیرد. کشورهای ثروتمند لزوماً خوشبخت نیستند؛ خوشبختی در احساس امنیت، آرامش و اشتغال معنا می‌شود. جامعه‌ای که در آن جوانان امید به کار داشته باشند، جامعه‌ای است خوشبخت.

این کارآفرین تأکید کرد: داشتن کار، خود نوعی شخصیت و عزت‌نفس به فرد می‌دهد. حتی اگر کار مهمی نباشد، انسان دوست ندارد بگوید بیکار است. نفسِ داشتن کار، حس ارزشمندی ایجاد می‌کند. جامعه نیز به کسی که کار دارد با احترام بیشتری می‌نگرد.

ایشان ادامه داد: میکل‌آنژ، هنرمند بی‌همتای رنسانس، به‌گونه‌ای کار می‌کرد که گویی در جهان جز همان کار هیچ وظیفه‌ای وجود ندارد. او با تمرکز و دقتی خارق‌العاده، هر جزئی را چنان می‌ساخت که گویی همه هستی در آن خلاصه می‌شد. همین نگاه مطلق به خلق، راز جاودانگی آثارش شد؛ زیرا برای او، هر ضربه قلم و چکش معنای زندگی داشت و نتیجه‌اش، زیبایی‌ای بود که زمان را درنوردید و این کار دقیق ، که " گویی جز این کار من ، کار دیگری ندارم ولو یک پیچ کوچک بستن در یک کارخانه بزرگ " از این هنرمند جهانی الگو برداری شود.

دکتر مولایی نقش کارآفرینی را چنین تبیین کرد: کارآفرین کسی است که نه‌تنها برای خود بلکه برای دیگران نیز اشتغال ایجاد می‌کند. این عمل در دین اسلام بسیار پسندیده است. پیامبر اکرم(ص) دست کارگر را می‌بوسد؛ در حالی که دست رزمنده را نمی‌بوسد، بلکه تکریمش می‌کند. این تفاوت نشان از جایگاه والا و مقدس کار دارد. کارآفرین امنیت اجتماعی و اقتصادی را در جامعه گسترش می دهد.

در بخش اقتصادی، مولایی تأکید کرد که کارآفرینی فقط برای سودآوری شخصی نیست، بلکه ایجاد اشتغال برای دیگران هم ضروری است..

او همچنین به نقش بخش خصوصی و تعاونی در توسعه اقتصادی اشاره کرد و یادآور شد که تجربه‌های جهانی نشان می‌دهد که دولت به‌طرز کامل پاسخگو نیست و مدیریتِ کار در اقتصاد کشور به سمت بخش خصوصی و تعاونی می‌نگرد تا کارآیی و نوآوری افزایش یابد.

مولایی بیان کرد که در دین اسلام تولید ثروت و کار مولد هیچ محدودیتی ندارد و تنها درباره نحوه استفاده از ثروت و وابستگی‌ها به دنیا هشدار داده شده است. او با استناد به رویکردهای اخلاقی در قرآن و سنت، بر این نکته پافشاری کرد که کارآفرینی در خدمت جامعه و امنیت فردی است و نه عاملِ فساد و وابستگی‌های ناپایدار.

دکتر مولایی با تأکید بر اهمیت مدیریت کار در بخش‌های دولتی، خصوصی و تعاونی گفت: دنیا نشان داده که بخش دولتی گاه متولیِ ضعیفی است و به همین دلیل راهبردِ اقتصادِ کشور به سمت خصوصی‌سازی و تقویت بخش تعاونی می‌رود تا با بهبود کارایی و نوآوری، اشتغال و رفاه بیشتری ایجاد شود. او اضافه کرد که در دین هم بر نعمتِ کار و کارآفرینی و احترام به کارگران تأکید شده و این ارزش‌ها می‌تواند به تقویت امنیت اجتماعی منجر شود.

او در رابطه با فلسفه خودساختگی، نقش دولت در اقتصاد، جایگاه سرمایه‌گذار و قدرت رسانه عنوان کرد: این نگاه که «تغییرات بیرونی» نباید بر «اصالت درونی» فرد تأثیر بگذارد، در کنار تحلیل ساختاری از اقتصاد و نقش نظارتی دولت، مباحث بسیار مهمی هستند.

وی از منظر پارادایم‌های نوین در کارآفرینی؛ از اصالت درونی تا حکمرانی اقتصادی شرح داد:

-۱خودساختگی؛ پیش‌نیاز عبور از وابستگی‌های دنیوی در دنیای پرتلاطم کنونی، بزرگترین سرمایه یک انسان است. همان‌گونه که در سیره بنیان‌گذار کبیر انقلاب اسلامی مشهود بود، فرد خودساخته به جایگاه و نظرات زودگذر بیرونی وابسته نیست. این نگاه که «تکلیف‌مداری» باید بر مقبولیت عمومی ارجحیت داشته باشد، در مدیریت کلان نیز صادق است. یک کارآفرین یا مدیر تراز، نباید اجازه دهد نوسانات افکار عمومی یا وابستگی به ثروت دنیوی، او را از هدف اصلی و تکلیف خود باز دارد.

-۲نقد لیبرال دموکراسی و آسیب‌شناسی ثروت در تحلیل کلانِ غرب، ثروت‌اندوزیِ بی‌حد و حصر در کنار قتل و غارت، نشان‌دهنده سقوط اخلاقی در مدل لیبرال دموکراسی است. این تمدن که بر پایه‌های «برده‌داری نوین» بنا شده، اغلب فساد ساختاری را پشت نقاب‌های فریبنده پنهان می‌کند. این درس بزرگی برای ماست که بدانیم پیشرفت اقتصادی بدون مبانی اخلاقی و انسانی، در نهایت به بن‌بست‌های اجتماعی منجر خواهد شد.

-۳ نقش نظارتی و تسهیل‌گر دولت در اقتصاد دولت در یک اقتصاد پویا، نه رقیب بخش خصوصی، بلکه «ناظر عالی» و «تسهیل‌گر» است. دو وظیفه کلیدی بر عهده دولت است:

ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری: سرمایه به شدت ترسو است و به کوچکترین ناامنی واکنش نشان می‌دهد. دولت باید با ایجاد اطمینان از «سود معقول» و «بقای سرمایه»، بستری امن برای کارآفرین فراهم کند.

نظارت بر عدم تخلف: در پروژه‌های بزرگ (مانند ابرسازه‌ها)، مهندسیِ تخلف ممکن نیست؛ چرا که کوچکترین خطا منجر به فروپاشی کل ساختار می‌شود. دولت باید با نگاهی دقیق، جلوی هرگونه فساد یا رانت را بگیرد تا بخش خصوصی با آرامش به تولید ثروت بپردازد.

-۴ قدرت رسانه و مهندسی ذهن جامعه: تبلیغات و رسانه، نیرویی پیش‌برنده در جوامع انسانی است که نباید نادیده گرفته شود. رسانه‌ها قادرند حتی «تضادها» و «نقص‌ها» (مانند شلوار پاره که تبدیل به نماد مد می‌شود) را به ارزش‌های اجتماعی تبدیل کنند. بنابراین، برای ترویج فرهنگ کارآفرینی و رشد اقتصادی، استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و تبلیغاتی هوشمندانه، نه تنها یک انتخاب، بلکه یک ضرورت است که باید از الگوهای موفق الهام گرفته شود.

این تحلیل نشان می‌دهد که موفقیت در عرصه کارآفرینی، ترکیبی از «اصالت روحی فرد»، «سیاست‌گذاری هوشمندانه دولت» و «هنر رسانه‌ای» است. هر سه ضلع این مثلث اگر در کنار هم قرار گیرند، می‌توانند فضای اشتغال و تولید را به سمت شکوفایی حقیقی هدایت کنند

آیا مایلید در مورد هر یک از این بخش‌ها، بویژه «الگوهای تبلیغات اقتصادی برای کارآفرینان» بیشتر بحث کنیم؟

قدرت تبلیغات و تاثیر آن بر جامعه و اقتصاد؛ از کیفیت کالا تا اهمیت مسئولیت اجتماعی برخوردار است.

۱. نقش تبلیغات در شکل‌گیری انتظارات مردم: تبلیغات یکی از ابزارهای قدرتمند در تاثیرگذاری بر ذهن و رفتار جامعه است. اگر چه بعضی افراد فکر می‌کنند اثرات تبلیغات زیاد نیست، اما تاریخ نشان می‌دهد که از همان ابتدا، تبلیغات برای رسیدن به اهداف مشخص، همواره نقش مهمی داشته است. به عنوان نمونه، تبلیغات باید در درجه اول بر کیفیت تمرکز داشته باشد؛ چرا که کیفیت است که مردم را جذب می‌کند و اعتماد آنان را می‌سازد.

۲. ترویج تولید داخلی و اهمیت کیفیت در رقابت با خارجی‌ها: در حال حاضر، حرکت برای حمایت از تولید داخلی به عنوان یک نیاز حیاتی مطرح است. مردم باید تشویق شوند تا از محصولات داخلی خرید کنند، هر چند در ظاهر کیفیت آن‌ها ممکن است با نمونه‌های خارجی برابری نداشته باشد. اما هدف این است که در طول زمان، کیفیت محصولات داخلی به سطح استانداردهای جهانی برسد. در این راستا، تبلیغات درست و هوشمندانه نقش بزرگی دارد؛ چرا که تولید داخلی باید به گونه‌ای ارائه شود که اعتماد مردم جلب گردد.

۳. نگرش‌های اجتماعی درباره کار و تولید: نکته مهم دیگری که در این حوزه مطرح است، نگرش افراد نسبت به اهمیت کار و تولید است. افرادی مانند کارگران، مهندسان و مدیران در کارخانه‌های داخلی باید احساس کنند کاری که انجام می‌دهند، ارزشمند است و جانِ چندین نفر در کار آنان به خطر می‌افتد. به عنوان مثال، یک مهندس یا کارگر باید درک کند که پیچ‌هایی که می‌بندد، به معنای نجات جان خانواده‌هایی است که از محصول تولیدشده، استفاده می‌کنند. این نگرش در طراحی و ساخت خودرو و دیگر محصولات، می‌تواند عامل مهمی در ارتقاء کیفیت و مسئولیت‌پذیری باشد.

۴. آینده‌نگری و مسئولیت فردی در ساختن آینده: در این میان، شهرت و اعتبار هر فرد، به میزان مسئولیت‌پذیری و تعهد او بستگی دارد. مثال میکل آنژ نشان می‌دهد که هر کار مهم و تاثیرگذاری، نتیجه‌ی عزم و تمرکز فرد است. کسانی که در حوزه‌های مختلف، تولید و خدمت می‌کنند، باید احساس کنند که در ساختن آینده‌ای بهتر، نقش کلیدی دارند و این حس مسئولیت، انگیزه و کیفیت کارشان را افزایش می‌دهد.

۵. مشکلات حقوق و انگیزه کارمندان: یکی از مشکلات موجود در بسیاری از سازمان‌ها، ناپایداری حقوق و کم بودن حقوق است. کارمندانی که به صورت داوطلبانه و با تعهد کار می‌کنند، باید احساس کنند که کارشان ارزنده است و حقوقی مناسب دریافت می‌کنند. وقتی فرد احساس کند کارش مهم‌ترین کار دنیاست، انگیزه و کیفیت عملکردش بهبود می‌یابد. نمونه عینی آن، صنعت ساخت خودرو و وسایل حمل‌ونقل است؛ جایی که جان خانواده‌ها در

دست تولیدکنندگان قرار دارد و هر اشتباه می‌تواند فاجعه‌آمیز باشد.

۶. نگاه مسئولانه جامعه و اهمیت آگاهی‌رسانی: در این راستا، مسئولیت رسانه‌ها و نهادهای آموزش‌دهنده در ترویج آگاهی‌های صحیح، بسیار مهم است. جوامع باید قدر کار و تولید را بدانند و اهمیت سلامت و امنیت را مدنظر قرار دهند. این رویکرد، در نهایت، باعث رشد اقتصادی، کاهش آسیب‌های اجتماعی و ارتقاء سطح زندگی خانواده‌ها می‌شود.