

# باهمآفرینی

## Synergy

مهسا پایه‌دار

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مطالعات معماری ایران دانشگاه هنر اصفهان

Pyr.mahsa@gmail.com

### چکیده

اشتغال در دنیای امروز به یکی از اساسی‌ترین مسائل جوامع تبدیل شده است. بیکاری و در کنار آن اشتغال به کارهای کاذب از خطرناک‌ترین پدیده‌های عصر کنونی است. در دنیای امروز که در آن ابزارهای گوناگون بیش از هر زمان دیگر همه‌چیز را به هم متصل می‌کنند، کسانی که از رویکرد ایجاد روابط مشترک و متقابل حرفه‌ای بهره می‌برند شانس زندگی حرفه‌ای موفق را برای خود و دیگران افزایش می‌دهند. این نوشته باهمآفرینی را راهکاری برای نجات از وضعیت اشتغال کنونی و مؤثر در ساخت آینده عنوان می‌کند.

**واژگان کلیدی:** کسب‌وکار، سینرژی، نوآوری، تفکر مشترک.

### مقدمه

رخ دهد: یا سرخورده می‌شوند و سرنوشت خود را می‌پذیرند یا با نگرشی متفاوت به دنبال ساختن شغلی مخصوص به خود در صنعت تخصصی خود می‌روند و وضع بهتری خواهند داشت، ساعت‌های کمتری کار خواهند کرد، استرس کمتری خواهند داشت و از مزایا و تعطیلات بیشتری نسبت به زندانی که برای خودشان ایجاد کرده‌اند بهره‌مند خواهند شد. بسیاری از صاحبان کسب‌وکار که در گیر مشکلات هستند، صنعتشان را مقصومی دانند. درست است که بعضی صنایع و مشاغل در حال افول‌اند، اما صنعت بهندرت مقصراست. هرچه باشد افراد دیگری در همین صنعت وجود دارند که عملکرد خوبی دارند. پس سؤال بدیهی این است که آن‌ها چه کار متفاوتی انجام می‌دهند؟

### نوآوری بسته یا نوآوری باز، مسئله این است!

باید بپذیریم که لازمه‌ی موفقیت، ارزش اختصاصی و نوآوری داشتن است. نوآوری می‌تواند شکل‌های گوناگونی به خود بگیرد و در هر شکل، طیف تخصصی متفاوتی را بطلبد. امروزه با شتاب گرفتن تحولات فناوری، کوتاه شدن چرخه‌ی عمر محصولات و خدمات، پیچیده شدن محصولات و فناوری‌ها، اهمیت یافتن دارایی‌های نامشهود، پراکنده شدن منابع دانشی و... نوآوری اهمیت روزافزونی یافته است<sup>[1]</sup>.

دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی عهده‌دار رسالت‌هایی مانند تولید دانش، تربیت نیروی متخصص، گسترش فناوری، نوآوری و خلاقیت هستند و امروزه صاحب‌نظران معتقدند دستیابی به توسعه‌ی پایدار فقط در سایه‌ی به کارگیری دانش روز و فناوری پیشرفت‌هه حاصل می‌شود. بنابراین برای قرار گرفتن در مسیر توسعه و جلوگیری از عقب‌ماندگی باید شرایطی فراهم شود تا دانشجویان به صورت عملیاتی نیز پرورش یابند اما در این میان درنظرگیری رشته‌ی تخصصی مانند محفظه‌ای محدود کننده در نگاه دانش‌آموختگان موجب شده است به دلیل نبود فرصت‌های متعدد کشف نشده، خلاً عظیمی در جامعه ایجاد شود. وقتی نگاه به ایجاد اشتغال و نوآوری این‌گونه محدود به چهار دیواری کسب‌وکار در یک صنعت معین باشد، طبیعی است که نوآوری امری بسیار پرهزینه، زمان برو و پیچیده تلقی می‌شود و شانس موفقیت در آن ناچیز است.

### مقصراصلی بیکاری

به نظر می‌رسد در نگرش فعلی، تلاش صاحبان کسب‌وکار یا دانش‌آموختگان برای رسیدن به سطح بالاتر فقط به یأس بدل می‌شود. در این وضعیت دو اتفاق ممکن است

نواوری می‌تواند بهبودی کوچک در یکی از فرآیندهای کاری شرکت با هدف کاهش هزینه‌ها یا افزایش رضایتمندی مشتریان باشد. نواوری می‌تواند اصلاح دستورالعمل انگیزشی کارکنان با هدف ایجاد فرهنگ مشارکت و افزایش ارائه‌ی پیشنهادهای بهبود از سوی آن‌ها باشد. نواوری می‌تواند شیوه‌ای جدید در پردازش داده‌های مربوط به مشتریان با هدف تشخیص زودهنگام نقاط بهبود خدمات باشد. هر کدام از این نواوری‌ها، به تخصص‌های مختلفی نیاز دارد. این تخصص حتماً با حوزه‌ی تخصص فنی شرکت یا فرد هم‌خوانی ندارد.

## باهم‌آفرینی؛ مشترک بخواهیم و مشترک بازایم

در دنیای امروز که در آن ابزارهای گوناگون بیش از هر زمان دیگر همه‌چیز را به هم متصل می‌کنند، کسانی که از رویکرد ایجاد روابط مشترک و متقابل حرفاًی بهره می‌برند شناس زندگی حرفاًی موفق را برای خود و دیگران افزایش می‌دهند. پس لازم است زندگی حرفاًی مان را بر اساس تفکر مشترک و متقابل بازتعریف کنیم. این مفهوم با اصطلاح Synergy در دنیای کسب‌وکار و با لفظ هم‌آفرینی رواج دارد که از مفاهیم کلیدی در مدیریت محسوب می‌شود. کلمه‌ی سینتری از دو بخش تشکیل شده است. "Syn" پیشوندی است به معنای "با هم" و "Ergy" به معنای کار و فعالیت. پس کلمه‌ی "Synergy" به معنای "تلاش گروهی" است. به بیان دیگر تعامل و همکاری چند نفر از افراد به‌گونه‌ای که اثر ترکیبی حاصل بزرگ‌تر از مجموع انرژی و تلاش افراد و اعضا باشد. آنچه امروزه «کار تیمی» نام دارد و اساس پیشرفت حرکت‌های فردی و سازمانی تلقی می‌شود نه تنها مستلزم هماهنگی و همکاری اعضا و افراد یک واحد است، بلکه در گستره‌ای فراگیر دربردارنده‌ی هماهنگی، تفاهم و هم سویی واحدهای مختلف سازمان و حرکت یکپارچه‌ی تمامی آن‌ها به‌سوی هدف است. رمز باهم‌آفرینی در جذب، مشارکت و توانمندسازی افراد نهفته است تا قلمرو ایده‌های خود را فراتر از تخصص خودشان، به کمک هم‌دیگر به هم نزدیک کنند و ارائه دهند. به بیان دیگر برای باهم‌آفرینی بهتر است روی مرز تخصص‌ها حرکت کنیم تا در این فرآیند با یک تفکر مشترک، راه حل مناسب‌تر و خاص‌تری از یک موضوع ارائه شود.

با سه گام می‌شود به سمت تفکر مشترک پیش رفت. گام اول: دستیابی به شناخت عمیق‌تر از خود، به‌منظور دوری از فرافکنی اتفاقات حرفاًی بر دیگران و داشتن تصویر واضحی از خود. گام دوم: افزایش مهارت و حسن همدلی در خود برای استفاده در محیط کار و گام سوم: بررسی و پیشنهاد دادن خواسته‌های مشترک و شنیدن دقیق آنچه دیگران در پاسخ به ما می‌گویند.

نگاه سنتی به نواوری تا حدود بیست سال پیش بسیار فraigir بود. نواوری بسته یا همان مدل سنتی نواوری، موقیت را در گروه اعمال کنترل می‌داند و از سازمان‌ها می‌خواهد خود ایده‌ها را بیافرینند، خودشان توسعه دهند، بسازند، به بازار ببرند، توزیع کنند، تأمین مالی کنند و خدمات پس از فروش ارائه دهند [2]، اما در محیط پویا و پیشرفته‌ی امروز، نواوری دیگر در یک سازمان انجام نمی‌شود، بلکه فراتر از مزه‌های سازمان پراکنده شده است [3]. شاید بتوان با شناخت علاقه‌مندی‌های افراد خلاق، هر کار را با کیفیتی به مرتب بالاتر و هزینه‌ای به مراتب کمتر انجام داد. در نگاه باز به نواوری، استارت‌آپ‌ها و مدل‌های کسب‌وکار نواورانه آن‌ها می‌توانند الهام‌بخش و ناجی شرکت‌های بزرگ باشند. با نگاه باز به نواوری، ضمن افزایش شانس موقیت فردی و سازمانی، زمان و هزینه‌ی رساندن ایده‌های جدید به بازار کاهش می‌یابد. این رویکرد نوین انعطاف‌پذیری در مواجهه با تغییرات سریع فناوری و بازار را نیز افزایش می‌دهد.

## مشکل ما در نواوری

مشکل اینجا است که مدیر یک شرکت قطعه‌ساز، نواوری را به صورت ضمنی به طراحی و تولید قطعه‌ی پلیمری جدید یا بهبودیافته محدود می‌داند یا مدیر ارشد یک شرکت تولید لبニアت، نواوری را فقط در قامت عرضه‌ی یک محصول لبni جدید به بازار تصور می‌کند. به بیان دیگر، بسیاری از شرکت‌های ایرانی نواوری را تنها به نواوری در حوزه‌ی اصلی تخصصی خود محدود و محصور می‌دانند. گویی نواوری محدود به یک حوزه‌ی تخصصی ویژه است و به همین دلیل آن را در بیرون از حوزه‌ی تخصصی خود جستجو نمی‌کنند. باید بپذیریم که نواوری همان تغییرات ارزش‌آفرین برای شرکت‌ها است و نباید آن را به هیچ‌کدام از ورودی‌ها، فرآیندها، خروجی‌ها، تخصص‌ها و واحدهای سازمان‌ها یا افراد محدود دانست.



تصویر ۱. باهم‌آفرینی؛ مشترک بخواهیم و مشترک بازایم

درنهایت باید آینده و بهترشدن آن را بپذیریم. آیندهای که بهسوی آن می‌رویم، محصول فرآیند بهتر شدنی است که امروزه دیده می‌شود. تصور کنید اگر در سال ۱۹۸۵ و زمان پیدایش اینترنت یک کارآفرین بودید. چقدر معركه بود؟ در آن زمان هر دامنه دات کامی که می‌خواستید آزاد بود. تنها کار لازم درخواست دامنه دلخواه بود. الان هم به تعبیر بزرگان، اینترنت در دوران آغازین خودش است و بزرگترین محصولات کاربردی زندگی سال ۲۰۵۰ هنوز اختراع نشده است. قلمرویی کشف نشده و آزاد روبروی ما است که ساده‌ترین کار، انتخاب یک حوزه‌ی کاری و تلقیق مقداری هوش مصنوعی با آن است [4]. امروز بهترین زمان برای با هم آغاز کردن و باهم‌آفرینی است.



تصویر ۲. مفهوم سینergy



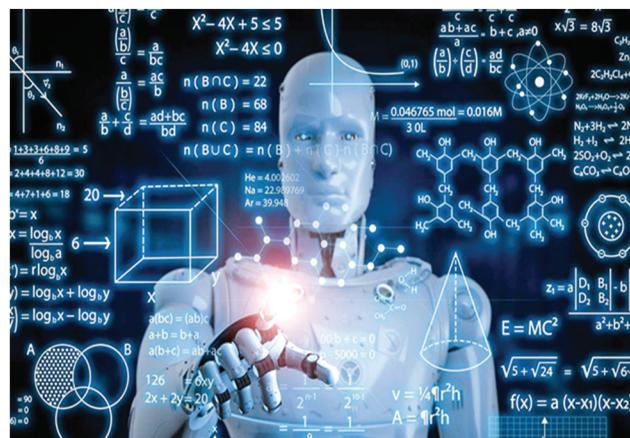
تصویر ۴. تلقیق هوش مصنوعی و کسب و کار

## منابع

1. Jacobides M. G, Billinger S. Designing the Boundaries of the Firm: From 'Make, Buy or Ally' to the Dynamic Benefits of Vertical Architecture. *Organization Science* 2006; 17(2), 249-261.
2. Jasbro, h., 2010. Open Innovation; The new paradigm of creation and commercialization of technology. tehran: rasa publication.
3. Manteghi, m. & Hasan abadi, p., 2015. Innovation transition requirements depending on open innovation. *Technology growth*, Volume 46, pp. 27-37.
4. kelly k., 2019. the inevitable; understanding the 12 technological forces that will shape our future. Tehran: Amukhteh.

## نتیجه‌گیری

در دنیای امروز حرکت از «من» به سمت «ما» بیش از اینکه شدنی باشد، حیاتی است. امروز بیش از هر زمان دیگر تأثیر تفکر مشترک و درنتیجه زاییده شدن فعالیتهای مشترک در فضای کسب و کار نوین مشاهده می‌شود. ابزارهایی از قبیل اقتصاد مشارکتی، سازمان‌های قابل اشتراک، سازمان‌های ابری، بازار سرمایه‌های اجتماعی، جمع‌سپاری، سفارشی‌سازی جمعی و امروزه نقش مهمی در اشتراک ذی‌نفعان بازی می‌کنند. در این قالب افراد می‌توانند نه فقط در نقش مصرف‌کننده، بلکه در نقش‌های دیگری در ساخت محصول نهایی تعامل داشته باشند. همکاری و تعامل و رابطه‌سازی، صرفاً یک انتخاب نیست؛ بلکه تنها شیوه‌ی عملکرد مغز ما انسان‌ها است و اتفاقاً همین شیوه باعث موفقیت و بقای گونه‌ی انسان شده است. هم آفرینی ایده‌ی جدیدی نیست. تکنیک‌های طراحی مشارکتی از سال ۱۹۷۰ مطرح شده است ولی هنوز بهندرت مورداستفاده قرار می‌گیرد.



تصویر ۳. ساده‌ترین کار در دنیای امروز انتخاب یک حوزه‌ی شغلی و تلقیق مقداری هوش مصنوعی با آن است.