

ابتکار زنان

روایت موفقیت ۵۰ زن کارآفرین

با حمایت موسسه AELSO در شرایط بحران

عبدالقاهر بهشتی

ابتکار زنان

روایت موفقیت ۵۰ زن کارآفرین
با حمایت موسسه AELSO در شرایط بحران

عبدالقاهر بهشتی



توسعه اندیشه‌ها برای یک افغانستان صلح‌آمیز و مرفه

شناسنامه کتاب

نام کتاب به فارسی:

ابتکار زنان

روایت موفقیت ۵۰ زن کارآفرین با حمایت موسسه AELSO در شرایط بحران

نام کتاب به انگلیسی:

The Women's Initiative

The Success Stories of 50 Women Entrepreneurs Supported by AELSO in Crisis Times

نویسنده:

عبدالقاهر بهشتی

همکاران:

آسیه فواد، نورافشان کابلان، نفیسه عصیان، خاطره شمس رفیق، مروه اورمل،
نورجان موسوی و مؤدّه محمدیار

ناشر:

موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO)

طرح جلد و صفحه آرا:

رحیم سلطانی

تیراژ:

۱۰۰۰ جلد

ایمیل:

publications@AELSO.org

صفحه انترنتی:

www.AELSO.org

ISBN 978-9936-102-26-2

© کلیه حقوق چاپ و تکثیر این کتاب به موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) تعلق دارد. هر نوع کاپی برداری و تکثیر الکترونیکی بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلف مورد پیگرد قانونی قرار می گیرد.



روایت‌های ابتکار و کارآفرینی زنان

- ۱.....مقدمه
- ۶.....از کوهستان‌های پنجشیر تا پیشگامی در تولید سمارق؛ روایت امید و نوآوری انجنیر وسیمه حمید
- ۱۰.....وقتی هنر از یک رؤیا به یک فرصت تبدیل شد
- ۱۵.....از دست‌فروشی در سرک‌های کابل تا رؤیای یک برند جهانی؛ روایت استقامت گل‌مهره میرزایی
- ۱۹.....از فرصت‌ها تا ساختن مسیر تازه؛ روایت فریحه عارف، تریدر جوان افغانستان
- ۲۴.....از یک ایده کوچک تا ساختن برند حورا؛ روایت حوریه بهرام
- ۲۹.....از محصول طبیعی تا یک فرصت اقتصادی؛ روایت انیتا صالحی در تجارت عسل افغانستان
- ۳۴.....از یک ایده کوچک تا «صنایع دستی آپسو»؛ روایت ذکیه احمدی از ساختن فرصت در فضای آنلاین
- ۳۸.....از محرومیت تا آفرینش فرصت؛ داستان شهناز باتور و «آهین»
- ۴۳.....از یک رؤیا تا «ارگانیکا»؛ داستان صدف منیر
- ۴۷.....روحینا محمدی؛ از فیض‌آباد تا ساختن یک فرصت آنلاین
- ۵۰.....از یک فکر ساده تا «زرین میوه»
- ۵۳.....یک پل دیجیتال برای رساندن محصولات افغانستان به جهان
- ۵۷.....از یک ایده تا ساختن یک گلخانه؛ روایت تلاش برای تولید و فرصت‌آفرینی
- ۶۰.....از یک تجربه شخصی تا ساختن یک برند برای زندگی سالم
- ۶۵.....از یک لب‌تاپ قدیمی تا ساختن یک مسیر تازه
- ۷۰.....از یک علاقه ساده تا ساختن فرصتی برای زنان
- ۷۴.....از نخ و مهره تا امید؛ روایتی از زنده نگه‌داشتن هنر زنان بدخشان
- ۷۹.....یوشاک داکتران مدرن؛ رؤیایی که از بستر بیماری تا کارگاه خیاطی رسید
- ۸۳.....نوش نگاران؛ وقتی هنر، راهی برای ماندن و دوباره ساختن می‌شود
- ۸۸.....سمارق پاکیزه؛ رویددن یک فرصت از دل محدودیت‌ها
- ۹۲.....مقصد؛ از یک مشکل روزمره تا رؤیای ساختن یک راه تازه
- ۹۵.....از قطره‌های رزین تا ساختن یک برند؛ روایت افغان رزین
- ۹۷.....روایت زنی که هر در بسته را به راهی تازه تبدیل کرد
- ۱۰۱.....رؤیایی که آرام‌آرام برند شد؛ روایت Novva
- ۱۰۴.....شاگردی که کارآفرین شد؛ روایت نیکبخت محمدی از ایستادن روی پای خود
- ۱۰۸.....نوآوری از دل سنگ‌های بدخشان؛ «سنگ‌تراشی راه ابریشم»
- ۱۱۲.....ماه بانو؛ وقتی مهارت شیرینی‌پزی به راهی برای توانمندسازی زنان بامیان تبدیل شد
- ۱۱۷.....از نخستین مشتری تا رؤیای یک مرکز بزرگ چاپ و قرطاسیه
- ۱۲۱.....وقتی یک دکان، پاسخ یک زن به تردیدها شد
- ۱۲۵.....از نخ و مهره تا ساختن فرصت برای هشت زن
- ۱۳۰.....طرحی که با چرخش شش دستگاه پشم‌ریسی عملی شد

شیرینی طلایی؛ از یک رؤیای شیرین تا یک کارگاه واقعی.....	۱۳۳
دخترانی با رؤیاهای شیرین؛ وقتی همدلی، تولید و امید یک مسیر می‌سازد.....	۱۳۷
یک صفحه مجازی به آغاز یک رؤیا تبدیل شد.....	۱۴۱
از یک صفحه در اینستاگرام تا چهار فرصت کاری؛ Mora Brand.....	۱۴۵
نقشینه؛ از نخ و سوزن تا ساختن یک کارگاه.....	۱۵۰
از یک اتاق کوچک تا ساختن یک فرصت؛ Dala Super Store.....	۱۵۴
چاشنی‌سرا؛ از یک قنادی کوچک تا ساختن فرصت برای دختران.....	۱۶۰
وقتی هنر نقاشی به راهکار تاب‌آوری تبدیل می‌شود.....	۱۶۳
از یک گلخانه کوچک تا رؤیای بزرگ‌تر برای زنان روستایی.....	۱۶۶
از گل‌های دست‌ساز تا ساختن یک فرصت؛ روایت رومینه فایض.....	۱۷۰
تولیدی روغن‌های ارگانیک؛ روایت یک کسب‌وکار نوپا.....	۱۷۳
هنر ماندگار؛ هنری که پیش از فروش باید ماندگار می‌شد.....	۱۷۶
از شمع‌های دست‌ساز تا عملی‌سازی ساختن یک آرزوی شگفت‌انگیز.....	۱۸۰
از نخستین پخت تا ساختن یک نام ماندگار؛ شهد و شکر.....	۱۸۴
از درخشش نگین‌ها تا ساختن یک کارگاه کوچک.....	۱۸۷
میوه‌ای که قرار است ارزش بیشتری پیدا کند.....	۱۹۱
از یک دسته‌گل تا ساختن تجربه‌ای برای محافل.....	۱۹۳
از یک نیاز ساده تا یک کسب‌وکار خلاق برای زنان؛ V-Packaging.....	۱۹۶
آن شبی که یک طرح به «الهام» تبدیل شد.....	۲۰۰
نتیجه‌گیری.....	۲۰۶

مقدمه

هر کتابی از جایی آغاز می‌شود؛ از یک اندیشه، یک پرسش، یک رؤیا یا شاید از خاطره‌ای که نمی‌خواهد فراموش شود. برخی کتاب‌ها اما تنها برای خواننده شدن نوشته نمی‌شوند؛ برای به یاد آوردن نوشته می‌شوند برای اینکه صدای انسان‌هایی را ثبت کنند که در میان روزهای دشوار، آرام و بی‌هیاهو ایستادند و نگذاشتند امید از زندگی‌شان رخت بربندد.

از سوی هم، افغانستان سال‌های دشواری را پشت سر گذاشته است؛ سال‌هایی که بحران‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، بسیاری از خانواده‌ها را با نااطمینانی، کاهش درآمد، از دست رفتن فرصت‌ها و نگرانی درباره آینده روبه‌رو کرده است. زنان در این میان، با موانع بیشتری مواجه بوده‌اند. فرصت‌های اقتصادی محدودتر شده، بسیاری از مسیرهای رشد و پیشرفت دشوارتر گشته و شماری از زنان ناچار شده‌اند میان مسئولیت‌های خانوادگی، نیازهای اقتصادی و رؤیاهای شخصی خود تعادل دشواری برقرار کنند.

در چنین روزهایی، تسلیم شدن آسان است. کنار گذاشتن یک رؤیا آسان است. گفتن «نمی‌شود» گاهی ساده‌ترین پاسخ به شرایطی است که راه‌ها را می‌بندد. با این حال، در گوشه و کنار این سرزمین، زنانی تصمیم دیگری گرفتند. آنان منتظر نماندند تا همه چیز تغییر کند. با آنچه داشتند آغاز کردند؛ با یک مهارت، یک ایده، مقدار اندکی سرمایه، یک اتاق کوچک، چند ابزار ساده، یا تنها با اعتمادی که به توانایی‌های خود داشتند.

نخستین قدم آنان شاید از نگاه دیگران کوچک بوده باشد، اما برای خودشان آغاز یک جهان تازه بود. یکی با دست‌های خود چیزی ساخت و آن را به فروش رساند. دیگری دانشی را که آموخته بود به خدمتی تبدیل کرد. زنی هنر و مهارتی را که سال‌ها در خانه آموخته بود، به منبع درآمد تبدیل کرد. مادری برای آنکه آینده فرزندانش روشن‌تر باشد، از آسایش خود گذشت و کسب‌وکاری را آغاز کرد. دختری که شاید روزی تنها رؤیای داشتن یک کار را داشت، آرام‌آرام به کسی تبدیل شد که برای دیگران نیز فرصت کار ایجاد می‌کند. «ابتکار زنان؛ روایت موفقیت ۵۰ زن کارآفرین با حمایت موسسه AELSO در شرایط بحران» روایت چنین ایستادگی‌ای است؛ روایت زنانی

که زندگی را در آسان‌ترین شکل آن تجربه نکردند، اما اجازه ندادند دشواری‌های زمانه رؤیاهایشان را از آنان بگیرد. این کتاب داستان پنجاه زن است؛ پنجاه زندگی، پنجاه مسیر و پنجاه روایت متفاوت از تلاش برای ساختن آینده در روزگاری که ساختن، خود نوعی شجاعت است. این‌ها داستان‌های دور از زندگی نیستند. پشت هر نام، انسانی ایستاده است؛ انسانی با ترس، تردید، مسئولیت، خستگی و امید. زنانی که پیش از رسیدن به موفقیت، بارها با شکست روبه‌رو شده‌اند. روزهایی داشته‌اند که فروش کم بوده، سرمایه کافی نبوده، بازار پاسخ نداده، کسی به ایده‌شان اعتماد نکرده یا فشارهای اجتماعی آنان را به عقب رانده است. بعضی شب‌ها شاید تنها چیزی که برای ادامه دادن داشته‌اند، این باور ساده بوده است که فردا می‌تواند بهتر از امروز باشد. و شاید همین‌جا است که معنای واقعی موفقیت آشکار می‌شود. موفقیت همیشه رسیدن به یک عدد، داشتن یک دفتر بزرگ یا شناخته شدن یک برند نیست. گاهی موفقیت یعنی زنی که پس از یک شکست دوباره تلاش می‌کند. یعنی مادری که با درآمد اندک، استقلال اقتصادی خود را حفظ می‌کند. یعنی دختری که مهارت تازه می‌آموزد و از آن برای ساختن آینده‌اش استفاده می‌کند. یعنی کارآفرینی که در شرایط دشوار، به جای کنار گذاشتن رؤیایش، شکل تازه‌ای برای ادامه دادن پیدا می‌کند.

پنجاه زن این کتاب، از همین زاویه اهمیت پیدا می‌کنند. آنان تصویری از یک واقعیت کمتر دیده‌شده از افغانستان را پیش روی ما می‌گذارند، واقعیتی که در آن زنان تنها منتظر دریافت فرصت نیستند؛ خودشان فرصت می‌سازند. آنان تنها مصرف‌کننده سرمایه اقتصادی نیستند، در ساختن اقتصاد و پویایی آن سهم دارند. آنان تنها از آینده سخن نمی‌گویند، با کار و تلاش روزانه خود در ساختن آن مشارکت می‌کنند. این مجموعه با ابتکار و حمایت موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) شکل گرفته است؛ موسسه‌ای که توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان را بخشی مهم از مسیر توسعه و ساختن جامعه‌ای پویا و پایدار می‌داند. آموزش، انتقال دانش، ایجاد فرصت برای یادگیری، حمایت از ایده‌های نو و فراهم کردن زمینه ارتباط میان زنان، زمانی معنا پیدا می‌کند که بتواند یک انسان را برای برداشتن قدمی تازه توانمند سازد. بخشی از زنانی که داستان‌شان در این کتاب آمده، در جریان همین برنامه‌ها فرصت آموختن، تجربه

کردن، رقابت کردن و معرفی توانایی‌های خود را به دست آورده‌اند. اما این کتاب صرفاً روایت فعالیت‌های یک موسسه نیست. مهم‌تر از همه، روایت خود زنان است؛ روایت انتخاب‌های آنان، رنج‌هایی که پشت سر گذاشته‌اند و راه‌هایی که برای رسیدن به جایگاهی بهتر پیموده‌اند. در میان این داستان‌ها، تنوع شگفت‌انگیزی از کار و زندگی دیده می‌شود. زراعت، صنایع دستی، تولید، خدمات، فناوری، آموزش، تجارت و صنایع خلاق، هر کدام بخشی از این تصویر را شکل می‌دهند. با این همه تفاوت، یک رشته نامرئی همه این روایت‌ها را به یکدیگر پیوند می‌دهد: باور به امکان تغییر.

کارآفرینی از یک دفتر شیک و سرمایه بزرگ آغاز نمی‌شود. پیش از آنکه یک کسب‌وکار شکل بگیرد، یک تصمیم شکل می‌گیرد؛ تصمیمی برای اینکه انسان سرنوشت خود را تا اندازه‌ای در دست بگیرد و برای بهتر شدن زندگی‌اش کاری انجام دهد. یک ایده کوچک می‌تواند نقطه آغاز باشد؛ همان‌گونه که یک مهارت ساده، یک نیاز محلی یا یک تجربه شخصی می‌تواند به فرصت اقتصادی تبدیل شود.

از همین رو، داستان‌های این کتاب تنها برای تحسین کردن نوشته نشده‌اند؛ برای آموختن نیز هستند. هر روایت در خود درسی دارد. یکی از اهمیت صبر می‌گوید، دیگری از یادگیری، دیگری از مدیریت سرمایه، دیگری از شناخت بازار و دیگری از اهمیت اعتماد به خود. بعضی داستان‌ها نشان می‌دهند که شکست پایان راه نیست و بعضی دیگر یادآوری می‌کنند که هیچ موفقیتی بدون تلاش مستمر به دست نمی‌آید.

شاید ارزشمندترین بخش این روایت‌ها این باشد که هیچ‌کدام زندگی را ساده و بی‌دردسر نشان نمی‌دهند. این زنان نمی‌گویند راه هموار بوده است. آنان نشان می‌دهند که راه دشوار بوده و با این حال پیموده شده است.

این کتاب برای هر زنی است که در گوشه‌ای از زندگی خود ایستاده و از خود می‌پرسد: «آیا من هم می‌توانم؟» برای دختر جوانی که ایده‌ای در ذهن دارد، اما هنوز جرئت آغاز کردن ندارد. برای مادری که می‌خواهد در کنار خانواده، استقلال و توانایی اقتصادی خود را نیز حفظ کند. برای زنی که یک‌بار شکست خورده و تصور می‌کند دیگر فرصتی برای شروع دوباره وجود ندارد. برای جوانی که در میان دشواری‌های اقتصادی، آینده خود را مبهم می‌بیند. و برای هر کسی

که هنوز باور دارد یک انسان، حتی با امکانات محدود، می‌تواند چیزی را در زندگی خود و اطرافیانش تغییر دهد.

ممکن هنگام خواندن این صفحات، با داستان‌هایی روبه‌رو شوید که به زندگی خودتان شباهت دارند. شاید در میان یک روایت، ترس یا امیدی را ببینید که خودتان تجربه کرده‌اید. امکان دارد با خود بگویید: «من هم چنین روزهایی داشته‌ام». و شاید همین احساس، یکی از ارزشمندترین اتفاق‌هایی باشد که این کتاب می‌تواند رقم بزند؛ اینکه بدانیم در دشواری‌ها تنها نیستیم و انسان‌های دیگری نیز پیش از ما از مسیرهای دشوار عبور کرده‌اند.

پنجاه داستان این کتاب، پنجاه روایت جدا از هم نیستند. در کنار یکدیگر، تصویری از نسلی از زنان افغانستان را شکل می‌دهند؛ زنانی که در شرایطی دشوار، کار کردند، آموختند، تجربه کردند، شکست خوردند و دوباره برخاستند. آنان نشان دادند که بحران می‌تواند بسیاری از درها را ببندد، اما همیشه نمی‌تواند اراده انسان برای ساختن را از میان ببرد. بزرگ‌ترین سرمایه این زنان شاید آن چیزی نباشد که در حساب بانکی، کارگاه یا فروشگاه‌شان دیده می‌شود. سرمایه اصلی آنان در جایی عمیق‌تر قرار دارد: باور به خود، جرئت آغاز کردن و توانایی ادامه دادن.

آنان منتظر روزی نماندند که همه موانع از میان برداشته شود. با موانع زندگی کردند و راهی برای پیش رفتن پیدا کردند. هر قدم آنان، هرچند کوچک، نشان داد که تغییر همیشه با حرکت‌های بزرگ آغاز نمی‌شود. گاهی یک تصمیم کوچک، مسیر یک زندگی را تغییر می‌دهد؛ یک مهارت، استقلالی تازه می‌آورد؛ یک ایده، شغلی ایجاد می‌کند؛ و یک زن، با ایستادن روی پای خود، به زن دیگری جرئت آغاز کردن می‌دهد. این کتاب را برای ثبت پنجاه نام و پنجاه داستان گردآوری نکرده‌ایم. خواسته‌ایم بخشی از یک واقعیت را ثبت کنیم؛ واقعیتی که در میان اخبار بحران، آمارهای اقتصادی و روایت‌های تلخ، کمتر دیده می‌شود: روایت زنانی که هنوز می‌سازند.

این صفحات گواهی است بر اینکه امید، مفهومی انتزاعی نیست. امید می‌تواند به یک محصول تبدیل شود، به یک کارگاه، یک صنف آموزشی، یک فروشگاه، یک خدمت، یک ایده و یک شغل. امید زمانی که با دانش و اراده همراه شود، می‌تواند شکل زندگی را تغییر دهد. و شاید در پایان، همه این پنجاه داستان ما را به یک جمله ساده

برسانند: آغاز کردن، خود نوعی پیروزی است.

اگر خواننده این کتاب پس از بستن آخرین صفحه، لحظه‌ای درنگ کند و به توانایی‌های خودش دوباره بیندیشد؛ اگر دختری که امروز به آینده‌اش تردید دارد، فردا نخستین قدم را بردارد؛ اگر زنی که رؤیایی نیمه‌تمام دارد، دوباره به آن بازگردد؛ و اگر جوانی در میان دشواری‌ها تصمیم بگیرد به جای تسلیم شدن، راهی برای ساختن پیدا کند، آن‌گاه این روایت‌ها به هدف خود رسیده‌اند.

«ابتکار زنان» روایت پنجاه زن است؛ اما امیدی که در این پنجاه داستان جریان دارد، می‌تواند بسیار فراتر از پنجاه نفر برود. این کتاب ادای احترام به زنانی است که در روزگار بحران، زندگی را متوقف نکردند؛ به زنانی که از امکانات اندک، فرصت ساختند و از ترس، شجاعت آفریدند؛ به زنانی که آموختند، تجربه کردند و ادامه دادند.

شاید آینده افغانستان نیز از همین‌جا آغاز شود؛ از زنانی که باور دارند می‌توان ساخت، از دخترانی که جرئت می‌کنند شروع کنند و از نسلی که می‌آموزد امید تنها انتظار برای فردای بهتر نیست، تلاش امروز برای ساختن آن فرداست. این کتاب را ورق بزنید؛ شاید در میان این پنجاه روایت، داستانی را پیدا کنید که بخشی از داستان خود شما باشد.

از کوهستان‌های پنجشیر تا پیشگامی در تولید سمارق؛ روایت امید و نوآوری انجنیر وسیمه حمید



در سرزمینی که زنان برای ساختن آینده‌ای بهتر، هر روز با موانع تازه‌ای روبه‌رو می‌شوند، داستان برخی از آنان نشان می‌دهد که اراده، دانش و پشتکار می‌تواند محدودیت‌ها را به فرصت تبدیل کند. داستان وسیمه حمید، دختر جوانی از ولسوالی شتل ولایت پنجشیر، یکی از همین روایت‌هاست؛ روایتی از دختری که آموخته‌های دانشگاهی خود را به مزرعه برد و با تکیه بر علم، نوآوری و امید، راهی تازه را در زراعت افغانستان گشود.

وسیمه حمید در سال ۲۰۰۱ در ولایت پنجشیر متولد شد. او پس از ورود به دانشگاه کابل، رشته اقتصاد و توسعه زراعتی در دانشکده زراعت را برای ادامه تحصیل انتخاب کرد؛ رشته‌ای که نه تنها مسیر علمی او را شکل داد، بلکه آینده حرفه‌ای‌اش را نیز رقم زد. از همان دوران دانشجویی باور داشت که توسعه افغانستان از دل دانش، تولید و کارآفرینی می‌گذرد و زنان نیز می‌توانند در این مسیر نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشند.

انگیزه او تنها یافتن یک شغل نبود؛ بلکه می‌خواست دانشی را که آموخته بود، به فرصتی برای تولید، اشتغال و توسعه زراعت نوین تبدیل کند. استفاده مؤثر از اوقات فراغت، افزایش تولیدات داخلی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای زنان، او را به سمت حوزه‌ای هدایت کرد که در افغانستان کمتر شناخته شده بود: کشت و تولید سمارق‌های خوراکی.

وسیمه فعالیت خود را به‌صورت انفرادی و با پرورش سمارق صدفی آغاز کرد. این مسیر در ابتدا ساده به نظر می‌رسید، اما هر مرحله آن با آزمون‌های تازه همراه بود. کمبود امکانات، محدودیت منابع، دشواری

دسترسی به تجهیزات و ناشناخته بودن این محصول در بازار، از نخستین چالش‌هایی بود که با آن روبه‌رو شد. با این حال، هر مشکل برای او فرصتی برای یادگیری بود و هر تجربه، گامی به سوی موفقیت.

پس از مدتی، او تصمیم گرفت فعالیت خود را توسعه دهد. در کنار سه بانوی جوان و پرتلاش، زحل بهادری، نازنین رفیع و یلدا بهار، تیمی را تشکیل دادند که هدف مشترک آن توسعه زراعت نوین و معرفی گونه‌های جدید سمارق در افغانستان بود. آنان با وجود امکانات محدود، با تکیه بر همکاری، تحقیق و یادگیری مستمر، مسیر دشوار تولید سمارق دکمه‌ای را آغاز کردند؛ محصولی که در آن زمان تجربه عملی بسیار اندکی از تولید آن در کشور وجود داشت.

این مسیر تنها یک فعالیت اقتصادی نبود؛ بلکه تلاشی علمی و پژوهشی برای معرفی یک محصول جدید به بازار افغانستان محسوب می‌شد. حمایت خانواده، تشویق استادان دانشگاه کابل، همراهی دوستان و بازتاب رسانه‌ای فعالیت آنان، انگیزه تیم را دوچندان کرد. در همین دوران، شرکت در برنامه‌های کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) نقطه عطف مهمی در مسیر حرفه‌ای و سیمه بود. آموزش‌ها، مشاوره‌ها و فضای رقابتی این برنامه‌ها، به او و همکارانش اعتمادبه‌نفس بیشتری بخشید تا ایده خود را به یک کسب‌وکار واقعی تبدیل کنند.

تلاش‌های این تیم سرانجام به ثمر نشست. آنان موفق شدند مقام نخست رقابت‌های کارآفرینی را به دست آورند و تحقیق آنان درباره کشت سمارق دکمه‌ای نیز با موفقیت همراه شد. این دستاورد نشان داد که نوآوری، تحقیق و پشتکار می‌تواند حتی در شرایط دشوار نیز به موفقیت منجر شود.

امروز، هرچند سه عضو دیگر تیم فعالیت خود را در خارج از افغانستان ادامه می‌دهند، اما و سیمه تصمیم گرفته است در کشور بماند و رسالت خود را ادامه دهد. او اکنون با همکاری برند تولیدات زراعتی «المعز» تلاش می‌کند تا تولید سمارق را در ولایت لوگر گسترش دهد و با عرضه محصولات باکیفیت، سهمی در رشد اقتصاد زراعتی افغانستان داشته باشد.

وسیمه باور دارد که تولید سمارق تنها به کاشت و برداشت محدود نمی‌شود، بلکه زنجیره‌ای کامل از مطالعه بازار، برنامه‌ریزی تجاری، مدیریت منابع، تولید، بسته‌بندی، بازاریابی و فروش را در بر می‌گیرد. به

همین دلیل، همواره بر آموزش تخصصی، استفاده از تجهیزات مناسب، کنترل کیفیت، مدیریت محیط تولید و به کارگیری فناوری‌های نوین تأکید می‌کند.

او آینده این کسب‌وکار را تنها در افزایش تولید نمی‌بیند، بلکه توسعه را در ایجاد ارزش افزوده جست‌وجو می‌کند. تولید سمارق تازه، خشک‌شده، کنسرو و فرآورده‌های غذایی مبتنی بر سمارق، ایجاد برند اختصاصی، بسته‌بندی معیاری، آموزش نیروی انسانی و توسعه بازار، بخشی از چشم‌انداز او برای آینده است. مهم‌تر از همه، او این فعالیت را فرصتی برای ایجاد اشتغال، به‌ویژه برای زنان و جوانان، می‌داند.

البته این مسیر همچنان با چالش‌هایی همراه است. کمبود سرمایه، دشواری تأمین تجهیزات، محدودیت دسترسی به مواد اولیه باکیفیت، نوسانات بازار و مشکلات مدیریتی، از جمله موانعی هستند که او هر روز با آنها روبه‌رو می‌شود. اما تجربه به او آموخته است که مدیریت ریسک، ثبت دقیق اطلاعات تولید، آموزش کارکنان، تنوع‌بخشی به بازارهای فروش و حفظ کیفیت، بهترین ابزار برای عبور از این چالش‌هاست.

وسیمه امروز به عنوان نخستین بانوی فعال در حوزه کشت، پرورش و تولید سمارق دکمه‌ای در افغانستان شناخته می‌شود؛ جایی که حاصل سال‌ها تلاش، مطالعه و پشتکار است. او معتقد است موفقیت اتفاقی نیست، بلکه نتیجه هدف‌گذاری روشن، یادگیری مداوم، مدیریت صحیح منابع و تبدیل مشکلات به فرصت است.

او همواره به دختران و زنان جوان افغانستان توصیه می‌کند که از شروع کردن نترسند. به باور او، هیچ کسب‌وکار بزرگی از ابتدا بزرگ نبوده است. باید از امکانات موجود آغاز کرد، دانش را افزایش داد، کیفیت را بر کمیت ترجیح داد، بازار را شناخت و در برابر مشکلات استقامت داشت. او تأکید می‌کند که شکست پایان راه نیست، بلکه بخشی از فرآیند یادگیری و موفقیت است.

وسیمه حمید در پایان روایت زندگی خود، جمله‌ای را بیان می‌کند که خلاصه تمام مسیر کارآفرینی اوست: «شروع کردن مهم‌تر از کامل بودن است؛ با یادگیری، تلاش و استمرار می‌توان یک فعالیت کوچک را به یک موفقیت بزرگ تبدیل کرد».

شاید همین جمله، بهترین توصیف برای زندگی دختری باشد که از دل کوهستان‌های پنجشیر برخاست، دانش را با عمل پیوند زد و با امید، نوآوری و پشتکار، به الگویی الهام‌بخش برای نسل تازه زنان کارآفرین افغانستان تبدیل شد.



وقتی هنر از یک رؤیا به یک فرصت تبدیل شد

داستان سوسن لطیفی، داستان دختری است که مسیرش را از یک نقاشی ساده در دفتر رسامی آغاز کرد و سال‌ها بعد، هنر را به راهی برای ساختن فرصت برای زنان دیگر تبدیل کرد. در کودکی، هنر برای سوسن چیزی فراتر از سرگرمی بود. خاطره کشیدن تصویر یک فیل اسباب‌بازی که پدرش برای او خریده بود، هنوز در ذهنش زنده است؛ نقاشی ساده‌ای که شاید برای دیگران یک اثر کودکانه بود، اما برای خانواده‌اش نشانه استعدادی شد که باید پرورش می‌یافت. تشویق پدر و مادرش، همراه با درس‌هایی از صبر، تلاش و ایستادگی، پایه‌هایی شدند که بعدها در دشوارترین فصل‌های زندگی به کمکش آمدند.

سوسن در کنار تحصیل، در مسابقات هنری و مقاله‌نویسی نیز حضور داشت و به تدریج دریافت که هنر برای او تنها خلق زیبایی نیست؛ راهی است برای بیان احساس، اندیشه و نگاه متفاوت به جهان. تحصیلاتش در رشته اداره پالیسی عامه نیز ادامه یافت، اما تغییرات اجتماعی مانع از آن شد که این مسیر را آن‌گونه که می‌خواست به پایان برساند. با این حال، مسیر دیگری در برابرش گشوده شد؛ مسیری که دوباره به هنر بازمی‌گشت.

در سال‌هایی که فعالیت هنری‌اش را ادامه می‌داد، آثارش در نمایشگاه‌های مختلف، از جمله در آلمان، به نمایش درآمد. تجربه حضور در این برنامه‌ها، پرسشی اساسی را در ذهنش شکل داد: آیا هنر تنها برای خودش است، یا می‌تواند زندگی زنان دیگری را نیز تغییر دهد؟ همین پرسش، آرام‌آرام به رؤیای ساختن یک فضای هنری و آموزشی تبدیل شد؛ جایی که زنان بتوانند هنر بیاموزند، مهارت پیدا کنند و از توانایی خود برای ساختن آینده‌ای مستقل‌تر استفاده کنند.

سال ۲۰۲۳ نقطه عطف این رؤیا بود. تنها شش روز تا پایان مهلت مسابقه کمپ کارآفرینی AELSO باقی مانده بود که سوسن همراه سه دختر جوان دیگر تصمیم گرفتند در این رقابت شرکت کنند. در حالی که هر کدام ایده‌ای در ذهن داشتند، سوسن پیشنهاد ایجاد یک کارگاه آموزشی و تولیدی هنرهای دستی را مطرح کرد؛ ایده‌ای که از مدت‌ها پیش در ذهنش شکل گرفته بود.

در همان شش روز، طرح «SOHA» آماده و ارسال شد. این نام که سال‌ها پیش در جریان آشنایی سوسن با دختری به نام «سه‌ها» در ذهنش مانده بود، این بار از یک نام به هویت یک رؤیا تبدیل شد.

سها نام ستاره‌ای است که شاید پرنورترین ستاره آسمان نباشد، اما در تاریکی نیز حضور خود را حفظ می‌کند؛ تصویری که بعدها به بخشی از فلسفه SOHA تبدیل شد.

طرح SOHA در میان سه طرح برتر مسابقه قرار گرفت. پس از آن، آموزش‌های تخصصی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار را فراگرفتند و با حمایت AELSO امکان راه‌اندازی کارگاه فراهم شد. برای سوسن، این لحظه تنها آغاز یک کسب‌وکار نبود؛ رؤیایی که زمانی روی کاغذ نوشته شده بود، حالا قرار بود به فضایی واقعی برای هنر و آموزش تبدیل شود.

اما ساختن نخستین خانه SOHA آسان نبود. پیدا کردن مکان مناسب، فراهم کردن فضای امن برای زنان و سازگار شدن با شرایط اجتماعی، چالش‌هایی بودند که در همان آغاز خود را نشان دادند. با این حال، سوسن و همکارانش آموختند که برای شروع یک مسیر بزرگ، همیشه لازم نیست همه شرایط از ابتدا فراهم باشد. باید با امکانات موجود آغاز کرد و در مسیر رشد یافت.

در ماه‌های نخست، تولید گلدان‌های دست‌ساز محور اصلی فعالیت بود. محصولات کم‌کم دیده شدند و حضور در برنامه‌ها و رویدادها، همراه با بازتاب رسانه‌ای، باعث شد نام SOHA بیشتر شناخته شود. نخستین نمایشگاه صنایع دستی بانوان نیز آزمونی جدی بود؛ نمایشگاهی که تنها چند ساعت پس از آغاز، تعطیل شد و تیم را با خسارت مالی و روحی روبه‌رو کرد. یکی از اعضای تیم نیز پس از آن از ادامه مسیر منصرف شد. با این حال، سوسن و دو عضو دیگر تصمیم گرفتند بمانند و دوباره بسازند.

همین تجربه نگاه سوسن را به معنای کارآفرینی عمیق‌تر کرد. او دریافت که موفقیت تنها در فروش محصول یا داشتن یک کارگاه خلاصه نمی‌شود. اگر هنری بتواند به دست زن دیگری برسد و به او مهارتی برای ساختن زندگی‌اش بدهد، ارزش آن چند برابر می‌شود. از همین‌جا آموزش به یکی از ستون‌های اصلی SOHA تبدیل شد. دوره‌های کوتاه‌مدت و رایگان برای زنان برگزار شد و نزدیک به پنجاه بانو از این دوره‌ها فارغ شدند. برخی بعدها کسب‌وکار خانگی خود را آغاز کردند و برخی دیگر به خانواده تولیدی SOHA پیوستند. برای سوسن، دیدن زنی که می‌توانست از هنر خود درآمد کسب کند، معنای واقعی کارآفرینی بود.

اما چالش‌ها پایان نیافتند. زمانی که فعالیت کارگاه رونق گرفته بود و شمار پرسنل به حدود ده نفر رسیده بود، شرایط اجتماعی و دشواری رفت‌وآمد زنان باعث شد ادامه فعالیت حضوری برای بسیاری از آنان ممکن نباشد. سفارش‌ها وجود داشت، اما نیروی انسانی نمی‌توانست مانند گذشته در کارگاه حاضر شود. سوسن در برابر یک انتخاب سخت قرار گرفت: توقف یا پیدا کردن راهی تازه. پاسخ او ساده بود، اما اثرش بزرگ: اگر زنان نمی‌توانند به کارگاه بیایند، کارگاه باید به خانه‌های آنان برود.

از آن پس مواد اولیه و ابزارها به خانه همکاران منتقل می‌شد و زنان در فضای امن خانه‌های خود کار می‌کردند. کارگاه SOHA از یک مکان ثابت به شبکه‌ای از زنان تبدیل شد؛ شبکه‌ای که در آن هر خانه می‌توانست بخشی از یک کارگاه بزرگ‌تر باشد. همین تغییر، یکی از خلاقانه‌ترین پاسخ‌های SOHA به محدودیت‌های موجود بود و به سوسن نشان داد که کارآفرینی پیش از آنکه ساختن یک ساختمان باشد، ساختن فرصت است.

پس از آن، سوسن خود نیز از یادگیری باز نایستاد. هنر رزین را آموخت و آن را به همکارانش آموزش داد. سپس جواهرسازی را فرا گرفت و بار دیگر دانش خود را با زنان دیگر شریک ساخت. برخی از زنانی که در SOHA آموزش دیده بودند، خودشان به آموزگار تبدیل شدند و آموخته‌هایشان را به خواهان، دوستان و اعضای خانواده انتقال دادند. سوسن در این روند دریافت که آموزش شبیه روشن کردن شمع است؛ وقتی نور خود را به دیگری می‌دهی، نور تو کم نمی‌شود، تاریکی کمتر می‌شود.

بعدها یک گفت‌وگوی ساده درباره خیاطی، مسیر تازه‌ای در برابرش گشود. او به طراحی لباس علاقه‌مند شد و دریافت که تجربه‌های پراکنده سال‌های گذشته، از نقاشی و گلدان‌سازی تا رزین و جواهرسازی، می‌توانند در هنر لباس به یکدیگر برسند. برای او لباس فقط پارچه و دوخت نبود؛ می‌توانست زبان فرهنگ، تاریخ و هویت باشد.

چهار سال پس از آغاز SOHA این مجموعه دیگر فقط یک کارگاه نیست. مجموعه‌ای از هنرها، آموزش‌ها، تجربه‌ها و زنانی است که هر کدام بخشی از داستان آن را ساخته است. در سال ۲۰۲۶، سوسن هویت بصری و وبسایت SOHA را نیز بازطراحی کرد؛ تغییری که برای او تنها تغییر یک لوگو نبود، بلکه بازخوانی مسیری بود که با تلاش،

شکست، امید و دوباره برخاستن ساخته شده بود. رنگ سوسنی یادآور نام خودش و ریشه‌های خانوادگی‌اش شد و رنگ نقره‌ای، نماد «سه‌ها» و امیدی آرام در دل تاریکی.

امروز SOHA برای سوسن تنها یک برند نیست؛ فلسفه‌ای است با این پیام Shine On, Hopeful Artist؛ بدرخش، هنرمند امیدوار. پیامی که خطاب به هر زنی است که وارد این خانواده می‌شود؛ زنی که شاید بارها با محدودیت روبه‌رو شده باشد، اما هنوز می‌تواند دوباره آغاز کند.

سوسن هنوز خود را در پایان راه نمی‌بیند. او می‌داند که دانشگاه‌هایی برای آموختن، فرهنگ‌هایی برای شناختن و لباس‌هایی برای طراحی کردن وجود دارند. برای او، کارآفرینی مقصد نیست؛ سفری است که هر تجربه، هر شکست و هر زن تازه‌ای که آموزش می‌بیند، فصل دیگری به آن اضافه می‌کند.

ممکن زیباترین بخش داستان سوسن این باشد که رؤیای او، در نهایت فقط به خودش تعلق نگرفت. رؤیایی که از یک استعداد کودکانه آغاز شد، از میان محدودیت‌ها عبور کرد، شکل یک کارگاه گرفت و سرانجام به فرصتی برای یادگیری و درآمد زنان دیگر تبدیل شد.

او اگر امروز به گذشته نگاه کند، شاید هنوز خود را در ابتدای راه ببیند؛ اما یک چیز را به‌خوبی می‌داند: هنر، زمانی زیباترین معنای خود را پیدا می‌کند که از دست یک انسان به دست انسان دیگری برسد و در زندگی او نیز چراغی روشن کند.



از دستفروشی در سرک‌های کابل تا رؤیای یک برند جهانی؛ روایت استقامت گل‌مهره میرزایی

گاهی بزرگ‌ترین تحول‌های زندگی، نه با سرمایه‌های کلان، بلکه با یک تصمیم شجاعانه آغاز می‌شوند؛ تصمیمی برای حرکت، حتی زمانی که همه‌چیز علیه انسان به نظر می‌رسد. داستان گل‌مهره میرزایی، روایت همین تصمیم است؛ روایت زنی که در میان دشواری‌های اقتصادی، محدودیت‌های اجتماعی و ناامیدی‌های روزگار، امید را انتخاب کرد و با دستان هنرمند خود، رؤیای استقلال را ساخت.

گل‌مهره میرزایی در کابل زندگی و فعالیت می‌کند، او در رشته اقتصاد، گرایش اداره تجارت، تحصیل کرده است. سال‌های دانشگاه برای او تنها دوران فراگیری مفاهیم اقتصادی نبود، بلکه زمانی بود که به این باور رسید کارآفرینی می‌تواند فراتر از یک فعالیت اقتصادی باشد؛ ابزاری برای تغییر زندگی انسان‌ها، ایجاد استقلال، حفظ کرامت و بازگرداندن امید به جامعه.

از همان روزها، علاقه او به هنر و صنایع‌دستی با دانش اقتصادی‌اش در هم آمیخت، او دریافت که زیورآلات دست‌ساز افغانستان، تنها محصولاتی برای زینت نیستند؛ بلکه روایتگر فرهنگ، هنر و هویت سرزمینی هستند که زنان‌شان، با وجود تمام دشواری‌ها، همچنان دست از آفرینش برنمی‌دارند. همین باور، مسیر آینده او را شکل داد. اما رسیدن به این رؤیا آسان نبود.

سال‌ها آرزوی راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی را در دل داشت، اما هر بار واقعیت‌های تلخ زندگی او را به عقب می‌راند. مشکلات اقتصادی، محدودیت‌های اجتماعی، شرایط دشوار کشور و حتی مخالفت خانواده، دیوارهایی بودند که گاه عبور از آنها غیرممکن به نظر می‌رسید. بارها با خود می‌اندیشید که شاید روزی شرایط بهتر شود و آن روز بتواند آغاز کند؛ اما هرچه زمان می‌گذشت، آن روز هرگز فرا نمی‌رسید. تا اینکه تصمیم گرفت منتظر شرایط ایده‌آل نماند.

او با تنها ۲۰۰ دلار سرمایه، نخستین گام را برداشت. شاید برای بسیاری این مبلغ ناچیز باشد، اما برای گل‌مهره، تمام دارایی، امید و سرمایه آینده‌اش بود. همان مبلغ اندک را صرف تهیه مواد اولیه و ساخت نخستین زیورآلات دست‌ساز کرد؛ محصولاتی که با عشق، دقت و هنر آفریده می‌شدند.

در آغاز، فروشگاه یا نمایشگاهی در اختیار نداشت. هر روز محصولاتش را با خود به سرک‌های کابل می‌برد و به‌صورت دست‌فروشی عرضه می‌کرد. اما فروش در سرک تنها به معنای یافتن مشتری نبود؛ هر روز باید با ترس‌های مختلف روبه‌رو می‌شد. ترس از ناامنی، ترس از نگاه‌های قضاوت‌گر، ترس از شکست و دردناک‌تر از همه، نگرانی از اینکه خانواده همچنان با انتخاب او مخالفت کنند.

مخالفت خانواده یکی از دشوارترین آزمون‌های زندگی او بود. وقتی نزدیک‌ترین افراد زندگی، مسیر انسان را درک نکنند، ادامه دادن بسیار دشوار می‌شود. با این حال، گل‌مهره باور داشت که گاهی انسان باید پیش از آنکه دیگران به او ایمان بیاورند، خودش به رؤیاهایش ایمان داشته باشد.

فشارها سرانجام باعث شد نتواند دست‌فروشی را ادامه دهد. روزهایی فرا رسید که احساس می‌کرد تمام آرزوهایش فرو ریخته‌اند. شب‌های بسیاری را با اشک، نگرانی و تردید سپری کرد و بارها از خود پرسید که آیا زمان آن رسیده است که از رؤیایش دست بکشد؟

اما در دل همان تاریکی، جمله‌ای همواره نیروی ادامه دادن را به او می‌بخشید: «تا زمانی که امید زنده است، هیچ شکستی پایان راه نیست».

گل‌مهره همیشه آرزو داشت روزی صاحب فروشگاه‌ای باشد که بتواند با افتخار محصولاتش را در آن عرضه کند. اما وقتی سرمایه کافی برای تحقق این رؤیا نداشت، به جای تسلیم شدن، مسیر دیگری را انتخاب کرد. او فروش آنلاین را آغاز کرد و با استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلاش نمود محصولاتش را به مشتریان بیشتری معرفی کند. شاید هنوز به جایگاهی که در ذهنش ترسیم کرده بود نرسیده باشد، اما هر روز گامی تازه برای نزدیک شدن به آن رؤیا برمی‌دارد.

یکی از مهم‌ترین نقاط عطف زندگی حرفه‌ای او، حضور در برنامه‌های آموزشی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) بود. این برنامه‌ها تنها مهارت‌های کسب‌وکار را به او نیاموخت، بلکه چیزی ارزشمندتر به او بخشید: اعتمادبه‌نفس. او دریافت که موفقیت فقط به سرمایه وابسته نیست؛ بلکه اراده، دانش، یادگیری مستمر و ایمان به توانایی‌های خود، بزرگ‌ترین سرمایه یک کارآفرین است.

امروز گل‌مهره کسب‌وکار خود را با تمرکز بر تولید و فروش زیورآلات دست‌ساز ادامه می‌دهد. او همواره در تلاش است کیفیت محصولاتش را ارتقا دهد، طرح‌های نوآورانه ارائه کند و از طریق بازاریابی دیجیتال، بازارهای گسترده‌تری را به دست آورد. هدف او تنها فروش بیشتر نیست؛ بلکه می‌خواهد برندی بسازد که نام آن با کیفیت، اصالت و هنر زنان افغانستان شناخته شود.

او آینده‌ای را تصور می‌کند که در آن، کارگاه تولیدی‌اش به مرکزی برای آموزش و اشتغال زنان و دختران تبدیل شده باشد؛ جایی که بانوان بتوانند مهارت بیاموزند، درآمد کسب کنند و با اتکا به توانایی‌های خود، زندگی مستقل و باعزتی بسازند. به باور او، توانمندسازی زنان تنها به معنای اشتغال نیست، بلکه به معنای بازگرداندن اعتمادبه‌نفس، امید و احساس ارزشمندی به آنان است.

البته مسیر او همچنان خالی از چالش نیست. کمبود سرمایه، محدود بودن بازار، کاهش قدرت خرید مردم، شرایط اقتصادی و سیاسی، محدودیت‌های اجتماعی و دشواری دسترسی به فرصت‌های برابر، همچنان بخشی از واقعیت روزمره او هستند. اما تجربه به او آموخته است که هر مانعی می‌تواند فرصتی برای یافتن راه‌حل‌های تازه باشد. مدیریت دقیق هزینه‌ها، یادگیری مداوم، بهبود کیفیت محصولات و استفاده از فروش آنلاین، مهم‌ترین ابزارهای او برای عبور از این دشواری‌ها بوده‌اند.

گل‌مهره می‌گوید بزرگ‌ترین درسی که در این سال‌ها آموخته، این است که هیچ موفقیتی یک‌شبه به دست نمی‌آید. پشت هر دستاورد، ساعت‌های طولانی تلاش، صبر، شکست، یادگیری و دوباره برخاستن نهفته است. او باور دارد کسانی که هدف روشن، ایمان و پشتکار داشته باشند، حتی سخت‌ترین شرایط نیز نمی‌تواند آنان را از مسیر موفقیت بازدارد.

پیام او به دختران و جوانان افغانستان، پیامی برخاسته از تجربه شخصی است: «منتظر شرایط ایده‌آل نباشید. از همان جایی که هستید و با همان امکاناتی که در اختیار دارید آغاز کنید. شاید گام‌های نخست کوچک باشند، اما اگر با ایمان و پشتکار ادامه دهید، همان گام‌های کوچک شما را به موفقیت‌های بزرگ خواهند رساند».

او در پایان، با نگاهی امیدوار به آینده می‌گوید: «اگر دوباره زندگی را از نو آغاز می‌کردم، باز هم همین مسیر را انتخاب می‌کردم؛ زیرا هر

اشک، هر شکست و هر مانع، مرا قوی‌تر ساخت، شاید هنوز به تمام آرزوهایم نرسیده باشم، اما ایمان دارم روزی برسد من نه تنها نماد موفقیت شخصی‌ام، بلکه نماد امید برای زنان افغانستان خواهد بود. من می‌خواهم ثابت کنم که حتی در سخت‌ترین شرایط نیز، یک زن افغان می‌تواند با اراده، دانش و تلاش، آینده‌ای روشن برای خود و دیگران بسازد».

داستان گل مهره میرزایی، روایت زنی است که با سرمایه‌ای اندک اما با اهداف بزرگ، تصمیم گرفت منتظر تغییر شرایط نماند، بلکه خود بخشی از آن تغییر باشد؛ روایتی که نشان می‌دهد امید، زمانی معنا پیدا می‌کند که به عمل تبدیل شود.



از محدودیت فرصت‌ها تا ساختن مسیر تازه؛ روایت فریحه عارف، تریدر جوان افغانستان

گاهی یک فرصت شغلی، پشت دروازه یک دفتر یا شرکت منتظر انسان نمی‌ماند؛ باید آن را با یادگیری، جسارت و تلاش ساخت. داستان فریحه عارف، روایت دختری جوان است که در شرایط دشوار افغانستان، به جای انتظار برای فراهم شدن فرصت‌های مناسب، تصمیم گرفت مهارتی را بیاموزد که بتواند آن را از هر نقطه و به‌صورت آنلاین دنبال کند.

فریحه عارف در افغانستان فعالیت می‌کند و در حوزه آموزش تریدر و سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی، به‌ویژه فارکس و ارزهای دیجیتال فعالیت دارد. او در کنار تحصیلات دانشگاهی، مسیر یادگیری تخصصی بازارهای مالی را دنبال کرده و در زمینه تحلیل بازار، مدیریت سرمایه، مدیریت ریسک و روان‌شناسی معامله‌گری آموزش دیده است.

برای فریحه، ورود به بازارهای مالی تنها یک انتخاب اقتصادی نبود. او به این فکر می‌کرد که چگونه می‌تواند در شرایطی که بسیاری از دختران افغانستان از فرصت‌های تحصیلی و کاری مورد انتظارشان دور مانده‌اند، راهی برای ایجاد درآمد و استقلال اقتصادی پیدا کند. همین دغدغه، انگیزه‌ای شد تا به سراغ مهارتی برود که وابستگی کمتری به موقعیت جغرافیایی دارد و امکان فعالیت آنلاین را فراهم می‌کند.

شروع این مسیر با سرمایه زیاد و امکانات گسترده همراه نبود. فریحه در نخستین روزها دانش محدودی درباره بازارهای مالی داشت و می‌دانست که ورود بدون دانش می‌تواند خسارت‌های جدی به همراه داشته باشد. از همین رو، بخش زیادی از وقت خود را صرف مطالعه کتاب‌ها، شرکت در دوره‌های آموزشی، مشاهده منابع تخصصی و تمرین در حساب‌های آزمایشی کرد.

او ساعت‌های زیادی را صرف بررسی نمودارها و تحلیل بازار می‌کرد. حساب دمو به او این امکان را می‌داد که پیش از وارد کردن سرمایه واقعی، تصمیم‌های معاملاتی خود را در محیطی آزمایشی امتحان کند و از اشتباهاتش درس بگیرد.

با ورود به معاملات واقعی، مسیر دشوارتر شد. ضررهای مالی، تصمیم‌های اشتباه و فشارهای روحی، بخشی از تجربه‌های نخستین او بودند. روزهایی وجود داشت که نتیجه یک تصمیم معاملاتی با آنچه انتظار داشت فاصله زیادی داشت. با این حال، او شکست را نشانه پایان مسیر نمی‌دانست.

فریحه به تدریج دریافت که معامله‌گری تنها به شناخت نمودارها و پیش‌بینی قیمت‌ها محدود نمی‌شود. کنترل احساسات، صبر، نظم و توانایی پذیرفتن اشتباه، نقش مهمی در این مسیر دارد. او با استفاده از تجربه‌های خود، استراتژی معاملاتی‌اش را اصلاح کرد و تلاش کرد تصمیم‌های خود را بیشتر بر پایه تحلیل و برنامه‌ریزی قرار دهد.

پس از کسب تجربه بیشتر، فریحه تصمیم گرفت دانش خود را تنها برای فعالیت شخصی استفاده نکند. او صفحات اجتماعی خود را ایجاد کرد و تولید محتوای آموزشی درباره فارکس، ارزهای دیجیتال، تحلیل بازار و مدیریت سرمایه را آغاز نمود. این مرحله برای او اهمیت ویژه‌ای داشت؛ زیرا می‌خواست تجربه‌ای را که با ساعت‌ها مطالعه و آزمون و خطا به دست آورده بود، با دیگران به اشتراک بگذارد.

فعالیت آموزشی او به تدریج گسترش یافت و زمینه برگزاری دوره‌های آنلاین و ارائه مشاوره آموزشی را فراهم کرد. او تلاش می‌کند مفاهیم بازارهای مالی را به شیوه‌ی ساده و قابل فهم برای علاقه‌مندان توضیح دهد و در کنار آموزش تحلیل بازار، بر اهمیت مدیریت سرمایه و مدیریت ریسک نیز تأکید کند.

برای فریحه، آموزش دیگران بخش مهمی از مسیر کارآفرینی او شده است. او امیدوار است دختران و جوانانی که به دنبال یک مهارت قابل انجام در فضای آنلاین هستند، بتوانند با آموزش درست و تصمیم‌های مسئولانه، مسیر حرفه‌ای خود را پیدا کنند.

شروع فعالیت فریحه به تجهیزات پیچیده‌ای نیاز نداشت. یک لپ‌تاپ یا تلفن هوشمند، اینترنت، نرم‌افزارهای تحلیل بازار، سرمایه اولیه و مهم‌تر از همه، زمان و انگیزه برای یادگیری، ابزارهای اصلی کار او بودند.

با این حال، او به‌خوبی می‌داند که داشتن ابزار به تنهایی کافی نیست. دانش، تجربه و انضباط، سرمایه‌های اصلی یک معامله‌گر هستند. او در زمینه‌های مختلفی از جمله تحلیل تکنیکال، تحلیل بنیادی، مدیریت سرمایه، مدیریت ریسک، روان‌شناسی معامله‌گری و اقتصاد جهانی آموزش دیده و یادگیری را همچنان ادامه می‌دهد.

به باور او، بازارهای مالی محیطی هستند که در آن دانش باید همواره به‌روز شود. شرایط بازار تغییر می‌کند، ابزارها و روش‌ها تحول می‌یابند و معامله‌گر نیز باید همراه با این تغییرات یاد بگیرد. اما بازارهای مالی فرصت‌هایی برای کسب درآمد ایجاد می‌کنند، اما

همراه با ریسک هستند، فریحه از تجربه شخصی خود آموخته است که بدون مدیریت ریسک، حتی یک تصمیم اشتباه می‌تواند زیان قابل توجهی ایجاد کند.

به همین دلیل، پیش از ورود به هر معامله، میزان ریسک را مشخص می‌کند و از ابزارهایی مانند حد ضرر (Stop Loss) و حد سود (Take Profit) استفاده می‌کند. او همچنین تلاش می‌کند در هر معامله تنها بخش کوچکی از سرمایه خود، حدود یک تا دو درصد، در معرض ریسک قرار گیرد.

ثبت معاملات و بررسی عملکرد نیز بخش دیگری از روش کاری اوست. این کار به او کمک می‌کند اشتباهات گذشته را شناسایی کند، تصمیم‌های خود را ارزیابی نماید و برای معاملات آینده آمادگی بیشتری داشته باشد.

در نگاه او، یکی از مهم‌ترین درس‌های بازار این است که حفظ سرمایه، اهمیت زیادی دارد. سودآوری بدون مدیریت ریسک می‌تواند یک موفقیت کوتاه‌مدت باشد؛ اما استمرار در این حوزه نیازمند نظم و محافظت از سرمایه است.

مسیر فریحه مانند بسیاری از کارآفرینان جوان افغانستان، با دشواری‌های مختلف همراه است. کمبود سرمایه اولیه، نوسانات شدید بازار، مشکلات اینترنت، محدودیت دسترسی به برخی خدمات مالی و جلب اعتماد مخاطبان در آغاز فعالیت، از جمله چالش‌هایی بوده‌اند که با آنها روبه‌رو شده است.

در کنار این مسائل، یکی از دشوارترین چالش‌ها، مدیریت احساسات در هنگام معامله است. ترس از ضرر، طمع برای سود بیشتر و هیجان ناشی از تغییرات سریع بازار می‌تواند تصمیم‌گیری را تحت تأثیر قرار دهد.

فریحه تلاش کرده است با آموزش، برنامه‌ریزی و رعایت اصول مدیریت ریسک با این چالش‌ها مقابله کند. او باور دارد که در بازارهای مالی، گاهی بهترین تصمیم، تصمیم نگرفتن است؛ یعنی زمانی که شرایط مناسب نیست، باید صبر کرد.

در مسیر رشد حرفه‌ای، برنامه‌های آموزشی و کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) نیز برای فریحه اهمیت داشته است. چنین برنامه‌هایی فرصتی برای یادگیری، آشنایی با

مفاهیم کارآفرینی و ارتباط با دیگر جوانان و صاحبان ایده فراهم می‌کند.

برای یک کارآفرین جوان، گاهی یک آموزش درست یا یک فرصت برای شنیده شدن می‌تواند نقطه شروع یک مسیر تازه باشد. فریحه نیز تلاش کرده است از این فرصت‌ها برای تقویت مهارت‌ها و توسعه فعالیت آموزشی خود استفاده کند.

فریحه امروز به آینده‌ای فراتر از فعالیت فردی فکر می‌کند. یکی از اهداف اصلی او راه‌اندازی یک آکادمی آموزشی ترید است؛ مرکزی که بتواند آموزش‌های منظم و تخصصی در زمینه بازارهای مالی ارائه کند. او همچنین در نظر دارد در آینده یک تیم تحلیل بازار تشکیل دهد و خدمات آموزشی خود را در سطح گسترده‌تر و حتی بین‌المللی ارائه نماید.

یکی دیگر از آرزوهای او ایجاد فرصت‌های کاری برای جوانان علاقه‌مند است؛ افرادی که بتوانند پس از کسب دانش و مهارت، در زمینه‌هایی مانند تحلیل بازار یا آموزش فعالیت کنند. برای او، موفقیت زمانی ارزش بیشتری پیدا می‌کند که مسیر رشد یک نفر، راه را برای رشد افراد دیگری نیز باز کند.

فریحه در مسیر خود به این نتیجه رسیده است که موفقیت یک‌شبه به دست نمی‌آید. یادگیری، تمرین، صبر، نظم و استمرار، پایه‌های اصلی رشد در این حوزه هستند. او همچنین آموخته است که تصمیم‌های مالی نباید بر اساس هیجان گرفته شوند. یک معامله‌گر باید بتواند در زمان سود، گرفتار طمع نشود و در زمان زیان نیز کنترل خود را از دست ندهد.

تجربه به او نشان داده است که شکست نیز بخشی از یادگیری است. مهم این است که از شکست درس گرفته شود و همان اشتباه دوباره تکرار نشود. فریحه برای جوانانی که علاقه‌مند ورود به بازارهای مالی هستند، یک توصیه روشن دارد: پیش از سرمایه‌گذاری، آموزش ببینید. او پیشنهاد می‌کند افراد ابتدا دانش لازم را کسب کنند، با حساب دمو تمرین داشته باشند، پس از کسب تجربه با سرمایه کم وارد بازار شوند و هیچ‌گاه بدون برنامه و مدیریت ریسک معامله نکنند. از نگاه او، نباید فریب وعده‌های سود سریع را خورد. بازار مالی جای تصمیم‌های عجولانه نیست و موفقیت پایدار نیازمند دانش، تجربه و انضباط است.

او به جوانان یادآوری می‌کند که از شکست نترسند؛ زیرا شکست، اگر درست تحلیل شود، می‌تواند یکی از بهترین معلمان زندگی باشد. فریحه عارف باورمند است که اگر دوباره به نقطه آغاز بازگردد، باز هم مسیر یادگیری را انتخاب خواهد کرد.

او می‌گوید: «اگر دوباره از صفر شروع می‌کردم، باز هم ابتدا آموزش و کسب مهارت را انتخاب می‌کردم؛ زیرا باور دارم که دانش و تجربه، ارزشمندترین سرمایه هر کارآفرین و معامله‌گر موفق است».

داستان فریحه عارف، داستان دختری است که در روزگاری پر از محدودیت، تلاش کرد راهی تازه برای خود بسازد؛ راهی که از یک علاقه آغاز شد، با آموزش و تجربه ادامه یافت و امروز به یک فعالیت آموزشی و حرفه‌ای تبدیل شده است.

مسیر او هنوز ادامه دارد. رؤیای آکادمی، توسعه فعالیت آموزشی و ایجاد فرصت برای جوانان، فصل‌های بعدی داستان او هستند. شاید هنوز همه اهدافش تحقق نیافته باشند، اما یک چیز را در مسیر خود آموخته است: گاهی برای تغییر زندگی، لازم نیست همه راه را ببینیم؛ کافی است نخستین قدم را با دانش، شجاعت و امید برداریم.



از یک ایده کوچک تا ساختن برند حورا؛ روایت حوریه بهرام

آغاز یک کسب‌وکار با سرمایه بزرگ، دفتر مجهز یا امکانات فراوان همراه نیست. گاهی همه‌چیز از یک علاقه، یک تصمیم و باور به توانایی‌های خود آغاز می‌شود. داستان حوریه بهرام، مؤسس و مدیر برند «حورا»، روایت دختری است که تصمیم گرفت به جای انتظار برای فراهم شدن فرصت، خودش فرصتی برای ساختن آینده ایجاد کند.

حوریه بهرام از دایکندی است و در رشته کمپیوتر ساینس تحصیل کرده است. علاقه او به کارآفرینی از دوران دانشجویی شکل گرفت؛ زمانی که به این فکر می‌کرد چگونه می‌تواند فعالیتی داشته باشد که در کنار ایجاد درآمد، برای جامعه نیز مفید باشد. او باور داشت زنان افغانستان، با وجود محدودیت‌های موجود، می‌توانند با دانش، خلاقیت و تلاش مسیر تازه‌ای برای زندگی خود و دیگران بسازند. همین باور، نخستین جرقه ورود او به دنیای کارآفرینی شد.

زندگی حوریه نیز مانند بسیاری از دختران افغانستان با چالش‌های مختلف همراه بوده است. محدودیت‌های اجتماعی، دشواری‌های اقتصادی و کاهش فرصت‌های کاری، او را با پرسشی جدی روبه‌رو کرد: آیا باید منتظر بماند تا شرایط تغییر کند یا خودش برای ساختن یک فرصت تلاش کند؟

او راه دوم را انتخاب کرد. پس از پایان تحصیلات دانشگاهی و شرکت در چندین برنامه آموزشی کارآفرینی، حوریه دریافت که می‌تواند علاقه خود به پوشاک و طراحی را به یک فعالیت اقتصادی تبدیل کند. این تصمیم نقطه آغاز مسیری شد که بعدها به شکل‌گیری برند «حورا» انجامید.

حدود شش ماه پیش از تدوین این روایت، او با استفاده از سرمایه اندک شخصی و حمایت مالی، برند خود را راه‌اندازی کرد. فعالیت از خانه آغاز شد؛ جایی که نخستین محصولات آماده شدند و از طریق صفحات فیس‌بوک و اینستاگرام به مشتریان معرفی شدند. هر سفارش برای حوریه فقط یک فروش نبود. هر سفارش تجربه‌ای تازه، فرصتی برای شناخت مشتری و یک گام کوچک در مسیر ساختن یک برند بود.

حوریه برای آغاز کار، ابتدا بازار پوشاک را بررسی کرد و تلاش

نمود نیاز مشتریان را بهتر بشناسد. سپس با همکاری خیاطان ماهر، تولید لباس‌های سنتی افغانستان و لباس‌های ساده دخترانه را آغاز کرد. سرمایه اولیه از پس‌انداز شخصی او تأمین شد و برای خرید پارچه، تجهیزات خیاطی، بسته‌بندی، عکاسی محصولات و تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار گرفت.

در کنار تجربه عملی، آموزش نیز بخش مهمی از مسیر او بود. حضور در برنامه‌های کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) و شرکت در دوره‌های آموزشی مرتبط با نوآوری، بازاریابی و استقلال مالی، به تقویت مهارت‌های مدیریتی و تجاری او کمک کرد. این تجربه به حوریه آموخت که برای ساختن یک کسب‌وکار، علاقه به یک محصول کافی نیست، شناخت بازار، مدیریت هزینه‌ها، ارتباط با مشتری، بازاریابی و یادگیری مداوم نیز بخشی از مسیر هستند.

«حورا» هنوز یک برند نوپا است، اما توانسته مشتریان ثابت خود را پیدا کند و محصولاتش را به‌صورت آنلاین عرضه نماید. در حال حاضر، فعالیت برند با همکاری یک خیاط اصلی، یک خیاط کمکی و مدیریت مستقیم حوریه ادامه دارد. همین ساختار کوچک برای او تنها یک نقطه آغاز است.

هدف حوریه این است که با توسعه تولید، افراد بیشتری را وارد این فعالیت کند و به‌ویژه برای زنان، فرصت‌های کاری ایجاد نماید. از نگاه او، رشد یک کسب‌وکار زمانی ارزش بیشتری پیدا می‌کند که بتواند زمینه رشد افراد دیگری را نیز فراهم سازد.

او برای آینده برنامه‌های بزرگ‌تری نیز دارد؛ راه‌اندازی وبسایت فروش آنلاین، افتتاح فروشگاه حضوری، گسترش بازار در سراسر افغانستان و معرفی محصولات «حورا» به بازارهای بین‌المللی، به‌ویژه برای افغان‌های مقیم خارج از کشور.

این اهداف نشان می‌دهد که حوریه تنها به فروش امروز فکر نمی‌کند؛ او در حال ساختن تصویری از آینده برند خود است. رشد یک کسب‌وکار در شرایط اقتصادی دشوار افغانستان آسان نیست. حوریه در مسیر خود با کمبود سرمایه، افزایش قیمت مواد اولیه، محدودیت در مسیرهای تجاری، رقابت شدید بازار، کمبود امکانات و دشواری‌های بازاریابی روبه‌رو شده است.

شرایط اقتصادی و موانع سیاسی و اجتماعی نیز فعالیت زنان کارآفرین

را دشوارتر کرده است. برای حوریه، کارآفرینی در چنین شرایطی به صبر، پشتکار و اعتماد به نفس بیشتری نیاز داشته است. با وجود همه این مشکلات، او تصمیم نگرفت هدف خود را کنار بگذارد. هر مشکل برای او دلیلی شد تا روش تازه‌ای برای ادامه مسیر پیدا کند.

حوریه برای کاهش خطرهای کسب و کار، مدیریت دقیق هزینه‌ها را در اولویت قرار داده و تلاش می‌کند تولید را متناسب با میزان سفارش تنظیم کند. این روش کمک می‌کند منابع محدود به شکل مناسب‌تری مصرف شوند و فشار مالی کاهش یابد.

حفظ کیفیت محصولات و ارتباط نزدیک با مشتریان نیز بخش مهمی از استراتژی اوست. استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تبلیغات کم‌هزینه، دریافت بازخورد مشتریان و اصلاح طراحی و خدمات، به او کمک کرده است تا به تدریج کسب و کارش را بهبود دهد. او در کنار این اقدامات، به دنبال جذب سرمایه و استفاده از حمایت‌های برنامه‌های کارآفرینی برای توسعه برند خود است.

یکی از مهم‌ترین درس‌هایی که حوریه از مسیر کارآفرینی خود آموخته، این است که موفقیت الزاماً از سرمایه زیاد شروع نمی‌شود. ایمان به خود، پشتکار، یادگیری و استمرار، پایه‌هایی هستند که می‌توانند یک فعالیت کوچک را به یک کسب و کار بزرگ‌تر تبدیل کنند.

او در طول مسیر دریافت که هر مهارت جدید می‌تواند دریچه‌ای به سوی فرصت‌های تازه باشد. آموزش‌هایی که در برنامه‌های کارآفرینی دریافت کرده، برای او تنها اطلاعات جدید نبوده‌اند؛ هر آموزش، بخشی از توانایی او برای تصمیم‌گیری بهتر و مدیریت کسب و کار بوده است.

او همچنین یاد گرفته است که شکست پایان راه نیست. شکست می‌تواند بخشی از فرآیند یادگیری باشد، به شرطی که از آن تجربه گرفته شود و مسیر با آگاهی بیشتر ادامه پیدا کند.

آینده‌ای که حوریه برای «حورا» تصور می‌کند، تنها به داشتن یک فروشگاه محدود نمی‌شود. او می‌خواهد برندی بسازد که لباس‌های سنتی افغانستان و لباس‌های ساده دخترانه را با کیفیت مناسب و طراحی مطلوب به مشتریان عرضه کند.

گسترش فعالیت در سراسر افغانستان و ورود به بازارهای بین‌المللی، از اهداف مهم اوست. در کنار آن، ایجاد فرصت‌های کاری برای زنان نیز جایگاه ویژه‌ای در چشم‌انداز او دارد.

این نگاه نشان می‌دهد که کارآفرینی برای حوریه تنها یک مسیر درآمدزایی نیست؛ راهی است برای ساختن فرصت، توسعه مهارت و ایجاد زمینه‌ای که زنان بیشتری بتوانند در آن فعالیت کنند.

حوریه برای دختران و جوانانی که در فکر آغاز یک فعالیت اقتصادی هستند، یک پیام ساده و کاربردی دارد: منتظر شرایط ایده‌آل نباشید.

او باور دارد که باید از امکانات موجود آغاز کرد، حتی اگر سرمایه کم باشد. باید آموزش دید، تجربه کسب کرد، از اشتباه‌ها نترسید و با پشتکار مسیر را ادامه داد.

از نگاه او، هیچ موفقیتی یک‌شبه ساخته نمی‌شود. مسیر موفقیت از قدم‌های کوچک، یادگیری‌های روزانه و استمرار شکل می‌گیرد.

حوریه اگر دوباره به نقطه آغاز بازگردد، باز هم کارآفرینی را انتخاب خواهد کرد. او می‌گوید: «اگر دوباره از صفر شروع می‌کردم، باز هم کارآفرینی را انتخاب می‌کردم؛ زیرا باور دارم هر قدم کوچک امروز، می‌تواند آینده‌ای بزرگ بسازد».



این جمله، خلاصه مسیر حوریه بهرام است؛ مسیری که از یک علاقه آغاز شد، با یادگیری و تلاش ادامه یافت و به شکل‌گیری برند «حورا» انجامید. داستان حوریه هنوز به پایان نرسیده است. او در آغاز راهی قرار دارد که می‌تواند «حورا» را از یک فعالیت کوچک خانگی به یک برند شناخته‌شده در افغانستان و بازارهای بیرون از کشور تبدیل کند. شاید مهم‌ترین پیام داستان او همین باشد: آینده همیشه با یک قدم بزرگ آغاز نمی‌شود؛ گاهی یک قدم کوچک، اگر با ایمان و استمرار همراه باشد، آغاز یک آینده بزرگ است.



از محصول طبیعی تا یک فرصت اقتصادی؛ روایت انیتا صالحی در تجارت عسل افغانستان

همواره هر کسب‌وکار از یک سرمایه بزرگ و امکانات گسترده آغاز نمی‌شود؛ از یک باور آغاز می‌شود. باور به اینکه می‌توان با امکانات محدود، قدمی کوچک برداشت و به تدریج آن را به مسیری برای رشد، استقلال و ایجاد فرصت تبدیل کرد.

داستان انیتا صالحی، روایت زنی است که در میان محدودیت‌ها و دشواری‌های اقتصادی و اجتماعی افغانستان، تصمیم گرفت منتظر فراهم شدن شرایط مناسب نماند. او با ورود به حوزه تجارت عسل طبیعی، تلاش کرد هم برای خود فرصت اقتصادی ایجاد کند و هم یکی از محصولات ارزشمند افغانستان را به مشتریان بیشتری معرفی نماید.

انیتا فعالیت خود را در حوزه خرید، بسته‌بندی، بازاریابی و فروش عسل طبیعی افغانستان آغاز کرد، هدف او تنها فروش یک محصول نبود. از همان ابتدا می‌خواست عسل باکیفیت افغانستان را بهتر معرفی کند، اعتماد مشتریان را به دست آورد و از طریق توسعه این فعالیت، سهمی در رشد اقتصادی و ایجاد فرصت‌های کاری داشته باشد.

مانند بسیاری از زنان افغانستان، او نیز در مسیر زندگی با محدودیت‌ها و چالش‌های مختلف روبه‌رو بوده است. با این حال، یک باور همواره او را به جلو می‌راند: اگر دانش، پشتکار و اراده در کنار یکدیگر قرار بگیرند، حتی در دشوارترین شرایط نیز می‌توان فرصت ساخت.

همین باور، نقطه آغاز ورود او به دنیای تجارت شد. شروع این مسیر آسان نبود. سرمایه محدود، شرایط دشوار بازار و موانعی که یک زن کارآفرین در مسیر فعالیت اقتصادی با آن روبه‌رو می‌شود، ادامه راه را دشوار می‌کرد. با این حال، انیتا تصمیم گرفت به جای تمرکز بر محدودیت‌ها، روی فرصت‌های موجود تمرکز کند.

یکی از مهم‌ترین نقاط عطف زندگی حرفه‌ای او، شرکت در برنامه‌های آموزشی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) بود. این برنامه‌ها برای او فرصتی فراهم کرد تا با مفاهیم و مهارت‌های کارآفرینی آشناتر شود و با اعتماد و آمادگی بیشتری مسیر خود را ادامه دهد.

انیتا برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود ابتدا بازار را بررسی کرد و تلاش نمود نیاز و سلیقه مشتریان را بهتر بشناسد. همکاری با زنبورداران

معتبر، یکی از بخش‌های مهم فعالیت او شد؛ زیرا کیفیت محصول، پایه اصلی اعتماد مشتریان در تجارت عسل است. پس از تهیه محصول، بسته‌بندی مناسب و معرفی درست آن اهمیت پیدا کرد. انیتا تلاش کرد عسل طبیعی افغانستان را با شیوه‌ای مناسب‌تر به بازار عرضه کند و از ظرفیت بازاریابی برای معرفی محصول استفاده نماید.

در این مسیر، سرمایه اولیه محدود بود، او به جای انتظار برای سرمایه بزرگ، با امکانات موجود آغاز کرد و درآمد حاصل از فروش را دوباره در کسب‌وکار سرمایه‌گذاری نمود. این روش به او کمک کرد تا فعالیت خود را به تدریج توسعه دهد و بدون وابستگی به سرمایه گسترده، قدم‌های بعدی را بردارد.

با گذشت زمان، حفظ کیفیت محصول و ایجاد ارتباط صادقانه با مشتریان به بخش مهمی از روش کاری انیتا تبدیل شد. او از شبکه‌های اجتماعی برای معرفی محصولات و ارتباط با مشتریان استفاده کرد و تلاش نمود با جلب اعتماد آنان، بازار فروش خود را گسترش دهد.

فعالیت او به تدریج زمینه همکاری با تولیدکنندگان بیشتری را نیز فراهم کرد. این موضوع برای انیتا اهمیت زیادی داشت؛ زیرا توسعه تجارت عسل می‌تواند زنجیره‌ای از همکاری میان تولیدکننده، فروشنده و مصرف‌کننده ایجاد کند. برای او، هر مشتری جدید تنها یک فروش تازه نیست؛ نشانه‌ای از اعتماد و فرصتی برای بهتر شدن کسب‌وکار است.

مسیر تجارت عسل نیز مانند هر فعالیت اقتصادی دیگری با چالش همراه بوده است. کمبود سرمایه، نوسانات بازار، رقابت، مشکلات حمل‌ونقل و محدودیت‌های موجود برای زنان کارآفرین، بخشی از دشواری‌هایی بوده‌اند که انیتا با آنها روبه‌رو شده است.

در چنین شرایطی، ادامه دادن نیازمند صبر و انعطاف‌پذیری است. بازار همیشه مطابق انتظار پیش نمی‌رود و یک کارآفرین باید بتواند خود را با شرایط جدید سازگار کند. انیتا تلاش کرده است به جای تصمیم‌های عجولانه، هزینه‌ها و منابع خود را مدیریت کند و با توجه به شرایط بازار، فعالیت خود را ادامه دهد.

یکی از مهم‌ترین اصولی که انیتا در مسیر کاری خود به آن پایبند مانده، حفظ کیفیت است. در تجارت مواد غذایی، اعتماد مشتری اهمیت ویژه‌ای دارد و این اعتماد در مدت کوتاه به دست نمی‌آید. او تلاش کرده است با همکاری با زنبورداران معتبر، عرضه محصول

باکیفیت، بسته‌بندی مناسب و ارتباط صادقانه با مشتریان، اعتماد آنان را حفظ کند.

سرمایه‌گذاری مجدد درآمد نیز بخش دیگری از راهبرد او برای مدیریت کسبوکار بوده است. به جای مصرف کامل درآمد، بخشی از آن دوباره وارد فعالیت تجاری شده تا زمینه رشد تدریجی کسبوکار فراهم شود. همچنین استفاده از تبلیغات آنلاین و یادگیری مداوم، به او کمک کرده است تا روش‌های تازه‌تری برای معرفی محصولات و ارتباط با بازار پیدا کند.

تجربه کارآفرینی برای انیتا یک درس مهم داشته است: موفقیت نتیجه یک تصمیم لحظه‌ای نیست؛ حاصل مجموعه‌ای از تلاش‌های کوچک و مداوم است. او در این مسیر آموخته است که اعتماد مشتری، کیفیت محصول، یادگیری مستمر و پشتکار، از مهم‌ترین عوامل موفقیت در یک کسبوکار هستند.

گاهی ممکن است نتیجه تلاش‌ها در کوتاه‌مدت دیده نشود، اما استمرار می‌تواند تفاوت بزرگی ایجاد کند. برای یک کارآفرین، مهم است که از اشتباهات یاد بگیرد، تجربه‌های تازه کسب کند و در برابر دشواری‌ها مسیر خود را ادامه دهد.

انیتا برای دختران و جوانانی که به کارآفرینی علاقه دارند، پیام ساده‌ای دارد: از کمبود امکانات نترسید. لازم نیست برای شروع یک کسبوکار همه امکانات از ابتدا فراهم باشد. می‌توان با امکانات موجود آغاز کرد، بازار را شناخت، مهارت آموخت و به تدریج فعالیت را توسعه داد.

او بر اهمیت آموزش و کیفیت تأکید می‌کند و باور دارد که یک کارآفرین باید همواره در حال یادگیری باشد. بازار تغییر می‌کند و نیازهای مشتریان نیز تغییر می‌یابد؛ بنابراین رشد یک کسبوکار به رشد دانش و مهارت صاحب آن وابسته است. از نگاه انیتا، ترس از شکست نباید مانع شروع شود. شکست می‌تواند تجربه‌ای باشد که مسیر تصمیم‌های آینده را روشن‌تر می‌کند.

انیتا صالحی اگر دوباره به نقطه آغاز بازگردد، باز هم تجارت عسل را انتخاب خواهد کرد؛ این بار با یک تفاوت مهم: «اگر دوباره از صفر شروع می‌کردم، باز هم تجارت عسل را انتخاب می‌کردم؛ اما این بار زودتر شروع می‌کردم و کمتر از شکست می‌ترسیدم».

این جمله، خلاصه تجربه زنی است که یاد گرفته است فرصت‌ها همیشه در شرایط ایده‌آل به وجود نمی‌آیند. گاهی باید در میان محدودیت‌ها، نخستین قدم را برداشت و در مسیر، راه‌های تازه را پیدا کرد. داستان انیتا صالحی همچنان ادامه دارد. مسیر او از تجارت عسل آغاز شده است؛ مسیری که می‌تواند با توسعه بازار، همکاری بیشتر با تولیدکنندگان و افزایش اعتماد مشتریان، به فرصت‌های بزرگ‌تری تبدیل شود.

داستان او یادآور یک حقیقت ساده است: برای ساختن یک آینده بهتر، همیشه به سرمایه بزرگ نیاز نیست؛ گاهی یک ایده، یک قدم شجاعانه و اراده ادامه دادن، کافی است تا مسیر تازه‌ای آغاز شود.



از یک ایده کوچک تا «صنایع دستی آیسو»؛ روایت ذکیه احمدی از ساختن فرصت در فضای آنلاین

ذکیه احمدی کارآفرینی خود را با یک هدف روشن آغاز کرد: ساختن یک کسب‌وکار مستقل، رشد فردی و تبدیل یک ایده کوچک به فعالیتی پایدار. او در حوزه صنایع دستی و فروش آنلاین فعالیت می‌کند و تلاش دارد از ظرفیت فضای مجازی برای معرفی محصولات، جذب مشتری و ایجاد فرصت‌های اقتصادی استفاده کند.

برای ذکیه، کارآفرینی فقط راهی برای رسیدن به استقلال مالی نیست. او می‌خواهد از مسیر کسب‌وکار خود زمینه‌ای برای ایجاد فرصت کاری برای زنان و دختران فراهم کند و به کسب‌وکارهای آنلاین و فروشگاه‌ها در زمینه بسته‌بندی زیبا و ارائه مناسب محصولات کمک نماید.

یکی از مهم‌ترین فصل‌های آغاز فعالیت ذکیه، شرکت در برنامه کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) بود. او طرح تجاری خود را ارائه کرد و در میان شماری از دختران کارآفرین از سراسر افغانستان انتخاب شد.

رقابت برای او تجربه مهمی بود؛ زیرا شرکت‌کنندگان زیادی با ایده‌ها و فعالیت‌های مختلف در این برنامه حضور داشتند. ذکیه موفق شد در یک رقابت شفاف، جایگاه خود را به دست آورد و حمایت لازم برای آغاز فعالیتش را دریافت کند.

شرایط این برنامه نیز مسئولیت او را بیشتر می‌کرد. فعال بودن در حوزه کارآفرینی و تعهد به ادامه فعالیت از جمله شرایط مهم بود. همچنین در صورتی که فرد نمی‌توانست کار خود را پیش ببرد، باید بودجه دریافت‌شده را باز می‌گرداند.

ذکیه این فرصت را جدی گرفت و تصمیم گرفت از آن برای ساختن یک کسب‌وکار واقعی استفاده کند. پس از ارزیابی بازار، ذکیه در ابتدا تصمیم گرفت فعالیت خود را به شکل حضوری آغاز کند. او برای مدتی یک دکان گرفت و حدود یک ماه در آنجا فعالیت داشت.

اما شرایط دکان برای ادامه کار مناسب نبود. نبود برق باعث می‌شد فضای دکان همیشه تاریک باشد و برای ادامه فعالیت نیاز به استفاده از سیستم سولری وجود داشت. این مشکل، ادامه فعالیت حضوری را با دشواری روبه‌رو کرد.

ذکیه در چنین شرایطی، با مشورت و هماهنگی، تصمیم گرفت مسیر

کسب و کارش را تغییر دهد و فعالیت خود را به شکل آنلاین ادامه دهد. این تصمیم، یکی از نقاط مهم مسیر او شد. انتقال فعالیت از دکان به فضای آنلاین به او اجازه داد تا با امکانات موجود، تجارت خود را ادامه دهد و بازار گسترده‌تری را هدف قرار دهد. امروز او با رضایت از این تصمیم، فعالیت خود را در فضای آنلاین ادامه می‌دهد.

برای آغاز تجارت، ذکيه ۱۸۰۰ دالر امریکایی دریافت کرد. بخشی از وسایل مورد نیاز را از امکانات موجود در خانه تأمین کرد و بخش دیگر را خریداری نمود. این سرمایه برای او تنها یک کمک مالی نبود؛ مسئولیتی بود که باید به یک فعالیت واقعی و قابل دوام تبدیل می‌شد.

ذکيه در کنار سرمایه، از آموزش‌های ارائه‌شده توسط نهاد مربوطه نیز بهره گرفت. صنف‌های آموزشی تجارت به شکل آنلاین برگزار شد و این آموزش‌ها برای او و سایر دختران کارآفرین شرکت‌کننده، تجربه‌ای مفید و تأثیرگذار بود. این آموزش‌ها کمک کرد تا نگاه او به مدیریت تجارت، برنامه‌ریزی و ادامه مسیر حرفه‌ای‌تر شود.

ذکيه فعالیت خود را با هدف تولید و عرضه صنایع دستی آغاز کرده بود. با پیشرفت تجارت، دامنه فعالیت او نیز گسترده‌تر شد. او توانست سفارش‌های هدیه از سوی افرادی دریافت کند که می‌خواستند برای خانواده و بستگان خود در کابل هدیه ارسال کنند. این بخش از فعالیت، فرصت تازه‌ای برای پاسخ‌گویی به نیاز مشتریان ایجاد کرد.

در کنار صنایع دستی، ذکيه مقداری لباس از کشورهای همسایه نیز تهیه کرد و توانست از فروش آنها نتیجه خوبی به دست آورد. این تجربه برای او نشان داد که انعطاف‌پذیری در کسب و کار اهمیت زیادی دارد. یک کارآفرین باید بتواند در کنار حفظ هویت اصلی فعالیت خود، نیازهای بازار را نیز شناسایی و به آنها پاسخ دهد.

یکی از دستاوردهای مهم ذکيه در کمتر از یک سال فعالیت، دریافت و انجام سه سفارش از خارج از افغانستان بود. این سفارش‌ها برای یک کسب و کار نوپا، تجربه‌ای ارزشمند محسوب می‌شد. صنایع دستی که فعالیت اصلی او را تشکیل می‌داد، توانست از محدوده بازار داخلی عبور کند و به مشتریانی در خارج از کشور نیز برسد. این تجربه انگیزه او را برای ادامه فعالیت و توسعه بازار بیشتر کرد.

رشد کسب و کار ذکيه تنها به افزایش فروش محدود نماند. او توانست برای دو نفر زمینه همکاری و اشتغال ایجاد کند. این دو همکار در بخش‌های خرید و تحویل سفارش‌ها با او همکاری می‌کنند. برای

ذکیه، ایجاد همین دو فرصت کاری نیز اهمیت زیادی دارد؛ زیرا یکی از اهداف اولیه او در آغاز کار، ایجاد فرصت برای زنان و دختران و کمک به رشد فعالیت‌های اقتصادی بود.

او باور دارد که یک کسب‌وکار کوچک نیز می‌تواند با رشد تدریجی، افراد دیگری را با خود همراه کند. فعالیت اقتصادی در شرایط دشوار افغانستان، نیازمند مدیریت دقیق منابع است. ذکیه نیز در مسیر خود با مشکلاتی روبه‌رو شد.

یکی از مشکلات مهم، دسترسی به مواد اولیه باکیفیت بود. برای نمونه، در تهیه تارهایی که برای بافت کلاه و شال استفاده می‌کرد، با موادی با کیفیت پایین روبه‌رو شد. این مسئله می‌توانست کیفیت محصولات را تحت تأثیر قرار دهد و رضایت مشتریان را کاهش دهد. به همین دلیل، پیدا کردن مواد مناسب و مدیریت خرید به یکی از بخش‌های مهم کار او تبدیل شد.

در بخش مدیریت مالی نیز تغییر نرخ اسعار برای او دشواری‌هایی ایجاد کرد. محاسبه هزینه‌ها و درآمدها در شرایط نوسان نرخ ارز، نیازمند دقت بیشتری بود.

ذکیه برای مقابله با مشکلات مربوط به تأمین مواد و مدیریت هزینه‌ها، تلاش کرد خریده‌های خود را منظم‌تر کند. یکی از راهکارهای او خرید برخی وسایل مورد نیاز به تعداد بیشتر در آغاز کار بود تا در ادامه با کمبود ناگهانی مواجه نشود. همچنین برای مدیریت بهتر حساب‌ها، ثبت منظم هزینه‌ها و درآمدها را در نظر گرفت و تلاش کرد حساب‌و کتاب‌های خود را به صورت هفتگی بررسی کند.

این تجربه به او آموخت که مدیریت یک کسب‌وکار کوچک نیز به نظم مالی نیاز دارد. برنامه‌ریزی پیش از خرید، ثبت اطلاعات و بررسی منظم وضعیت مالی می‌تواند از بسیاری از مشکلات جلوگیری کند. او همچنین به این نتیجه رسیده است که داشتن یک پلان تجارتي و توجه به جوانب مختلف کسب‌وکار، میزان خطرپذیری را کاهش می‌دهد. یکی از مهم‌ترین درس‌هایی که ذکیه در ماه‌های فعالیت خود آموخته، اهمیت کیفیت است. او می‌گوید اگر کیفیت کار خوب باشد، مشتریان وفادار و همیشگی پیدا می‌شوند. از نگاه او، برای ساختن یک بازار پایدار، نباید در تصمیم‌گیری عجله کرد. صبر، کیفیت و ارتباط مناسب با مشتری، سه اصل مهمی هستند که ذکیه در فعالیت خود به آنها توجه دارد.

تجربه او نشان داده است که یک مشتری راضی می‌تواند در آینده به مشتری همیشگی تبدیل شود و حتی محصولات را به دیگران معرفی کند. ذکیه احمدی هدف‌های بزرگ‌تری برای کسب‌وکار خود دارد. او می‌خواهد فعالیتش را توسعه دهد، برند «صنایع دستی آیسو» را به یک نام شناخته‌شده تبدیل کند و از ظرفیت فضای آنلاین برای گسترش بازار استفاده نماید.

ایجاد فرصت کاری برای زنان و دختران نیز همچنان بخشی از نگاه او به آینده است. او می‌خواهد نشان دهد که یک ایده کوچک، با برنامه‌ریزی، یادگیری، صبر و پشتکار می‌تواند به یک فعالیت اقتصادی جدی تبدیل شود.

ذکیه به جوانانی که قصد آغاز یک کسب‌وکار را دارند، توصیه می‌کند پیش از شروع، دست‌کم سه ماه آینده فعالیت خود را پیش‌بینی کنند و جوانب مختلف آن را بسنجند. از نگاه او، استفاده از تحلیل SWOT می‌تواند به کارآفرین کمک کند تا نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای کسب‌وکار خود را بهتر بشناسد.

او همچنین بر افزایش دانش و سطح معلومات، استفاده از تجربه دیگران، صبر و برخورد مناسب با مشتریان تأکید دارد. بازاریابی و تبلیغات مناسب نیز از نظر او نقش مهمی در رشد یک کسب‌وکار دارد؛ به‌خصوص برای کسب‌وکارهایی که در فضای آنلاین فعالیت می‌کنند.



ذکیه احمدی امروز با تجربه‌ای که از مسیر خود به دست آورده است، به یک نتیجه ساده و مهم رسیده: «برای شروع هیچ وقت دیر نیست». او مسیر خود را با سرمایه محدود، تجربه‌ای تازه و یک ایده آغاز کرد. نخست دکان را امتحان کرد، با مشکل برق روبه‌رو شد و سپس مسیر فعالیت را به فضای آنلاین منتقل کرد. در ادامه، سفارش‌های داخلی و خارجی گرفت، دو فرصت کاری ایجاد کرد و دامنه فعالیت خود را گسترش داد.

داستان ذکیه احمدی نشان می‌دهد که مسیر کارآفرینی همیشه مستقیم و بدون مانع نیست. تصمیم درست در زمان مناسب می‌تواند مسیر یک کسب‌وکار را تغییر دهد. او هنوز در ابتدای راه قرار دارد، اما تجربه ماه‌های گذشته برایش ثابت کرده است که یک کسب‌وکار کوچک با هدف روشن، کیفیت مناسب، مدیریت منظم و صبر می‌تواند قدم‌به‌قدم رشد کند. و شاید مهم‌ترین پیام داستان او برای دختران و جوانان افغانستان همین باشد: برای آغاز کردن، لازم نیست همه چیز آماده باشد؛ کافی است هدف خود را بشناسید و نخستین قدم را بردارید.



از محرومیت تا آفرینش فرصت؛ داستان شهناز باتور و «آهین»

شهناز باتور، فارغ رشته اقتصاد بین‌الملل، در کابل زندگی می‌کند و در حوزه تجارت آنلاین صنایع دستی فعالیت دارد. کسب‌وکار او با نام «آهین (AHEEN)» از علاقه‌ای آغاز شد که از دوران کودکی در وجودش شکل گرفته بود؛ علاقه به هنرهای دستی، ساختن چیزهای زیبا با دست و تبدیل یک مهارت به فرصتی برای ساختن آینده.

برای شهناز، هنر همیشه بخشی از زندگی بوده است. او از کودکی به کارهای دستی علاقه داشت و در کنار تحصیل، این علاقه را نیز دنبال می‌کرد. با تغییر شرایط زندگی و محروم شدن از ادامه تحصیل، یکی از مهم‌ترین مسیرهای رشد شخصی او دشوار شد. با این حال، شهناز تصمیم گرفت اجازه ندهد این محدودیت، تمام رؤیاهایش را از او بگیرد. او به جای ماندن در حسرت گذشته، به مهارتی برگشت که همیشه در وجودش زنده بود و تصمیم گرفت از آن برای ساختن یک مسیر تازه استفاده کند.

آغاز این مسیر با امکانات بسیار محدود همراه بود. شهناز سرمایه زیادی در اختیار نداشت و فروشگاه یا کارگاه تولیدی نیز نداشت. فعالیتش را در خانه و با وسایل ساده و مقدار کمی مواد اولیه آغاز کرد. طراحی و تولید محصولات، پیدا کردن مشتری، بازاریابی، مدیریت سفارش‌ها، بسته‌بندی و ارسال، همه کارهایی بود که خودش انجام می‌داد.

هدف او از آغاز این فعالیت تنها کسب درآمد نبود. شهناز می‌خواست به استقلال اقتصادی برسد و نشان دهد که یک زن افغان، حتی در شرایط دشوار، می‌تواند با استفاده از توانایی‌ها و خلاقیت خود یک کسب‌وکار ایجاد کند. در کنار این هدف، رؤیای دیگری نیز داشت؛ اینکه روزی بتواند برای زنان و دختران دیگر فرصت کار ایجاد کند.

روزهای نخست آسان نبود. کمبود سرمایه، نبود بازار مناسب، دشواری دسترسی به مواد اولیه و محدودیت‌های اجتماعی، موانعی بودند که مسیر او را دشوار می‌کردند. تهیه بعضی مواد اولیه نیز ساده نبود و رفت‌وآمد برای خرید مواد مورد نیاز، برای یک زن در شرایط موجود افغانستان، همیشه تجربه‌ای آرام و بدون نگرانی نبود. با وجود این، شهناز تصمیم گرفت مشکلات را بخشی از مسیر بداند و برای هر مانع راهی پیدا کند.

او برای تقویت مهارت‌های خود به مطالعه و آموزش‌های آنلاین روی آورد و از تجربه عملی نیز بسیار آموخت. در ادامه، صفحات کاری خود را در اینستاگرام و فیسبوک ایجاد کرد و نمونه محصولاتش را در فضای مجازی به نمایش گذاشت. نخستین سفارش‌ها از همین طریق به دست او رسیدند. هر سفارش تجربه‌ای تازه بود؛ تجربه‌ای برای شناخت سلیقه مشتری، بهبود کیفیت، یادگیری نحوه ارتباط با مشتری و آشنایی بیشتر با بازار.

شهناز فعالیت خود را با سرمایه شخصی بسیار محدود آغاز کرد. مواد اولیه را در حجم کم خریداری می‌کرد و درآمد حاصل از فروش را دوباره برای تولید و توسعه کار به مصرف می‌رساند. این روش به او کمک کرد تا بدون نیاز به سرمایه بزرگ، کسب و کارش را به صورت تدریجی پیش ببرد.

در ادامه مسیر، حمایت برنامه کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) نیز نقش مهمی در تقویت فعالیت او داشت. این حمایت به شهناز کمک کرد تا بخشی از سرمایه اولیه مورد نیاز برای شروع و توسعه کار را فراهم کند و در کنار آن، از برنامه‌های آموزشی کارآفرینی بهره ببرد. آموزش و تجربه‌ای که از این برنامه‌ها به دست آورد، نگاه او را به مدیریت، بازاریابی و توسعه کسب و کار گسترده‌تر کرد.

«آهین» به تدریج از یک فعالیت کوچک خانگی فاصله گرفت و به یک کسب و کار آنلاین با مشتریانی در کابل و سایر ولایت‌ها تبدیل شد. محصولات این کسب و کار کاملاً دست‌ساز هستند و طراحی‌های خلاقانه، امکان سفارش اختصاصی و فروش آنلاین از ویژگی‌های اصلی آن به شمار می‌روند. شهناز تلاش می‌کند محصولات خود را به شکلی عرضه کند که هم کیفیت و زیبایی صنایع دستی حفظ شود و هم نیاز و سلیقه مشتری مورد توجه قرار گیرد.

فضای آنلاین برای شهناز اهمیت ویژه‌ای دارد. این فضا به او امکان داده است بدون داشتن فروشگاه بزرگ، محصولاتش را به افراد بیشتری معرفی کند و از محدودیت‌های جغرافیایی فاصله بگیرد. شبکه‌های اجتماعی برای او تنها محل معرفی محصول نیستند؛ این صفحات به ابزاری برای ارتباط مستقیم با مشتری، دریافت بازخورد و شناخت بهتر بازار تبدیل شده‌اند.

با وجود پیشرفت‌هایی که به دست آورده، مسیر «آهین» همچنان با چالش‌هایی همراه است. برخی مواد اولیه و ابزارهای تخصصی مورد نیاز در بازار افغانستان به آسانی پیدا نمی‌شوند و تهیه آنها از کشورهای همسایه، هزینه و زمان بیشتری نیاز دارد. محدود بودن بازار صنایع دستی و رقابت با محصولات ارزان و تولید انبوه نیز یکی دیگر از مشکلات این حوزه است.

شهناز معتقد است یکی از دلایل این مشکل، شناخت ناکافی بخشی از مشتریان نسبت به ارزش محصولات دست‌ساز است. محصولی که با دست ساخته می‌شود، برای طراحی و تولید به زمان، دقت و مهارت نیاز دارد و از نظر ارزش هنری با محصولات تولید انبوه تفاوت دارد. او برای معرفی بهتر این ارزش، از تولید محتوای آنلاین، معرفی جزئیات محصولات و ارتباط مستقیم با مشتریان استفاده می‌کند.

مدیریت همه بخش‌های کسب‌وکار نیز برای او تجربه ساده‌ای نبوده است. در مراحل اولیه، بیشتر کارها از طراحی و تولید تا بازاریابی، مدیریت سفارش‌ها، بسته‌بندی و ارسال بر عهده خودش بود. انجام همزمان این مسئولیت‌ها زمان و انرژی زیادی می‌گرفت، اما همین تجربه به او کمک کرد تا با بخش‌های مختلف یک کسب‌وکار از نزدیک آشنا شود و مهارت‌های مدیریتی خود را تقویت کند.

شهناز برای مدیریت هزینه‌ها، مواد اولیه را با برنامه خریداری می‌کند و تلاش دارد درآمد حاصل از فروش را دوباره در توسعه کسب‌وکار سرمایه‌گذاری نماید. او همچنین به این نتیجه رسیده است که در کارآفرینی باید همیشه برای تغییرات و مشکلات احتمالی آماده بود. تنوع محصولات، حفظ کیفیت، مدیریت هزینه‌ها و ایجاد رابطه مناسب با مشتریان، از راهکارهایی هستند که می‌توانند خطرهای یک کسب‌وکار را کاهش دهند.

مهم‌ترین درسی که شهناز از مسیر خود آموخته، اهمیت صبر و استمرار است. او فهمیده است که موفقیت یک‌شبه به دست نمی‌آید و یک کسب‌وکار برای رشد به زمان، یادگیری و تلاش پیوسته نیاز دارد. اشتباهات برای او پایان راه نبوده‌اند؛ هر اشتباه فرصتی بوده تا روش کارش را اصلاح کند و تجربه بیشتری به دست آورد.

او همچنین به ارزش بازخورد مشتریان پی برده است. از نگاه شهناز، کارآفرین باید به حرف مشتری گوش دهد، نیاز او را بشناسد و کیفیت محصول را در اولویت قرار دهد. اعتماد مشتری برای «آهین» یکی از ارزشمندترین سرمایه‌هاست و حفظ این اعتماد نیازمند صداقت، کیفیت و رفتار حرفه‌ای است.

شهناز به دختران و جوانانی که ایده‌ای برای راه‌اندازی کسب‌وکار دارند، توصیه می‌کند منتظر شرایط ایده‌آل نمانند. به باور او، بهتر است هر فرد با امکاناتی که در اختیار دارد شروع کند و در ادامه، کسب‌وکار خود را توسعه دهد. استفاده درست از شبکه‌های اجتماعی، یادگیری مهارت‌های جدید، سرمایه‌گذاری دوباره درآمد اولیه در کسب‌وکار و استفاده از تجربه افراد باتجربه، می‌تواند مسیر رشد را هموارتر کند.

او تأکید می‌کند که علاقه و مهارت شخصی می‌تواند نقطه آغاز یک کسب‌وکار باشد. کسی که از کاری لذت می‌برد و برای یادگیری آن وقت می‌گذارد، می‌تواند همان علاقه را به یک فعالیت اقتصادی تبدیل کند.

رؤیای آینده شهناز، بزرگ‌تر شدن «آهین» و راه‌اندازی یک کارگاه تولیدی است؛ جایی که زنان و دختران، به‌ویژه زنان خانه‌نشین، بتوانند آموزش ببینند و بخشی از تولید را انجام دهند. او می‌خواهد زنانی که امکان حضور در محیط‌های کاری را ندارند، بتوانند از خانه درآمد داشته باشند و به استقلال اقتصادی نزدیک‌تر شوند.

این رؤیا برای شهناز ادامه همان تصمیمی است که در یکی از دشوارترین دوره‌های زندگی خود گرفت؛ تصمیمی برای اینکه محدودیت‌های موجود، آینده او را تعیین نکنند.

شهناز باتور اگر دوباره به نقطه آغاز بازگردد، باز هم همین مسیر را انتخاب خواهد کرد. او می‌گوید: «اگر دوباره شروع می‌کردم، باز هم همین مسیر را انتخاب می‌کردم؛ چون باور دارم هر سختی، فرصتی برای رشد است. اگر دانشگاه از من گرفته شد، اجازه ندادم رؤیاهایم هم از من گرفته شود».

داستان شهناز داستان زنی است که پس از از دست دادن یک فرصت مهم، تلاش کرد فرصت دیگری خلق کند. او از خانه و با امکانات محدود شروع کرد، یک مهارت را به کسب‌وکار تبدیل کرد، مشتری پیدا کرد و رؤیای بزرگ‌تری برای آینده ساخت.

او هنوز در ابتدای مسیر توسعه «آهین» قرار دارد، اما آنچه تاکنون ساخته، نشان می‌دهد که برای شروع یک مسیر تازه همیشه لازم نیست همه شرایط آماده باشد. گام نخست می‌تواند کوچک باشد؛ آنچه اهمیت دارد، شجاعت برداشتن آن گام و اراده ادامه دادن است.

پیام شهناز برای زنان و دخترانی که احساس می‌کنند فرصت‌های زندگی از آنان گرفته شده، روشن است: ممکن است یک فرصت از دست برود، اما توانایی ساختن فرصت‌های تازه همچنان در وجود انسان باقی می‌ماند.



از یک رؤیا تا «ارگانیکا»؛ داستان صدف منیر

صدف منیر، فارغ رشته اقتصاد و بنیان‌گذار برند تولیدی محصولات گیاهی «ارگانیکا» در هرات است؛ زنی که تصمیم گرفت علاقه خود به تولید محصولات طبیعی را به یک فعالیت اقتصادی تبدیل کند و از دل محدودیت‌ها، راهی برای ساختن آینده‌ای بهتر بیابد.

برای صدف، راه‌اندازی یک کسب‌وکار تنها به معنای داشتن درآمد شخصی نبود. او همیشه می‌خواست کاری انجام دهد که در کنار ساختن آینده خودش، برای دیگران نیز مفید باشد. همین نگاه باعث شد به حوزه تولید محصولات گیاهی و مراقبت از پوست و مو علاقه‌مند شود؛ حوزه‌ای که می‌توانست دانش، علاقه و خلاقیت او را با نیازهای بازار پیوند دهد.

ایده در ذهنش شکل گرفته بود، انگیزه هم داشت، اما یک مشکل بزرگ وجود داشت: سرمایه‌ای برای آغاز کار نداشت. مدت‌ها با این پرسش روبه‌رو بود که چگونه می‌تواند ایده خود را به یک کسب‌وکار واقعی تبدیل کند. فاصله میان داشتن یک رؤیا و توانایی عملی کردن آن برای او بسیار بزرگ به نظر می‌رسید. کمبود سرمایه باعث شده بود بارها تصور کند شاید نتواند روزی کسب‌وکار شخصی خود را راه‌اندازی کند.

در همین شرایط، آشنایی با برنامه کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) به یکی از مهم‌ترین نقاط عطف زندگی او تبدیل شد. حضور در این برنامه برای صدف تنها یک دوره آموزشی نبود. او در کنار آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی، مدیریت، برنامه‌ریزی، بازاریابی و توسعه کسب‌وکار، سرمایه اولیه‌ای نیز دریافت کرد که امکان آغاز فعالیت را برایش فراهم ساخت.

با همین حمایت، ایده‌ای که مدت‌ها در ذهن صدف باقی مانده بود، شکل واقعی به خود گرفت و «ارگانیکا» متولد شد. اولین روزی که صدف محصول خود را تولید کرد، برای او خاطره‌ای فراموش‌نشدنی بود. محصولی که تا آن زمان تنها بخشی از یک تصور و یک آرزو بود، اکنون در دستان خودش قرار داشت. آن لحظه برای او معنای بزرگی داشت. رؤیا زمانی ارزشمند می‌شود که انسان برای تبدیل کردن آن به واقعیت قدم بردارد.

سرمایه اولیه دریافت‌شده از AELSO به صدف کمک کرد تا مواد اولیه، بسته‌بندی و تجهیزات مورد نیاز را تهیه کند و تولید را آغاز

نماید. آموزش‌هایی که در این مسیر دریافت کرد نیز به او کمک کرد تا با نگاه دقیق‌تری به مدیریت کسب‌وکار، شناخت بازار، برنامه‌ریزی و بازاریابی پردازد.

فعالیت «ارگانیکا» در ابتدا با یک تیم کوچک و تعداد محدودی کارمند آغاز شد. امکانات محدود بود و هر یک از اعضای تیم چند مسئولیت را همزمان انجام می‌دادند. صدف نیز خود را از هیچ بخشی از کار کنار نمی‌کشید. از تولید و بسته‌بندی گرفته تا طراحی، معرفی محصولات و فروش، در بخش‌های مختلف حضور داشت و تلاش می‌کرد همه مراحل کار را از نزدیک مدیریت کند.

همین روزهای ساده و پرکار، پایه‌های اولیه «ارگانیکا» را ساختند. کسب‌وکار او به تدریج توسعه یافت و دامنه محصولات نیز گسترده‌تر شد. امروز «ارگانیکا» محصولاتی مانند کرم ترک پا، روغن تقویت مو، کرم آبرسان، بالم لب و دمنوش‌های گیاهی تولید می‌کند. صدف تلاش کرده است کیفیت محصولات را حفظ کند و از طریق جلب رضایت مشتریان، اعتماد بیشتری در بازار به دست آورد.

برای او کیفیت فقط یک ویژگی محصول نیست؛ اساس رابطه میان یک برند و مشتری است. به همین دلیل، بازخورد مشتریان را جدی می‌گیرد و تلاش می‌کند براساس تجربه بازار و نیاز مصرف‌کنندگان، محصولات خود را بهتر کند.

مسیر رشد «ارگانیکا» با دشواری‌های زیادی همراه بوده است. کمبود سرمایه، دشواری تهیه مواد اولیه، شرایط اقتصادی و محدود بودن بازار، از جمله مشکلاتی بوده‌اند که صدف در مسیر فعالیت خود با آنها روبه‌رو شده است.

ادامه دادن در چنین شرایطی همیشه آسان نیست. با این حال، صدف هر بار تلاش کرده است هدفی را که در آغاز برای خود تعیین کرده بود به یاد بیاورد. او می‌داند اگر در برابر نخستین دشواری‌ها کنار بکشد، فرصت رسیدن به آینده‌ای که برای خود تصور کرده است نیز از بین خواهد رفت.

یکی از راهکارهای صدف برای مدیریت خطرهای کسب‌وکار، آغاز تولید در مقیاس محدود بود. او تلاش کرد پیش از گسترش فعالیت، بازار و نیاز مشتریان را بهتر بشناسد. درآمد حاصل از فروش نیز دوباره در توسعه کسب‌وکار سرمایه‌گذاری شد تا «ارگانیکا» بتواند بدون فشار مالی زیاد، به صورت تدریجی رشد کند.

مدیریت دقیق هزینه‌ها، توجه به نظر مشتریان و تلاش برای ارتقای کیفیت نیز بخش دیگری از رویکرد او برای حفظ و توسعه کسب‌وکار بوده است. این تجربه به صدف نشان داده است که رشد پایدار همیشه با سرعت زیاد اتفاق نمی‌افتد. بعضی مسیرها به زمان نیاز دارند و یک کارآفرین باید بتواند با صبر و برنامه‌ریزی، قدم‌های کوچک را به یک مسیر بزرگ تبدیل کند.

صدف در مسیر کارآفرینی به یک حقیقت مهم نیز رسیده است: ترس از شروع کردن می‌تواند از خود مشکلات بزرگ‌تر باشد. تا زمانی که اولین قدم برداشته نشود، بسیاری از راه‌ها ناشناخته باقی می‌مانند. زمانی که او تصمیم گرفت آغاز کند، مسیرهای بعدی نیز کم‌کم برایش روشن شدند.

امروز «ارگانیکا» برای صدف تنها یک برند تولیدی نیست. این برند بخشی از داستان شخصی اوست؛ داستان زنی که زمانی سرمایه‌ای برای شروع نداشت، اما ایده و انگیزه خود را حفظ کرد و با استفاده از یک فرصت آموزشی و حمایتی، آن را به یک فعالیت واقعی تبدیل نمود.

با این حال، صدف به آنچه امروز به دست آورده محدود نمانده است. یکی از اهداف مهم او برای آینده، توسعه بیشتر «ارگانیکا» و ایجاد فرصت‌های شغلی برای بانوان است. او می‌خواهد رشد کسب‌وکارش تنها به افزایش تولید و فروش منتهی نشود؛ هدفش این است که زنان بیشتری بتوانند از مسیر کارآفرینی، مهارت‌آموزی و اشتغال، فرصت ساختن آینده خود را پیدا کنند.

از نگاه صدف، کارآفرینی زمانی ارزش بیشتری پیدا می‌کند که اثر آن از زندگی یک فرد فراتر برود و بتواند برای دیگران نیز فرصت ایجاد کند. او به دختران و جوانانی که ایده‌ای در ذهن دارند، توصیه می‌کند منتظر شرایط کاملاً مناسب نمانند. به باور او، باید با امکانات موجود آغاز کرد، دانش و مهارت را افزایش داد، از اشتباهات درس گرفت و برای رسیدن به نتیجه صبور بود.

صدف باور دارد که شکست نباید دلیل کنار گذاشتن یک هدف باشد. هر تجربه می‌تواند بخشی از مسیر یادگیری باشد و انسان را برای تصمیم‌های بهتر آماده کند. مهم این است که فرد پس از هر تجربه، دوباره توان ایستادن و ادامه دادن را داشته باشد.

وقتی صدف به روزهای آغازین کارش نگاه می‌کند، شاید مهم‌ترین دستاورد خود را تنها در تعداد محصولات یا میزان فروش نمی‌بیند.

دستآورد بزرگ‌تر برای او این است که توانسته است از مرحله رؤیا عبور کند و ایده خود را به یک برند واقعی تبدیل نماید، او می‌گوید اگر دوباره به ابتدای راه برگردد، باز هم همین مسیر را انتخاب خواهد کرد؛ زیرا امروز بهتر از گذشته می‌داند که رؤیایها بدون اقدام به واقعیت تبدیل نمی‌شوند.

داستان «ارگانیکا» از هرات آغاز شده است، با یک ایده ساده، سرمایه محدود، آموزش و یک تصمیم شجاعانه. این داستان هنوز به پایان نرسیده و صدف منیر برای توسعه برند خود، ایجاد فرصت‌های بیشتر برای بانوان و ساختن یک کسب‌وکار پایدار، مسیر پیش رو را ادامه می‌دهد.

برای او، «ارگانیکا» یادآور یک باور مهم است: یک فرصت، یک آموزش و یک تصمیم شجاعانه می‌تواند مسیر زندگی انسان را تغییر دهد؛ به شرطی که انسان برای ساختن آینده، قدم نخست را بردارد.



روحینا محمدی؛ از فیض آباد تا ساختن یک فرصت آنلاین

روحینا محمدی، فارغ مقطع لیسانس رشته علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، در شهر فیض‌آباد ولایت بدخشان زندگی می‌کند. علاقه او به کارآفرینی از جایی شکل گرفت که متوجه شد فضای آنلاین می‌تواند برای بسیاری از زنان و جوانان، راهی برای فعالیت اقتصادی و ساختن آینده‌ای مستقل فراهم کند. همین نگاه، او را به سوی راه‌اندازی «فروشگاه آنلاین ثنا» برد.

روحینا کار خود را در شرایطی آغاز کرد که سرمایه و امکانات محدودی در اختیار داشت، او از همان ابتدا تصمیم گرفت به جای انتظار برای فراهم شدن شرایط کامل، با تعداد محدودی محصول شروع کند و در جریان کار، بازار را بهتر بشناسد. هدفش روشن بود: ایجاد یک فروشگاه قابل اعتماد که مشتری بتواند محصولات مورد نیاز خود را آسان‌تر پیدا و خریداری کند.

نخستین گام‌ها با بررسی نیاز بازار و انتخاب محصولاتی آغاز شد که برای مشتریان کاربرد داشته باشند. پوشاک، لوازم آرایشی، اکسسوری، محصولات مصرفی و دیگر نیازهای روزمره، بخشی از محصولاتی بودند که در «ثنا» عرضه شدند. ایجاد صفحه و کانال آنلاین، برقراری ارتباط با تأمین‌کنندگان، معرفی محصولات و پاسخ‌گویی به مشتریان، بخش مهمی از فعالیت‌های اولیه او را تشکیل می‌داد.

برای روحینا، فروش آنلاین تنها یک روش تجاری نبود؛ راهی بود تا بتواند از محل زندگی خود در بدخشان، فعالیت اقتصادی داشته باشد و با مشتریان در ارتباط باشد. او در کنار فعالیت روزمره، مهارت‌های مورد نیاز کسب‌وکار را نیز یاد گرفت؛ از بازاریابی آنلاین و استفاده از شبکه‌های اجتماعی گرفته تا ارتباط با مشتری و مدیریت مالی.

با افزایش فعالیت فروشگاه، تنوع محصولات نیز بیشتر شد. روحینا تلاش کرد نیاز مشتریان را بهتر بشناسد و بر اساس تقاضای آنان، محصولات مناسب‌تری عرضه کند. ارتباط مستقیم با مشتریان به او کمک کرد تا نقاط ضعف و قوت کار خود را بشناسد و روش‌های کاری‌اش را اصلاح کند.

یکی از بخش‌های مهم مسیر روحینا، ایجاد فرصت فعالیت برای سه بانوی دیگر است. سه نفر از زنان در بخش‌های مختلف «فروشگاه ثنا» از جمله مدیریت سفارش‌ها، ارتباط با مشتریان، معرفی محصولات و امور مربوط به فروشگاه آنلاین همکاری می‌کنند. برای روحینا، این

تجربه نشان داد که یک فعالیت کوچک نیز می‌تواند زمینه‌ای برای مشارکت اقتصادی زنان دیگر ایجاد کند.

راه این کارآفرین بدون چالش نبود، محدودیت سرمایه، امکانات تبلیغاتی و دسترسی به منابع کافی، از مشکلات مهم فعالیت او بود. تغییر تقاضای مشتریان، رقابت در بازار آنلاین و شرایط اقتصادی نیز تصمیم‌گیری درباره خرید و عرضه محصولات را دشوار می‌کرد. مدیریت همزمان سفارش‌ها، بازاریابی، تأمین کالا و برنامه‌ریزی زمانی نیز تجربه و نظم بیشتری می‌خواست.

روحینا برای مدیریت این شرایط، تلاش کرد پیش از تهیه محصولات، نیاز بازار را بررسی کند و هزینه‌های اضافی را کاهش دهد. بازاریابی آنلاین و ارتباط مستقیم با مشتریان به او کمک کرد تا با امکانات موجود، بازار خود را حفظ و توسعه دهد. او همچنین به این نتیجه رسید که در کارآفرینی باید انعطاف‌پذیر بود؛ وقتی یک روش نتیجه مطلوب نمی‌دهد، باید آن را بررسی و اصلاح کرد.

در طول این مسیر، روحینا دریافت که شناخت مشتری یکی از پایه‌های اصلی یک کسب‌وکار است. محصول زمانی شانس بیشتری برای فروش دارد که نیاز واقعی بازار را پاسخ دهد. او همچنین آموخت که مدیریت منابع، برنامه‌ریزی و یادگیری مداوم، به اندازه داشتن سرمایه اهمیت دارد.

تجربه «ثنا استور» نگاه روحینا را به شروع یک کسب‌وکار تغییر داده است. او دیگر شروع کردن را وابسته به کامل بودن شرایط نمی‌داند. از نگاه او، تجربه در جریان کار ساخته می‌شود و بسیاری از مهارت‌هایی که یک کارآفرین به آنها نیاز دارد، در مسیر فعالیت به دست می‌آیند.

روحینا به دختران و جوانانی که ایده‌ای برای کار دارند، توصیه می‌کند فرصت‌های موجود را جدی بگیرند، مهارت‌های خود را افزایش دهند و از شکست نترسند. او معتقد است قدم اول ممکن است کوچک باشد، اما استمرار در همان مسیر می‌تواند زمینه رشد یک ایده را فراهم کند.

او درباره مسیر خود می‌گوید: «اگر دوباره شروع می‌کردم، زودتر اقدام می‌کردم، بیشتر یاد می‌گرفتم و از هر چالش به عنوان فرصتی برای رشد استفاده می‌کردم».

برای روحینا محمدی، «ثنا استور» تنها یک فروشگاه آنلاین نیست؛



نتیجه تصمیمی است که به او اجازه داد علاقه‌اش به کارآفرینی را به یک فعالیت واقعی تبدیل کند. سه زن نیز در کنار این کسب‌وکار فرصت فعالیت پیدا کرده‌اند و این تجربه برای روحینا، معنای گسترده‌تری از موفقیت دارد: ساختن فرصت برای خود و فراهم کردن زمینه مشارکت اقتصادی برای دیگران. او باور دارد موفقیت از قدم‌های کوچک و پیوسته ساخته می‌شود و کسی که منتظر کامل شدن همه شرایط بماند، ممکن است فرصت آغاز را از دست بدهد.



از یک فکر ساده تا «زرین میوه»

مرسل خواجه‌عمری، فارغ رشته اقتصاد و فعال کارآفرینی در کابل است. او همیشه آرزو داشت کاری داشته باشد که برای خودش مفید باشد و در عین حال بتواند برای دیگران، به‌ویژه زنان، فرصت کار و درآمد ایجاد کند. این آرزو برای او تنها یک فکر در ذهن نبود؛ با گذشت زمان به هدفی تبدیل شد که برای رسیدن به آن تصمیم گرفت قدم‌های عملی بردارد.

چند سال پیش، مرسل مانند بسیاری از دختران و زنان افغانستان با نگرانی درباره آینده شغلی خود روبه‌رو بود. پیدا کردن کار آسان نبود و شرایط اقتصادی و اجتماعی نیز مسیر پیشرفت را دشوار می‌کرد. او در این دوره بارها احساس کرد که راه روشنی برای پیشرفت وجود ندارد. با این حال، تصمیم نگرفت منتظر تغییر شرایط بماند. او تلاش کرد راهی پیدا کند که با امکانات موجود بتواند فعالیت را آغاز کند و به تدریج آن را توسعه دهد.

نقطه مهم در این مسیر، شرکت او در برنامه‌های آموزشی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) بود. این برنامه‌ها نگاه او را نسبت به کارآفرینی تغییر داد. مرسل آموخت که برای آغاز یک کسب‌وکار همیشه به سرمایه بزرگ و امکانات گسترده نیاز نیست و می‌توان از یک ایده کوچک و امکانات محدود شروع کرد. همین آموزش‌ها او را تشویق کرد تا ایده تولید میوه و سبزیجات خشک را به یک فعالیت عملی تبدیل کند.

مرسل کار خود را با امکانات محدود آغاز کرد. با کمک مالی که از برنامه کارآفرینی دریافت کرد، یک دستگاه خشک‌کن و سیستم سولر خریداری کرد و فعالیت خود را در زمینه خشک‌کردن میوه و سبزیجات آغاز نمود. روزهای نخست برای او ساده نبود. تجربه کافی در این زمینه نداشت و در کنار آن، نگرانی‌های زیادی درباره ادامه کار و فروش محصولات وجود داشت. با این حال، به جای کنار گذاشتن کار، تلاش کرد در جریان فعالیت خود یاد بگیرد و تجربه کسب کند.

او به تدریج توانست محصولات خود را تولید کند و با برند «زرین میوه» وارد بازار شود. امروز این کسب‌وکار در زمینه تولید انواع میوه و سبزیجات خشک فعالیت دارد. محصولات مرسل در حال حاضر بیشتر به صورت محلی به فروش می‌رسند و او هنوز در مرحله‌ای قرار دارد که برای توسعه بازار، بهبود بسته‌بندی و افزایش ظرفیت تولید تلاش می‌کند.

مرسل درباره وضعیت فعلی کسب و کارش با صداقت می‌گوید که هنوز به سود مورد انتظار خود نرسیده و حتی با کمبودهایی در فعالیتش روبه‌رو است. با این حال، همین موضوع باعث نشده دست از تلاش بکشد. او باور دارد که موفقیت یک‌باره به دست نمی‌آید و برای رسیدن به نتیجه باید مسیر را با صبر و استمرار ادامه داد.

یکی از مهم‌ترین چالش‌های «زرین میوه» کمبود سرمایه است. پس از خرید دستگاه خشک‌کن و سیستم سولر، منابع مالی کافی برای خرید میوه، تهیه بسته‌بندی و توسعه فعالیت باقی نماند. افزایش قیمت میوه و دشواری پیدا کردن بازار مناسب نیز روند کار را با مشکل روبه‌رو کرده است. از سوی دیگر، شرایط اقتصادی افغانستان و نوسان قیمت‌ها باعث شده مدیریت یک کسب و کار کوچک برای او آسان نباشد. با وجود این مشکلات، مرسل تصمیمی برای ترک فعالیت خود ندارد.

او تلاش کرده است با شرایط موجود خود را سازگار کند و به جای حرکت شتاب‌زده، قدم به قدم پیش برود. حفظ کیفیت محصولات و استفاده از فرصت‌های موجود برای یادگیری، بخشی از رویکرد او در ادامه مسیر است. مرسل می‌داند که هنوز مسیر طولانی در پیش دارد، اما برای او مهم این است که نخستین قدم را برداشته و تجربه‌ای واقعی از تبدیل یک ایده به کسب و کار به دست آورده است.

یکی از آرزوهای اصلی او این است که «زرین میوه» در آینده توسعه پیدا کند، محصولات متنوع‌تری تولید شود، بسته‌بندی‌ها کیفیت بهتری پیدا کنند و بازار فروش گسترده‌تر شود. او همچنین امیدوار است بتواند با گسترش فعالیت خود برای زنان بیشتری زمینه کار و درآمد ایجاد کند.

تجربه مرسل به او آموخته است که کارآفرینی همیشه با شرایط مناسب و امکانات کافی آغاز نمی‌شود. بسیاری از کسب و کارها از نقطه‌ای شروع می‌شوند که سرمایه محدود است، تجربه کافی وجود ندارد و نتیجه کار هنوز روشن نیست. آنچه می‌تواند این مسیر را ادامه‌دار کند، باور به هدف، صبر و تلاش مداوم است.

او می‌گوید: «فهمیدم موفقیت یک‌باره به دست نمی‌آید. باید صبور بود، تلاش کرد و از شکست‌ها درس گرفت. اگر خودمان به خودمان باور داشته باشیم، هیچ مانعی نمی‌تواند ما را متوقف کند». مرسل به جوانان و دخترانی که می‌خواهند وارد مسیر کارآفرینی شوند توصیه می‌کند منتظر شرایط ایده‌آل نمانند. به باور او، بهتر است

هر فرد با همان امکاناتی که در اختیار دارد آغاز کند. ممکن است قدم نخست کوچک باشد و نتیجه فوری به دست نیاید، اما استمرار می‌تواند همین شروع کوچک را به یک فعالیت موفق تبدیل کند.

او مسیر خود را هنوز تمام‌شده نمی‌داند. «زرین میوه» برای مرسل یک کسب‌وکار در حال رشد است؛ کسب‌وکاری که با یک ایده، یک فرصت آموزشی، یک دستگاه خشک‌کن و یک سیستم سولر آغاز شد و اکنون بخشی از زندگی و امید او برای ساختن آینده‌ای بهتر است.

اگر دوباره از نقطه آغاز برمی‌گشت، باز هم همین مسیر را انتخاب می‌کرد، او امروز بیشتر از گذشته باور دارد که امید، تلاش و پشتکار می‌تواند مسیر زندگی یک انسان را تغییر دهد. برای مرسل، موفقیت رسیدن ناگهانی به یک مقصد نیست؛ مجموعه‌ای از قدم‌های کوچک و پیوسته است که انسان را به آینده‌ای که برای خود تصور کرده نزدیک می‌کند.



یک پل دیجیتال برای رساندن محصولات افغانستان به جهان

در میان مشکلاتی که سال‌ها بر سر راه تجارت افغانستان وجود داشته، فاصله میان تولیدکنندگان داخلی و بازارهای جهانی یکی از چالش‌های جدی است. از یک سو، دهقانان، صنعتگران و کسب‌وکارهای کوچک افغانستان محصولاتی دارند که می‌تواند در بازارهای بیرون از کشور عرضه شود و از سوی دیگر، افغان‌های مقیم خارج علاقه‌مند به خرید و فروش محصولات اصیل افغانستان هستند؛ اما میان این دو گروه، مسیر ساده و قابل اعتمادی برای ارتباط وجود ندارد.

ایده «بادام» از همین نقطه شکل گرفت؛ ایده‌ای که حکیمه نوری، لیسانس رشته کامپیوترساینس و ساکن هرات، تلاش دارد آن را به یک پلتفرم تجارت الکترونیک تبدیل کند؛ پلتفرمی که بتواند میان فروشندگان افغان در خارج از کشور و تأمین‌کنندگان محصولات در داخل افغانستان ارتباط ایجاد کند.

حکیمه از ابتدا به فناوری و نقش آن در حل مشکلات واقعی علاقه‌مند بود. وقتی مشکلات افغان‌های مقیم خارج را در زمینه تهیه محصولات افغانی، مدیریت سفارش، پرداخت و ارسال مشاهده کرد، به این فکر افتاد که یک راه‌حل دیجیتال برای این مشکل ایجاد کند. هم‌زمان، او می‌دید که بسیاری از تولیدکنندگان داخلی افغانستان به بازارهای بین‌المللی دسترسی محدودی دارند. از همین جا، «بادام» برای او فقط یک فروشگاه آنلاین نبود؛ ایده‌ای بود برای ساختن یک پل دیجیتال میان دو طرف.

در ابتدای مسیر، راه ساده‌ای پیش روی او قرار نداشت. ساخت یک پلتفرم چندفروشگاهی از نظر فنی پیچیدگی‌های خاص خود را داشت. هماهنگی میان فروشندگان خارج از افغانستان و پارتی‌های محلی داخل کشور، تأمین منابع مالی و مدیریت یک پروژه نرم‌افزاری نیز تجربه و توانایی‌های تازه‌ای می‌خواست.

حمایت مالی و آموزشی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) یکی از فرصت‌هایی بود که به حکیمه کمک کرد تا ایده خود را از مرحله فکر و برنامه به مرحله توسعه فنی برساند. این منابع برای بخش‌هایی از مسیر توسعه پلتفرم و تهیه خدمات و منابع مورد نیاز استفاده شد؛ از طراحی UX/UI و توسعه بخش‌های Frontend و Backend گرفته تا تهیه هاست و دومین و استفاده از نیروی متخصص در بخش‌های مختلف.

اما برای ساختن «بادام»، تنها سرمایه کافی نبود. حکیمه برای افزایش دانش و مهارت خود در دوره‌های آنلاین و بوت کمپ‌ها شرکت کرد، ویدیوهای آموزشی را دنبال کرد و از ابزارهای هوش مصنوعی نیز برای یادگیری و پیشبرد کار خود استفاده نمود.

روند ساخت پلتفرم با تحقیق و تحلیل آغاز شد، بررسی رقبا و جمع‌آوری اطلاعات، طراحی مسیرهای کاربری، طراحی UX/UI و سپس توسعه بخش‌های Backend و Frontend، مراحل بود که برای شکل‌گیری این پروژه طی شد.

ایده اصلی «بادام» این است که افغان‌های مقیم خارج بتوانند در این پلتفرم فروشگاه مستقل خود را ایجاد کنند، محصولات را مدیریت نمایند و از طریق یک سیستم پارتنر محلی، سفارش‌ها را از داخل افغانستان دریافت کنند. در این مدل، پارتنرهای محلی می‌توانند در تهیه، بسته‌بندی و ارسال محصولات نقش داشته باشند.

حکیمه امیدوار است این ساختار بتواند در آینده به افزایش عرضه محصولات افغانستان در بازارهای بیرونی و ایجاد فرصت‌های کاری برای افراد داخل کشور کمک کند. ویژگی متمایز ایده او، همین سیستم پارتنر محلی است؛ مدلی که قرار است ارتباط میان فروشنده خارج از کشور و تأمین‌کننده داخل افغانستان را ساده‌تر کند.

در مسیر ساخت این پروژه، یک اتفاق دیگر نیز برای حکیمه اهمیت ویژه‌ای پیدا کرد. زمانی که اعلان جذب کارآموز برای پروژه را در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرد، تنها برای شش دختر فرصت کارآموزی در نظر گرفته بود؛ اما حدود ۱۳۰ دختر برای این فرصت درخواست دادند.

دیدن این تعداد درخواست برای حکیمه هم دشوار بود و هم امیدبخش. انتخاب شش نفر از میان این تعداد دختر علاقه‌مند به فناوری تصمیم ساده‌ای نبود، اما این تجربه یک واقعیت مهم را برای او روشن کرد: دختران زیادی در افغانستان به فناوری و تکنالوژی علاقه دارند و برای یادگیری و کار در این حوزه انگیزه دارند.

همین تجربه، نگاه حکیمه را فراتر از توسعه یک پلتفرم برد. او اکنون در کنار توسعه «بادام»، به هشت دختر جوان که علاقه زیادی به کدنویسی دارند، مهارت‌های کدنویسی، کار تیمی و فعالیت‌های آنلاین را آموزش می‌دهد و برای آنان کمک‌هزینه ماهانه اینترنت نیز فراهم

می‌کند، برای او، انتقال دانش و ایجاد فرصت یادگیری نیز بخشی از مسیر کارآفرینی است.

با این حال، «بادام» هنوز در مسیر توسعه قرار دارد و خود حکیمه نیز به این موضوع آگاه است. یکی از چالش‌های اصلی او کمبود منابع مالی است، به باور او، با دسترسی به منابع مالی بیشتر می‌توان برنامه‌نویسان ارشد استخدام کرد و روند توسعه و راه‌اندازی پلتفرم را سریع‌تر پیش برد. برای حل این مشکل، او در حال آماده‌سازی پیشنهادهایی برای جذب اسپانسر و حمایت مالی است و تأمین منابع از طریق حمایت بلاعوض یا عرضه سهام را نیز در نظر دارد.

بازار نیز چالش دیگری است. مشتریان هدف «بادام» در کشورهای مختلف زندگی می‌کنند و همین موضوع بازاریابی را پیچیده‌تر می‌سازد. حکیمه برای مواجهه با این مسئله تلاش می‌کند با متخصصان ارتباط برقرار کند و از تجربه و مشورت آنان استفاده نماید.

مدیریت پروژه نیز برای او تجربه‌ای تازه است. این نخستین تجربه جدی او در مدیریت یک پروژه نرم‌افزاری است و طبیعی است که در این مسیر با چالش‌های مدیریتی روبه‌رو شود. شرکت در بوت‌کمپ‌ها و استفاده از آموخته‌های آن‌ها یکی از راه‌هایی است که حکیمه برای تقویت توانایی مدیریتی خود دنبال می‌کند.

یکی از مهم‌ترین درس‌هایی که او در این مسیر آموخته، اهمیت داشتن نقشه راه است. از نگاه او، در پروژه‌های نرم‌افزاری باید مسیر توسعه به‌صورت مرحله‌ای و انعطاف‌پذیر پیش برود، او بر استفاده از روش توسعه چابک یا Agile تأکید دارد و معتقد است در نسخه‌های اولیه یک پروژه، باید از اضافه‌کردن قابلیت‌های غیرضروری پرهیز کرد تا منابع محدود به شکل سنجیده مصرف شوند.

او همچنین تجربه کرده است که منابع مالی در یک پروژه نرم‌افزاری باید با دقت برنامه‌ریزی شوند. برای حکیمه، مدیریت هزینه‌ها و دوری از مصرف غیرضروری، در کنار مدیریت کمال‌گرایی، از اقداماتی است که می‌تواند ریسک‌های یک پروژه نوپا را کاهش دهد.

حکیمه به جوانانی که می‌خواهند در حوزه فناوری و پروژه‌های نرم‌افزاری فعالیت کنند، توصیه می‌کند پیش از آغاز کار، بازار هدف خود را به‌درستی بشناسند. به گفته او، جمع‌آوری اطلاعات، شناخت رقبا و پیدا کردن مشکلی که هنوز به شکل مناسب حل نشده، باید

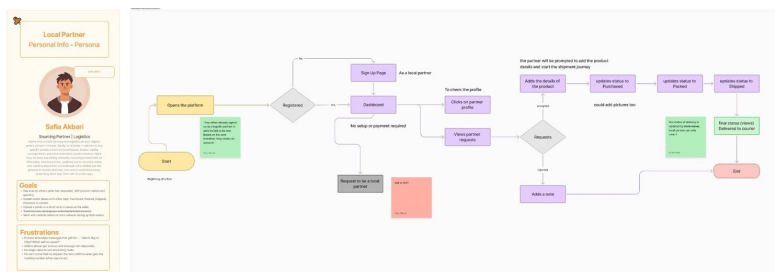
بخش مهمی از مراحل اولیه یک پروژه باشد. کارآفرین باید از خود بپرسد که چه مشکلی را قرار است حل کند و راه حل او چه تفاوتی با راه حل های موجود دارد.

داستان «بادام» هنوز به پایان نرسیده است. این پروژه در مرحله ای قرار دارد که ایده در حال تبدیل شدن به یک سیستم عملیاتی است و مسیر توسعه آن ادامه دارد. موفقیت آن در آینده به عواملی مانند تأمین منابع، توسعه فنی، شناخت بازار و ایجاد همکاری های مناسب وابسته خواهد بود.

با این حال، آنچه در این مسیر اهمیت دارد تنها ساخت یک پلتفرم نیست. در پشت این پروژه، نگاه یک دختر جوان به یک مشکل واقعی و تلاش او برای ساختن یک راه حل دیجیتال قرار دارد؛ نگاهی که هم بازار افغانستان و افغان های خارج از کشور را در نظر گرفته و هم ایجاد فرصت برای دختران علاقه مند به فناوری را بخشی از مسیر خود ساخته است.

حکیمه اگر امروز به آغاز راه برگردد، یک تغییر مهم ایجاد می کند: از همان ابتدا یک نقشه راه دقیق تر برای پروژه می سازد و زمان بیشتری را به مدیریت خود و مدیریت پروژه اختصاص می دهد.

اما اصل مسیر را ادامه می دهد؛ زیرا برای او «بادام» فقط یک پروژه نرم افزاری نیست. این پروژه در حقیقت کسب و کاری است برای پیوند دادن ظرفیت های داخل افغانستان با افغان های خارج از کشور و نشان دادن این که فناوری، با وجود محدودیت های موجود، می تواند راهی برای ایجاد ارتباط، فرصت و ارزش اقتصادی باشد.



از یک ایده تا ساختن یک گلخانه؛ روایت تلاش برای تولید و فرصت آفرینی

زهر ااصیل در شهر مزارشریف زندگی می‌کند و در رشته علوم کامپیوتر تحصیل کرده است. با وجود اینکه زمینه تحصیلی او با زراعت ارتباط مستقیمی ندارد، علاقه‌اش به کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های شغلی باعث شد به فکر راه‌اندازی کسب‌وکاری در بخش زراعت بیفتد. او تصمیم گرفت از ظرفیت‌های موجود در این بخش استفاده کند و با راه‌اندازی یک گلخانه، در تولید محصولات زراعتی، ایجاد درآمد پایدار و فراهم کردن زمینه کار برای زنان سهم بگیرد.

ایده راه‌اندازی گلخانه از علاقه او به کشاورزی و آرزوی ساختن آینده‌ای بهتر شکل گرفت. شرایط اقتصادی دشوار، محدود بودن فرصت‌های کاری و کمبود سرمایه از موانعی بود که در ابتدای راه با آن روبه‌رو شد. با این حال، این مشکلات باعث نشد از هدف خود فاصله بگیرد. او تصمیم گرفت به جای انتظار برای فراهم شدن شرایط کامل، از فرصت‌های موجود استفاده کند و برای تحقق ایده‌اش قدم بردارد.

یکی از مهم‌ترین نقاط عطف این مسیر، شرکت در برنامه‌های کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) بود. آموزش‌های این برنامه به او کمک کرد تا با دانش و اعتمادبه‌نفس بیشتری به ایده خود نگاه کند و آن را از یک فکر به یک برنامه عملی تبدیل نماید. پس از این آموزش‌ها، تصمیم گرفت طرح راه‌اندازی گلخانه را جدی‌تر دنبال کند و تمرکز خود را روی تولید رومی و فلفل دلمه‌ای قرار دهد.

برای آغاز کار، ابتدا طرح کسب‌وکار خود را تهیه کرد و نیازهای پروژه را مشخص ساخت. انتخاب زمین مناسب، بررسی تجهیزات مورد نیاز، سیستم آبیاری، پوشش گلخانه و تهیه نهال از جمله اقداماتی بود که برای شروع فعالیت در نظر گرفته شد. سرمایه اولیه نیز از طریق کمک‌هزینه برنامه کارآفرینی AELSO و سهم شخصی او تأمین شد.

در کنار حمایت مالی، آموزش‌های ارائه‌شده در زمینه مدیریت کسب‌وکار، برنامه‌ریزی مالی و تولید محصولات گلخانه‌ای برای او اهمیت زیادی داشت. این آموزش‌ها کمک کرد تا فعالیت خود را با برنامه‌ریزی بهتر آغاز کند و از همان ابتدا به استفاده درست از منابع، کیفیت تولید و توسعه تدریجی کسب‌وکار توجه داشته باشد.

راه‌اندازی گلخانه برای زهر ااصیل تنها به معنای تولید محصول نبود. او از

ابتدا به این فکر می‌کرد که چگونه می‌تواند این فعالیت را در آینده توسعه دهد، ظرفیت تولید را افزایش دهد و زمینه اشتغال بیشتری را برای زنان و جوانان فراهم کند. به همین دلیل، هدف خود را محدود به شروع یک فعالیت کوچک نکرد و برای رشد تدریجی آن برنامه‌ریزی نمود.

در مسیر راه‌اندازی و توسعه گلخانه، مشکلات مختلفی نیز وجود داشت. کمبود سرمایه و محدودیت در تهیه تجهیزات، مواد اولیه و امکانات مورد نیاز، روند اجرای کار را دشوار می‌کرد. از سوی دیگر، پیدا کردن بازار مناسب برای فروش محصولات و رقابت با سایر تولیدکنندگان از چالش‌های مهم این فعالیت بود. نوسانات قیمت محصولات زراعتی و افزایش هزینه‌های تولید نیز می‌توانست بر درآمد کسب‌وکار تأثیر بگذارد.

مدیریت هزینه‌ها، برنامه‌ریزی تولید، نظارت بر روند کشت و استفاده درست از منابع نیز به دقت و یادگیری مستمر نیاز داشت. زهرا برای مقابله با این مشکلات تلاش کرد از امکانات موجود به بهترین شکل استفاده کند، هزینه‌ها را با دقت مدیریت نماید و با برنامه‌ریزی مناسب از هدررفتن منابع جلوگیری کند.

او همچنین تلاش کرد کیفیت محصولات را در اولویت قرار دهد و با جلب رضایت مشتریان، زمینه توسعه بازار فروش را فراهم کند. استفاده از تجربه افراد آگاه و بهره‌گیری از آموزش‌هایی که در برنامه کارآفرینی AELSO دریافت کرده بود، در تصمیم‌گیری‌های او نقش مهمی داشت.

تجربه راه‌اندازی گلخانه برای زهرا یک مسیر یادگیری نیز بوده است. او در این مسیر دریافت که موفقیت یک‌شبه به دست نمی‌آید و رسیدن به نتیجه به صبر، پشتکار، یادگیری و باور به توانایی‌های فردی نیاز دارد. هر مشکل برای او فرصتی شد تا تجربه بیشتری به دست آورد و شیوه مدیریت کسب‌وکار خود را بهتر کند.

امروز هدف او این است که ظرفیت گلخانه را افزایش دهد، میزان تولید رومی و فلفل دلمه‌ای را بیشتر کند و به بازارهای گسترده‌تری دسترسی پیدا کند. او همچنین می‌خواهد در آینده محصولات متنوع‌تری تولید کند و با توسعه فعالیت خود، فرصت‌های شغلی بیشتری برای زنان و جوانان ایجاد نماید.

برای زهرا، این مسیر با یک تصمیم آغاز شد؛ اینکه در شرایط دشوار نیز برای ساختن آینده خود تلاش کند، او باور دارد که داشتن سرمایه و امکانات مهم است، اما اراده برای شروع، یادگیری و ادامه دادن نیز نقش اساسی در مسیر کارآفرینی دارد.

پیام او به جوانانی که رؤیای راهاندازی کسبوکار دارند، روشن است؛ از شروع کردن نترسید. اگر سرمایه و امکانات محدودی دارید، با همان امکانات موجود یک قدم بردارید، هدف مشخص داشته باشید و برای رسیدن به آن برنامه‌ریزی کنید. از تجربه دیگران استفاده کنید، یادگیری را ادامه دهید و در برابر مشکلات زود تسلیم نشوید.

اگر زهرا دوباره به ابتدای این مسیر برگردد، باز هم همین راه را انتخاب خواهد کرد؛ زیرا تجربه او نشان داده است که هر موفقیت از یک تصمیم شجاعانه برای آغاز کردن شروع می‌شود، او می‌خواهد با ادامه این مسیر ثابت کند که با پشتکار، یادگیری و اعتماد به توانایی‌های خود می‌توان در شرایط دشوار نیز فرصت ساخت و برای آینده‌ای بهتر گام برداشت. برای او، گلخانه سبزی تنها یک کسبوکار نیست؛ نمادی از تلاشی است که از یک ایده آغاز شد و با امید، آموزش و پشتکار در مسیر تبدیل شدن به یک فعالیت اقتصادی پایدار قرار گرفته است.



از یک تجربه شخصی تا ساختن یک برند برای زندگی سالم

سحر گوهری دانش‌آموخته رشته حقوق است؛ اما مسیر زندگی حرفه‌ای او در جایی شکل گرفت که شاید در نگاه نخست ارتباط مستقیمی با رشته تحصیلی‌اش نداشت. علاقه عمیق او به سلامت، تغذیه سالم و توانمندسازی زنان، به تدریج او را به سوی راه‌اندازی کسب‌وکاری در حوزه محصولات طبیعی و سبک زندگی سالم کشاند. حاصل این علاقه و تلاش، شکل‌گیری برند Healthy Leaf بود؛ برندی که سحر آن را با هدف عرضه محصولات مرتبط با سلامت و ترویج انتخاب‌های سالم در زندگی آغاز کرد.

این تصمیم در شرایطی شکل گرفت که زندگی بسیاری از زنان افغانستان با محدودیت‌های آموزشی و کاری روبه‌رو شده بود. سحر نیز با این وضعیت بیگانه نبود. او احساس می‌کرد بخشی از آرزوها و برنامه‌هایی که برای آینده خود داشت، متوقف شده است. با این حال، به جای اینکه این شرایط را پایان مسیر خود بداند، تصمیم گرفت مسیر تازه‌ای برای زندگی‌اش بسازد.

دوران مهاجرت در پاکستان برای او، با وجود دشواری‌هایش، فرصتی برای فکر کردن به آینده شد. در آن روزها بارها به این موضوع فکر می‌کرد که روزی کسب‌وکار خودش را راه‌اندازی کند و برندی داشته باشد که هویت و علاقه‌های شخصی او را بازتاب دهد. او می‌خواست فعالیتی ایجاد کند که تنها منبع درآمد نباشد و علاوه بر آن بتواند در زندگی دیگران نیز اثر مثبتی داشته باشد.

یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های سحر برای ورود به حوزه سلامت، تجربه شخصی خودش بود. او در گذشته با اضافه‌وزن و سبک زندگی ناسالم روبه‌رو بود، اما با تغییر تدریجی عادات‌های غذایی و توجه بیشتر به سبک زندگی سالم توانست تغییرات مثبتی را در سلامت و کیفیت زندگی خود تجربه کند. همین تجربه باعث شد به این باور برسد که انتخاب‌های روزمره و تغییر عادت‌ها می‌توانند نقش مهمی در داشتن زندگی سالم‌تر داشته باشند.

از همین تجربه شخصی، ایده Healthy Leaf شکل گرفت. سحر می‌خواست محصولاتی را عرضه کند که با مفهوم سلامت و تغذیه سالم ارتباط داشته باشند و در کنار آن، درباره اهمیت انتخاب‌های سالم نیز آگاهی ایجاد کند. او به‌خصوص به نقش زنان توجه داشت و آرزو می‌کرد در آینده بتواند از طریق توسعه کسب‌وکار خود، فرصت‌های کاری بیشتری برای زنان افغانستان فراهم کند.

پس از بازگشت به افغانستان، مرحله تازه‌ای از زندگی او آغاز شد. بازگشت با امید به ساختن آینده همراه بود، اما در کنار آن نگرانی‌های زیادی نیز وجود داشت. سرمایه کافی برای شروع کسب‌وکار نداشت و تجربه عملی او در زمینه ایجاد یک برند نیز محدود بود. شرایط اقتصادی، محدودیت‌های موجود برای فعالیت زنان، دشواری‌های بازار و نگرانی از پذیرفته شدن یک برند جدید، از مسائلی بودند که باید با آنها روبه‌رو می‌شد.

سحر تصمیم گرفت کار خود را با یادگیری آغاز کند. درباره تغذیه سالم، شناخت مواد اولیه، بسته‌بندی، بازاریابی دیجیتال، برندسازی و مدیریت کسب‌وکار مطالعه کرد و تلاش نمود پیش از برداشتن هر قدم، دانش بیشتری به دست آورد.

شرکت در برنامه‌های آموزشی و کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) نیز در این مسیر برای او اهمیت ویژه‌ای داشت. آموزش‌هایی که دریافت کرد، کمک کرد با دیدگاه حرفه‌ای‌تری به ایده خود نگاه کند و اعتمادبه‌نفس بیشتری برای تبدیل آن به یک فعالیت واقعی به دست آورد. حمایت مالی این برنامه نیز امکان تهیه مواد اولیه، ظروف، لیبل، بسته‌بندی و تولید نخستین محصولات را فراهم کرد.

سحر کار خود را در مقیاسی کوچک آغاز کرد. نخست نام و هویت برند را مشخص کرد، بسته‌بندی محصولات را طراحی نمود و فعالیت خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی معرفی کرد. او در کنار معرفی محصولات، تولید محتوای آموزشی درباره تغذیه و سبک زندگی سالم را نیز در برنامه خود قرار داد.

نخستین سفارش برای او اهمیت خاصی داشت. شاید آن سفارش از نظر مالی بزرگ نبود، اما برای سحر نشانه‌ای بود که نشان می‌داد ایده‌ای که مدت‌ها در ذهنش بود، می‌تواند در دنیای واقعی نیز جای خود را پیدا کند. همین تجربه به او انگیزه داد تا با جدیت بیشتری ادامه دهد و برای جلب اعتماد مشتریان تلاش کند.

Healthy Leaf به تدریج محصولات متنوع‌تری را در حوزه سلامت و سبک زندگی سالم عرضه کرد. ترکیب دانه چیا و مواد مغذی، محصولات صبحانه سالم، مکمل‌های کلاژن و ویتامین C از جمله محصولات هستند که در مجموعه این برند قرار گرفته‌اند. سحر تلاش کرده است فعالیت برند را تنها به فروش محصول محدود

نکند. از نگاه او، زمانی که یک محصول با سلامت مردم ارتباط دارد، آگاهی بیشتری نیز اهمیت زیادی پیدا می‌کند. به همین دلیل، در کنار معرفی محصولات، بر تولید محتوای آموزشی درباره تغذیه سالم و انتخاب‌های مناسب در سبک زندگی تمرکز کرده است.

با وجود پیشرفت‌هایی که به دست آمده، مسیر توسعه Healthy Leaf همچنان با چالش‌های مختلف همراه است. محدودیت سرمایه، افزایش قیمت مواد اولیه، دشواری دسترسی به برخی مواد محصولات، محدودیت‌های موجود برای فعالیت زنان و رقابت با برندهای شناخته‌شده، از جمله مشکلاتی است که سحر با آن روبه‌رو شده است. جلب اعتماد مشتریان نیز برای یک برند تازه‌تأسیس آسان نبود. سحر می‌دانست اعتماد چیزی نیست که در مدت کوتاه به دست آید. به همین دلیل، تلاش کرد با بهبود کیفیت محصولات، معرفی صادقانه، پاسخگویی مناسب و احترام به مشتریان، این اعتماد را به تدریج ایجاد کند.

برای مدیریت این شرایط، فعالیت را در مقیاس کنترل‌شده پیش برد و تلاش کرد هزینه‌ها را با دقت مدیریت کند. بازخورد مشتریان را جدی گرفت و از آن برای بهتر کردن محصولات و شیوه ارائه خدمات استفاده کرد. شبکه‌های اجتماعی نیز برای او یکی از ابزارهای مهم معرفی و بازاریابی برند بوده است.

تجربه سحر در این مسیر به او آموخت که سرمایه تنها عامل تعیین‌کننده در موفقیت یک کسب‌وکار نیست. صبر، استمرار، یادگیری، انعطاف‌پذیری، صداقت با مشتری و توانایی اصلاح مسیر، از سرمایه‌هایی هستند که یک کارآفرین در طول مسیر به دست می‌آورد.

او همچنین فهمید که بسیاری از ترس‌ها پیش از شروع، بزرگ‌تر از واقعیت به نظر می‌رسند. زمانی که نخستین قدم را برداشت، مسیرهای بعدی نیز کم‌کم برایش روشن‌تر شد. هر سفارش، هر بازخورد و هر تجربه، بخشی از آموزش عملی او در مسیر کارآفرینی شد.

سحر برای آینده Healthy Leaf هدف‌های مشخصی دارد. او می‌خواهد این برند را توسعه دهد، محصولات بیشتری در حوزه سلامت و سبک زندگی سالم عرضه کند و در کنار رشد اقتصادی، زمینه اشتغال زنان افغانستان را نیز فراهم سازد. هدف او این است که در آینده زنان بیشتری بتوانند در بخش‌های تولید، بسته‌بندی، فروش و بازاریابی با این کسب‌وکار همکاری کنند.

تجربه سحر نشان می‌دهد که یک کسب‌وکار همیشه از یک سرمایه بزرگ آغاز نمی‌شود، در مورد او، آغاز مسیر از یک علاقه، یک تجربه شخصی و تصمیمی برای ساختن آینده شکل گرفت. سپس آموزش، حمایت و تلاش مستمر کمک کرد تا آن ایده به یک برند واقعی تبدیل شود.

پیام او برای دختران و زنان جوان افغانستان روشن است: منتظر شرایط کاملاً مناسب نباشید، از امکاناتی که در اختیار دارید شروع کنید، یاد بگیرید، تجربه کنید و از شکست نترسید، اعتماد مشتری را جدی بگیرید و برای کیفیت و صداقت ارزش قائل باشید. اگر سحر دوباره به روزهای آغازین برگردد، باز هم مسیر کارآفرینی را انتخاب خواهد کرد؛ با این تفاوت که این بار زودتر شروع می‌کند، بیشتر به توانایی‌های خود اعتماد می‌کند و کمتر از شکست می‌ترسد. امروز Healthy Leaf برای سحر تنها نام یک برند نیست، این برند بخشی از داستان زندگی اوست؛ داستان زنی که در شرایط دشوار





تصمیم گرفت منتظر تغییر شرایط نماند و خود برای ساختن آینده‌اش قدم بردارد. او هنوز خود را در ابتدای مسیر می‌داند، اما باور دارد که با امید، دانش و پشتکار می‌توان یک ایده کوچک را به کاری تبدیل کرد که برای خود و دیگران ارزش ایجاد کند.

آرزوی سحر این است که Healthy Leaf در آینده به برندی شناخته‌شده و قابل اعتماد تبدیل شود؛ برندی که در کنار معرفی محصولات مرتبط با سلامت، به ترویج فرهنگ زندگی سالم و ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای زنان افغانستان نیز کمک کند.

از یک لپ‌تاپ قدیمی تا ساختن یک مسیر تازه

فاطمه رحمانی، لیسانس رشته کمپیوتر ساینس از مزار شریف، از آن دسته زنانی است که مسیر کارآفرینی را نه با سرمایه زیاد و امکانات کامل، بلکه با علاقه، یادگیری و اصرار بر ادامه دادن آغاز کرده است. امروز او روی طرح «وب‌آفرین» کار می‌کند؛ کسب‌وکاری در حوزه طراحی و توسعه وب که هدف آن ارائه خدمات دیجیتال و ساختن یک مسیر کاری مستقل در حوزه تکنولوژی است.

علاقه فاطمه به دنیای وب به اواسط دوران دانشگاه برمی‌گردد. آن زمان چند بار یادگیری طراحی و توسعه وب را آغاز کرد، اما نتوانست این مسیر را به‌صورت منظم ادامه دهد. محدود شدن فرصت‌های تحصیلی و کاری برای زنان نیز شرایط را برای او دشوارتر کرد. مدتی به‌عنوان معلم کار کرد، اما احساس می‌کرد این کار با علاقه و هدف حرفه‌ای‌اش همخوانی ندارد. خیاطی را نیز به‌خوبی می‌دانست و می‌توانست از آن درآمد کسب کند، اما ذهن و علاقه‌اش همچنان به سمت تکنولوژی و برنامه‌نویسی می‌رفت.

او در نهایت تصمیم گرفت دوباره به سراغ همان علاقه قدیمی برود؛ این بار جدی‌تر، منظم‌تر و با این هدف که یک مهارت حرفه‌ای را به مسیر شغلی خود تبدیل کند. اما شروع دوباره آسان نبود.

یکی از بزرگ‌ترین موانع فاطمه چیزی بود که برای بسیاری از برنامه‌نویسان یک ابزار ابتدایی محسوب می‌شود: یک لپ‌تاپ مناسب. او در دوره‌ای که مشغول یادگیری وب بود، تنها یک لپ‌تاپ بسیار قدیمی با دو گیگابایت RAM داشت. باز کردن چند تب مرورگر یا استفاده هم‌زمان از ابزارهای برنامه‌نویسی برایش دشوار بود. حتی برای انجام پروژه نهایی دوره اساسات وب و شرکت در یک هکاتون وب نیز تجهیزات مناسبی در اختیار نداشت. هزینه خرید یک لپ‌تاپ بهتر و تأمین اینترنت نیز برایش ساده نبود. با این حال، علاقه‌اش به یادگیری از مشکلات تجهیزات بزرگ‌تر بود.

فاطمه در همین مسیر با برنامه کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) آشنا شد و برای حمایت از طرح «وب‌آفرین» درخواست داد. این حمایت برای او تنها یک کمک مالی نبود؛ فرصتی بود تا یکی از مهم‌ترین موانع عملی مسیرش را کنار بزند و بتواند با تمرکز بیشتری روی یادگیری و ساختن آینده حرفه‌ای خود کار کند.

حمایت مالی AELSO به او امکان داد یک لپ‌تاپ مناسب تهیه کند، یک صندلی راحت برای کار فراهم نماید و هزینه اینترنت چند ماه خود را تأمین کند. همین امکانات، شرایط یادگیری و کار او را تغییر داد. فاطمه مسیر خود را با تقویت مهارت‌های پایه وب ادامه داد. CSS، HTML و Java Script را جدی‌تر دنبال کرد و سپس یادگیری تکنولوژی‌هایی مانند React و Next.js را آغاز نمود، اما برای او یادگیری صرفاً به دیدن آموزش‌ها محدود نماند، تلاش کرد آموخته‌هایش را در پروژه‌های عملی به کار گیرد، نمونه کار بسازد و تجربه واقعی به دست آورد.

او در این مسیر در فعالیت‌های داوطلبانه نیز شرکت کرد، پروژه‌های مختلف ساخت و تلاش کرد حضور حرفه‌ای خود را در فضای آنلاین گسترش دهد. فعالیت در LinkedIn حضور در پلتفرم‌های فریلنسری و ارسال درخواست برای فرصت‌های شغلی، بخشی از تلاش او برای ورود به بازار کار بود.

در کنار این فعالیت‌ها، تجربه کار تیمی نیز بخش مهمی از مسیر حرفه‌ای او شد. فاطمه در پروژه

Pixel Bridge فعالیت کرد و مسئولیت رهبری تیم را نیز بر عهده گرفت. این تجربه برای او نشان داد که فعالیت در حوزه تکنولوژی فقط به توانایی کدنویسی محدود نمی‌شود؛ مدیریت زمان، تقسیم وظایف، ارتباط با اعضای تیم و مسئولیت‌پذیری نیز بخش مهمی از یک مسیر حرفه‌ای هستند.

«وب‌آفرین» از همین تجربه‌ها شکل گرفت؛ ایده‌ای که قرار نیست تنها یک نام باشد، بلکه می‌خواهد به یک مسیر واقعی برای ارائه خدمات طراحی و توسعه وب تبدیل شود.

در حال حاضر، وب‌آفرین هنوز در مرحله ابتدایی توسعه قرار دارد و فاطمه به درآمد پایدار از این کسب‌وکار نرسیده است. او این واقعیت را پنهان نمی‌کند. برای او موفقیت فقط زمانی معنا ندارد که درآمد حاصل شده باشد؛ ایجاد مهارت، ساختن پروژه، به دست آوردن تجربه، ایجاد ارتباطات حرفه‌ای و نزدیک شدن به بازار کار نیز بخشی از این مسیر است.

او چندین پروژه وب ساخته و نمونه کارهای خود را توسعه داده است. در LinkedIn برای فرصت‌های شغلی درخواست می‌فرستد و در Fiverr

نیز حضور حرفه‌ای خود را آغاز کرده است. تلاش برای فعالیت در پلتفرم‌های فریلنسری بین‌المللی نیز بخشی از برنامه اوست؛ هرچند محدودیت‌های موجود برای کاربران افغانستان، ورود به این بازار را آسان نمی‌کند.

هدف فاطمه روشن است: ایجاد یک مسیر کاری که تا حد امکان وابسته به بازار کار محلی نباشد. در مزار شریف فرصت‌های حضوری مرتبط با توسعه وب محدود است؛ به همین دلیل او تلاش می‌کند از طریق خدمات طراحی و توسعه وب، با مشتریان خارج از شهر و در آینده با مشتریان خارج از افغانستان نیز کار کند.

با این حال، راه رسیدن به این هدف هنوز پر از چالش است. پیدا کردن اولین مشتری و فرصت کاری برای یک فردی که در حال ساخت سابقه حرفه‌ای خود است، آسان نیست. رقابت در بازار کار آنلاین و بین‌المللی بالاست و برخی فرصت‌های داخلی نیز درآمد مناسبی ندارند. فاطمه در کنار این مشکلات، باید تجربه مدیریتی خود را نیز افزایش دهد؛ زیرا مدیریت پروژه و کار تیمی برای او هنوز مسیر تازه‌ای است.

او برای مقابله با این شرایط، تنها به یک راه متکی نمانده است. یادگیری فنی را ادامه داده، پروژه ساخته، در فعالیت‌های داوطلبانه شرکت کرده، نمونه کار جمع کرده، در LinkedIn حضور فعال داشته و مسیرهای مختلف فریلنسری را امتحان کرده است.

این رویکرد برای فاطمه یک درس مهم داشته است: اگر یک مسیر به نتیجه نرسید، نباید هدف را کنار گذاشت؛ باید راه دیگری برای رسیدن به همان هدف پیدا کرد.

در مسیر حرفه‌ای خود، او به این نتیجه رسیده است که میان یادگیری و ورود به بازار کار باید تعادل وجود داشته باشد. نمی‌خواهد سال‌ها فقط آموزش ببیند و ورود به بازار را به آینده موکول کند. به همین دلیل، هم‌زمان با یادگیری، پروژه می‌سازد، برای فرصت‌های واقعی درخواست می‌فرستد و تلاش می‌کند تجربه کاری خود را افزایش دهد. داستان او هنوز داستان رسیدن به مقصد نیست؛ داستان ساختن مسیر است.

فاطمه از یک لپ‌تاپ قدیمی با دو گیگابایت RAM شروع کرد؛ با امکانات محدود، اینترنتی که تأمین هزینه آن آسان نبود و بازاری که

ورود به آن برای یک زن جوان از افغانستان دشوار است. امروز هنوز به درآمد پایدار نرسیده، اما دیگر در همان نقطه آغاز قرار ندارد. مهارت‌های بیشتری آموخته، پروژه‌های متعددی ساخته، تجربه کار تیمی به دست آورده و مسئولیت رهبری یک تیم را تجربه کرده است. این تغییر برای او ارزشمند است؛ زیرا نشان می‌دهد پیشرفت همیشه با یک نتیجه بزرگ و فوری سنجیده نمی‌شود.

فاطمه از مسیر خود آموخته است که شروع کردن همیشه نیازمند شرایط کامل نیست. ممکن است علاقه و استعداد وجود داشته باشد، اما ابزار و امکانات کافی نباشد. در چنین شرایطی، حمایت درست می‌تواند یک تفاوت واقعی ایجاد کند.

او همچنین فهمیده است که در حوزه تکنولوژی، دانستن تئوری کافی نیست. باید پروژه ساخت، با مشکل روبه‌رو شد، اشتباه کرد، راه حل پیدا کرد، با دیگران کار کرد و از تجربه واقعی آموخت.

مهم‌تر از همه، فاطمه یاد گرفته است که موفقیت همیشه به معنای درآمد فوری نیست. برای رسیدن به درآمد پایدار، باید پیش از آن مهارت، تجربه، نمونه کار، ارتباط حرفه‌ای و اعتمادبه‌نفس ساخت. پیام او برای جوانانی که می‌خواهند مسیر تازه‌ای را آغاز کنند، ساده اما عملی است: یک مهارت واقعی یاد بگیرند و آن را با عمل همراه کنند. فقط آموزش نینند؛ پروژه بسازند. فقط پروژه نسازند؛ آن را به دیگران نشان دهند. فقط منتظر فرصت نمانند؛ برای فرصت‌ها درخواست بدهند و ارتباط حرفه‌ای ایجاد کنند.

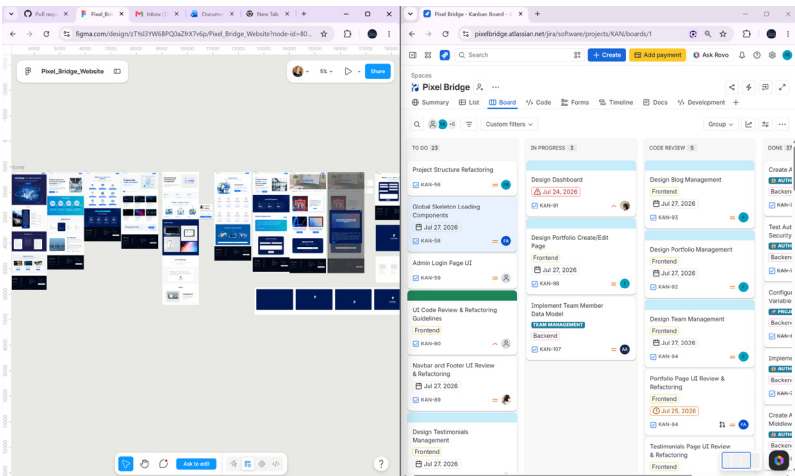
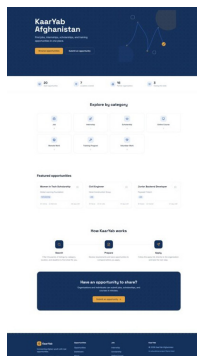
به باور او، رد شدن از سوی یک کارفرما یا جواب نگرفتن از یک درخواست نباید پایان مسیر باشد. هر تلاش می‌تواند تجربه‌ای ایجاد کند که در تلاش بعدی به کار بیاید.

برای دختران و زنان جوانی که در شرایط دشوار زندگی می‌کنند، این پیام برای فاطمه اهمیت بیشتری دارد: اگر فرصتی برای یادگیری و رشد پیدا کردند، آن را جدی بگیرند و حتی اگر مسیر دشوار است، هر روز یک قدم به جلو بردارند.

فاطمه اگر دوباره به ابتدای این مسیر برگردد، می‌گوید زودتر شروع می‌کرد و کمتر از شکست می‌ترسید. امروز دیگر انتظار ندارد همه چیز از ابتدا کامل باشد. او تجربه کرده است که حتی با امکانات محدود نیز می‌توان قدم اول را برداشت و در طول مسیر رشد کرد.

فاطمه هنوز خود را در ابتدای راه می‌داند، اما برای آینده تصویر روشنی دارد. آرزویش این است که «وب‌آفرین» روزی از یک طرح و فعالیت فردی فراتر برود و به یک استودیوی واقعی طراحی و توسعه وب تبدیل شود؛ جایی که خودش بتواند مسیر حرفه‌ای پایداری بسازد و در کنار آن، برای افراد دیگری نیز فرصت کار و یادگیری ایجاد کند. شاید مهم‌ترین بخش داستان فاطمه همین باشد؛ او هنوز به مقصد نرسیده است، اما تصمیم گرفته است در مسیر بماند.

او از شرایطی شروع کرد که امکاناتش کم بود، اما علاقه‌اش زیاد بود. امروز نیز راهش ادامه دارد؛ با پروژه‌های تازه، مهارت‌های بیشتر، تجربه‌های جدید و امیدی که به یک هدف مشخص گره خورده است: ساختن آینده‌ای که خودش در شکل دادن به آن نقش داشته باشد.



از یک علاقه ساده تا ساختن فرصتی برای زنان

گاهی یک کسب‌وکار با سرمایه‌ای بزرگ، امکانات فراوان و یک دفتر مجهز آغاز نمی‌شود. برخلاف معمول، همه‌چیز از یک علاقه، چند ابزار ساده و تصمیمی برای ایستادن روی پای خود شروع می‌شود. داستان «همتا فیشن» نیز از همین جنس است؛ داستان زنی در بامیان که خواست از مهارت و علاقه خود، راهی برای درآمد، استقلال و ایجاد فرصت برای دیگران بسازد.

معصومه حسینی، لیسانس اقتصاد از دانشگاه آنالین گوهرشاد، در ولایت بامیان زندگی و فعالیت می‌کند. علاقه او به خیاطی و تولید پوشاک، به تدریج از یک علاقه شخصی به یک فعالیت اقتصادی تبدیل شد؛ فعالیتی که امروز با نام کارگاه تولیدی همتا فیشن شناخته می‌شود.

برای معصومه، راه‌اندازی این کارگاه تنها به معنای دوختن لباس و فروش آن نبود. او می‌خواست کاری داشته باشد که بتواند از طریق آن درآمد کسب کند، روی پای خود بایستد و در کنار آن، برای زنانی که به فرصت‌های کاری نیاز دارند نیز زمینه‌ای برای فعالیت فراهم کند.

او می‌گوید آغاز این مسیر را مدیون فرصتی می‌داند که موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) در اختیارش گذاشت؛ فرصتی که به او کمک کرد علاقه و توانایی خود را به یک فعالیت واقعی اقتصادی تبدیل کند.

راه‌اندازی یک کارگاه خیاطی در شرایط اقتصادی دشوار، تصمیم ساده‌ای نبود. سرمایه محدود بود، بازار فروش قابل پیش‌بینی نبود و تهیه مواد اولیه نیز همیشه آسان نبود. با این حال، معصومه تصمیم گرفت به جای منتظر ماندن برای شرایط بهتر، با امکاناتی که در اختیار داشت کار خود را آغاز کند.

نخستین گام‌ها ساده اما مهم بودند: تهیه چرخ‌های خیاطی و وسایل مورد نیاز، خرید پارچه و لوازم خیاطی و آماده‌سازی محیط کار. در کنار این امکانات، چیزی که بیش از همه اهمیت داشت، علاقه و پشتکار بود.

معصومه به تدریج مهارت‌های خود را در طراحی و دوخت افزایش داد و تولید را با پوشاک زنانه، شلوار زنانه و لباس کودک آغاز کرد. هر لباسی که دوخته می‌شد، فقط یک محصول برای فروش نبود؛ بخشی از تجربه‌ای بود که به او می‌آموخت چگونه یک علاقه را به یک کسب‌وکار تبدیل کند. همتا فیشن قدم به قدم شکل گرفت؛ نه با یک جهش بزرگ، بلکه با تلاش‌های کوچک و پیوسته.

آنچه همتا فیشن را برای معصومه ارزشمندتر می‌کند، تنها محصولاتی نیست که در این کارگاه تولید می‌شوند. هدف مهم‌تر، ساختن محیطی است که در آن زنان بتوانند کار کنند، مهارت بیاموزند و بخشی از درآمد زندگی خود را به دست آورند. امروز این کارگاه برای پنج نفر زمینه فعالیت ایجاد کرده است. این پنج نفر بخشی از داستان رشد همتا فیشن هستند و حضور آنان نشان می‌دهد که یک کسب‌وکار کوچک نیز می‌تواند فراتر از صاحب خود اثر بگذارد.

برای معصومه، ایجاد فرصت کاری برای زنان از ابتدا یکی از انگیزه‌های اصلی کار بوده است. او می‌خواست تجربه‌ای که برای خودش آغاز کرده بود، در اختیار دیگران نیز قرار دهد؛ به زنانی که شاید خودشان سرمایه یا امکان راه‌اندازی یک کارگاه را نداشته باشند، اما توانایی کار و یادگیری دارند.

به همین دلیل، همتا فیشن را می‌توان چیزی بیشتر از یک کارگاه خیاطی دانست؛ این کارگاه تلاشی کوچک برای ساختن استقلال اقتصادی و ایجاد فرصت در جامعه‌ای است که یافتن چنین فرصت‌هایی برای زنان آسان نیست.

مسیر همتا فیشن بدون مشکل نبوده است. کمبود سرمایه یکی از چالش‌های اصلی بوده و کاهش فروش و محدود بودن بازار نیز گاهی ادامه کار را دشوار کرده است. افزایش قیمت مواد اولیه، هزینه‌های تولید و مشکلات مربوط به مدیریت تولید و بازاریابی نیز از دیگر موانعی بوده‌اند که معصومه در مسیر خود با آن‌ها روبه‌رو شده است. در چنین شرایطی، ادامه دادن گاهی به اندازه شروع کردن دشوار است. اما معصومه تلاش کرده است به جای متوقف شدن، راه‌هایی برای ادامه پیدا کند. حفظ کیفیت محصولات یکی از مهم‌ترین تصمیم‌های او بوده است. او می‌داند که در یک بازار محدود، اعتماد مشتری سرمایه‌ای است که به آسانی به دست نمی‌آید و از دست دادن آن می‌تواند برای یک کسب‌وکار کوچک بسیار پرهزینه باشد. به همین دلیل، تلاش کرده است کیفیت تولید را حفظ کند، هزینه‌های اضافی را کاهش دهد و با امکانات موجود، کار را به شکل پایدار ادامه دهد. استخدام پنج نفر برای یک کارگاه کوچک شاید در نگاه اول یک عدد ساده به نظر برسد، اما برای یک کسب‌وکار نوپا معنای دیگری دارد. هر فرصت کاری، یک درآمد، یک خانواده و یک مسئولیت در پشت خود دارد. برای معصومه، توسعه همتا فیشن تنها به معنای افزایش

تعداد محصولات یا مشتریان نیست؛ بلکه به معنای توانایی ایجاد فرصت‌های بیشتر برای زنان نیز هست. به همین دلیل، گسترش بازار، جذب مشتریان جدید و افزایش کیفیت تولید، بخشی از برنامه او برای آینده است.

او می‌خواهد کارگاهش رشد کند، اما این رشد را تنها در اندازه کسب‌وکار نمی‌بیند. بخشی از رؤیای او این است که با بزرگ‌تر شدن هم‌تافیشان، زنان بیشتری بتوانند در این مسیر همراه شوند. کارآفرینی برای معصومه فقط یک تجربه اقتصادی نبوده است؛ مسیری بوده که به او درس‌های زیادی درباره صبر، مسئولیت و استمرار داده است. او آموخته است که موفقیت در یک روز ساخته نمی‌شود. گاهی بازار خوب است و گاهی فروش کاهش می‌یابد. گاهی مواد اولیه با قیمت مناسب پیدا می‌شود و گاهی هزینه‌ها افزایش می‌یابد. اما یک کارآفرین باید بتواند در میان این تغییرات، مسیر خود را حفظ کند.

برای او، صبر و پشتکار از مهم‌ترین عوامل موفقیت هستند. در کنار آن، کیفیت محصول اهمیت ویژه‌ای دارد. به باور او، مشتری زمانی دوباره به یک کسب‌وکار مراجعه می‌کند که از محصول و خدمات آن رضایت داشته باشد. بنابراین کیفیت، پایه‌ای برای ساختن اعتماد و ادامه حیات یک کسب‌وکار است.

او همچنین دریافته است که یادگیری نباید با شروع کسب‌وکار پایان یابد. بازار تغییر می‌کند، سلیقه مشتریان تغییر می‌کند و روش‌های فروش نیز تغییر می‌کنند. به همین دلیل، یادگیری و نوآوری باید بخش همیشگی از مسیر یک کارآفرین باشد.

راهی که هنوز ادامه دارد. هم‌تافیشان هنوز در مسیر رشد است. معصومه نیز ادعا نمی‌کند که به پایان راه رسیده است. چالش‌ها همچنان وجود دارند و بازار همچنان به تلاش و برنامه‌ریزی نیاز دارد. اما تفاوت امروز با روزهای آغازین در این است که او دیگر فقط به یک ایده فکر نمی‌کند؛ او صاحب یک کارگاه است، محصول تولید می‌کند، بازار خود را توسعه می‌دهد و برای پنج نفر زمینه کار ایجاد کرده است. این مسیر به او نشان داده است که برای آغاز یک کار همیشه به امکانات کامل نیاز نیست. گاهی باید با آنچه در اختیار داریم شروع کنیم و در مسیر، توانایی‌ها و امکانات خود را افزایش دهیم.

اگر معصومه دوباره به روزهای آغاز کار برگردد، باز هم همین مسیر را انتخاب خواهد کرد؛ مسیری که با علاقه به خیاطی آغاز شد و به

ساختن یک کارگاه و ایجاد فرصت برای دیگران رسید، او باور دارد که موفقیت نتیجه یک تصمیم لحظه‌ای نیست؛ حاصل صبر، تلاش و ادامه دادن در روزهایی است که نتیجه هنوز دیده نمی‌شود.

پیام او به جوانانی که می‌خواهند وارد دنیای کارآفرینی شوند، ساده اما عمیق است؛ با اعتمادبه‌نفس شروع کنید، یاد بگیرید، تلاش کنید و از شکست نترسید، هیچ کسب‌وکاری از روز اول کامل نیست و هیچ مسیری بدون دشواری طی نمی‌شود. داستان همتا فیشن، داستان یک کارگاه بزرگ و پرامکانات نیست؛ داستان یک شروع واقعی است. داستان زنی است که تصمیم گرفت به جای منتظر ماندن، کاری را که دوست دارد آغاز کند و از دل همان آغاز کوچک، برای خود و چند زن دیگر فرصت بسازد.

شاید ارزش واقعی همتا فیشن نیز همین باشد؛ اینکه نشان می‌دهد یک چرخ خیاطی می‌تواند فقط لباس تولید نکند، بلکه می‌تواند فرصت، درآمد، اعتمادبه‌نفس و امید تولید کند. و شاید هر کارگاه موفق، پیش از آنکه با دیوار و چرخ و پارچه ساخته شود، با یک باور آغاز می‌شود؛ اینکه می‌توان از یک قدم کوچک، آینده‌ای بزرگ‌تر ساخت.



از نخ و مهره تا امید؛ روایتی از زنده نگه داشتن هنر زنان بدخشان

در بعضی از قریه‌های دورافتاده افغانستان، هنر هنوز بخشی از زندگی روزمره است؛ هنری که نسل به نسل منتقل شده، در تار و پود پارچه‌ها نشسته و با دست‌های زنان شکل گرفته است. اما میان خلق یک اثر زیبا و رسیدن آن اثر به دست مشتری، گاهی فاصله‌ای به اندازه یک کوهستان وجود دارد.

در ولسوالی شهدا، جایی در دل بدخشان، هنرهای دستی فقط وسیله‌ای برای زیبایی نیستند؛ بخشی از زندگی، خاطره و هویت مردم‌اند. سال‌هاست زنان این منطقه با نخ، پارچه، مهره و سوزن، نقش‌هایی می‌آفرینند که هر کدام بخشی از فرهنگ و زندگی آنان را روایت می‌کند. اما در برابر بسیاری از محصولات این دست‌های هنرمند، یک مشکل بزرگ وجود دارد: بازار.

زنان مهارت داشتند، اما فرصت کافی برای فروش نداشتند. محصول می‌ساختند، اما مشتری به راحتی پیدا نمی‌شد. هنر وجود داشت، اما راهی برای تبدیل آن به درآمد پایدار محدود بود. واحیده راسخ از همین نقطه شروع کرد؛ از جایی که هنر زنان با فقر و کمبود فرصت گره خورده بود. او از کودکی به گلدوزی، مهره‌دوزی و صنایع دستی علاقه داشت. برایش این هنرها فقط کاری برای پر کردن اوقات نبودند؛ بخشی از فرهنگ و اصالت محل زندگی‌اش بودند. همیشه این پرسش در ذهنش وجود داشت که چرا هنری با این همه زیبایی و ارزش، نباید بتواند برای صاحبش درآمد ایجاد کند؟

در کنار علاقه شخصی، زندگی زنان اطرافش نیز او را به فکر فرو می‌برد. بسیاری از زنان محل مهارت داشتند، اما به دلیل شرایط اقتصادی، فاصله از بازارهای بزرگ و محدودیت‌های اجتماعی، نمی‌توانستند از هنر خود درآمد مناسبی به دست آورند. واحیده می‌دید که زنان ساعت‌ها برای دوخت و تزئین یک محصول وقت می‌گذارند، اما در نهایت محصولشان یا در خانه باقی می‌ماند یا با قیمتی بسیار کمتر از ارزش واقعی آن فروخته می‌شد. کم‌کم یک فکر در ذهنش شکل گرفت: اگر بتواند این هنرها را سازمان‌دهی کند، محصولات را بهتر تولید و معرفی نماید و راهی برای رساندن آن‌ها به مشتری پیدا کند، شاید بتواند هم برای خودش یک مسیر درآمدزایی بسازد و هم برای زنان دیگری که در اطرافش زندگی می‌کنند فرصت ایجاد کند. ایده ساده به نظر می‌رسید، اما عملی کردن آن آسان نبود.

واحیده در ولسوالی شهدا زندگی می کرد؛ جایی دور از بازارهای اصلی. سرمایه زیادی در اختیار نداشت و تهیه مواد اولیه و ابزار کار نیز آسان نبود. محدودیت های موجود برای فعالیت زنان، دسترسی دشوار به بازار و نبود امکانات کافی، هر کدام می توانستند دلیلی برای کنار گذاشتن این فکر باشند. اما او تصمیم گرفته بود پیش از آنکه بگوید «نمی شود»، راهی برای «چگونه می شود» پیدا کند.

نقطه مهمی در این مسیر زمانی شکل گرفت که در برنامه های آموزشی صنایع دستی شرکت کرد. آموزش ها برای او فقط یادگیری چند مهارت جدید نبود؛ دیدگاهش را نسبت به یک کسب و کار تغییر داد. فهمید که داشتن مهارت به تنهایی کافی نیست و برای تبدیل یک هنر به کسب و کار، باید بازار را شناخت، کیفیت را حفظ کرد، هزینه ها را مدیریت نمود و محصول را به شیوه ای مناسب به مشتری معرفی کرد.

با این حال، هنوز یک مشکل اساسی باقی مانده بود: سرمایه. خودش در این باره می گوید که فکر راه اندازی چنین کسب و کاری بدون حمایت مالی، شاید به این زودی ها امکان پذیر نمی شد. حمایت مالی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) و همکاران آن، فرصتی را فراهم کرد تا ایده ای که مدت ها در ذهن داشت، از مرحله فکر به مرحله عمل برسد.

برای تهیه مواد اولیه و تجهیزات، واحیده راهی کابل شد. این سفر برای او فقط یک سفر خرید نبود؛ بخشی از مسیر ساختن کسب و کاری بود که قرار بود از یک منطقه دورافتاده آغاز شود. نخ، پارچه، مهره، قیچی، ماشین خیاطی و دیگر وسایل مورد نیاز را تهیه کرد و با امکاناتی که در اختیار داشت، کار را آغاز نمود.

او تصمیم گرفت از همان ابتدا بزرگ شروع نکند. تولید را در مقیاس کوچک آغاز کرد، کیفیت را در اولویت قرار داد و به تدریج تجربه اندوخت. هر محصولی که تولید می شد، برای او فرصتی بود تا چیزی تازه یاد بگیرد؛ از انتخاب رنگ و طرح گرفته تا شناخت سلیقه مشتری و روش بهتر معرفی محصول.

اما رؤیای واحیده فقط ساختن یک کسب و کار شخصی نبود، او می خواست زنانی را که در اطرافش زندگی می کردند نیز با خود همراه کند. به همین دلیل، تعدادی از زنان و دختران محل را در بخش های گلدوزی، مهره دوزی و دیگر صنایع دستی آموزش داد و زمینه همکاری

آنان را فراهم کرد. برای او ارزش واقعی کسب‌وکار زمانی معنا پیدا می‌کرد که درآمد حاصل از آن فقط به یک نفر محدود نماند و بتواند به خانه‌های بیشتری راه پیدا کند.

هر زنی که با مهارت دست‌های خود محصولی تولید می‌کرد، در حقیقت بخشی از این زنجیره بود؛ زنجیره‌ای که از یک نخ و سوزن آغاز می‌شد و به درآمد، اعتمادبه‌نفس و امید می‌رسید. با گذشت زمان، محصولات نیز متنوع‌تر شدند. واحیده در کنار گلدوزی و مهره‌دوزی، تولید گلیم، دسترخوان‌های رگزه‌ای و دیگر صنایع دستی را آغاز کرد. تلاش او این بود که اصالت طرح‌های محلی حفظ شود، اما محصولات فقط برای استفاده سنتی باقی نمانند. او به ترکیب نقش‌ها و طرح‌های اصیل با رنگ‌بندی و سلیقه‌های امروزی فکر کرد تا صنایع دستی بتوانند با نیازهای جدید بازار نیز ارتباط برقرار کنند. این نگاه، بخش مهمی از تفاوت کار او بود. برای واحیده، حفظ فرهنگ به معنای متوقف ماندن در گذشته نبود. او می‌خواست هنر سنتی زنده بماند و برای این کار باید بتواند با زمانه خود ارتباط برقرار کند. یک طرح سنتی می‌توانست در قالب محصولی امروزی عرضه شود؛ یک هنر قدیمی می‌توانست به یک منبع درآمد جدید تبدیل شود و دست‌های زنان روستایی می‌توانستند محصولی تولید کنند که مشتری آن کیلومترها دورتر باشد.

اما مسیر رشد همچنان با دشواری‌های زیادی همراه بود. فاصله محل زندگی از بازارهای اصلی، محدود بودن مشتریان، افزایش قیمت مواد اولیه و کمبود سرمایه، مشکلاتی بودند که واحیده بارها با آنها روبه‌رو شد. بازاریابی نیز برای کسب‌وکاری که در منطقه‌ای دور از مراکز اقتصادی فعالیت می‌کرد، آسان نبود. او برای مقابله با این مشکلات تلاش کرد به روش‌های مختلف محصول خود را معرفی کند. نمایشگاه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ارتباط مستقیم با مشتریان به بخشی از فعالیت‌های او تبدیل شد. در کنار آن، تلاش کرد کیفیت محصولات را بالا نگه دارد و تنوع تولید را افزایش دهد.

او به تدریج دریافت که در کسب‌وکار، تنها سرمایه مهم نیست. اعتماد مشتری، کیفیت محصول، مهارت، شناخت بازار و توانایی تغییر مسیر نیز ارزش دارند. اگر محصولی فروش نمی‌رفت، تلاش می‌کرد دلیل آن را بفهمد. اگر سلیقه مشتری تغییر می‌کرد، طرح‌های تازه‌ای را امتحان می‌کرد. اگر بازار محدود بود، راه‌های جدیدی برای معرفی محصولات

جستجو می‌کرد. این تجربه به او آموخت که کارآفرینی همیشه به معنای عبور از یک مشکل بزرگ نیست؛ گاهی کارآفرینی یعنی هر روز یک مشکل کوچک را حل کردن و اجازه ندادن که مجموعه این مشکلات، انسان را از هدفش دور کند.

در این میان، آموزش‌هایی که دریافت کرده بود همچنان برایش راهنما بود. سمینارها و برنامه‌های آموزشی AELSO به او کمک کرده بود تا کسب‌وکار را فقط از زاویه تولید نبیند و به موضوعاتی مانند برنامه‌ریزی، مدیریت منابع، شناخت بازار و بازاریابی نیز توجه کند. حمایت خانواده نیز برای او یکی از پشتوانه‌های مهم این مسیر بود. امروز واحدی وقتی به گذشته نگاه می‌کند، می‌داند که راهی طولانی را طی کرده است. شاید هنوز کسب‌وکارش به اندازه‌ای که آرزو دارد بزرگ نشده باشد، اما چیزی فراتر از یک فعالیت اقتصادی ساخته است؛ او نشان داده که یک زن در یک ولسوالی دورافتاده نیز می‌تواند از هنر و مهارت زنان اطراف خود، فرصتی برای درآمدزایی و توانمندی ایجاد کند.

او هنوز اهداف بزرگی در ذهن دارد. می‌خواهد زنان بیشتری را آموزش دهد، تولید را گسترش دهد، بازارهای بیشتری پیدا کند و محصولات صنایع دستی منطقه را به مشتریان بیشتری معرفی کند. آرزویش این است که هنر زنان محل تنها در صندوقچه‌های خانه‌ها باقی نماند، بلکه به محصولی با ارزش اقتصادی تبدیل شود و بتواند سهمی در تأمین هزینه‌های خانواده‌ها داشته باشد.

برای او، هر محصول فقط یک کالای دست‌ساز نیست. در هر گلدوزی، ساعت‌ها صبر یک زن وجود دارد. در هر مهره‌دوزی، دقت و خلاقیت یک دست هنرمند دیده می‌شود. در هر گلیم، بخشی از فرهنگ و خاطره یک منطقه نهفته است. شاید به همین دلیل است که واحدی هنوز به این مسیر ادامه می‌دهد.

او می‌گوید اگر دوباره از ابتدا شروع می‌کرد، باز هم همین راه را انتخاب می‌کرد؛ زیرا باور دارد هر سختی می‌تواند پلی به سوی موفقیت باشد. تجربه او نشان داده است که گاهی یک کسب‌وکار از یک سرمایه بزرگ آغاز نمی‌شود؛ از یک علاقه، یک دغدغه و یک تصمیم شجاعانه آغاز می‌شود. تصمیمی برای اینکه بگویی: «می‌توانم». و برای واحدی راسخ، این «می‌توانم» فقط درباره خودش نبود. او می‌خواست زنان دیگری

نیز روزی همین جمله را درباره خودشان با اطمینان بگویند. در جایی که فرصت‌ها محدودند، او تلاش کرده است فرصت بسازد؛ در جایی که بازار دور است، راهی برای رسیدن به مشتری پیدا کند؛ و در جایی که بسیاری از زنان فقط تولیدکننده‌اند، تلاش کرده است آنان را به بخشی از یک زنجیره اقتصادی تبدیل کند. داستان واحیده، داستان یک کارگاه یا چند محصول دست‌ساز نیست؛ داستان زنی است که تلاش کرده میان هنر، اقتصاد و توانمندسازی زنان پلی بسازد.

و شاید ارزشمندترین بخش این داستان همین باشد: اینکه یک نخ و سوزن کوچک، وقتی با امید و پشتکار در دست‌های انسان قرار می‌گیرد، می‌تواند به چیزی بزرگ‌تر از یک محصول تبدیل شود؛



پوشاک داکتران مدرن؛ رؤیایی که از بستر بیماری تا کارگاه خیاطی رسید

مرسل احمدی، لیسانس رشته حقوق، از آن دسته زنانی است که مسیر زندگی حرفه‌ای خود را نه در جایی که تصور می‌کرد، بلکه در جایی که فرصت ساختن پیدا کرد، ادامه داد. او سال‌ها با این آرزو زندگی کرده بود که روزی کسب‌وکاری مستقل داشته باشد؛ کاری که تنها برای خودش درآمد ایجاد نکند، بلکه بتواند برای زنان دیگر نیز زمینه کار و امید فراهم سازد.

تحصیل در رشته حقوق بخشی از مسیر زندگی او بود، اما محدود بودن فرصت‌های کاری باعث نشد رؤیای استقلال اقتصادی را کنار بگذارد. مرسل به این نتیجه رسیده بود که اگر فرصت مناسب در حوزه تحصیلی‌اش پیدا نشود، می‌تواند با تکیه بر توانایی و اراده خود، مسیر دیگری را بسازد. همین نگاه، او را به سوی کارآفرینی کشاند.

آشنایی با برنامه کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) نقطه مهمی در این مسیر بود. او فوراً ثبت‌نام را تکمیل کرد و امیدوار بود این برنامه بتواند راهی برای تبدیل یک آرزوی قدیمی به یک فعالیت واقعی باز کند. با پذیرفته شدن در برنامه، فرصت تازه‌ای پیش رویش قرار گرفت؛ فرصتی که آغاز آن با یکی از دشوارترین دوره‌های زندگی او هم‌زمان شد.

در همان روزهایی که منتظر نتیجه برنامه بود، بیماری شدید او را راهی اتاق عمل کرد. مرسل تحت دو عمل جراحی قرار گرفت و وضعیت صحت‌اش برای مدتی بسیار دشوار شد. تنها دو روز پس از عمل جراحی، زمانی که هنوز در بستر بیماری بود و حتی راه رفتن برایش آسان نبود، ایمیل موسسه را دریافت کرد و فهمید که به مرحله بعدی برنامه راه یافته است. این خبر برای او تنها یک موفقیت اداری نبود؛ دریچه‌ای بود که نمی‌خواست شرایط جسمی مانع عبورش از آن شود.

مرسل با وجود ضعف جسمی، خود را برای مصاحبه آماده کرد. مطالعه کرد، پرسش‌های احتمالی را مرور نمود و با همان شرایط در مصاحبه شرکت کرد. موفقیت در این مرحله، برای مرسل معنای عمیق‌تری داشت؛ زیرا نشان می‌داد بیماری و دشواری‌های جسمی نتوانسته‌اند اراده او را برای آغاز یک مسیر تازه از میان ببرند.

پس از آن نیز مسیر ساده نشد. آموزش‌ها، امتحانات، تهیه اسناد، افتتاح حساب بانکی و دیگر مراحل برنامه در زمانی انجام شد که او هنوز دوران نقاهت خود را سپری می‌کرد. هر مرحله نیازمند تلاش و انرژی بود، اما در پس تمام این دشواری‌ها یک هدف روشن وجود داشت: راه‌اندازی کارگاهی که بتواند هم برای خودش فرصت درآمد ایجاد کند و هم برای زنان دیگر زمینه کار را فراهم آورد.

آغاز کارگاه «پوشاک داکتران مدرن» با سرمایه‌ای بسیار محدود شکل گرفت. نخست ۲۰۰ دالر امریکایی با حمایت همسرش فراهم شد و پس از آن، موسسه AELSO بودجه حمایتی را برای راه‌اندازی این کسب‌وکار در اختیار او قرار داد. همین سرمایه اولیه امکان خرید دو ماشین خیاطی، تجهیزات مورد نیاز و مواد اولیه را فراهم کرد و رؤیایی که تا آن زمان بیشتر در ذهن او بود، به یک کارگاه واقعی تبدیل شد. اما انتخاب حوزه فعالیت نیز تصادفی نبود. مرسل متوجه شده بود که در شفاخانه‌ها، لباس‌های بیماران همیشه از کیفیت مطلوب برخوردار نیستند. لباس بیمار شاید در نگاه نخست یک وسیله ساده به نظر برسد، اما برای فردی که در شرایط بیماری قرار دارد، راحتی، کیفیت و تناسب آن اهمیت زیادی دارد. از همین نیاز، ایده تولید پوشاک مناسب برای شفاخانه‌ها شکل گرفت.

کارگاه با تولید محدود شروع به فعالیت کرد. هدف نخست، رشد سریع نبود؛ هدف این بود که محصولی با کیفیت مناسب و قیمت قابل قبول تولید شود و اعتماد مشتریان به تدریج به دست آید. از سفارش‌های کوچک شروع شد و درآمد حاصل از همان فعالیت‌های اولیه دوباره برای توسعه کارگاه مورد استفاده قرار گرفت.

به مرور، «پوشاک داکتران مدرن» به تولید لباس بیماران، روی کش بستر و پوش بالشت برای شفاخانه‌ها پرداخت. شفاخانه‌ها به مشتریان اصلی این کارگاه تبدیل شدند و فعالیتی که با دو ماشین خیاطی آغاز شده بود، به کاری تبدیل شد که علاوه بر تولید، برای چند بانوی دیگر نیز زمینه اشتغال فراهم کرد.

برای مرسل، این بخش از کار اهمیت ویژه‌ای داشت. یکی از آرزوهای اصلی او از آغاز این بود که کسب‌وکارش تنها به یک منبع درآمد شخصی تبدیل نشود. او می‌خواست رشد کارگاه، فرصتی برای زنان دیگری نیز باشد تا بتوانند از طریق مهارت و کار خود درآمد داشته باشند و سهمی در اقتصاد خانواده ایفا کنند.

مسیر توسعه کسب و کار با تجربه‌های تازه‌ای نیز همراه شد. مرسل در نمایشگاه‌های بغلان و ننگرهار شرکت کرد و از این طریق محصولات کارگاه را بیشتر معرفی نمود. حضور در این نمایشگاه‌ها به شناخته شدن محصولات کمک کرد و زمینه به دست آمدن چند قرارداد را نیز فراهم ساخت. دریافت تقدیرنامه در این نمایشگاه‌ها، یکی دیگر از نشانه‌هایی بود که به او اطمینان می‌داد مسیری که انتخاب کرده، ارزش ادامه دادن دارد.

با این حال، کارگاه هنوز با محدودیت‌های جدی روبه‌رو است. کمبود سرمایه، مهم‌ترین مانع توسعه آن به شمار می‌رود. افزایش ظرفیت تولید، تهیه مواد اولیه و گسترش بازار به منابع بیشتری نیاز دارد. اما مرسل به جای منتظر ماندن برای فراهم شدن سرمایه‌ای بزرگ، تلاش کرده است از همان قراردادهای کوچک آغاز کند و درآمد حاصل از کار را دوباره به کسب و کار برگرداند.

این شیوه، رشد کارگاه را شاید آهسته‌تر کرده باشد، اما در عوض به او امکان داده است قدم‌های خود را بر پایه امکانات واقعی بردارد. او در مسیر کارآفرینی آموخته است که سرمایه مهم است، اما تنها عامل موفقیت نیست. اراده برای شروع، توان ادامه دادن، مدیریت درست منابع و اعتماد به توانایی‌های خود نیز بخشی از سرمایه‌ای است که یک کارآفرین به آن نیاز دارد.

داستان مرسل احمدی از همین‌جا معنا پیدا می‌کند؛ از فاصله میان یک رؤیا و نخستین قدم برای تحقق آن. او زمانی تصمیم گرفت کارگاه خود را راه‌اندازی کند که شرایط زندگی‌اش آسان نبود. حتی آغاز مسیر کارآفرینی با بیماری و دو عمل جراحی هم‌زمان شد، اما آنچه در آن روزها اهمیت داشت، آسان بودن مسیر نبود؛ تصمیم او برای ادامه دادن بود.

امروز «پوشاک داکتران مدرن» هنوز در مسیر رشد قرار دارد و مرسل نیز خود را در پایان راه نمی‌بیند. هدف او افزایش ظرفیت تولید، گسترش بازار و فراهم کردن فرصت‌های کاری بیشتر برای زنان است. آنچه تاکنون ساخته شده، شاید یک کارگاه بزرگ نباشد، اما برای او اثبات یک باور مهم است: فرصت همیشه آماده و کامل در اختیار انسان قرار نمی‌گیرد؛ گاهی باید آن را با تلاش ساخت.

تجربه مرسل نشان می‌دهد که آغازهای کوچک نباید دست‌کم گرفته شوند. دو ماشین خیاطی، سرمایه‌ای محدود و یک ایده ساده

برای پاسخ دادن به یک نیاز واقعی، توانستند پایه‌های کسب‌وکاری را شکل دهند که امروز هم برای بازار محصول تولید می‌کند و هم برای چند زن دیگر فرصت کار فراهم ساخته است.

اگر او دوباره به نقطه آغاز بازگردد، انتخابش تغییر نخواهد کرد. زیرا آنچه در این مسیر به دست آورده، تنها یک کارگاه خیاطی نیست؛ اعتماد به توانایی خود، تجربه عبور از دشواری و باور به این حقیقت است که یک رؤیا، هرچقدر هم کوچک باشد، با نخستین قدم از ذهن به واقعیت منتقل می‌شود.

پیام داستان او برای دختران و زنان جوان روشن است: برای شروع کردن لازم نیست همه امکانات از پیش فراهم باشد. گاهی باید با همان داشته‌های اندک آغاز کرد، از قراردادهای کوچک تجربه اندوخت، درآمد را دوباره در کار سرمایه‌گذاری کرد و آرام‌آرام ساخت. موفقیت همیشه با یک جهش بزرگ آغاز نمی‌شود؛ بسیاری از اوقات، در سکوت و با یک قدم کوچک شکل می‌گیرد. مسیر مرسل هنوز ادامه دارد؛ اما کارگاه «پوشاک داکتران مدرن» نشان می‌دهد که یک تصمیم شجاعانه، حتی در دشوارترین روزها، می‌تواند نخستین آجر بنای یک آینده متفاوت باشد.

نوش نگاران؛ وقتی هنر، راهی برای ماندن و دوباره ساختن می‌شود

در زندگی بعضی آدم‌ها، مسیر رسیدن به آینده از جایی آغاز می‌شود که قرار نبوده پایان راه باشد. یک در بسته می‌شود، یک فرصت از میان می‌رود و برنامه‌ای که برای سال‌های آینده در ذهن ساخته شده،



ناگهان متوقف می‌ماند، در چنین لحظه‌ای، آدم‌ها دو راه بیشتر ندارند؛ یا در حسرت آنچه از دست رفته بمانند، یا از میان همان محدودیت‌ها، راه تازه‌ای برای ادامه دادن پیدا کنند.

داستان اسما صبری از همین نقطه آغاز می‌شود؛ از دختری که تحصیل در رشته علوم سیاسی را آغاز کرد، اما در میانه راه با

محدودیت‌های آموزشی روبه‌رو شد و نتوانست مسیر دانشگاهی خود را آن‌گونه که می‌خواست ادامه دهد. با این حال، توقف یک مسیر، به معنای پایان رؤیاهای او نبود. راه دیگری پیش رویش قرار گرفت؛ راهی که از هنر می‌گذشت و به ساختن یک کسب‌وکار هنری می‌رسید.

اسما صبری در اول جون سال ۲۰۰۰ در افغانستان متولد شد. در سال ۱۳۹۷ از مکتب فارغ شد و یک سال بعد، تحصیلات عالی خود را در رشته علوم سیاسی در پوهنتون خاتم‌النبيين آغاز کرد. هفت سمسٹر از تحصیلش را پشت سر گذاشته بود که محدودیت‌های آموزشی ادامه این مسیر را برایش دشوار کرد. رؤیای دانشگاهی او برای مدتی متوقف شد، اما میل او به یادگیری و ساختن آینده از بین نرفت.

اسما توانست دوره باقی‌مانده تحصیلاتش را در دانشگاه علمی کاربردی به پایان برساند. این پایان، هم‌زمان آغاز فصل دیگری از زندگی او بود؛ فصلی که در آن هنر، به تدریج از یک علاقه شخصی به یک مسیر حرفه‌ای تبدیل شد.

علاقه اسما به هنرهای اصیل و سنتی، به‌ویژه مینیاتور، خطاطی و تذهیب، علاقه‌ای گذرا نبود. این هنرها برای او تنها مجموعه‌ای از نقش‌ها و رنگ‌ها نبودند؛ بخشی از فرهنگ و زیبایی سرزمینی بودند که

هنر در آن، نسل به نسل منتقل شده است. از همین نگاه بود که فکر ایجاد یک برند هنری در ذهن او شکل گرفت؛ برندی که بتواند هم برای خودش زمینه فعالیت ایجاد کند و هم فرصتی برای هنرمندان دیگر باشد.

اما میان یک ایده و تبدیل آن به یک کسبوکار، فاصله زیادی وجود دارد. آن فاصله با امکانات فراوان طی نشد. شرایط اقتصادی دشوار بود و دسترسی به مواد و ابزارهای مورد نیاز هنر آسان نبود. بسته بودن مرزها نیز مشکلات را بیشتر کرده بود؛ بعضی مواد هنری با قیمت بسیار بالا عرضه می‌شدند و برخی دیگر اصلاً در بازار پیدا نمی‌شدند. با این همه، اسما تصمیم گرفت منتظر فراهم شدن شرایط کامل نماند.

در اول اپریل سال ۲۰۲۶، «نوش نگاران» فعالیت خود را آغاز کرد؛ برندی که از دل علاقه به هنر و با سرمایه‌ای محدود شکل گرفت و هدفش تنها فروش چند اثر هنری نبود. ایده بزرگ‌تر بود؛ تولید آثار باکیفیت، معرفی هنرهای اصیل افغانستان، یافتن بازار برای آثار هنرمندان و ایجاد فرصت کاری برای کسانی که استعداد و توانایی داشتند، اما امکان مناسبی برای فعالیت در اختیارشان نبود.

سرمایه اولیه «نوش نگاران» از حمایت مالی AELSO و هزینه شخصی اسما تأمین شد. این حمایت به او امکان داد تا ایده‌ای را که پیش از آن بیشتر در ذهنش شکل گرفته بود، به فعالیتی واقعی تبدیل کند.

نوش نگاران با تولید تابلوهای مینیاتوری، آثار خطاطی، طراحی‌های گرافیکی و تذهیب آغاز به کار کرد. شیوه فعالیت این مجموعه نیز با شرایط موجود سازگار شد. هنرمندان همکار، آثار خود را از خانه‌هایشان تولید می‌کردند و مجموعه تلاش می‌کرد این آثار را گردآوری، معرفی و به بازار عرضه کند. به این ترتیب، خانه‌هایی که شاید در ظاهر تنها محل زندگی بودند، برای شماری از هنرمندان به فضای خلق اثر و کسب درآمد تبدیل شدند.

این ویژگی، یکی از انسانی‌ترین بخش‌های داستان نوش نگاران است. هدف فقط ساختن یک برند برای یک نفر نبود؛ تلاش این بود که هنر چند نفر بتواند به بازار راه پیدا کند.

راه آسانی در پیش نبود. نبود مواد اولیه و ابزارهای مناسب، یکی از مشکلات همیشگی بود. هنرمند برای خلق اثر به ابزار نیاز دارد و وقتی همان ابزار در دسترس نباشد یا قیمت آن بسیار بالا باشد، فاصله میان ایده و اجرا بیشتر می‌شود. در کنار آن، محدودیت‌های موجود در

بخش‌های مختلف، امکان فعالیت و رشد بسیاری از هنرمندان را دشوار کرده بود.

اسما در برابر این وضعیت، به جای کنار گذاشتن ایده، به دنبال راه‌های جایگزین رفت. استفاده دقیق‌تر از منابع موجود، جست‌وجوی راه‌های دیگر برای تهیه مواد، همکاری با هنرمندان و برنامه‌ریزی بهتر، بخشی از راه‌هایی بود که به او کمک کرد فعالیت نوش نگاران را ادامه دهد.

در این مسیر، یک نکته مهم نیز برای او روشن شد: سرمایه، تنها چیزی نیست که یک کسب‌وکار را می‌سازد. دانش، خلاقیت، توانایی سازگار شدن با شرایط و شناخت بازار نیز سرمایه‌اند؛ گاهی سرمایه‌هایی که ارزششان از پول کمتر نیست.

نوش نگاران به تدریج تلاش کرد میان هنر سنتی و نیازهای امروز ارتباط ایجاد کند. هدف این نبود که اصالت آثار کنار گذاشته شود؛ تلاش این بود که هنر سنتی در قالبی ارائه شود که برای مخاطب امروز نیز جذاب و قابل عرضه باشد. مینیاتور، خطاطی و تذهیب همچنان ریشه در سنت داشتند، اما در قالب محصولی قرار می‌گرفتند که می‌توانست وارد بازار شود و به دست مشتری برسد.

یکی از نخستین نشانه‌های امیدبخش این مسیر، فروش حدود هشت تابلوی هنری با قیمت مناسب بود. شاید این تعداد در مقیاس یک بازار بزرگ، رقم چشمگیری به نظر نرسد؛ اما برای یک برند نوپا که در شرایط دشوار آغاز کرده است، هر فروش چیزی بیش از یک معامله است. هر تابلوی فروخته‌شده، نشانه‌ای از این است که اثر هنری می‌تواند از فضای تولید خارج شود، مخاطب پیدا کند و ارزش اقتصادی بیابد.

در کنار این فروش‌ها، نوش نگاران توانست برای چند هنرمند با استعداد نیز زمینه فعالیت و کسب درآمد فراهم کند؛ هنرمندانی که پیش از آن فرصت کاری مناسبی نداشتند، همین بخش از مسیر، معنای کسب‌وکار را برای اسما گسترده‌تر کرد. موفقیت دیگر تنها در رشد یک نام تجاری خلاصه نمی‌شد؛ در این بود که چند نفر دیگر نیز بتوانند از هنر خود استفاده کنند.

با این حال، نوش نگاران هنوز در ابتدای راه است. بازار هنر نیازمند زمان، معرفی، اعتماد و ارتباط با مشتریان است. دسترسی دشوار به مواد اولیه و محدودیت‌های موجود همچنان از موانعی هستند که این

کسب‌وکار باید با آن‌ها روبه‌رو شود، اما تجربه همین مسیر کوتاه نشان داده است که می‌توان در دل محدودیت نیز حرکت کرد؛ آهسته، با امکانات محدود، اما با هدفی روشن.

برای اسما، کارآفرینی فقط به معنای ایجاد یک منبع درآمد نیست. در پشت این تلاش، دغدغه حفظ هنر و ایجاد فرصت برای هنرمندان نیز قرار دارد. «نوش نگاران» از یک علاقه شخصی آغاز شده، اما در مسیر رشد خود می‌تواند به پلی میان هنرمند و بازار تبدیل شود؛ پلی که اگر استوارتر شود، نه‌تنها آثار بیشتری را به مخاطبان معرفی خواهد کرد، بلکه می‌تواند برای هنرمندان بیشتری فرصت خلق و درآمد فراهم سازد.

آنچه اسما در این مسیر آموخته، شاید بیش از هر چیز به اهمیت شروع کردن مربوط باشد. او دریافت که شرایط دشوار همیشه با امکانات بیشتر پاسخ داده نمی‌شود؛ گاهی باید با همان چیزهایی که در دسترس است، راهی برای ادامه پیدا کرد. صبر، پشتکار و خلاقیت، در کنار باور به توانایی‌های شخصی، به او کمک کرده‌اند که یک ایده را به یک فعالیت واقعی تبدیل کند.

تجربه نوش نگاران همچنین نشان می‌دهد که کارآفرینی همیشه با یک دفتر بزرگ، سرمایه کلان یا تیم گسترده آغاز نمی‌شود. ممکن است از یک علاقه قدیمی، چند ابزار هنری، یک ایده و تصمیمی برای شروع شکل بگیرد. آنچه اهمیت دارد، این است که صاحب ایده حاضر باشد آن را جدی بگیرد، برایش یاد بگیرد و در برابر نخستین دشواری‌ها کنار نکشد.

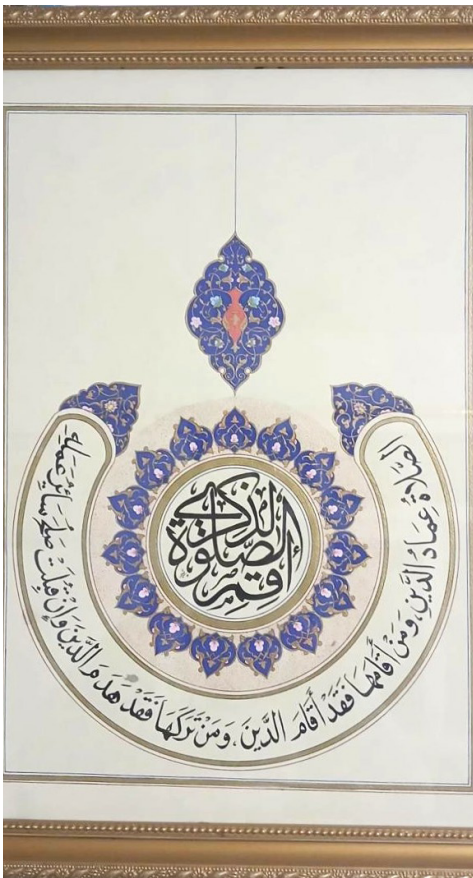
اسما اگر امروز به ابتدای این مسیر بازگردد، همچنان همین راه را انتخاب خواهد کرد؛ زیرا برای او هنر تنها یک حرفه نیست. هنر زبان فرهنگ، هویت و امید است؛ زبانی که می‌تواند حتی در روزهای دشوار نیز زنده بماند و چیزی از زیبایی را با خود به آینده برد.

آرزوی نوش نگاران نیز از همین‌جا معنا پیدا می‌کند: اینکه هنرهای اصیل افغانستان تنها در خاطره‌ها باقی نمانند، بلکه در قالب آثار تازه، در دست هنرمندان جوان ادامه پیدا کنند و راه خود را به سوی بازار و زندگی مردم باز کنند.

داستان اسما صبری هنوز به پایان نرسیده است. هشت تابلو فروخته‌شده، چند هنرمند همکار و یک برند نوپا، شاید تنها نخستین صفحات این روایت باشند، اما همین صفحات نشان می‌دهند که یک

رؤیا برای زنده ماندن، همیشه به شرایط کامل نیاز ندارد؛ گاهی به انسانی نیاز دارد که حاضر باشد با وجود تمام محدودیت‌ها، اولین قدم را بردارد.

«نوش نگاران» از همین قدم آغاز شده است؛ قدمی کوچک در ظاهر، اما با رؤیایی بزرگ‌تر از یک کسب‌وکار؛ زنده نگه داشتن هنر، ساختن فرصت و باور به اینکه هنوز می‌توان از دل محدودیت‌ها، چیزی زیبا خلق کرد.



سماق پاکیزه؛ رویدن یک فرصت از دل محدودیت‌ها

در میان راه‌های پریچ‌وخم زندگی، بعضی تصمیم‌ها در نگاه نخست کوچک به نظر می‌رسند؛ اما برای کسی که آن تصمیم را می‌گیرد، می‌توانند آغاز یک فصل تازه باشند. برای سویتا محمدی، چنین فصلی از جایی آغاز شد که تصمیم گرفت به جای انتظار برای فراهم شدن شرایط کامل، با امکاناتی که در اختیار دارد، نخستین قدم را بردارد.

سویتا محمدی، لیسانس رشته حقوق بین‌الملل و ساکن ناحیه ششم شهر کابل است. مسیر تحصیلی او در دنیای حقوق شکل گرفته بود، اما آینده حرفه‌ای‌اش قرار نبود تنها به رشته دانشگاهی محدود بماند. او به دنبال راهی بود که بتواند از طریق آن به خودکفایی اقتصادی برسد و در کنار آن، برای افراد دیگری نیز فرصت کار ایجاد کند.

از همین نگاه، ایده تولید سماق شکل گرفت؛ محصولی که می‌توانست با یک فعالیت اقتصادی نسبتاً کوچک آغاز شود، اما در صورت مدیریت درست، ظرفیت توسعه داشته باشد. فعالیت «سماق پاکیزه» در ماه جدی سال گذشته آغاز شد. سرمایه اولیه سویتا ۲۰ هزار بود؛ سرمایه‌ای محدود که برای راه‌اندازی یک فعالیت تولیدی کافی به نظر نمی‌رسید، اما برای او قرار نبود اندازه سرمایه، اندازه رؤیا را تعیین کند.

آغاز کار آسان نبود. پول کافی در اختیار نبود، مکان مناسبی برای ایجاد فارم پیدا نشده بود و نبود یک ترینر مسلکی نیز یادگیری و شروع تولید را دشوار می‌ساخت. هرکدام از این مشکلات می‌توانست دلیلی برای عقب‌نشینی باشد؛ اما سویتا تصمیم گرفته بود منتظر روزی نماند که همه چیز آماده باشد. او می‌خواست روی پای خودش بایستد. این هدف، در کنار آرزوی ایجاد فرصت شغلی برای دیگران، نیرویی بود که او را در نخستین روزهای کار به پیش می‌برد. به جای آنکه کمبود امکانات را پایان راه بداند، تلاش کرد آن را به مسئله‌ای تبدیل کند که باید برایش راه‌حل پیدا شود.

یکی از گام‌های مهم در این مسیر، یادگیری بود. سویتا دریافت که تولید سماق، تنها به سرمایه و فضای مناسب نیاز ندارد؛ دانش فنی و آگاهی از شیوه تولید معیاری نیز بخش مهمی از موفقیت این کار است. به همین دلیل، آموزش‌های مرتبط با تولید سماق را جدی گرفت و تلاش کرد دانش لازم را برای تولید استاندارد و مدیریت بهتر فارم به دست آورد.

در این میان، حمایت مالی AELSO نیز نقش مهمی در مسیر او داشت. این حمایت به سویتا کمک کرد تا فعالیت خود را بهتر آغاز کند و بخشی از نیازهای راه‌اندازی و توسعه کار را پاسخ دهد. آموزش‌هایی که از سوی این برنامه ارائه شد نیز برای او تنها یک دوره آموزشی نبود؛ فرصتی بود تا با نگاه دقیق‌تری به کسب‌وکار، کیفیت تولید و مدیریت منابع فکر کند. «سمارق پاکیزه» به تدریج از یک ایده به یک فعالیت واقعی تبدیل شد.

تمرکز سویتا از همان ابتدا بر این بود که محصولی با کیفیت و به شکل استاندارد تولید شود. او می‌دانست که در بازار، اعتماد مشتری یک‌شبه ساخته نمی‌شود. محصول باید کیفیت خود را ثابت کند، عرضه آن منظم باشد و مشتری بداند چیزی که خریداری می‌کند، ارزش پولی را که می‌پردازد دارد. به همین دلیل، مسیر توسعه کسب‌وکار برای او تنها افزایش تولید نبود؛ حفظ کیفیت و پیدا کردن بازار مناسب نیز به همان اندازه اهمیت داشت.

محصولات «سمارق پاکیزه» به عمده‌فروشان و فروشگاه‌ها عرضه می‌شود. این روند، آرام‌آرام کسب‌وکار را از مرحله آزمایش و آغاز عبور داده و به فعالیتی تبدیل کرده است که علاوه بر ایجاد زمینه خودکفایی برای سویتا، برای افراد دیگری نیز فرصت کار فراهم کرده است.

در حال حاضر، یک نفر به‌عنوان مدیر و یک نفر به صورت کارمند روزمزد در این فعالیت همکاری می‌کنند. شاید این تعداد در مقایسه با یک واحد تولیدی بزرگ رقم بزرگی نباشد، اما برای کسب‌وکاری که با سرمایه محدود و در میان مجموعه‌ای از دشواری‌ها آغاز شده، معنای مهمی دارد: یک ایده کوچک توانسته است به زندگی بیش از یک نفر راه پیدا کند.

با این حال، راه «سمارق پاکیزه» همچنان با دشواری همراه است. محدودیت منابع مالی، نبود مکان مناسب برای فارم و کمبود نیروی متخصص از مشکلاتی بوده‌اند که سویتا از نخستین روزها با آن‌ها روبه‌رو شده است. ورود به بازار و جلب اعتماد مشتریان نیز به زمان و تلاش نیاز داشته است. اما تجربه او نشان داده که چالش، بخش جدایی‌ناپذیر هر کسب‌وکار است. مسئله اصلی این نیست که یک کارآفرین با مشکل روبه‌رو نشود؛ مهم این است که هنگام روبه‌رو شدن با مشکل، راهی برای ادامه پیدا کند.

سویتا برای مدیریت این دشواری‌ها تلاش کرده است منابع محدود

خود را با دقت بیشتری مصرف کند، از آموزش‌های تخصصی بهره بگیرد و کیفیت محصول را در مرکز تصمیم‌های خود قرار دهد. حمایت مالی و آموزشی AELSO نیز بخشی از ریسک‌های آغاز کار را برای او کاهش داده است.

در این مسیر، یک حقیقت ساده برای او روشن شده است: پیش از آنکه کسب‌وکاری را با سرعت گسترش داد، باید پایه‌های آن را محکم کرد. کیفیت تولید، مدیریت منابع و بازار فروش باید هم‌زمان مورد توجه قرار بگیرند. رشد بدون برنامه ممکن است یک کسب‌وکار کوچک را با مشکلات بزرگ‌تری روبه‌رو کند.

داستان «سمارق پاکیزه» از همین منظر، داستان یک موفقیت بزرگ و ناگهانی نیست؛ داستان دختری است که تصمیم گرفته است از یک فرصت کوچک، یک مسیر واقعی بسازد. ارزش این روایت در همین واقعیت نهفته است. سویتا با این تجربه آموخته است که کارآفرینی الزاماً از سرمایه‌های بزرگ آغاز نمی‌شود. گاهی یک ایده، اراده برای یادگیری و جرئت شروع کردن، نخستین سرمایه‌های یک کسب‌وکار هستند. امکانات می‌توانند مسیر را آسان‌تر کنند، اما نبود امکانات نباید همیشه به معنای کنار گذاشتن ایده باشد.

او همچنین دریافته است که آموزش تخصصی، بخش مهمی از سرمایه هر کارآفرین است. در کاری مانند تولید سمارق، کیفیت و استاندارد بودن محصول تنها زمانی ممکن است که تولیدکننده دانش لازم را داشته باشد. از همین رو، یادگیری برای سویتا یک مرحله موقت نیست؛ بخشی از مسیر ادامه‌دار کسب‌وکار است.

اگر امروز به ابتدای راه بازگردد، باز هم همین مسیر را انتخاب خواهد کرد؛ با این تفاوت که تلاش می‌کند از همان ابتدا آموزش تخصصی بیشتری دریافت کند و مکان مناسب‌تری برای فارم فراهم سازد. این نگاه نشان می‌دهد که او مسیر خود را پایان‌یافته نمی‌بیند. «سمارق پاکیزه» هنوز در حال رشد است و بسیاری از اهداف آن در آینده شکل خواهد گرفت.

آنچه تا امروز ساخته شده، شاید در ظاهر تنها یک فعالیت کوچک تولیدی باشد؛ اما پشت آن، داستان تصمیمی قرار دارد که سویتا در یکی از دشوارترین شرایط گرفت: تصمیم برای ایستادن روی پای خود. او می‌خواهد این ایستادن تنها برای خودش نباشد. هدفش ایجاد فرصت برای دیگران نیز هست؛ فرصتی برای کار، درآمد و تجربه. از

همین رو، هر قدمی که در توسعه «سماق پاکیزه» برداشته می‌شود، می‌تواند معنایی فراتر از افزایش تولید داشته باشد.

شاید زیباترین بخش داستان سویتا همین باشد که موفقیت را تنها در اندازه یک فارم یا میزان فروش نمی‌بیند. برای او، موفقیت زمانی معنا پیدا می‌کند که یک زن بتواند از توانایی خود استفاده کند، از وابستگی اقتصادی فاصله بگیرد و برای دیگری نیز فرصتی برای کار فراهم سازد.

اگر دوباره از صفر آغاز کند، باز هم به این مسیر بازخواهد گشت؛ زیرا تجربه به او آموخته است که هیچ راهی از ابتدا هموار نیست. بعضی مسیرها با سرمایه اندک آغاز می‌شوند، با آموزش ادامه پیدا می‌کنند و با صبر و پشتکار شکل می‌گیرند.

پیام سویتا برای زنان و جوانانی که در آغاز راه کارآفرینی ایستاده‌اند، ساده اما عمیق است: منتظر روزی نمانند که همه چیز آماده باشد. یک قدم کوچک بردارند، مهارت بیاموزند، کیفیت کار خود را جدی بگیرند و در برابر نخستین دشواری‌ها عقب‌نشینی نکنند. «سماق پاکیزه» نیز چنین آغاز شده است؛ با سرمایه‌ای محدود، امکاناتی نه‌چندان کامل و هدفی روشن. و شاید همین آغازهای کوچکاند که بعدها، اگر با دانش و استمرار همراه شوند، می‌توانند به داستان‌های بزرگ‌تری از استقلال، اشتغال و امید تبدیل شوند.



مقصد؛ از یک مشکل روزمره تا رؤیای ساختن یک راه تازه

در هرات، جایی که رفت و آمد روزانه بخشی جدایی ناپذیر از زندگی مردم است، یک پرسش ساده می‌تواند سرآغاز یک ایده بزرگ باشد: چرا پیدا کردن یک وسیله نقلیه مناسب برای مسافر دشوار باشد، در حالی که در همان شهر رانندگانی حضور دارند که به دنبال مسافر هستند؟ برای عارفه نوری، این پرسش به یک ایده و سپس به یک پروژه فناوری تبدیل شد؛ پروژه‌ای با نام «مقصد» که تلاش دارد میان مسافر و راننده پلی ساده، سریع و قابل دسترس ایجاد کند.

عارفه، دانش آموخته رشته کامپیوتر ساینس، از همان ابتدا به فناوری به چشم ابزاری برای حل مشکلات واقعی نگاه می‌کرد. ایده «مقصد» نیز از همین نگاه شکل گرفت؛ نه از یک تصور پیچیده درباره فناوری، بلکه از مشاهده یک نیاز روزمره در جامعه. او می‌خواست راهی ایجاد کند که مردم بتوانند وسایل نقلیه نزدیک خود را روی نقشه ببینند و بدون طی کردن مراحل پیچیده ثبت‌نام، تنها با یک تماس با راننده ارتباط برقرار کنند. اما فاصله میان یک ایده و یک محصول واقعی، فاصله کوتاهی نیست.

آغاز این مسیر با امکانات محدود همراه بود. برای ساخت یک محصول فناوری محور، تجهیزات، اینترنت، دانش فنی و نیروی متخصص لازم بود؛ در حالی که منابع مالی پروژه محدود بود و پیدا کردن افراد حرفه‌ای برای توسعه وب و اپلیکیشن نیز هزینه زیادی می‌خواست.

عارفه تصمیم گرفت منتظر فراهم شدن شرایط ایده‌آل نماند، به جای آن، کار را از ساده‌ترین شکل ممکن آغاز کرد و نسخه اولیه یا MVP را در نظر گرفت؛ نسخه‌ای که بتواند ایده اصلی را آزمایش کند و نشان دهد آیا راه‌حلی که در ذهن او شکل گرفته، در عمل نیز می‌تواند پاسخ‌گوی نیاز مردم باشد.

ساخت «مقصد» مرحله به مرحله پیش رفت. نخست مشکل و نیاز بازار بررسی شد، سپس طراحی صفحات انجام گرفت و بعد نوبت تبدیل طراحی‌ها به کد رسید. در کنار توسعه محصول، عارفه دانش خود را نیز در زمینه‌هایی مانند توسعه اپلیکیشن، نقشه، GPS، طراحی نرم‌افزار و مدیریت پروژه گسترش داد.

اما یکی از مهم‌ترین تصمیم‌های او زمانی گرفته شد که دریافت نمی‌تواند با منابع محدود خود، یک تیم حرفه‌ای کامل استخدام کند. به جای کنار گذاشتن پروژه، چهار دختر جوانی را که با کدنویسی آشنایی داشتند، به‌عنوان کارآموز جذب کرد. آنان در بخش‌های

مختلف، از تحقیق و طراحی گرفته تا توسعه نرم‌افزار، آزمایش محصول و امور مرتبط با مدیریت پروژه، در کنار او قرار گرفتند. این تصمیم دو نتیجه هم‌زمان داشت: پروژه می‌توانست به حرکت خود ادامه دهد و چهار دختر جوان نیز فرصتی پیدا کردند تا آموخته‌های خود را در یک پروژه واقعی به کار بگیرند.

البته کار با افرادی که هنوز تجربه حرفه‌ای کافی ندارند، بدون دشواری نبود. بخشی از کارها نیاز به آموزش، اصلاح و نظارت بیشتر داشت و همین موضوع باعث شد تکمیل نسخه اولیه «مقصد» بیشتر از زمان پیش‌بینی شده طول بکشد. با این حال، عارفه به جای آنکه این تأخیر را پایان مسیر بداند، کار را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم کرد، آموزش داد، نتیجه را بررسی کرد و دوباره اصلاحات لازم را انجام داد.

در این میان، حمایت برنامه کارآفرینی AELSO نیز بخشی از موانع عملی مسیر را کاهش داد. بخشی از سرمایه برای تهیه تجهیزات و اینترنت مورد استفاده قرار گرفت و کمک‌هزینه اینترنت برای کارآموزان نیز فراهم شد. این حمایت به پروژه اجازه داد که در شرایطی با منابع محدود، مسیر توسعه خود را ادامه دهد.

امروز «مقصد» هنوز یک محصول نهایی و درآمدزای تثبیت‌شده نیست. نسخه اولیه آن تقریباً تکمیل شده و تیم در مرحله آزمایش، یافتن خطاها و رفع آن‌ها قرار دارد. گام بعدی، انتشار اپلیکیشن در پلی‌استور و ایجاد شبکه‌ای از رانندگان فعال در شهر هرات است.

همین واقعیت، داستان «مقصد» را مهم‌تر می‌کند، زیرا اینجا با داستان کسب‌وکاری روبه‌رو نیستیم که موفقیتش از پیش تضمین شده باشد؛ با داستان زنی روبه‌رو هستیم که تصمیم گرفته یک مشکل واقعی را به یک فرصت برای ساختن راه‌حل تبدیل کند.

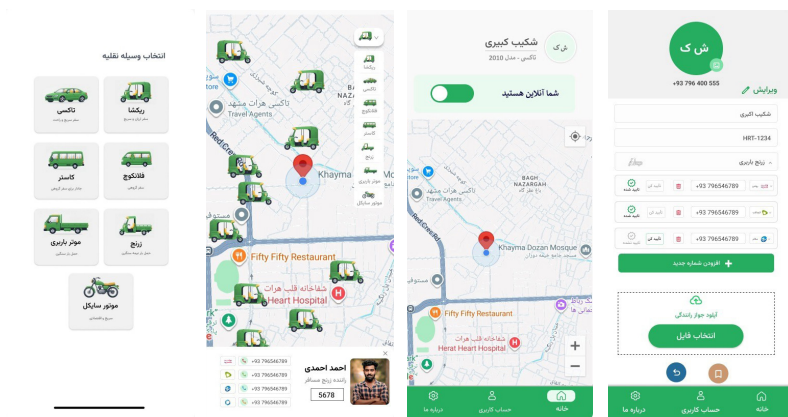
عارفه در این مسیر آموخته است که کارآفرینی تنها داشتن یک ایده خوب نیست. ایده زمانی ارزش پیدا می‌کند که کسی حاضر باشد برای ساختن آن وقت بگذارد، اشتباه کند، دوباره تلاش کند و در برابر نخستین دشواری‌ها عقب‌نشینی نکند.

«مقصد» نیز تا امروز با همین منطق پیش آمده است: با منابع محدود، تیمی کوچک، تجربه‌ای که در مسیر ساخته شده و اصراری برای کامل بودن از همان روز اول.

شاید یکی از مهم‌ترین درس‌های این تجربه همین باشد که برای آغاز کردن، همیشه به یک تیم بزرگ، سرمایه فراوان یا امکانات کامل نیاز نیست. گاهی لازم است تنها مسئله‌ای واقعی را ببینید، نخستین نسخه راه‌حل را بسازید و سپس قدم به قدم آن را بهتر کنید.

عارفه اگر به نقطه آغاز برگردد، یک تفاوت را برای خود تصور می‌کند: این بار کمتر از شکست خواهد ترسید. این جمله کوتاه، شاید بهترین خلاصه مسیر او باشد. زیرا «مقصد» هنوز به پایان نرسیده است؛ اما در همین مسیر، یک ایده از ذهن به صفحه نمایش آمده، از کدها عبور کرده، توسط یک تیم کوچک آزمایش شده و به محصولی نزدیک شده است که روزی می‌تواند شیوه دسترسی مردم به وسایل نقلیه را آسان‌تر کند.

و شاید «مقصد» پیش از آنکه نام یک اپلیکیشن باشد، نام مسیری باشد که عارفه برای خود انتخاب کرده است؛ مسیری از یادگیری، آزمون، خطا و دوباره ساختن. مسیری که هنوز ادامه دارد.



از قطره‌های رزین تا ساختن یک برند؛ روایت افغان رزین

در هرات، جایی که هنر و صنایع دستی بخشی از زندگی روزمره مردم است، پروانه عثمانی تلاش کرده است هنر را از شکل یک سرگرمی فراتر ببرد و به یک مسیر واقعی برای کارآفرینی تبدیل کند. حاصل این تلاش، «افغان رزین» است؛ کاری که با دست ساخته می‌شود، اما در پشت هر محصول آن، دقت، خلاقیت و جرئت آغاز کردن یک راه تازه دیده می‌شود.

رزین برای پروانه تنها یک ماده خام نیست. در دستان او، ماده‌ای ساده به ساعت دیواری، ظروف پذیرایی، تابلو، لوگوی اداری و وسایل تزئینی تبدیل می‌شود؛ محصولاتی که هر کدام می‌توانند بر اساس سلیقه و خواست مشتری طراحی شوند. همین امکان شخصی‌سازی، بخش مهمی از هویت کاری او را شکل داده است؛ مشتری طرح و سلیقه‌اش را مطرح می‌کند و پروانه تلاش می‌کند آن ایده را در قالب یک اثر رزینی به واقعیت تبدیل کند.

مسیر «افغان رزین» زمانی جلوه بیشتری پیدا کرد که این تیم در کمپ کارآفرینی ۲۰۲۴ موسسه AELSO شرکت کرد. در این رقابت، تیم افغان رزین از میان ۲۸ تیمی که به مرحله رقابت راه یافته بودند، در جمع شش تیم برتر قرار گرفت و سرانجام ایوارد طلایی کارآفرینان برتر فناوری و تکنیک را از آن خود کرد. این موفقیت برای یک تیم دخترانه از هرات، تنها یک عنوان در یک رقابت نبود؛ نشانه‌ای بود از این که یک ایده کوچک، اگر با خلاقیت و پشتکار دنبال شود، می‌تواند در یک میدان رقابتی جدی نیز دیده شود.

پس از آن، «افغان رزین» به مسیر خود ادامه داد و سفارش‌های متنوع‌تری را پذیرفت. از ساعت‌های دیواری با طراحی‌های ساده و مینیمال تا تابلوها، ظروف پذیرایی و لوگوهای رزینی برای دفترها، هر سفارش فرصتی است برای خلق چیزی که نمونه آن دقیقاً مطابق خواست مشتری ساخته شود. در کانال کاری این مجموعه نیز نمونه‌های مختلفی از محصولات سفارشی، از ساعت و تابلو تا وسایل تزئینی، به نمایش گذاشته می‌شود.

یکی از ویژگی‌های قابل توجه کار پروانه همین انعطاف در برابر سفارش‌هاست. «هر نوع سفارش پذیرفته می‌شود»؛ جمله‌ای ساده که در واقع نگاه او به کار را نشان می‌دهد. برای او، تولید تنها ساختن یک محصول آماده و تکراری نیست؛ هر سفارش می‌تواند ترکیبی از رنگ،

طرح، اندازه و سلیقه یک مشتری باشد. به همین دلیل، محصول نهایی تنها یک وسیله تزئینی نیست، بلکه چیزی است که بخشی از خواست و انتخاب صاحب آن را با خود دارد.

فعالیت «افغان رزین» از هرات آغاز شده، اما محدود به بازار این شهر نمانده است. محصولات این مجموعه برای مشتریان در سراسر کشور ارسال می‌شود؛ مسیری که نشان می‌دهد یک کار دست‌ساز، حتی بدون داشتن یک بازار بزرگ در محل آغاز فعالیت، می‌تواند با استفاده از ارتباطات آنلاین راه خود را به شهرهای دیگر نیز باز کند. کانال «Afghan Resin» نیز به عنوان یکی از راه‌های معرفی محصولات و ارتباط با مشتریان، بخشی از این مسیر را شکل داده است.

داستان پروانه عثمانی، داستان تبدیل یک هنر دستی به یک ایده اقتصادی است؛ داستان دختری از هرات که تلاش کرده است میان خلاقیت و بازار پیوند ایجاد کند. جایزه طلایی کمپ کارآفرینی ۲۰۲۴ نقطه مهمی در این مسیر بود، اما ارزش واقعی این تجربه در ادامه راه معنا پیدا می‌کند؛ در هر سفارش تازه، هر طرحی که از ذهن به دست منتقل می‌شود و هر محصولی که از هرات به خانه‌ای در گوشه دیگری از افغانستان می‌رسد.

«افغان رزین» هنوز یک مسیر در حال رشد است؛ مسیری که در آن پروانه عثمانی نشان می‌دهد برای آغاز یک کسب‌وکار همیشه لازم نیست از امکانات بزرگ شروع کرد. بعضی وقت‌ها یک ایده، چند ابزار، دست‌های خلاق و جرئت تبدیل کردن هنر به کار، می‌تواند نخستین قدم‌های یک مسیر بزرگ‌تر باشد.



روایت زنی که هر در بسته را به راهی تازه تبدیل کرد

وقتی دانشگاه بسته شد، حلیمه صدیقی در سال چهارم رشته حقوق بود؛ جایی که تصور می‌کرد آینده‌اش از مسیر تحصیل و گرفتن مدرک دانشگاهی خواهد گذشت. اما با تغییر شرایط، آن مسیر ناگهان متوقف شد. روزهایی آمد که ناامیدی بر زندگی‌اش سایه انداخت و بیشتر وقتش را در خانه سپری می‌کرد. در میان آن همه بلا تکلیفی، یک چیز هنوز برایش باقی مانده بود: هنر.

حلیمه پیش از آن نیز به نقاشی، طراحی و خطاطی علاقه داشت. در دوران جمهوری اسلامی افغانستان، هم‌زمان با تحصیل در رشته حقوق، به آموزشگاه‌های هنری می‌رفت و این مهارت‌ها را به صورت شخصی یاد می‌گرفت. آن زمان هنر برایش بیشتر یک علاقه و راهی برای تنوع در زندگی بود؛ اما پس از بسته شدن دانشگاه/پوهنتون، نقاشی معنای دیگری پیدا کرد. او ساعت‌ها با رنگ و طرح سرگرم می‌شد و از طریق خلق آثار هنری، برای مدتی از فشار روزهای دشوار فاصله می‌گرفت.

نقطه‌ای که مسیر زندگی‌اش را تغییر داد، یک پیام ساده از یکی از استادان دوران مکتبش بود. استاد از او خواست به دخترش و سه دختر دیگر نقاشی یاد بدهد. یکی از آن چهار شاگرد، با وجود مشکل شنوایی و گفتاری، علاقه زیادی به یادگیری هنر داشت. همین علاقه عمیق، حلیمه را تحت تأثیر قرار داد. او دریافت که هنر برای یک دختر تنها یک مهارت نیست؛ می‌تواند امیدی برای ادامه دادن و فرصتی برای رشد باشد.

کارگاه هنر و صنایع دستی صدیقی از همان چهار شاگرد آغاز شد. حلیمه در رخصتی زمستانی، در همان مکتب به آنان آموزش می‌داد و تمام زمستان را به تدریس نقاشی گذراند. تعداد شاگردان کم‌کم بیشتر شد؛ اما با آغاز مکتب، دیگر اجازه ادامه آموزش در آن مکان را پیدا نکرد. او یک اتاق کوچک کرایه کرد و برای چند ماه کارش را در آنجا ادامه داد. با افزایش رفت‌وآمد دختران و نگرانی صاحب‌خانه از اینکه آموزش نقاشی برای دختران مورد توجه قرار گیرد، مشکلات تازه‌ای به وجود آمد و حلیمه ناچار شد بار دیگر محل کارش را ترک کند.

با این حال، شاگردانش او را تنها نگذاشتند. برای ادامه آموزش، حلیمه آنان را به دو گروه تقسیم کرد و در دو آموزشگاه، در نوبت‌های قبل از ظهر و بعد از ظهر، درس داد. آنجا نیز محدودیت‌ها تمام نشده

بود. به دختران بزرگ‌تر اجازه نمی‌شد در صنف‌ها حضور داشته باشند، زیرا در صورت مراجعه مسئولان، ممکن بود حضور آنان به عنوان تحصیل تلقی شود.

در هر مرحله، یک راه بسته می‌شد؛ اما حلیمه به جای پایان دادن به مسیر، راه دیگری پیدا می‌کرد. سرانجام به این نتیجه رسید که نمی‌تواند همیشه به مکان‌های موقت وابسته باشد. باید جواز می‌گرفت و مکانی مستقل ایجاد می‌کرد؛ جایی که دختران و زنان بتوانند با آرامش هنر بیاموزند و کار کنند.

تصمیم آسانی نبود، او سرمایه زیادی در اختیار نداشت و پولی که داشت تنها برای کرایه مکان کافی بود. کارگاه را با کمترین امکانات، با یک مکان ساده و فرش آغاز کرد، وسایل و امکانات کامل وجود نداشت، اما چیزی که از همان روز نخست وجود داشت، اراده ادامه دادن بود.

فرصت دیگری نیز در همین مسیر به کمکش آمد. در جریان یک برنامه آموزشی آنلاین که امکان ادامه تحصیل سال آخر دانشگاه را برای او فراهم کرده بود، بخش مربوط به راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک نیز برگزار شد. حلیمه در یکی از برنامه‌های کارآفرینی موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان موفق شد و از حمایت آن برای فراهم کردن بخشی از نیازهای کارگاه استفاده کرد. این حمایت کمک کرد تا کارگاه از یک محل محدود برای آموزش نقاشی، به فضایی گسترده‌تر برای آموزش و تولید تبدیل شود.

به مرور، فعالیت‌های کارگاه افزایش یافت. آموزش خیاطی، روبان‌دوزی، ساخت تابلوهای دکوراتیف، زیورآلات و بافت به فعالیت‌های آن اضافه شد. حلیمه می‌خواست کارگاه فقط جایی برای تولید محصول نباشد؛ می‌خواست فضایی باشد که دختران و زنان در آن هنر یاد بگیرند، توانایی‌های خود را پیدا کنند و برای ساعتی از فشار مشکلات روزمره فاصله بگیرند و در دنیای هنر غرق شوند.

کارگاه نیز همراه با این نگاه رشد کرد. حلیمه تلاش کرد درآمد حاصل از آموزش و فروش محصولات را دوباره برای ادامه و توسعه کار استفاده کند. او به تدریج از یک فعالیت شخصی فاصله گرفت و به تولید، فروش، بازاریابی و ایجاد فرصت‌های کاری برای زنان نیز توجه کرد. نمایشگاه‌هایی که برگزار کرد، فرصتی شد تا محصولات ساخته‌شده توسط کارمندان و هنرآموزان کارگاه در معرض دید و فروش

قرار گیرد، حضور در نمایشگاه‌های مارکیت رابعه بلخی، منزل شش مارکیت زلال و مارکیت خدیجه الکبرا در مزارشریف، باز خورد و حمایت خوبی برای کارگاه به همراه داشت.

با این همه، مسیر برای حلیمه آسان نبوده است. کمبود سرمایه، پیدا کردن مکان مناسب، شرایط امنیتی و محدودیت‌های اجتماعی و جنسیتی، در کنار توقف تحصیل دانشگاهی، بخش‌هایی از دشواری‌های این راه بوده‌اند. چند بار مجبور شد محل فعالیت خود را تغییر دهد و هر بار ناچار بود بخشی از مسیر را از نو بسازد.

اما همین تجربه‌ها یک درس مهم برایش داشت: در شرایط دشوار، انعطاف‌پذیری بخشی از کارآفرینی است. وقتی مکتب دیگر امکان فعالیت نداد، مکان دیگری پیدا کرد؛ وقتی اتاق کرایه‌ای مناسب نبود، به آموزشگاه‌ها رفت؛ و وقتی آموزشگاه‌ها نیز محدودیت ایجاد کردند، تصمیم گرفت جواز بگیرد و مکان مستقل خود را راه‌اندازی کند.

حلیمه امروز هنوز خود را در پایان راه نمی‌بیند. او می‌خواهد بخش‌های هنری بیشتری به کارگاه اضافه کند، امکانات آن را افزایش دهد، زنان بیشتری را آموزش دهد و برای تعدادی از آنان فرصت کار ایجاد کند. برای او، کارگاه هنر و صنایع دستی صدیقی تنها یک منبع درآمد نیست؛ بخشی از داستان زندگی اوست؛ داستان روزهایی که می‌توانست در برابر بسته شدن راه‌ها تسلیم شود، اما هر بار مسیر دیگری را انتخاب کرد.

شاید مهم‌ترین بخش این داستان همان نقطه آغاز باشد؛ چهار شاگرد، یک علاقه قدیمی به هنر و امکاناتی که تقریباً هیچ شباهتی به یک کارگاه مجهز نداشت. حلیمه از همان جایی شروع کرد که بود، نه از جایی که آرزو داشت همه چیز در آن آماده باشد.

او امروز درباره آن روزها با نگاهی متفاوت حرف می‌زند: اگر دوباره به روز اول برگردد، شاید باز هم از سختی‌ها بترسد، شاید باز هم با موانع زیادی روبه‌رو شود؛ اما باز هم شروع خواهد کرد. چون برای حلیمه صدیقی، هر در بسته الزاماً پایان یک راه نیست. بعضی درها فقط انسان را وادار می‌کنند راه دیگری را پیدا کند.



رؤیایی که آرام آرام برند شد؛ روایت NOVVA

در جبرئیل، جایی که بسیاری از تصمیم‌های بزرگ زندگی باید در میان محدودیت‌ها و با امکانات نه‌چندان گسترده گرفته شود، فرزانه ابراهیمی تصمیم گرفت چیزی را آغاز کند که مدت‌ها در ذهنش شکل گرفته بود؛ ساختن برندی برای پوشاک و اکسسوری زنانه که در آن کیفیت، زیبایی و قیمت مناسب در کنار هم قرار بگیرند.

فرزانه، لیسانس رشته کامپیوتر ساینس است؛ رشته‌ای که شاید در نگاه نخست ارتباط مستقیمی با دنیای پوشاک و اکسسوری نداشته باشد، اما مهارت‌های دیجیتالی و نگاه منظم و تحلیلی آن، بعدها در مسیر ساختن برند خودش برای او به یک امتیاز تبدیل شد. ایده او با امکانات بزرگ آغاز نشد. سرمایه محدود بود، تجربه عملی در بازار نداشت و نگرانی درباره آینده فروش نیز وجود داشت. با این حال، او تصمیم گرفت منتظر روزی نماند که همه شرایط برای شروع ایده‌آل باشد.

نامی که برای این مسیر انتخاب کرد، (Novva) بود، در نخستین قدم‌ها، فرزانه به جای آنکه صرفاً محصولی را برای فروش آماده کند، تلاش کرد هویت مشخصی برای برندش بسازد. ابتدا بازار را بررسی کرد، سپس نام و هویت بصری Novva را شکل داد و بخشی از سرمایه محدود خود را برای تهیه محصولات اولیه، بسته‌بندی، طراحی لوگو، تولید محتوا و بازاریابی آنلاین اختصاص داد.

این مرحله برای او تنها خرید و فروش لباس نبود؛ یادگیری یک کسب‌وکار از نقطه آغاز بود. آموزش‌های کارآفرینی موسسه AELSO کمک کرد تا نگاهش به فعالیت خود را تغییر دهد. او آموخت که یک برند تنها با داشتن محصول ساخته نمی‌شود؛ برنامه‌ریزی، هدف‌گذاری، هویت بصری، شناخت مشتری و نحوه ارتباط با او نیز بخشی از ساختن یک کسب‌وکار است. به همین دلیل، در کنار فعالیت روزمره، مهارت‌های دیجیتالی مارکتینگ و ارتباط با مشتری را نیز تقویت کرد.

شبکه‌های اجتماعی به یکی از ابزارهای اصلی Novva تبدیل شدند. معرفی محصولات، تولید محتوای مستمر و فروش آنلاین به فرزانه امکان داد تا ارتباط موثرتر با مشتریان داشته باشد. با گذشت زمان، تنوع محصولات بیشتر شد و در کنار آن، شیوه ثبت سفارش، پاسخگویی به مشتری و بسته‌بندی نیز بهبود یافت. بسته‌بندی شیک و اختصاصی،

بخشی از توجه او به جزئیات برند بود؛ جزئیاتی که قرار بود تجربه مشتری را تنها به دریافت یک محصول محدود نکند.

اما ساختن یک برند در بازار پررقابت، فقط با علاقه و خلاقیت پیش نمی‌رود. افزایش قیمت مواد اولیه، محدودیت سرمایه، رقابت موجود در بازار و دشواری جلب اعتماد مشتریان، از چالش‌هایی بود که فرزانه در مسیر خود با آن روبه‌رو شد. برای یک کسب‌وکار نوپا، هر تصمیم مالی اهمیت دارد و یک خرید نادرست می‌تواند بخش قابل توجهی از سرمایه محدود را درگیر کند.

او برای کاهش این ریسک، خریدها را مرحله‌ای انجام داد، بازخورد مشتریان را ثبت کرد و تلاش کرد سرمایه موجود را با دقت بیشتری مدیریت کند. در کنار آن، تولید محتوای مستمر و ارائه خدمات بهتر را راهی برای نزدیک‌تر شدن به مشتریان و ایجاد اعتماد دانست.

تجربه به او نشان داد که رشد یک کسب‌وکار همیشه با سرعتی که صاحب آن تصور می‌کند اتفاق نمی‌افتد. برای ساختن اعتماد، باید زمان گذاشت؛ برای شناخت بازار، باید گوش داد؛ و برای حفظ یک مشتری، کیفیت و صداقت اهمیت بیشتری نسبت به وعده‌های بزرگ دارد.

Novva در مسیر خود به تدریج از یک صفحه ساده فاصله گرفت و به برندی با هویت مشخص تبدیل شد؛ برندی که فعالیتش بر پوشاک و اکسسوری زنانه متمرکز است و تلاش می‌کند میان زیبایی، کیفیت و قیمت مناسب تعادل ایجاد کند.

برای فرزانه، این مسیر تنها تجربه‌ای در زمینه فروش پوشاک نیست. او در این راه آموخته است که کارآفرینی پیش از آنکه به سرمایه زیاد وابسته باشد، به تصمیم برای شروع کردن نیاز دارد. سرمایه محدود ممکن است سرعت حرکت را کاهش دهد، تجربه کم ممکن است تصمیم‌گیری را دشوار کند و بازار ممکن است همیشه مطابق انتظار پیش نرود؛ اما یادگیری و انعطاف‌پذیری می‌تواند امکان ادامه مسیر را فراهم کند.

امروز فرزانه هنوز خود را در پایان راه نمی‌بیند. رؤیای او ساختن یک برند موفق است؛ رؤیایی که برای رسیدن به آن باید همچنان یاد بگیرد، کیفیت را حفظ کند، نیاز مشتریان را بشناسد و با تغییرات بازار خود را هماهنگ سازد. شاید ارزشمندترین بخش داستان Novva

همین باشد: برندی که از یک ایده ساده آغاز شد، با امکانات محدود قدم برداشت و در مسیر ساختن هویت خود، صاحبش نیز همراه آن رشد کرد.

فرزانه اگر دوباره به نقطه آغاز بازگردد، باز هم همین مسیر را انتخاب خواهد کرد؛ زیرا به باور او، هر چالش چیزی به تجربه‌اش افزوده و هر تجربه او را یک قدم به رؤیای ساختن یک برند موفق نزدیک‌تر کرده است. داستان Novva هنوز ادامه دارد؛ داستان برندی که با یک ایده آغاز شد و حالا در تلاش است جای خود را در میان انتخاب‌های زنان پیدا کند.



شاگردی که کار آفرین شد؛ روایت نیکبخت محمدی از ایستادن روی پای خود

نیکبخت محمدی زمانی وارد دنیای فروشنده‌گری شد که هنوز خودش درگیر ساختن آینده تحصیلی‌اش بود. دانشجوی اقتصاد در دانشگاه گوه‌رشاد بود و در کنار درس، به دنبال کاری می‌گشت تا بخشی از هزینه‌های زندگی خودش را تأمین کند و بار مالی خانواده را نیز تا اندازه‌ای سبک‌تر سازد. تجربه اندکی در فروش آنلاین و کارهای شبکه‌ای داشت، اما هنوز شناخت کافی از بازار و اعتمادبه‌نفس لازم برای ایستادن در یک فضای تجاری را به دست نیاورده بود.

یک روز، گفت‌وگویی ساده با یکی از دوستانش مسیر زندگی کاری او را تغییر داد. دوستش که پیش‌تر در کارهای شبکه‌ای و فروشنده‌گری فعالیت داشت، از او پرسید که مشغول چه کاری است. نیکبخت از جست‌وجوی کار گفت و چند روز بعد همان دوست با او تماس گرفت و پیشنهاد کرد برای کمک به کارش بیاید. آن روزهای نخست برای نیکبخت آسان نبود. نخستین تجربه جدی او در فروشنده‌گری بود و خودش می‌گوید روز اول با «استرس و دلهره» زیادی وارد کار شد. شلوغی روزهای عید نیز شرایط را دشوارتر کرده بود و کار در بخش فروش لباس ویژه بانوان برایش تجربه‌ای تازه و حتی شرم‌آور بود. اما نیکبخت ماند. کم‌کم دستش به کار افتاد و بعد از حدود ده تا پانزده روز، آن کار نیز پایان یافت. نزدیک به یک ماه بعد، دوباره همان همکار با او تماس گرفت و گفت در جایی دیگر به نیروی کار نیاز دارند. این بار نیکبخت با صاحب یک فروشگاه صحبت کرد و تصمیم گرفت درس و کار را هم‌زمان پیش ببرد؛ نیمه‌ای از وقتش را به دانشگاه و نیمه دیگر را به کار اختصاص داد.

این آغاز دوره‌ای بود که بعدها یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های زندگی او شد؛ چهار سال شاگردی و تجربه‌اندوزی. چهار سال، روزهای خوب و تلخ، خستگی، تحمل و یادگیری. او در این مدت تنها روش فروش کالا را یاد نگرفت؛ با مشتری، بازار، رفتارهای مختلف، حساب‌و‌کتاب و واقعیت‌های یک کسب‌وکار از نزدیک آشنا شد. تجربه‌ای که شاید در آن زمان ساده به نظر می‌رسید، بعدها پایه تصمیمی بزرگ‌تر شد: نیکبخت می‌خواست برای خودش کار کند.

پس از چهار سال، فروشگاه خودش را راه‌اندازی کرد. شروع این مرحله نیز با سرمایه فراوان و پشتوانه‌ای مطمئن همراه نبود. نیکبخت

با پول قرض کارش را آغاز کرد و خیلی زود با دشواری‌های واقعی یک کسبوکار مستقل روبه‌رو شد. حمایت کافی در اختیار نداشت و حتی کسانی که پیش‌تر با آنان کار کرده بود، با ایجاد تردید و ارائه دیدگاه‌های منفی تلاش می‌کردند او را از ادامه راه منصرف کنند. پیشنهاد این بود که دوباره به شکل کارمند کار کند؛ اما نیکبخت تصمیم خود را گرفته بود.

او نمی‌خواست همیشه کارمند باقی بماند. با وجود نگرانی‌ها و فشارهای مالی، کارش را ادامه داد و در فکر گسترش آن بود. فعالیت او در بخش فروش لوازم آرایشی و بهداشتی، لباس خواب، لباس ورزشی، لباس زیر و دیگر محصولات مرتبط با مشتریان زن و دختر شکل گرفت. اما مسیر توسعه همچنان به سرمایه و امکانات بیشتری نیاز داشت.

در همین جست‌وجو برای یافتن فرصتی تازه، با AELSO آشنا شد. فرم درخواست را پر کرد و در آن، صادقانه درباره کار، هدف‌ها و برنامه‌هایش نوشت. خودش انتظار زیادی نداشت و چندان امیدوار نبود که پذیرفته شود. با این حال، منتظر نتیجه ماند تا اینکه تماس دفتر رسید؛ نیکبخت پذیرفته شده بود.

این خبر برای او خوشحال‌کننده بود؛ نه فقط به دلیل حمایت مالی، بلکه به دلیل آموزش‌هایی که در این برنامه دریافت کرد. سرمایه‌ای که به دست آورد، مستقیماً برای رونق کسبوکارش به کار رفت. کالاهایی که پیش‌تر تهیه کرده بود، پاسخگوی تمام تقاضای مشتریان نبود و بسیاری از نیازهای بازار بدون پاسخ می‌ماند. حمایت جدید به او امکان داد تا تنوع و ظرفیت فروشگاه را تا اندازه‌ای افزایش دهد.

پس از این مرحله، نیکبخت یک همکار نیز به کار گرفت؛ تصمیمی که هم به بهتر شدن روند کار کمک می‌کرد و هم برای یک فرد دیگر فرصت درآمدی ایجاد می‌کرد. با این حال، رشد کسبوکار به معنای پایان مشکلات نبود، افزایش هزینه دکان، تمدید قرارداد با صاحب ملک، تأمین کالا، یافتن اجناس باکیفیت با قیمت مناسب، کاهش قدرت خرید مشتریان، رقابت شدید، تغییر سلیقه و نیاز بازار و نوسان فروش، همچنان بخشی از واقعیت روزمره کار او بود. در کنار این مسائل، محدودیت‌های اجتماعی و شرایطی که بسیاری از زنان در افغانستان با آن روبه‌رو هستند نیز بر مسیر کاری او تأثیر گذاشته است.

نیکبخت به مرور فهمید که در چنین بازاری تنها داشتن کالا و فروشنده بودن کافی نیست، مدیریت، قلب یک کسب‌وکار است، او معتقد است اگر فروش روزانه، هزینه دکان، کرایه، خرید کالا و سایر مصارف به صورت دقیق مدیریت نشوند، ممکن است در پایان چیزی از درآمد باقی نماند. ثبت و بررسی روزانه فروش، شناخت کالاهای کم‌فروش، توجه به سلیقه مشتریان هر منطقه و تصمیم‌گیری بر اساس اعداد و واقعیت بازار، به بخش مهمی از تجربه او تبدیل شده است.

این تجربه همچنین نگاه او را به مشتری تغییر داد. برای نیکبخت، فروشنده‌گی به معنای رساندن یک کالا به دست مشتری نیست؛ شناخت آدم‌هاست، او می‌گوید سلیقه مشتریان متفاوت است و حتی فرهنگ و قومیت می‌تواند بر انتخاب و رفتار خرید آنان اثر بگذارد. به همین دلیل، گوش دادن به مشتری را یکی از مهم‌ترین راه‌های شناخت بازار می‌داند.

اما در میان تمام درس‌هایی که از سال‌های کار آموخته، یک اصل برایش جایگاه ویژه‌ای دارد: صداقت. از نگاه او، فروشنده نباید تنها به سود خودش فکر کند. اعتماد مشتری سرمایه‌ای است که با یک معامله به دست نمی‌آید و با یک رفتار نادرست می‌تواند از بین برود. مشتری ممکن است یک بار خرید کند، اما اگر اعتماد کند، دوباره بازمی‌گردد و حتی دیگران را نیز با خود می‌آورد.

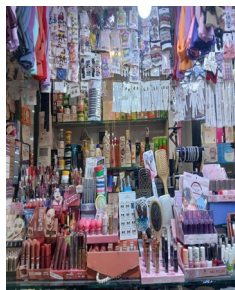
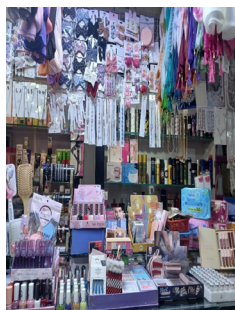
نیکبخت امروز خود را تنها یک فروشنده نمی‌بیند. چهار سال شاگردی به او آموخت که چگونه کار را بشناسد؛ راه‌اندازی فروشگاه به او آموخت که چگونه مسئولیت یک کسب‌وکار را بر عهده بگیرد؛ و مشکلات مسیر به او یاد داد که برای هر مانع، پیش از تسلیم شدن باید دنبال راه‌حل گشت.

او هنوز در مسیر رشد است و باور دارد که کارآفرین نباید پس از رسیدن به یک جایگاه، خود را موفق و بی‌نیاز از یادگیری بداند. از نظر او، «گیلاس باید همیشه خالی باشد» تا جایی برای آموختن باقی بماند. حتی کسی که صاحب کسب‌وکار شده است، باید همچنان خود را در جایگاه یادگیرنده نگه دارد، افراد باتجربه‌تر را ببیند و از آنان راهنمایی بگیرد.

داستان نیکبخت محمدی با یک فروشگاه بزرگ آغاز نشد. با سرمایه زیاد هم شروع نشد. از جست‌وجوی یک دختر دانشجو برای پیدا کردن کار آغاز شد؛ از روزی که با دلهره وارد نخستین تجربه فروشنده‌گی شد،

از چهار سال شاگردی گذشت و سرانجام به تصمیمی رسید که برای خودش کسبوکاری بسازد. او هنوز در ابتدای یک مسیر طولانی قرار دارد، اما چیزی را به دست آورده که شاید از سرمایه مالی ارزشمندتر باشد؛ تجربه ایستادن روی پای خود.

نگاه نیکبخت به کارآفرینی ساده و در عین حال عمیق است؛ از کوچک شروع کن، اما بزرگ فکر کن؛ به مشتری گوش بده؛ هزینه و درآمدت را بشناس؛ از ریسک نترس؛ اما آن را مدیریت کن؛ و مهم‌تر از همه، اعتماد و صداقت را به عنوان سرمایه اصلی کسبوکارت حفظ کن. برای او، کارآفرینی موفقیت در یک روز نیست؛ راهی است که با هر تجربه، هر اشتباه و هر دشواری، انسان را یک قدم پخته‌تر می‌کند. و شاید همین مسیر، مهم‌ترین دارایی نیکبخت باشد؛ زنی که از شاگردی شروع کرد، از میان تردیدها عبور کرد و تصمیم گرفت به جای منتظر ماندن برای نجات، خودش برای ساختن آینده‌اش دست به کار شود.



نوآوری از دل سنگ‌های بدخشان؛ «سنگ‌تراشی راه ابریشم»

در قریه صیاد ولسوالی اشکاشم بدخشان، جایی که سنگ‌های کوهستان تنها بخشی از طبیعت اطراف مردم‌اند، فرشته عزیزى راهی را انتخاب کرد که در نگاه نخست شاید چندان ساده به نظر نمی‌رسید؛ راهی که قرار بود از دل سنگ، هنر، زیور و فرصت ساخته شود.

فرشته در رشته نرسنگی تحصیل کرده است، اما علاقه عمیقش به هنر سنگ‌تراشی او را به سوی مسیری متفاوت کشاند. او از همان ابتدا به این باور رسیده بود که برای ساختن آینده‌ای بهتر، همیشه لازم نیست امکانات بزرگ در اختیار باشد. آنچه اهمیت دارد، علاقه، اراده و جرئت آغاز کردن است.

بیش از چهار سال پیش، زمانی که امکاناتش بسیار محدود بود، نخستین قدم‌هایش را در این مسیر برداشت. سرمایه زیادی در اختیار نداشت و کار را با ابزارهای ساده و امکانات ابتدایی آغاز کرد. در روایت او، سرمایه اولیه در مراحل مختلف کار متفاوت بوده است؛ اما آنچه از همان روزهای نخست ثابت ماند، تصمیم او برای شروع و ادامه دادن بود.

سنگ‌تراشی برای فرشته تنها یک فعالیت اقتصادی نبود. او در این هنر چیزی بیش از ساخت یک زیور می‌دید. سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی، پس از تراش و طراحی، می‌توانستند به محصولی تبدیل شوند که هم ارزش هنری داشته باشد و هم زمینه‌ای برای درآمدزایی ایجاد کند. همین نگاه بود که به «سنگ‌تراشی راه ابریشم» شکل داد. روزهای آغازین آسان نبود. کمبود تجهیزات، محدودیت منابع مالی، دشواری دسترسی به بازار و تجربه اندک در مدیریت کسب‌وکار، هر کدام مانعی در برابر رشد فعالیت بودند. با این حال، فرشته به جای کنار کشیدن، تلاش کرد مهارت‌های خود را از راه آموزش عملی، تمرین مداوم، تجربه و مطالعه افزایش دهد. برای او، یادگیری بخشی جدا از کار نبود؛ خودِ کار، آموزشگاهی بود که هر روز درس تازه‌ای در آن می‌آموخت.

او به تدریج تولیدات خود را متنوع‌تر کرد و انواع زیورات دست‌ساز از سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی را طراحی و تولید نمود. تلاش برای کیفیت و توجه به سلیقه مشتریان، بخشی از مسیر توسعه کار او شد. در کنار فروش مستقیم، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه واتساپ، نیز فرصتی برای معرفی محصولات و دسترسی به مشتریان بیشتر

فراهم کرد؛ مسیری که فرشته امیدوار است در آینده آن را برای حضور در بازارهای داخل و خارج از کشور گسترش دهد.

اما یکی از مهم‌ترین بخش‌های این داستان، تنها درباره خود فرشته نیست. امروز پنج نفر به‌گونه مستقیم در این کسب‌وکار با او همکاری دارند. ایجاد فرصت کاری برای زنان و دختران، از انگیزه‌های اصلی فرشته در آغاز این مسیر بود و اکنون این هدف، بخشی از واقعیت کسب‌وکار او شده است. او می‌خواهد فعالیتش را به گونه‌ای توسعه دهد که زنان بیشتری بتوانند از طریق مهارت و کار، سهمی در اقتصاد خانواده و جامعه داشته باشند.

در مسیر رشد، او با محدودیت‌های مالی و تجهیزاتی، دشواری‌های بازار و برخی مسائل مدیریتی روبه‌رو بوده است. برای عبور از این موانع، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، استفاده درست از منابع، برنامه‌ریزی و حفظ کیفیت محصولات را در اولویت قرار داده است. اعتماد مشتری نیز برایش سرمایه‌ای مهم بوده؛ سرمایه‌ای که به آسانی به دست نمی‌آید و با کیفیت، صداقت و استمرار در کار ساخته می‌شود.

فرشته به خوبی می‌داند که رشد یک کسب‌وکار کوچک، همیشه با سرعتی که صاحب آن می‌خواهد پیش نمی‌رود. برای همین، به جای انتظار برای شرایط کاملاً مناسب، تلاش کرده است با امکانات موجود حرکت کند و در هر مرحله چیزی تازه بیاموزد. همین نگاه، به او کمک کرده است تا در برابر مشکلات بازار و محدودیت منابع، انعطاف‌پذیر بماند و برای هر مانع، راهی برای ادامه مسیر پیدا کند. سال ۲۰۲۵ برای فرشته و تیمش نقطه مهمی در این مسیر بود. آنان از ولایت بدخشان در کمپ کارآفرینی حضور یافتند و توانستند مقام سوم کمپ کارآفرینی سال ۲۰۲۵ را به دست آورند. این موفقیت، تنها یک عنوان نبود؛ برای تیمی که کار خود را با امکانات محدود آغاز کرده بود، نشانه‌ای از این بود که یک ایده محلی، وقتی با مهارت، تلاش و باور همراه شود، می‌تواند از مرزهای محل فعالیت خود فراتر برود و دیده شود.

با این حال، فرشته هنوز این موفقیت را پایان راه نمی‌داند. هدف او توسعه «سنگ‌تراشی راه ابریشم»، افزایش تنوع و کیفیت محصولات، گسترش بازار و ایجاد فرصت‌های کاری بیشتر، به‌ویژه برای زنان و دختران است. او می‌خواهد هنر سنگ‌تراشی را به فعالیتی تبدیل کند که هم ارزش اقتصادی داشته باشد و هم بخشی از ظرفیت هنری و

تولیدی زنان بدخشان را نمایندگی کند.

تجربه فرشته عزیزی نشان می‌دهد که کارآفرینی همیشه از یک دفتر مجهز، سرمایه بزرگ یا امکانات فراوان آغاز نمی‌شود. بعضی وقت‌ها یک علاقه جدی، چند ابزار ساده و جرئت برداشتن نخستین قدم می‌تواند آغاز یک مسیر طولانی باشد. آنچه این مسیر را ادامه می‌دهد، صبر، یادگیری، کیفیت، خلاقیت و باور به هدف است.

اگر فرشته امروز به نقطه آغاز خود نگاه کند، هنوز هم همین مسیر را انتخاب خواهد کرد؛ زیرا به باور او، موفقیت نتیجه یک اتفاق ناگهانی نیست. حاصل ایمان، تلاش، صبر و امید است. او برای زنان و دختران جوان افغانستان نیز یک پیام روشن دارد: اگر استعداد و علاقه‌ای وجود دارد، نباید از آغاز کردن ترسید. حتی یک سرمایه کوچک می‌تواند نقطه شروع باشد؛ مهم این است که انسان با صداقت، خلاقیت و پشتکار، آن قدم نخست را بردارد.

در قریه صیاد، جایی در دل بدخشان، فرشته از سنگ‌های خام، زیورهای می‌سازد که نشانی از هنر دست دارند؛ اما داستان واقعی «سنگ‌تراشی راه ابریشم» فراتر از آن زیورهاست. این داستان درباره



زنی است که تلاش کرد از امکانات اندک، فرصتی بسازد؛ برای خودش، برای همکارانش و برای زنانی که هنوز در جست‌وجوی راهی برای ایستادن روی پای خود هستند.

و شاید زیباترین بخش این داستان همین باشد: هر سنگی که تراش می‌خورد، تنها شکل تازه‌ای پیدا نمی‌کند؛ ارزش پنهان آن نیز آشکار می‌شود. فرشته‌عیزی نیز با انتخاب راه خود، کوشیده است ارزش پنهان توانایی‌هایش را آشکار کند.



ماه بانو؛ وقتی مهارت شیرینی‌پزی به راهی برای توانمندسازی زنان بامیان تبدیل شد

در بامیان، جایی که فرصت‌های اقتصادی برای بسیاری از زنان محدود است، سکینه احمدی تصمیم گرفت منتظر فراهم شدن شرایط ایده‌آل نماند. او می‌خواست کاری داشته باشد که حاصل مهارت و تلاش خودش باشد؛ کاری که برایش درآمد ایجاد کند و در عین حال نشان دهد یک زن می‌تواند با امکانات محدود نیز وارد عرصه اقتصاد شود و برای آینده‌اش تصمیم بگیرد.

سکینه که تحصیلاتش را در مقطع لیسانس به پایان رسانده است، از همان ابتدا نگاهش به کارآفرینی تنها به درآمد شخصی محدود نمی‌شد. او به توانایی زنان بامیان باور داشت و می‌خواست سهمی در رشد اقتصادی آنان داشته باشد. از نگاه او، زنان این ولایت استعداد و مهارت دارند، اما برای تبدیل این توانایی‌ها به درآمد، به فرصت، آموزش و اعتماد نیازمند اند. همین باور به یکی از انگیزه‌های اصلی او برای آغاز فعالیت اقتصادی تبدیل شد.

شروع کار با سرمایه زیاد و امکانات گسترده همراه نبود. سکینه فعالیت خود را با منابع محدود و با تکیه بر مهارت‌هایی که در اختیار داشت آغاز کرد. صنایع دستی و شیرینی‌پزی دو حوزه‌ای بودند که به آن‌ها علاقه داشت و می‌توانست از طریق آن‌ها توانایی خود را به محصول تبدیل کند. نخستین قدم‌ها کوچک بودند؛ تهیه مواد اولیه، آماده‌سازی محصولات، فکر کردن به کیفیت، پیدا کردن مشتری و تلاش برای معرفی کاری که هنوز نام و جایگاه مشخصی در بازار نداشت.

برای کسی که تازه وارد بازار می‌شود، تولید یک محصول تنها نیمی از راه است. محصول باید دیده شود، مشتری باید به کیفیت آن اعتماد کند و قیمت آن باید با توان خرید مردم سازگار باشد. سکینه از همان روزهای نخست با همین واقعیت‌ها روبه‌رو شد. محدودیت سرمایه، هزینه تهیه مواد اولیه و تجهیزات، دشواری دسترسی به بازار مناسب، رقابت و پیدا کردن مشتریان جدید، بخشی از مشکلاتی بود که در مسیرش قرار گرفت.

او به‌جای اینکه این مشکلات را دلیل توقف بداند، تلاش کرد با همان امکاناتی که داشت راه خود را ادامه دهد. برای او، کارآفرینی از همان ابتدا بیشتر از داشتن سرمایه، به تصمیم برای شروع کردن وابسته بود. هر تجربه تازه، شناخت او را از بازار بیشتر می‌کرد و هر مشتری، فرصتی

بود برای اینکه بفهمد مردم چه می‌خواهند و چگونه می‌توان محصولی بهتر ارائه کرد.

به تدریج، توجه او به کیفیت و تنوع بیشتر شد. سکینه می‌دانست در بازاری که مشتری انتخاب‌های مختلف دارد، تولید محصول به‌تنهایی کافی نیست. باید به سلیقه مشتری توجه کرد، کیفیت را حفظ کرد و در بسته‌بندی و شیوه عرضه نیز دقت داشت. همین نگاه باعث شد فعالیت او از یک تلاش ابتدایی برای درآمدزایی، به یک مسیر جدی‌تر برای ساختن کسب‌وکار تبدیل شود.

در میان این تجربه‌ها، یک موضوع برای سکینه اهمیت ویژه‌ای داشت: آینده زنان بامیان. او نمی‌خواست فعالیتش تنها به کسب درآمد شخصی ختم شود. یکی از هدف‌های اصلی او این بود که با توسعه کار، بتواند برای زنان و دختران دیگر نیز فرصت ایجاد کند؛ زنانی که شاید مهارتی داشته باشند، اما راهی برای تبدیل آن مهارت به درآمد پیدا نکرده باشند.

ایده ایجاد و توسعه «شیرینی‌پزی ماه بانو» نیز در همین مسیر معنا پیدا کرد؛ کسب‌وکاری که می‌تواند مهارت، تولید و درآمد را در کنار هم قرار دهد و در صورت رشد، زمینه همکاری زنان بیشتری را در بخش‌های تولید، بسته‌بندی، فروش و بازاریابی فراهم کند.

با این حال، رشد یک کسب‌وکار کوچک در محیطی با بازار محدود، نیازمند چیزهایی فراتر از انگیزه است. سرمایه بیشتر، تجهیزات مناسب، شناخت بازار، مدیریت هزینه‌ها، بازاریابی و توانایی برنامه‌ریزی، همه از نیازهایی بودند که سکینه در مسیر کار خود با آن‌ها روبه‌رو شد. او به تدریج دریافت که اگر هزینه‌ها، مواد اولیه، فروش و درآمد به‌درستی مدیریت نشوند، حتی یک کسب‌وکار با محصول خوب نیز ممکن است نتواند دوام بیاورد.

همین تجربه، نگاه او را به مدیریت کسب‌وکار جدی‌تر کرد. برای او، مدیریت تنها به معنای اداره یک محل کار نیست؛ مدیریت یعنی دانستن اینکه چه مقدار هزینه می‌شود، چه چیزی بیشتر فروش دارد، مشتری چه می‌خواهد و سرمایه باید در کدام بخش استفاده شود. او آموخت که پیش از هر سرمایه‌گذاری باید برنامه داشت، بخشی از درآمد را پس‌انداز کرد و برای تغییرات بازار آماده بود.

در مسیر توسعه، یکی از نیازهای مهم او دسترسی به آموزش

و حمایت بود. سکینه می‌دانست که برای رشد بیشتر، تنها تجربه عملی کافی نیست و باید مهارت‌های جدیدی در زمینه مدیریت مالی، قیمت‌گذاری، بازاریابی، بسته‌بندی و شناخت بازار بیاموزد. آشنایی با روش‌های جدید تولید و استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای معرفی محصولات نیز می‌توانست راه تازه‌ای برای ارتباط با مشتریان ایجاد کند.

در ادامه راه، حمایت موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) برای او به یک نقطه مهم تبدیل شد. خودش این حمایت را تنها کمک مالی نمی‌داند؛ آموزش و همراهی دریافت‌شده در مسیر راه‌اندازی فعالیت شیرینی‌پزی برایش یک تجربه ارزشمند بود. فرصتی که به او کمک کرد نگاهی به کسب‌وکار را منظم‌تر کند و با اعتماد بیشتری برای توسعه فعالیتش قدم بردارد.

برای سکینه، این حمایت یک پیام مهم نیز داشت: وقتی یک زن فرصت، آموزش و اعتماد دریافت کند، توانایی آن را دارد که از یک ایده کوچک، یک فعالیت اقتصادی بسازد. این نگاه برای او تنها یک باور شخصی نیست؛ بخشی از تصویری است که از آینده زنان بامیان در ذهن دارد.

او می‌خواهد «ماه بانو» را توسعه دهد، تولید را افزایش دهد، محصولات متنوع‌تری ارائه کند و بازارهای بیشتری پیدا کند. گسترش فعالیت به ولسوالی‌ها و ولایت‌های دیگر، استفاده بیشتر از بازاریابی آنلاین و ایجاد زمینه همکاری با زنان دارای مهارت، از جمله چشم‌اندازهایی است که می‌تواند این کسب‌وکار را از یک فعالیت محلی به یک مجموعه گسترده‌تر تبدیل کند.

البته مسیر پیش رو همچنان آسان نیست. قیمت مواد اولیه می‌تواند تغییر کند، قدرت خرید مشتریان ممکن است کاهش یابد و دسترسی به بازارهای بزرگ همچنان دشوار باشد. مدیریت هم‌زمان تولید، تأمین مواد اولیه، امور مالی، بازاریابی و فروش نیز برای یک کسب‌وکار در حال رشد، مسئولیت سنگینی است. سکینه این واقعیت‌ها را می‌شناسد و تلاش می‌کند با تنوع‌بخشی به محصولات، کنترل هزینه‌ها، استفاده درست از منابع و شناسایی بازارهای جدید، خطرهای پیش رو را کاهش دهد.

یکی از درس‌هایی که او از این مسیر گرفته، این است که کارآفرین نباید تنها به امروز فکر کند. باید برای روزی که بازار تغییر می‌کند،

قیمت‌ها بالا می‌رود یا یک برنامه مطابق انتظار پیش نمی‌رود نیز راهی داشته باشد، برنامه‌ریزی پیش از سرمایه‌گذاری، شناخت نیاز مشتری و آمادگی برای تغییر شرایط، بخشی از تجربه‌ای شده است که سکینه در مسیر کاری خود به دست آورده است.

اما در میان تمام این مسائل، یک اصل برای او همچنان ثابت مانده است: پشتکار. او باور دارد که برای شروع یک کسب‌وکار لازم نیست همه امکانات از همان روز نخست فراهم باشد. می‌توان با سرمایه کم شروع کرد، تجربه به دست آورد، اشتباه کرد، یاد گرفت و قدم‌به‌قدم پیش رفت، مهم این است که هدف روشن باشد و انسان در برابر دشواری‌های ابتدایی از حرکت باز نماند.

سکینه به زنان جوانی که می‌خواهند وارد عرصه کارآفرینی شوند نیز همین نگاه را توصیه می‌کند. از نظر او، نباید منتظر شرایط کاملاً ایده‌آل ماند، باید نیاز بازار را شناخت، به خواست مشتری گوش داد، کیفیت را جدی گرفت، درآمد و هزینه را ثبت کرد و برای معرفی محصولات از روش‌های ساده و کم‌هزینه، از جمله شبکه‌های اجتماعی، استفاده کرد. یادگیری نیز نباید متوقف شود؛ تجربه دیگران می‌تواند راهی را که یک کارآفرین تازه‌کار باید طی کند، کوتاه‌تر کند.

او امروز وقتی به مسیر طی‌شده نگاه می‌کند، شروع کار را کوچک می‌بیند، اما نتیجه‌ای که از آن گرفته برایش بزرگ است. خودش می‌گوید اگر دوباره به نقطه آغاز برگردد، قدم اول را با امید و اعتماد بیشتری برمی‌دارد؛ چون حالا می‌داند یک فرصت کوچک می‌تواند آغاز یک تغییر بزرگ باشد.

این شاید مهم‌ترین چیزی باشد که سکینه احمدی از مسیر کارآفرینی خود آموخته است. کارآفرینی همیشه با سرمایه بزرگ، دفتر مجهز یا بازار گسترده آغاز نمی‌شود. گاهی از یک مهارت شروع می‌شود؛ از تصمیمی ساده برای اینکه انسان روی توانایی خودش حساب کند و قدم اول را بردارد.

برای سکینه، «ماه بانو» فقط نام یک فعالیت شیرینی‌پزی نیست. این نام بخشی از مسیری است که او برای ساختن استقلال اقتصادی خودش آغاز کرده و می‌خواهد آن را به فرصتی برای زنان دیگر نیز تبدیل کند. هدف او این است که با رشد کسب‌وکار، زنان بیشتری بتوانند مهارت‌های خود را به درآمد تبدیل کنند و سهم فعال‌تری در اقتصاد خانواده و جامعه داشته باشند.

اگر دوباره شروع می‌کرد، خودش می‌گوید زودتر اقدام می‌کرد، بیشتر یاد می‌گرفت و از شکست‌ها کمتر می‌ترسید. این نگاه نشان می‌دهد که برای او موفقیت به معنای نداشتن مشکل نیست؛ موفقیت یعنی توانایی ادامه دادن در میان مشکلات و تبدیل هر تجربه به دانشی برای قدم بعدی.

داستان سکینه احمدی از سرمایه‌ای بزرگ آغاز نشد. از یک باور آغاز شد: اینکه یک زن می‌تواند با مهارت، اراده و فرصت مناسب، زندگی اقتصادی خودش را تغییر دهد. او قدم‌هایش را با امکانات محدود برداشت، با مشکلات بازار روبه‌رو شد، مدیریت و یادگیری را جدی گرفت و با حمایت و آموزش AELSO مسیر تازه‌ای برای توسعه فعالیتش پیدا کرد.

امروز هنوز راه «ماه بانو» به پایان نرسیده است. سکینه همچنان به فکر تولید بیشتر، بازارهای جدید و فرصت‌های کاری برای زنان دیگر است. شاید بزرگ‌ترین آرزوی او این باشد که روزی زنان بیشتری در بامیان، به جای اینکه تنها به دنبال یافتن فرصت باشند، خودشان فرصت بسازند.

و این همان تصویری است که داستان سکینه احمدی را از یک روایت ساده موفقیت جدا می‌کند: زنی که از یک قدم کوچک شروع کرد، برای ایستادن روی پای خود تلاش کرد و در مسیر رشد کسب‌وکارش، آینده‌ای را تصور کرد که در آن زنان دیگر نیز بتوانند کنار او بایستند و از توانایی‌های خود زندگی بسازند.



از نخستین مشتری تا رؤیای یک مرکز بزرگ چاپ و قرطاسیه

روح‌افزا کارش را با یک تصمیم ساده آغاز کرد: می‌خواست فعالیت اقتصادی خودش را بسازد؛ کاری که با سرمایه‌ای محدود شروع شود و بتواند در آینده آن را توسعه دهد. ایده او ایجاد مرکزی برای فوتوکاپی، طراحی دیجیتال و فروش قرطاسیه بود؛ فعالیتی که می‌توانست نیاز دانش‌آموزان، دانشجویان و مردم محل را پاسخ دهد.

او برای آغاز این مسیر ۲۲۰۰ دالر سرمایه ابتدایی در نظر گرفت. نخستین کار پیدا کردن مکان مناسب بود. سپس دکان را آماده کرد و وسایل و تجهیزات مورد نیاز را خریداری نمود. برای او هر وسیله‌ای که تهیه می‌شد، بخشی از سرمایه کسب‌وکار بود و باید با دقت انتخاب می‌شد. ماشین فوتوکاپی، پرنتر سیاه‌وسفید و رنگی، کمپیوتر، اسکنر، UPS، سیستم سولر، استابلایزر، دستگاه لمینیشن، صحافی و برش کاغذ، میز و چوکی و سایر وسایل، پایه‌های اولیه این مرکز را تشکیل دادند. ماه نخست بیشتر به آماده‌سازی گذشت. دکان آماده شد، تجهیزات در جای خود قرار گرفت و تلاش برای جلب مشتری آغاز شد؛ اما شروع کار مطابق انتظار پیش نرفت. رخصتی مکاتب باعث شده بود رفت‌وآمد مردم کمتر شود و تعداد مراجعین پایین باشد. در نتیجه، با وجود هزینه‌هایی که برای راه‌اندازی انجام شده بود، عاید قابل ملاحظه‌ای به دست نیامد.

برای یک کسب‌وکار تازه، چنین شروعی می‌توانست دلسردکننده باشد. روح‌افزا باید هزینه‌های جاری را مدیریت می‌کرد، در حالی که هنوز درآمد ثابتی وجود نداشت. با این حال، او تصمیم گرفت کار را ادامه دهد و منتظر بماند تا مردم با خدمات مرکز آشنا شوند.

ماه دوم، فعالیت عملی مرکز آغاز شد. خدمات فوتوکاپی، پرنت، اسکن، طراحی دیجیتال و فروش قرطاسیه در اختیار مشتریان قرار گرفت. با این حال، مشکل دیگری نیز وجود داشت: برق. کمبود برق و بلند بودن هزینه آن بر فعالیت مرکز تأثیر می‌گذاشت. تعداد مشتریان نیز هنوز کم بود و در پایان این ماه، عاید حدود ۱۲۰۰ افغانی به دست آمد.

این درآمد شاید رقم بزرگی نبود، اما برای روح‌افزا اهمیت دیگری داشت. نخستین درآمد واقعی کسب‌وکارش به دست آمده بود و این نشان می‌داد که مردم برای دریافت خدمات به مرکز مراجعه می‌کنند. او حالا باید یاد می‌گرفت چگونه همین فعالیت کوچک را حفظ و به

تدریج بزرگ‌تر کند.

ماه سوم، وضعیت تغییر کرد. شناخت مردم از مرکز بیشتر شد، تعداد مشتریان افزایش یافت و شماری از آنان به مشتریان ثابت تبدیل شدند. عاید نیز نسبت به ماه‌های نخست بهتر شد. برای روح‌افزا، این تغییر نتیجه یک جهش ناگهانی نبود؛ حاصل ادامه دادن در روزهایی بود که مشتری کم بود و درآمد پایین.

در همین مسیر، آموزش‌های کارآفرینی و حمایت‌های موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) به او کمک کرد نگاه منظم‌تری به کسب‌وکار داشته باشد. او دریافت که کارآفرینی تنها خرید تجهیزات و ارائه خدمات نیست؛ مدیریت هزینه‌ها، شناخت مشتری، برنامه‌ریزی، استفاده درست از منابع و فکر کردن به توسعه آینده نیز بخش مهمی از اداره یک کسب‌وکار است.

این آموخته‌ها در تصمیم‌های روزمره او نیز اثر گذاشت. زمانی که درآمد بهتر شد، روح‌افزا همه آن را صرف نیازهای فوری نکرد. ابتدا کرایه دکان را تکمیل کرد، مواد مصرفی و وسایل مورد نیاز مرکز را خرید، حقوق نگهبان منطقه را پرداخت و در کنار این مصارف، ۳۰۰۰ افغانی را برای توسعه آینده پس‌انداز نمود.

برای او، این پس‌انداز فقط کنار گذاشتن مقداری پول نبود؛ تمرینی برای مدیریت مالی و نگاه کردن به آینده بود. روح‌افزا فهمیده بود که اگر تمام درآمد صرف هزینه‌های روزمره شود، فرصتی برای توسعه باقی نمی‌ماند. به همین دلیل، تلاش کرد میان هزینه‌های جاری و نیازهای آینده تعادل ایجاد کند.

تجربه سه ماه نخست همچنین به او نشان داد که مشتری قلب یک کسب‌وکار است. افزایش مشتریان ثابت برایش اهمیت زیادی داشت، زیرا نشان می‌داد کیفیت خدمات و برخورد مناسب می‌تواند مردم را دوباره به مرکز بازگرداند. او در کنار حفظ کیفیت، به فکر افزایش خدمات و معرفی بیشتر مرکز نیز افتاد.

با وجود این پیشرفت، مشکلات همچنان ادامه دارند. رقابت در بازار، هزینه برق، تأمین مواد مصرفی و نیاز به جذب مشتریان بیشتر از چالش‌هایی هستند که روح‌افزا باید برای آن‌ها راه‌حل پیدا کند. او تلاش دارد با مدیریت هزینه‌ها، استفاده مؤثر از تجهیزات، بهبود کیفیت و افزایش تبلیغات، این مشکلات را کنترل کند.

هدف او نیز فراتر از وضعیت فعلی مرکز است. روح افزا می‌خواهد این فعالیت کوچک را به یک مرکز بزرگ‌تر تبدیل کند؛ مرکزی که در کنار فوتوکاپی و طراحی دیجیتال، انواع کتاب، کتابچه و قرطاسیه را نیز به صورت عمده و پرچون عرضه کند. برای رسیدن به این هدف، افزایش خدمات، تبلیغات بیشتر، جذب مشتریان جدید و مدیریت دقیق‌تر منابع را در برنامه دارد.

آموزش‌های AELSO در این مرحله برای او تنها یک تجربه آموزشی باقی نمانده است. روح افزا تلاش می‌کند آموخته‌های خود را در عمل به کار بگیرد؛ از برنامه‌ریزی برای توسعه گرفته تا مدیریت درآمد و شناخت بهتر نیاز بازار. برای او، آموزش زمانی معنا پیدا می‌کند که در تصمیم‌های واقعی یک کارآفرین دیده شود؛ در اینکه چه چیزی خریداری شود، درآمد چگونه مصرف گردد و چه مقدار برای آینده کنار گذاشته شود.

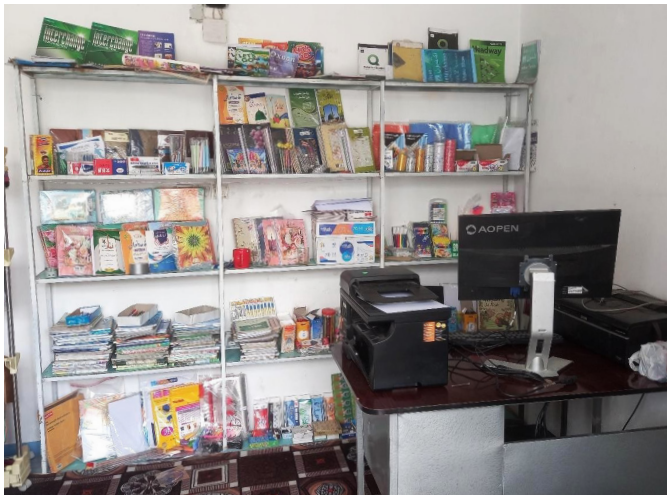
داستان سه ماه نخست این مرکز، داستان موفقیتی نیست که یک‌شبه اتفاق افتاده باشد. این داستان از یک دکان آماده‌نشده آغاز شد، از روزهایی گذشت که مشتری چندانی وجود نداشت، با مشکل برق و هزینه‌های آن روبه‌رو شد و در ماه دوم تنها ۱۲۰۰ افغانی عاید داشت. با این حال، روح افزا ادامه داد تا در ماه سوم شاهد افزایش مشتریان و شکل‌گیری مشتریان ثابت باشد.

یکی از مهم‌ترین درس‌هایی که او از این مسیر گرفته این است که شروع کوچک نباید انسان را از فکر کردن به آینده بزرگ بازدارد. او کارش را با سرمایه محدود آغاز کرد، اما از همان ابتدا تلاش داشت آن را به فعالیتی تبدیل کند که قابلیت رشد داشته باشد.

امروز هنوز راه زیادی تا رسیدن به هدف او باقی مانده است. با این حال، روح افزا دیگر تنها صاحب یک دکان کوچک نیست؛ او تجربه سه ماه نخست، شناخت اولیه بازار، مشتریان ثابت، تجهیزات کاری و مهم‌تر از همه، نگاه تازه‌ای به مدیریت کسب‌وکار به دست آورده است.

مسیر او از یک تصمیم کوچک آغاز شد: ایجاد مرکزی برای فوتوکاپی، طراحی دیجیتال و فروش قرطاسیه. حالا همان تصمیم، به رؤیای ساختن یک مرکز بزرگ‌تر تبدیل شده است. او می‌داند که رسیدن به آن هدف به زمان، سرمایه‌گذاری، یادگیری و مدیریت درست نیاز دارد؛ اما سه ماه نخست به او نشان داده است که رشد یک کسب‌وکار می‌تواند از قدم‌های کوچک آغاز شود.

برای روح‌افزا، هر مشتری جدید، هر درآمدی که با دقت مدیریت می‌شود و هر مهارتی که می‌آموزد، بخشی از همان آینده است. او هنوز در آغاز راه قرار دارد، اما توانسته است نخستین قدم را بردارد و ثابت کند که یک کسب‌وکار کوچک، اگر با صبر، یادگیری و مدیریت همراه شود، می‌تواند پایه‌ای برای یک رؤیای بزرگ‌تر باشد.



وقتی یک دکان، پاسخ یک زن به تردیدها شد

برای مدینه اعظمی، باز کردن دروازه یک دکان، فقط آغاز یک کسبوکار نبود؛ آغاز ایستادن در برابر تردیدهایی بود که سال‌ها به زنان گفته شده است. او می‌خواست کار کند، تجارت را تجربه کند و روی توانایی‌های خودش حساب کند. می‌دانست راهی که انتخاب کرده آسان نیست، با این حال تصمیم گرفته بود نخستین قدم را بردارد. نخستین قدم، پیدا کردن یک مکان مناسب بود؛ کاری که برخلاف تصور ساده به نظر می‌رسید. مدینه مدت زیادی به دنبال جایی گشت که بتواند کسبوکارش را در آن راه‌اندازی کند. هر مکان باید از چند جهت مناسب می‌بود؛ از موقعیت تجاری گرفته تا امکان فعالیت و شرایطی که بتواند در آن با خیال نسبتاً آسوده کارش را آغاز کند. سرانجام، پس از جست‌وجوی فراوان، مکانی پیدا کرد و قرارداد بست. از آن روز، دکان دیگر فقط یک فضای خالی نبود. باید به یک کسبوکار تبدیل می‌شد. مدینه تجهیزات و وسایل مورد نیاز را فراهم کرد، محصولات را خریداری و بسته‌بندی نمود و فعالیتش را آغاز کرد. برای معرفی محصولات و پیدا کردن مشتری نیز به تبلیغات روی آورد. او می‌دانست که در بازار، محصول خوب زمانی می‌تواند جای خود را پیدا کند که مردم آن را بشناسند و فروشنده بتواند اعتماد مشتری را به دست آورد.

با شروع کار، بخش دیگری از واقعیت خودش را نشان داد؛ واقعیتی که برای بسیاری از زنان کارآفرین در افغانستان ناآشنا نیست. مدینه در روند راه‌اندازی و ادامه فعالیتش با محدودیت‌های جنسیتی روبه‌رو شد. گرفتن اجازه فعالیت و پیشبرد امور تجاری برایش آسان نبود. در کنار مشکلات اداری و کاری، از بعضی افراد نیز حرف‌هایی شنید که بیش از هر مانع دیگری می‌توانست یک زن را از ادامه مسیر منصرف کند.

به او گفته می‌شد چون زن است، بهتر است در خانه بماند. این حرف‌ها برای مدینه شاید می‌توانست دلیلی برای عقب‌نشینی باشد، اما او تصمیم دیگری گرفته بود. نمی‌خواست توانایی خودش را با قضاوت دیگران اندازه بگیرد. پاسخ او به این نگاه، ادامه کار بود؛ باز نگه داشتن دکان، تلاش برای جذب مشتری و ساختن کسبوکاری که قرار بود نتیجه انتخاب خودش باشد.

در همین مسیر، حمایت موسسه AELSO برای او به فرصتی تبدیل شد تا این تصمیم را با دانش و آمادگی بیشتری دنبال کند. آموزش‌های

کارآفرینی به مدینه کمک کرد نگاهش به تجارت از یک فعالیت روزمره فراتر برود و با موضوعاتی مانند بازار، مدیریت و شیوه پیشبرد یک کسبوکار آشنایی عملی‌تری پیدا کند. حمایت مالی نیز امکان داد تا برای راه‌اندازی و تجهیز کسبوکار و تهیه محصولات اقدام کند. آنچه برای مدینه اهمیت داشت، فقط دریافت حمایت نبود؛ فرصتی بود که به او امکان داد آموخته‌هایش را در میدان واقعی کار امتحان کند. خودش این دوره را فرصتی برای یادگیری راه تجارت و کسب تجربه می‌داند؛ تجربه‌ای که به گفته او برای رهبری و پیشبرد یک تجارت موفق، ارزش بزرگی دارد.

او خیلی زود فهمید که داشتن یک دکان با اداره کردن یک کسبوکار تفاوت دارد. در تجارت، هر تصمیم اهمیت دارد؛ از انتخاب مکان و محصول گرفته تا نحوه معرفی کالا، ارتباط با مشتری و مدیریت امور روزانه. هر تجربه، چه موفقیت باشد و چه یک مشکل، چیزی به دانش او اضافه می‌کرد.

در شرایطی که فرصت‌های اقتصادی برای زنان محدود شده بود، مدینه توانست کسبوکاری کوچک اما فعال راه‌اندازی کند. برای او همین موضوع یک موفقیت مهم بود؛ با این حال، دستاوردی که بیشتر از همه برایش معنا داشت، تنها به خودش مربوط نمی‌شد. او یک نفر دیگر را نیز برای پیشبرد امور به کار گرفت. یک کسبوکار کوچک، به این ترتیب برای یک نفر دیگر نیز به فرصت کار تبدیل شد. مدینه این اتفاق را بخشی از مسئولیت خود در برابر جامعه می‌دانست. هدفش این نبود که فقط درآمدی برای خودش ایجاد کند؛ می‌خواست کسبوکارش، هرچند در اندازه‌ای کوچک، بتواند برای فرد دیگری نیز زمینه کار فراهم کند.

این نگاه، مسیر آینده او را نیز شکل داده است. با این حال، مشکلات یکی پس از دیگری ادامه داشتند. یکی از دشوارترین تجربه‌های او به بخش تبلیغات مربوط می‌شد. مدینه برای معرفی محصولات و ارتباط با مشتریان از فیس‌بوک استفاده می‌کرد. در فضای مجازی، صفحه‌ای که برای تبلیغات و معرفی کارش ساخته بود، به یکی از ابزارهای مهم کسبوکارش تبدیل شده بود. اما محدودیت‌های بانکی موجود در افغانستان باعث شد صفحه او دو بار هنگام اجرای تبلیغات از بین برود. برای کسی که تازه در حال ساختن بازار خود است، از دست دادن یک ابزار تبلیغاتی فقط یک مشکل فنی نیست؛ بخشی از زحمتی

است که باید دوباره از ابتدا ساخته شود. مدینه نیز مجبور شد دوباره شروع کند.

او به جای متوقف شدن، تصمیم گرفت صفحه‌اش را دوباره بسازد و فعالیت تبلیغاتی خود را ادامه دهد. این تجربه به او نشان داد که در مسیر کارآفرینی، همه چیز قابل پیش‌بینی نیست. برنامه‌ای که امروز برای رشد کسبوکار دارد، ممکن است فردا با یک مانع تازه‌ای روبه‌رو شود. آنچه اهمیت دارد، توانایی پیدا کردن راه بعدی است.

سه ماه فعالیت برای مدینه تنها سه ماه کار نبود؛ دوره‌ای بود که در آن از نزدیک با واقعیت تجارت روبه‌رو شد. او بازار را شناخت، با شیوه مدیریت آشنا شد، تجربه به دست آورد و فهمید که رشد یک کسبوکار، هم به تلاش و سرمایه نیاز دارد و هم به یادگیری مستمر. آموزش‌های کارآفرینی AELSO در این میان برای او فقط مجموعه‌ای از مطالب آموزشی نبود. آن آموزش‌ها کمک کرد تجربه‌های روزانه‌اش را با نگاه حرفه‌ای ببیند و بداند برای ادامه مسیر باید همزمان با کسبوکار، دانش و مهارت‌های خودش را نیز رشد دهد. حالا او می‌داند که هر اندازه کسبوکار بزرگ‌تر شود، مسئولیت مدیریت آن نیز بیشتر خواهد شد.

مدینه هنوز در ابتدای راه است. کسبوکارش در مقایسه با آنچه برای آینده تصور می‌کند، کوچک است؛ اما همین شروع کوچک برای او ارزش زیادی دارد. او می‌خواهد با استفاده از تجربه‌هایی که در این مدت به دست آورده، فعالیتش را گسترش دهد و برای پیشبرد بهتر امور از نیروی کاری متخصص بیشتری استفاده کند. هدفش این است که ظرفیت و مهارت‌های خودش را ارتقا دهد و در کنار آن، برای افراد بیشتری زمینه کار و رشد مهارت فراهم شود.

نگاه او به کارآفرینی، فقط رسیدن به درآمد بیشتر نیست. مدینه می‌خواهد کسبوکارش به وسیله‌ای برای بهبود زندگی خودش و کمک به دیگران تبدیل شود؛ حتی اگر این کمک در آغاز کوچک باشد.

شاید هنوز راه زیادی تا رسیدن به آن تصویری که از آینده در ذهن دارد باقی مانده باشد. شاید محدودیت‌ها، مشکلات اقتصادی، موانع اداری و دشواری‌های فعالیت زنان همچنان در مسیرش قرار بگیرند. با این حال، مدینه یک تجربه مهم را پشت سر گذاشته است: او منتظر نماند تا شرایط کاملاً مناسب شود. در همان شرایط دشوار، مکانی پیدا کرد، دکانش را راه انداخت، محصول خرید، آن را بسته‌بندی کرد، تبلیغ

کرد، با مشتری روبه‌رو شد، با مانع جنگید و برای یک نفر دیگر نیز فرصت کاری فراهم نمود.

دکان او شاید از بیرون فقط یک محل تجاری کوچک به نظر برسد، اما برای مدینه معنای بزرگ‌تری دارد. پشت آن، ساعت‌ها جست‌وجو، تصمیم‌گیری، یادگیری و ایستادگی قرار گرفته است. پشت آن، زنی ایستاده که شنید «در خانه بمان»، اما تصمیم گرفت دروازه دکانش را باز نگه دارد. او اکنون بیش از هر زمان دیگری می‌داند که کارآفرینی با یک سرمایه آغاز نمی‌شود؛ با یک تصمیم آغاز می‌شود. تصمیمی برای اعتماد به توانایی‌های خود، پذیرفتن مسئولیت و ادامه دادن حتی زمانی که راه آسان نیست.

مدینه راهش را با یک کسبوکار کوچک آغاز کرده است، اما رؤیایش به اندازه همان دکان محدود نیست. او می‌خواهد رشد کند، افراد متخصص بیشتری را با خود همراه سازد و کسبوکارش را به فرصتی برای خودش و دیگران تبدیل کند. شاید بزرگ‌ترین دستاورد این سه ماه برای مدینه، تنها راه‌اندازی یک کسبوکار نباشد؛ این باشد که در میان محدودیت‌ها، صدای خودش را شنید، به توانایی‌هایش اعتماد کرد و نشان داد که یک زن می‌تواند از یک فضای کوچک، راهی برای ساختن آینده‌ای بزرگ‌تر باز کند.



از نخ و مهره تا ساختن فرصت برای هشت زن

معصومه خاوری کارش را از جایی آغاز کرد که برای بسیاری تنها مجموعه‌ای از هنرهای دستی به نظر می‌رسد؛ هویه‌کاری، خیاطی، کیف‌دوزی، روبان‌دوزی و مهره‌دوزی. برای او اما هر کدام از این هنرها می‌توانست راهی برای ساختن یک کسب‌وکار باشد؛ کسب‌وکاری که هم هنر زنان را به بازار برساند و هم برای خود آنان فرصتی برای درآمد و استقلال ایجاد کند.

در بلخ، جایی که او تصمیم گرفت این مسیر را دنبال کند، نخستین مسئله انتخاب محصول بود. بازار پر از کالاهای گوناگون بود و معصومه نمی‌خواست فقط چیزی تولید کند که خودش دوست دارد؛ می‌خواست بداند مردم چه می‌خواهند، چه محصولی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد و برای چه نوع کارهای دستی حاضرند هزینه کنند. به همین دلیل، پیش از شروع کار، محصولات موجود در بازار را دید، قیمت‌ها را بررسی کرد و درباره مواد اولیه و هزینه تولید پرس‌وجو نمود.

این مرحله برای او ساده نبود. سرمایه محدود بود و باید با دقت تقسیم می‌شد. تهیه مواد اولیه نیز همیشه آسان نبود و پیدا کردن افرادی که مهارت کافی برای همکاری در بخش‌های مختلف کار داشته باشند، یکی دیگر از دغدغه‌هایش بود. با این حال، همین محدودیت‌ها باعث شد معصومه از همان آغاز با دقت بیشتری تصمیم بگیرد.

ماه نخست بیشتر به آماده شدن برای شروع گذشت؛ قیمت گرفتن مواد اولیه، انتخاب محصول مناسب، بررسی بازار و تعیین نرخ فروش. در کنار این کارها، او برای گرفتن جواز نیز در رفت‌وآمد بود و تلاش می‌کرد مراحل قانونی آغاز فعالیتش را تکمیل کند. برای معرفی کار نیز از تبلیغات دهان‌به‌دهان کمک گرفت. خبر کسب‌وکار جدید از طریق مردم به دیگران می‌رسید و نخستین ارتباط‌ها با مشتریان از همین راه شکل گرفت.

برای معصومه، این دوره بیشتر از آن‌که زمان فروش باشد، زمان شناختن بازار بود. او می‌خواست قبل از آن‌که سرمایه‌اش را در یک مسیر مشخص هزینه کند، بداند چه چیزی ارزش تولید دارد. همین نگاه باعث شد میان علاقه به هنر و واقعیت تجارت ارتباط برقرار کند. آموزش‌های کارآفرینی موسسه AELSO نیز در همین مرحله برای او اهمیت پیدا کرد. آنچه پیش از آن شاید تنها یک علاقه و مهارت

دستی بود، کم‌کم با مفاهیمی مانند شناخت بازار، برنامه‌ریزی، قیمت‌گذاری، مدیریت سرمایه و توجه به نیاز مشتری پیوند خورد. معصومه دریافت که تبدیل یک مهارت به تجارت، تنها با خوب تولید کردن ممکن نیست؛ باید برای مواد اولیه، هزینه‌ها، مشتری، قیمت و آینده کسبوکار نیز فکر داشت.

در ماه دوم، مرحله فکر کردن جای خود را به مرحله اجرا داد. مواد اولیه تهیه شد، جواز فعالیت گرفته شد و کار رسماً آغاز گردید. محصولات یکی پس از دیگری آماده شدند و معصومه تلاش کرد آن‌ها را به شکلی منظم در اختیار مشتری قرار دهد. تنظیم محصولات و پیدا کردن مشتری، تجربه تازه‌ای بود. حالا دیگر بازار فقط چیزی نبود که از دور دیده شود؛ مشتری واقعی روبه‌روی او قرار داشت و نظر او می‌توانست درباره ادامه یک محصول یا تغییر آن تصمیم‌ساز باشد. یکی از فرصت‌هایی که در این مرحله خودش را نشان داد، سفارش‌های ویژه بود. برخی مشتریان محصولاتی مطابق سلیقه و خواست خود می‌خواستند. این سفارش‌ها برای معصومه فقط فروش بیشتر نبود؛ فرصتی بود تا نشان دهد صنایع دستی می‌تواند انعطاف‌پذیر باشد و محصول را با نیاز مشتری هماهنگ کند.

در همین روند، یک اتفاق مهم دیگر نیز شکل گرفت. تعداد زنانی که در این تجارت فعالیت می‌کردند به هشت نفر رسید. هشت زن در کنار هم کار می‌کردند؛ زنانی که درآمد حاصل از این فعالیت برای هر کدام‌شان بخشی از هزینه‌های خانواده را تأمین می‌کرد. به این ترتیب، کسبوکاری که با هدف ایجاد یک فعالیت اقتصادی آغاز شده بود، کم‌کم به فضایی برای اشتغال زنان نیز تبدیل شد.

برای معصومه، این بخش از مسیر معنای ویژه‌ای داشت. او نمی‌خواست کارش فقط به خودش محدود بماند. باور داشت اگر یک فرصت اقتصادی بتواند زن دیگری را نیز وارد عرصه کار کند و بخشی از هزینه‌های خانواده‌اش را تأمین نماید، ارزش آن چند برابر می‌شود.

همین نگاه سبب شده است که توسعه کسبوکار برای او فقط به معنای تولید بیشتر نباشد. او می‌خواهد زنان بیشتری را جذب کند و زمینه آموزش و کار را برای آنان فراهم سازد.

ماه سوم، کسبوکار معصومه وارد مرحله تازه‌ای شد. محصولاتش به نمایشگاه‌های محلی راه پیدا کردند و فرصتی فراهم شد تا کارهایی که تا آن زمان بیشتر از طریق سفارش و معرفی میان مردم شناخته

می‌شدند، در برابر مشتریان بیشتری قرار بگیرند.

نمایشگاه برای او تنها یک محل فروش نبود، فرصتی بود برای دیدن واکنش مردم، شنیدن نظر مشتریان، شناخت سلیقه‌ها و پیدا کردن راه‌های تازه برای معرفی محصولات. مشتریان می‌توانستند محصولات را از نزدیک ببینند و کیفیت و ظرافت کارهای دستی را لمس کنند.

همزمان، سفارش‌های بیشتری نیز پذیرفته شد. این سفارش‌ها نشان می‌داد که محصولات دست‌ساز، زمانی که با کیفیت و سلیقه مشتری همراه شوند، می‌توانند جای خود را در بازار پیدا کنند.

البته مسیر رشد همچنان با چالش همراه بود. کمبود مواد اولیه یکی از مشکلات همیشگی بود و سرمایه محدود نیز باعث می‌شد معصومه نتواند هر تصمیمی را بدون محاسبه عملی کند. او مجبور بود سرمایه را میان خرید مواد، تولید و سایر نیازهای کسب‌وکار تقسیم کند. از سوی دیگر، پیدا کردن افراد مسلکی برای انجام کارهای دستی نیز آسان نبود.

این دشواری‌ها به او یک درس مهم داد: رشد تجارت فقط به داشتن ایده وابسته نیست؛ نیروی انسانی، مواد اولیه و مدیریت سرمایه نیز باید همزمان در نظر گرفته شوند.

او حالا می‌داند که برای بزرگ‌تر شدن کسب‌وکارش باید افراد بیشتری را آموزش دهد و نیروی کاری ماهر بسازد. به همین دلیل، برنامه آینده‌اش تنها افزایش فروش نیست؛ جذب افراد بیشتر برای کار و کارآموزی نیز بخشی از برنامه اوست.

در میان همه این تجربه‌ها، آموزش‌های کارآفرینی AELSO برای معصومه کمک کرد تا به فعالیت خود با نگاه یک صاحب کسب‌وکار فکر کند. او آموخت که هر محصول باید جای خود را در بازار پیدا کند، هر هزینه باید سنجیده شود و هر فرصت باید با برنامه دنبال گردد. حمایت AELSO نیز امکان داد که ایده او از مرحله تصمیم و برنامه‌ریزی به مرحله راه‌اندازی و فعالیت واقعی برسد.

حالا وقتی به مسیر طی‌شده نگاه می‌کند، می‌بیند که تجارتش دیگر همان نقطه آغاز نیست. از انتخاب محصول و قیمت‌گیری مواد اولیه به تولید رسیده، از تولید به مشتری و سفارش رسیده و از یک فعالیت شخصی به کسب‌وکاری تبدیل شده که هشت زن در آن کار می‌کنند.

برای معصومه، این عدد فقط «هشت نفر» نیست. پشت هر نفر،

یک خانواده قرار دارد؛ خانواده‌ای که درآمد این زنان می‌تواند بخشی از نیازهای آن را تأمین کند. پشت هر زن، مهارتی قرار دارد که می‌تواند با آموزش و تجربه بیشتر رشد کند. و پشت هر محصول دست‌ساز، ساعتی از کار و هنری قرار دارد که می‌تواند به درآمد تبدیل شود. او اکنون به آینده‌ای فکر می‌کند که در آن تعداد زنان بیشتری در این مسیر قرار بگیرند. می‌خواهد تجارتش را توسعه دهد، افراد بیشتری را برای کار و کارآموزی جذب کند و ظرفیت تولید و فروش را افزایش دهد. برای او، توسعه زمانی معنا پیدا می‌کند که همراه با آن، فرصت‌های بیشتری نیز ساخته شود.

مسیر معصومه از یک تصمیم ساده شروع شد: تبدیل مهارت‌های دستی به یک فعالیت اقتصادی. بعد، بازار را دید، قیمت‌ها را سنجید، برای گرفتن جواز رفت‌وآمد کرد، مواد اولیه تهیه کرد، کار را آغاز نمود، مشتری پیدا کرد و محصولاتش را به نمایشگاه‌ها رساند. در این میان، محدودیت سرمایه، کمبود مواد اولیه و دشواری پیدا کردن نیروی مسلکی، هر کدام بخشی از واقعیت تجارت بودند؛ واقعیت‌هایی که او به جای فرار از آن‌ها، تلاش کرد راه مدیریت‌شان را پیدا کند. امروز هنوز راه زیادی تا هدف‌های بزرگ‌ترش باقی مانده است، اما آنچه ساخته شده، تنها مجموعه‌ای از کیف‌ها، کارهای روبانی، مهره‌دوزی‌ها و دیگر صنایع دستی نیست. او یک فرصت ساخته است.



فرصتی برای خودش، برای هشت زن دیگر و برای زنانی که ممکن است در آینده به این مسیر بپیوندند. معصومه خاوری نشان داده است که یک هنر دستی، وقتی با شناخت بازار، یادگیری و اراده همراه شود، می‌تواند از گوشه یک کارگاه کوچک فراتر برود و به راهی برای ساختن درآمد و فرصت برای دیگران تبدیل شود.



طرحی که با چرخش شش دستگاه پشم‌ریسی عملی شد

حکیمه محمدی، محصل دانشکده اقتصاد دانشگاه خوارزمی، کارش را با سرمایه‌ای آغاز کرد که در نگاه نخست چندان بزرگ به نظر نمی‌رسید؛ ۱۹۷ دالر. با همین مبلغ قرار بود ایده‌ای که در ذهن داشت، شکل یک فعالیت واقعی به خود بگیرد؛ تولید نخ از پشم خام در شرکت صنایع دستی «ماهور». برای حکیمه، این تصمیم فرصتی بود تا آنچه را در دانشگاه درباره اقتصاد و تجارت می‌آموخت، در میدان واقعی تجربه کند. او خیلی زود فهمید که میان داشتن یک ایده و ساختن یک کسب‌وکار فاصله زیادی وجود دارد؛ فاصله‌ای که باید با تصمیم‌های دقیق و کار روزانه طی شود.

نخستین مرحله، فراهم کردن امکانات بود. پشم خام خریداری شد و برای تأمین برق مورد نیاز کارگاه، یک سیستم سولری تهیه و نصب گردید. این سیستم شامل پنل‌های سولری، بطری‌های ذخیره برق، انورتر و پایه‌ای بود که برای نصب تجهیزات ساخته شد. در کنار آن، شش دستگاه پشم‌ریسی نیز خریداری شد. آماده‌سازی این مجموعه حدود دو تا دو و نیم ماه زمان گرفت. حکیمه همزمان مراحل اداری را نیز دنبال کرد تا سرانجام جواز تجارتي را از شهرداری دریافت کرد و ماهور رسماً وارد مرحله فعالیت شد.

اما داشتن دستگاه، پایان آماده‌سازی نبود. برای تولید، نیروی کار لازم بود. حکیمه اطلاعیه جذب شاگرد منتشر کرد و شش نفر جذب شدند. چون آنان در آغاز تجربه کافی نداشتند، پیش از شروع تولید برایشان آموزش عملی برگزار شد. سپس کار با دستگاه‌ها آغاز شد.

تفاوت میان مهارت یک کارگر باتجربه و یک فرد تازه‌کار خیلی زود خود را نشان داد. در شرایط معیاری، یک شاگرد ماهر می‌تواند روزانه تا دو کیلوگرام پشم را به تار تبدیل کند؛ اما شاگردان ماهور در آغاز حدود یک کیلوگرام را در دو و نیم روز تولید می‌کردند. سرعت کار به تدریج بهتر شد و همین روند برای حکیمه نشان داد که آموزش، زمانی ارزش واقعی خود را نشان می‌دهد که به کار عملی پیوند بخورد.

تولید شرکت از ۲۰ مارچ ۲۰۲۶ آغاز شد. پشم خام حدود ۲۰ افغانی در هر کیلوگرام خریداری می‌شد و محصول پروسس‌شده تا ۲۶۰ افغانی در هر کیلوگرام به فروش می‌رسید. در مجموع حدود ۲۵۰ کیلوگرام پشم خریداری شد که نزدیک به ۵۱ کیلوگرام آن تا زمان تهیه گزارش به فروش رسیده بود و مقدار باقی‌مانده در روند تولید قرار داشت.

اما فاصله میان قیمت خرید و قیمت فروش، به معنای سود خالص نبود. هزینه انتقال، مزد شاگردان و هزینه کارمند بخش حمل‌ونقل نیز باید پرداخت می‌شد. پس از محاسبه این هزینه‌ها، سود خالص به‌طور متوسط بین ۱۰ تا ۱۸ افغانی در هر کیلوگرام به دست آمد. برای حکیمه، این محاسبه‌ها فقط بخشی از حسابداری شرکت نبود؛ تجربه‌ای عملی بود که به او نشان می‌داد درآمد یک کسب‌وکار را باید پس از دیدن تمام هزینه‌ها سنجید.

آموزش‌های کارآفرینی موسسه AELSO نیز در همین مرحله به او کمک کرد تا فعالیتش را منظم‌تر ببیند. مفاهیمی مانند برنامه‌ریزی، مدیریت منابع، شناخت بازار، هزینه‌سنجی و بازاریابی، در کارگاه برای او از موضوعات آموزشی به مسئله‌های واقعی تبدیل شدند. حمایت مالی این موسسه نیز امکان داد که ایده اولیه او به تجهیزات و یک فعالیت تولیدی واقعی تبدیل شود.

با آغاز تولید، مسئله دیگری خود را نشان داد: فروش. ماهر هنوز ارتباط گسترده‌ای با بازارهای بزرگ و مشتریان مستقیم نداشت. حکیمه می‌دانست که محصول امکان فروش با قیمت بالاتر، حتی تا حدود ۳۵۰ افغانی در هر کیلوگرام را دارد، اما نبود شبکه مناسب بازاریابی اجازه نمی‌داد چنین قیمتی به شکل دوامدار محقق شود.

در کنار بازار، تجهیزات نیز محدود بود. شش دستگاه نمی‌توانستند تمام ظرفیت موجود را پوشش دهند و میزان تولید به تعداد و مهارت شاگردان نیز وابسته بود. از همین رو، حکیمه به تدریج به یک واقعیت مهم رسید: برای رشد ماهر، تنها افزایش تولید کافی نیست؛ بازار فروش، تجهیزات و نیروی ماهر باید همزمان رشد کنند.

این تجربه، نگاه او را به آینده شکل داده است. حکیمه می‌خواهد ماشین‌آلات بیشتری فراهم کند، ظرفیت تولید را بالا ببرد و افراد بیشتری را برای کار و آموزش جذب کند. او همچنین به آموزش بیشتر در زمینه مدیریت و بازاریابی نیاز می‌بیند تا بتواند محصول را از کارگاه به بازارهای بزرگ‌تر برساند.

در این میان، شش شاگردی که در ماهر مشغول فعالیت‌اند، بخشی از معنای اصلی این کسب‌وکار را شکل می‌دهند. آنان مهارتی می‌آموزند که می‌تواند به درآمد تبدیل شود و بخشی از هزینه‌های زندگی‌شان را تأمین کند. برای حکیمه، گسترش ماهر زمانی ارزشمندتر خواهد بود که همراه با آن، فرصت کار برای زنان بیشتری ایجاد شود. مسیر

حکیمه هنوز در آغاز راه است. با این حال، در همین مدت کوتاه، یک ایده به کارگاه تبدیل شده، شش دستگاه وارد چرخه تولید شده، شش نفر آموزش دیده‌اند و نخستین محصولات به بازار راه یافته‌اند.

او در این مسیر اقتصاد را دیگر فقط در کتاب‌های دانشگاهی ندیده است. اقتصاد برایش در قیمت پشم، هزینه انتقال، مزد شاگرد، ظرفیت دستگاه، قیمت فروش و دشواری پیدا کردن مشتری معنا پیدا کرده است. ماهور هنوز یک کارگاه کوچک است، اما چرخ‌هایش به حرکت افتاده‌اند؛ و برای حکیمه، همین حرکت نخستین نشانه‌ای است که می‌گوید یک ایده، اگر با یادگیری و کار همراه شود، می‌تواند کم‌کم جای خود را در دنیای واقعی پیدا کند.



شیرینی طلایی؛ از یک رؤیای شیرین تا یک کارگاه واقعی

برای فرحین رحمانی، شیرینی‌پزی تنها هنر آماده کردن یک محصول خوش طعم نبود؛ راهی بود برای ساختن یک درآمد مستقل و تبدیل علاقه‌ای شخصی به کاری که بتواند آینده‌ای روشن‌تر برایش بسازد. از همین علاقه، ایده «شیرینی طلایی» Golden Sweet «شکل گرفت؛ کسب‌وکاری کوچک که امروز در شهر هرات فعالیت می‌کند و مسیر رشد خود را آرام و پیوسته ادامه می‌دهد.

شروع این راه با امکانات فراوان همراه نبود. سرمایه محدود، تجهیزات ابتدایی، شناخت کم از بازار و دشواری جذب مشتری، بخشی از واقعیت روزهای نخست بود. با این حال، فرحین تصمیم گرفت منتظر شرایط ایده‌آل نماند. او باور داشت که می‌توان در مقیاس کوچک آغاز کرد، تجربه به دست آورد و قدم به قدم جلو رفت.

نخست، وسایل و مواد اولیه مورد نیاز فراهم شد و تمرین و یادگیری در کنار تولید آغاز گردید. برای او، شیرینی‌پزی فقط به پختن محصول خلاصه نمی‌شد؛ تزئین، رعایت بهداشت، بسته‌بندی، شناخت سلیقه مشتری و مدیریت کسب‌وکار نیز مهارت‌هایی بودند که باید آموخته می‌شدند. هر محصول، فرصتی برای تجربه بیشتر بود و هر نظر مشتری می‌توانست به بهبود محصول بعدی کمک کند.

در همین مسیر، فرصتی مهم سر راه فرحین قرار گرفت. حدود شش ماه پیش، موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) برنامه‌ای را برای حمایت از ۵۰ زن کارآفرین با ایده‌های گوناگون برگزار کرد. فرحین نیز با ایده شیرینی‌پزی در این برنامه شرکت کرد. آن زمان، «شیرینی طلایی» هنوز بیشتر یک رؤیا و انگیزه بود تا یک کسب‌وکار تثبیت شده. خودش نیز نمی‌دانست این ایده تا چه اندازه می‌تواند به یک فعالیت واقعی تبدیل شود.

پذیرفته شدن در این برنامه، برای او نقطه‌ای تازه در مسیر بود. آموزش‌ها، مشاوره‌ها و حمایت‌های AELSO کمک کرد تا نگاهی به ایده خود منظم‌تر شود و مسیر راه‌اندازی کسب‌وکار برایش روشن‌تر گردد. چیزی که پیش از آن بیشتر در حد علاقه و آرزو بود، کم‌کم شکل عملی به خود گرفت.

فرحین پس از این حمایت‌ها، راه‌اندازی کارگاه خود را دنبال کرد. امروز، شش ماه پس از آغاز این مرحله، او از طریق شیرینی‌پزی درآمد دارد و کارگاه خودش را راه‌اندازی کرده است. «شیرینی طلایی» هنوز در

ابتدای مسیر توسعه قرار دارد، اما همین تبدیل شدن یک ایده به یک فعالیت واقعی، برای فرحین دستاوردی مهم است.

محصولات تازه، باکیفیت و خوش طعم، محور اصلی فعالیت این کسب و کار هستند. فرحین می‌خواهد با افزایش تنوع محصولات، پذیرش سفارش‌های مناسبی، بهبود بسته‌بندی و استفاده از روش‌های بهتر بازاریابی، مشتریان بیشتری جذب کند. او همچنین به سلیقه مشتریان توجه دارد و تلاش می‌کند محصولاتی تازه و متنوع ارائه کند؛ زیرا باور دارد ماندگاری یک کسب و کار کوچک، به توانایی آن در شنیدن نیاز مشتری و پاسخ‌دادن به آن وابسته است.

مسیر توسعه البته همیشه هموار نیست. پیدا کردن مشتری در روزهای نخست آسان نبود. افزایش هزینه مواد اولیه، کم‌شدن سفارش‌ها در بعضی دوره‌ها و فشار کاری، بخشی از دشواری‌هایی بود که فرحین با آنها روبه‌رو شد. حتی پیش می‌آمد محصولی مطابق انتظار آماده نشود و لازم باشد دوباره از ابتدا کار شود. چنین تجربه‌هایی برای او تنها ناکامی نبودند؛ هر کدام درسی بودند برای بهتر کار کردن.

از همین تجربه‌ها بود که اهمیت مدیریت هزینه و مواد اولیه برایش پررنگ‌تر شد. مدیریت دقیق درآمد و هزینه‌ها، جلوگیری از هدررفت مواد، برنامه‌ریزی سفارش‌ها، رعایت کیفیت و بهداشت، توجه به نظر مشتریان و یادگیری مستمر، به اصولی تبدیل شدند که فرحین برای ادامه فعالیت خود بر آنها تکیه دارد.

او امروز بهتر می‌داند که در شیرینی‌پزی، کیفیت فقط به طعم محصول محدود نمی‌شود. مشتری محصولی می‌خواهد که تازه، بهداشتی، زیبا و متناسب با نیازش باشد. به همین دلیل، فرحین در کنار تولید، به بسته‌بندی، تزئین، نحوه معرفی محصولات و ارتباط با مشتریان نیز توجه می‌کند.

تجربه این شش ماه، نگاه او را به کارآفرینی نیز تغییر داده است. او آموخته که برای شروع یک کسب و کار، داشتن امکانات بسیار بزرگ ضروری نیست. می‌توان با آنچه در اختیار است آغاز کرد، اشتباه کرد، از اشتباه آموخت و مسیر را اصلاح کرد. به باور او، کیفیت، صبر، پشتکار و رضایت مشتری، پایه‌های اصلی موفقیت‌اند.

فرحین اگر امروز دوباره به نقطه آغاز بازگردد، باز هم همین مسیر را انتخاب می‌کند؛ با این تفاوت که تجربه امروز را از همان روز اول با خود همراه می‌ساخت. او می‌داند که برای رشد «شیرینی طلایی»

باید از ابتدا برنامه دقیق‌تری برای بازاریابی، مدیریت هزینه‌ها و توسعه محصولات داشته باشد.



هدف آینده او روشن است: تبدیل «شیرینی طلایی» Golden Sweet به نامی قابل اعتماد و محبوب در زمینه شیرینی‌پزی. او می‌خواهد کسب‌وکارش را توسعه دهد، محصولات بیشتری ارائه کند و در صورت رشد فعالیت، برای افراد دیگر نیز فرصت کاری ایجاد نماید. داستان فرحین رحمانی هنوز داستان یک برند بزرگ و تثبیت‌شده نیست؛ داستان زنی است که در مدت کوتاهی توانسته فاصله میان یک علاقه و یک کسب‌وکار واقعی را طی کند. اهمیت

این مسیر نیز در همین نکته است. «شیرینی طلایی» از جایی آغاز شد که فرحین تنها یک رؤیا و انگیزه داشت و امروز به کارگاهی رسیده است که از طریق آن درآمد کسب می‌کند.



شاید ارزشمندترین درس این داستان همین باشد که رؤیا برای تحقق یافتن، به اولین قدم نیاز دارد. فرحین آن قدم را برداشت و در ادامه، هر دشواری را فرصتی برای یادگیری دید. پیام او برای زنان و دختران جوان نیز از همین تجربه سرچشمه می‌گیرد: برای آغاز کردن، منتظر روزی نباشید که همه امکانات فراهم باشد. با امکانات موجود شروع کنید، کوچک آغاز کنید، یاد بگیرید و ادامه دهید.

هر کسب‌وکار بزرگی روزی کوچک بوده است؛ و «شیرینی طلایی» نیز امروز در حال نوشتن نخستین فصل‌های داستان خود است؛ داستانی که با علاقه آغاز شد و با تلاش، آموزش و پشتکار در حال شکل گرفتن است.



دخترانی با رؤیاهای شیرین؛ وقتی همدلی، تولید و امید یک مسیر می‌سازد

در فراه، جایی که بسیاری از زنان برای یافتن فرصت‌های اقتصادی با دشواری‌های فراوان روبه‌رو هستند، گروهی از دختران تصمیم گرفتند منتظر فراهم‌شدن شرایط ایده‌آل نمانند. آنان با یک فکر ساده، اما مهم، کنار هم قرار گرفتند؛ می‌توان با تکیه بر مهارت، کار گروهی و تولید، برای زنان فرصت ساخت و از ظرفیت‌های موجود در جامعه استفاده کرد.

این گروه، خود را «دخترانی با رؤیاهای شیرین» نام گذاشت؛ نامی که بیش از آن‌که تنها یک عنوان باشد، تصویری از آرزوهای مشترک دخترانی است که می‌خواهند رؤیا را از ذهن به میدان عمل بیاورند.

در مرکز این تلاش، «تولیدی بهار» قرار دارد؛ مرکزی برای تولید و پروسس چیپس میوه‌ای و مواد غذایی که فعالیت آن با هدف توانمندسازی بانوان از طریق اشتغال‌زایی، تقویت مهارت‌ها و افزایش تولید شکل گرفته است. هدف آنان تنها تولید و فروش نبود. ایجاد یک تولید پایدار و درآمدت در مرکز ولایت فراه، گسترش بازار از طریق ایجاد نمایندگی در ولایت‌های دیگر و توجه به حفاظت از محیط زیست در فعالیت‌های تولیدی نیز در میان اهداف اصلی تیم قرار داشت.

طی یک سال گذشته، این رؤیا شکل عملی‌تری به خود گرفت. «تولیدی بهار» توانست در مجموع ۱۰۱۹ کیلو مواد غذایی تولید کند؛ محصولاتی که بخشی از آنها از ظرفیت و محصولات محلی الهام گرفته‌اند و طیف متنوعی را دربر می‌گیرند. ۱۲۰ کیلو رب انار، ۲۹ کیلو سیب خشک، ۵۴ کیلو عناب، ۱۵ کیلو چیپس میوه‌ای مخلوط، ۱۰ کیلو چای، ۵۰۰ کیلو انواع ترشیجات، ۱۸ کیلو ادویه برنج، ۱۰۵ کیلو قلورترش، ۳۰ کیلو لواشک، ۱۱۵ کیلو مربا و ۲۳ کیلو نعنای، بخشی از تولیدات ثبت‌شده این دوره بوده است.

پشت این اعداد، تلاش روزانه اعضای یک تیم قرار دارد؛ خرید مواد خام، آماده‌سازی و پروسس، تولید، بسته‌بندی، معرفی و فروش محصول. کاری که در ظاهر ساده به نظر می‌رسد، در عمل نیازمند هماهنگی، زمان‌بندی و مسئولیت‌پذیری است. هر مرحله باید به مرحله بعدی متصل می‌شد تا محصول نهایی بتواند به دست مشتری برسد.

تیم در این مسیر تنها به بازار فراه محدود نماند. اعضای آن در نمایشگاه‌های مختلف در فراه و دیگر ولایت‌ها شرکت کردند و تلاش

کردند محصولات خود را به مشتریان بیشتری معرفی کنند. خرید مواد خام و فروش محصولات در ولایت‌هایی چون هرات، کابل و نیمروز، تجربه‌ای تازه برای تیم بود و به تدریج دامنه فعالیت آنان را گسترده‌تر کرد. ایجاد نمایندگی در نیمروز نیز یکی از گام‌هایی بود که در مسیر توسعه بازار برداشته شد.

برای مریم فروتن و هم‌تیمی‌هایش، رشد کسب‌وکار تنها در افزایش تولید و فروش خلاصه نمی‌شد. آنان در کنار فعالیت‌های تولیدی، فرصت‌های تازه‌ای برای یادگیری و انتقال تجربه نیز به دست آوردند. یکی از مهم‌ترین تجربه‌های این دوره، حضور و رقابت در برنامه‌های کارآفرینی AELSO و برنامه تربیت مربی یا (Training of Trainers (ToT در بخش کسب‌وکارهای کوچک در ولایت هرات بود؛ برنامه‌ای که با همکاری اتاق تجارت و صنایع زنان زون غرب از همکاران راهبری موسسه AELSO، برگزار شد.

گذراندن این دوره، توانایی اعضای تیم را برای انتقال دانش و مهارت‌های عملی به سطح جامعه و کسب‌وکارهای کوچک تقویت کرد. برای آنان، این تجربه فقط یک دوره آموزشی نبود؛ فرصتی بود تا آموخته‌های خود را در عمل محک بزنند و نگاه گسترده‌تری نسبت به نقش خود در جامعه پیدا کنند.

در کنار این فعالیت‌ها، تیم در بخش ایمرجنسی نیز فعالیت داشت؛ تجربه‌ای که به گفته آنان، برایشان بسیار ارزشمند بود و فرصت آشنایی با مسئولیت‌ها و شرایط کاری متفاوت را فراهم کرد. همین تجربه‌های گوناگون باعث شد اعضای تیم در کنار مهارت‌های تخصصی، آمادگی بیشتری برای پذیرفتن نقش‌های مختلف پیدا کنند. البته مسیر یک تیم جوان و در حال رشد بدون دشواری نبود. همزمانی مسئولیت‌ها، محدودیت زمان و شرایط خاص کاری، از چالش‌هایی بود که اعضای «دخترانی با رؤیاهای شیرین» با آن روبه‌رو شدند. آنان دریافتند که کار تیمی تنها تقسیم وظایف نیست؛ گاهی لازم است اعضا در شرایط دشوار یکدیگر را درک کنند، مسئولیت بیشتری بپذیرند و برای رسیدن به یک هدف مشترک هماهنگ بمانند.

همین چالش‌ها به تجربه‌ای برای یادگیری تبدیل شد. تیم تلاش کرد به جای آن که دشواری‌ها را پایان مسیر بدانند، از آنها برای تقویت هماهنگی، افزایش آمادگی و بهبود شیوه انجام کار استفاده کند. آنچه این گروه را از یک فعالیت صرفاً تولیدی متمایز می‌کند، نگاه آنان

به آینده است. یکی از اهداف اصلی‌شان، افزایش مشارکت بانوان در فعالیت‌های آینده و ایجاد هماهنگی بیشتر میان بخش‌های مختلف است. آنان می‌خواهند تجربه‌های به‌دست‌آمده را مبنای رشد بیشتر قرار دهند و ظرفیت تیم را برای پذیرفتن مسئولیت‌های تازه افزایش دهند.

برای مریم فروتن و دخترانی که در کنار او این مسیر را ساخته‌اند، «رؤیای شیرین» تنها به محصولات تولیدی مربوط نمی‌شود. رؤیای آنان، ایجاد فرصت است؛ فرصتی برای کار، یادگیری، تولید و مشارکت بیشتر زنان. آنان می‌خواهند نشان دهند که یک گروه کوچک نیز می‌تواند با استفاده درست از مهارت‌ها و امکانات موجود، فعالیت را آغاز کند و قدم به قدم دامنه آن را گسترش دهد. تجربه یک سال گذشته به آنان آموخته است که موفقیت تیمی پیش از هر چیز به هماهنگی و استمرار نیاز دارد. تولید ۱۰۱۹ کیلو مواد غذایی، حضور در نمایشگاه‌ها، رساندن محصولات به بازارهای هرات، کابل و نیمروز، ایجاد نمایندگی در نیمروز و کسب تجربه در آموزش و فعالیت‌های اجتماعی، هر کدام بخشی از مسیری هستند که این تیم طی کرده است؛ مسیری که هنوز ادامه دارد.

«دخترانی با رؤیاهای شیرین» امروز در نقطه پایان قرار ندارد. برنامه آنان افزایش مشارکت زنان، تقویت هماهنگی تیمی، بهبود کیفیت فعالیت‌ها و استفاده از تجربه‌های عملی برای رشد آینده است. رؤیای ایجاد تولید پایدار و درازمدت در فراه نیز همچنان در برابر آنان قرار دارد.

داستان مریم فروتن و تیمش، داستان رسیدن ناگهانی به موفقیت نیست؛ داستان ساختن است. ساختن یک تیم، ساختن یک واحد تولیدی، پیدا کردن بازار، آموختن از تجربه‌ها و تبدیل مسئولیت‌های دشوار به فرصت‌های تازه. در این مسیر، هر محصولی که تولید می‌شود، تنها یک کالای آماده فروش نیست؛ نشانه‌ای از توانایی زنانی است که تصمیم گرفته‌اند سهم خود را در کار و تولید پیدا کنند. شاید «دخترانی با رؤیاهای شیرین» هنوز در آغاز یک راه طولانی باشند، اما یک چیز را در همین مسیر ثابت کرده‌اند: رؤیا زمانی ارزشمند می‌شود که گروهی از انسان‌ها حاضر باشند برای تحقق آن کار کنند. آنان رؤیای خود را به تولید، تجربه و فرصت تبدیل کرده‌اند و اکنون

چشم به آینده‌ای دارند که در آن زنان بیشتری بتوانند در کنار آنان، بخشی از این مسیر را بسازند.



یک صفحه مجازی به آغاز یک رؤیا تبدیل شد

برای مرحمت نوری، کارآفرینی از یک مغازه، سرمایه بزرگ یا امکانات گسترده آغاز نشد. آغاز آن از جایی بود که بسیاری از جوانان هر روز با آن سر و کار دارند: یک فضای مجازی، چند مهارت دیجیتال و علاقه‌ای که به تدریج به یک رؤیا تبدیل شد.

مرحمت، دانشجوی رشته اقتصاد و دختری جوان از افغانستان است. علاقه‌اش به فعالیت‌های آنلاین، تولید محتوا، عکاسی، ویرایش عکس و ویدیو و مدیریت شبکه‌های اجتماعی، نگاه او را به فضای دیجیتال تغییر داد. او به تدریج دریافت که شبکه‌های اجتماعی فقط وسیله‌ای برای ارتباط و سرگرمی نیستند؛ می‌توانند ویتترین یک کسبوکار، راهی برای رسیدن به مشتری و حتی آغاز یک مسیر اقتصادی باشند.

از همین نگاه، ایده فروش آنلاین لباس‌های افغانی باکیفیت، عبا و دیگر لباس‌های زنانه در ذهن او شکل گرفت. مرحمت می‌خواست محصولات را عرضه کند که در کنار زیبایی، کیفیت و اصالت نیز داشته باشند. برای او، لباس افغانی تنها یک کالای پوشیدنی نیست؛ بخشی از هنر، فرهنگ و هویت افغانستان است. همین نگاه فرهنگی باعث شد فروش لباس برای او معنایی فراتر از معامله میان فروشنده و مشتری پیدا کند.

او تصمیم گرفت برای شروع، منتظر سرمایه بزرگ یا داشتن یک فروشگاه فیزیکی نماند. آنچه در اختیار داشت، همان چیزی بود که بسیاری شاید آن را تنها ابزار ارتباطی بدانند: شبکه‌های اجتماعی. مرحمت آن را به ویتترین کارش تبدیل کرد؛ با عکس، ویدیو و محتوای خلاقانه تلاش کرد زیبایی و جزئیات لباس‌ها را به مشتری نشان دهد و برای محصولاتی که عرضه می‌کرد، هویت مشخصی بسازد.

شروع کار آسان نبود. سرمایه محدود بود، شرایط اقتصادی دشوار بود و اعتمادسازی در یک کسبوکار آنلاین زمان می‌خواست. مشتری باید به فروشنده‌ای اعتماد می‌کرد که فروشگاه فیزیکی نداشت و محصولات را از طریق یک صفحه مجازی می‌دید. در سوی دیگر، بازار آنلاین پر از فروشندگان بود و برخی از آنان امکانات و تجربه بیشتری داشتند.

مرحمت تصمیم گرفت این محدودیت‌ها را دلیل توقف نداند. خیلی زود دریافت که در یک کسبوکار آنلاین، داشتن محصول به تنهایی کافی نیست. مشتری باید محصول را ببیند، درباره کیفیت آن اطلاعات داشته باشد، از نحوه برخورد فروشنده احساس اطمینان کند

و تجربه خوبی از خرید به دست آورد. به همین دلیل، کیفیت محصول، شیوه معرفی، ارتباط با مشتری و توجه به بازخورد آنان، به بخش‌های جدایی‌ناپذیر کارش تبدیل شد.

مهارت‌هایی که پیش‌تر به آنها علاقه داشت نیز در همین مسیر معنای تازه‌ای پیدا کردند. عکاسی دیگر فقط یک علاقه شخصی نبود؛ به ابزاری برای معرفی محصول تبدیل شد. ویرایش عکس و ویدیو، تولید محتوا، طراحی با Canva و مدیریت شبکه‌های اجتماعی، هر کدام به بخشی از کار روزانه او راه یافتند. در کنار اینها، یادگیری بازاریابی دیجیتال و استفاده از ابزارهای جدید، نگاه مرحمت را به ظرفیت‌های فضای آنلاین گسترده‌تر کرد.

یکی از مهم‌ترین برداشت‌های او از این مسیر، درباره رابطه میان مشتری و فروشنده است: مشتری تنها لباس نمی‌خرد؛ او اعتماد و تجربه خرید را نیز انتخاب می‌کند. همین باور باعث شد مرحمت تلاش کند ارتباط خود را با مشتریان حفظ کند، به خواسته‌ها و نظرهای آنان گوش دهد و از هر بازخورد برای بهتر کردن کارش استفاده کند. در ادامه، رؤیای او نیز بزرگ‌تر شد. هدف دیگر فقط فروش چند لباس در فضای مجازی نبود، مرحمت می‌خواست کسب‌وکاری قابل اعتماد بسازد که بتواند لباس‌های افغانی را به شکلی حرفه‌ای معرفی کند و همزمان بخشی از زیبایی و هویت فرهنگی افغانستان را در بازار امروز زنده نگه دارد.

در پشت این هدف، رؤیای دیگری نیز وجود دارد؛ رؤیای ایجاد فرصت برای زنان دیگر. مرحمت می‌داند که زنان زیادی در زمینه خیاطی، طراحی و تولید لباس مهارت دارند، اما دسترسی آنان به بازار محدود است، او امیدوار است در آینده بتواند با چنین زنانی همکاری کند و از طریق فروش و بازاریابی آنلاین، فاصله میان تولیدکننده و بازار را کمتر سازد. از نگاه او، توسعه یک کسب‌وکار زمانی ارزش بیشتری پیدا می‌کند که بتواند فرصت رشد را برای دیگران نیز فراهم کند.

این مسیر البته با چالش‌های خود همراه بوده است. محدودیت سرمایه، مشکلات اقتصادی، رقابت در بازار آنلاین، تغییر سلیقه مشتریان، محدودیت اینترنت و دشواری مدیریت همزمان تحصیل و کسب‌وکار، بخشی از موانعی بوده‌اند که مرحمت با آنها روبه‌رو شده است.

اما هر مشکل برای او معنای توقف نداشته است. اگر فروش محصولی کمتر از انتظار بوده، تلاش کرده دلیل آن را پیدا کند. اگر مشتری

نظری داده، آن را به فرصتی برای اصلاح کار تبدیل کرده است. اگر منابع محدود بوده، سعی کرده هزینه‌ها را هوشمندانه‌تر مدیریت کند و از امکانات موجود بیشترین استفاده را ببرد.

به این ترتیب، تجربه به او آموخت که کارآفرینی به معنای نبودن مشکل نیست؛ به معنای یادگرفتن شیوه روبه‌روشدن با مشکل و پیدا کردن راه حل است.

آموزش‌های کارآفرینی موسسه AELSO و حضور در برنامه‌های مرتبط نیز در این مسیر برای مرحمت اهمیت داشته است. این تجربه‌ها کمک کرده‌اند تا کسب‌وکار را تنها از زاویه فروش نبیند، بلکه به آن به‌عنوان مسیری برای رشد، یادگیری و ایجاد فرصت نگاه کند. همین آموزش‌ها باعث شده است که برای آینده کسب‌وکار خود هدف‌های روشن‌تری داشته باشد.

امروز مرحمت هنوز خود را در ابتدای راه می‌بیند. او ادعای رسیدن به یک برند بزرگ را ندارد؛ آنچه ساخته، شروعی است که می‌تواند در آینده گسترده‌تر شود. همین واقع‌بینی، بخشی از ارزش داستان اوست. «مسیر» برای مرحمت هنوز تمام نشده و بسیاری از رؤیاهایش همچنان در انتظار فرصت‌اند.

او می‌خواهد برند خود را توسعه دهد، لباس‌های افغانی باکیفیت را حرفه‌ای‌تر معرفی کند، بازار آنلاین خود را گسترش دهد و در آینده زمینه همکاری با زنان و دختران بیشتری را فراهم سازد. در این نگاه، افزایش فروش تنها یکی از شاخص‌های موفقیت است؛ ایجاد فرصت برای دیگران و معرفی بهتر هنر و فرهنگ افغانستان نیز بخشی از مقصد اوست.

اگر امروز به نقطه آغاز بازگردد، باز هم شروع خواهد کرد؛ حتی با سرمایه اندک و حتی در شرایطی که پایان مسیر روشن نباشد. با این تفاوت که تجربه امروز را از همان قدم نخست با خود خواهد داشت و زودتر به توانایی‌هایش اعتماد خواهد کرد.

مرحمت از مسیر کوتاهی که تاکنون پیموده، یک حقیقت ساده اما مهم آموخته است: شروع کوچک، نشانه کوچک‌بودن رؤیا نیست.

یک صفحه در شبکه‌های اجتماعی، چند محصول، یک دوربین یا حتی یک مهارت ساده دیجیتال، اگر با هدف و پشتکار همراه شود، می‌تواند نقطه آغاز یک مسیر اقتصادی باشد. آنچه اهمیت دارد،

استفاده از همان امکاناتی است که در دسترس اند و جرئت برداشتن نخستین قدم.

داستان مرحمت نوری هنوز به فصل پایانی نرسیده است. شاید اکنون تنها نخستین صفحات آن نوشته شده باشد؛ صفحاتی که در آنها یک دانشجوی اقتصاد، میان درس و کار، میان محدودیت و فرصت، و میان یک علاقه شخصی و یک رؤیای بزرگتر، در حال ساختن مسیر خودش است.

رؤیای او تنها داشتن یک کسب و کار نیست. می‌خواهد ثابت کند که یک دختر جوان افغان می‌تواند با مهارت، خلاقیت و استفاده هوشمندانه از فضای دیجیتال، راهی برای حضور اقتصادی خود پیدا کند و در آینده، همین راه را برای زنان دیگری نیز هموارتر سازد. و شاید جمله‌ای که بیش از هر چیز مسیر او را توضیح می‌دهد، همان باوری باشد که از تجربه شخصی‌اش به دست آورده است: برای شروع یک مسیر بزرگ، لازم نیست همه چیز را داشته باشی؛ کافیست که جرئت برداشتن قدم اول را داشته باشی.



از یک صفحه در اینستاگرام تا چهار فرصت کاری؛ MORA BRAND

برای مهریه قریشی، لباس افغانی فقط یک محصول برای فروش نیست؛ بخشی از فرهنگ، هنر و مهارت زنانی است که سال‌ها با دست‌های خود آن را زنده نگه داشته‌اند. ایده راه‌اندازی «Mora Brand» نیز از همین نگاه شکل گرفت؛ نگاهی که در آن تجارت می‌تواند هم‌زمان راهی برای درآمدزایی و فرصتی برای توانمندسازی زنان باشد.

مهریه، لیسانس رشته اقتصاد است و در کابل زندگی و فعالیت می‌کند. پیش از آن‌که وارد تجارت آنلاین شود، در بخش سوادآموزی فعالیت داشت و به زنان خانه‌دار آموزش می‌داد. در کنار سوادآموزی، این زنان مهارت‌های حرفه‌ای نیز یاد می‌گرفتند. آشنایی نزدیک با زندگی و توانایی‌های آنان، یک پرسش را در ذهن مهریه پررنگ کرد: اگر زنانی که مهارت دارند بتوانند از هنر و توانایی خود درآمد به دست بیاورند، چه تغییری در زندگی‌شان ایجاد خواهد شد؟

همین تجربه، نخستین جرقه‌های موره برند را روشن کرد. او تصمیم گرفت زنانی را که در کارهای دستی و هنرهای سنتی مهارت دارند، گرد هم بیاورد و توانایی‌های آنان را در قالب یک فعالیت اقتصادی به بازار پیوند بزند. به این ترتیب، موره برند در جنوری ۲۰۲۶ از یک فعالیت خانگی و آنلاین آغاز شد؛ کسب‌وکاری که فروشگاهش یک صفحه در اینستاگرام بود و محصولاتش لباس‌های افغانی، لباس‌های موره‌دوزی، چرمه‌دوزی و انواع حجاب را شامل می‌شد.

شروع کار با سرمایه‌ای محدود انجام شد. مهریه با دریافت حمایت مالی و افزودن بخشی از سرمایه شخصی، سرمایه اولیه‌ای در حدود ۲۳۰۰ دالر فراهم کرد. او می‌دانست که داشتن سرمایه به‌تنهایی برای ساختن یک کسب‌وکار کافی نیست. نخست باید صفحه آنلاین ایجاد می‌شد، محصولات آماده می‌شدند، مشتری پیدا می‌شد و مهم‌تر از همه، اعتماد مشتریان به دست می‌آمد.

برای یک کسب‌وکار تازه‌تأسیس که در فضای مجازی فعالیت می‌کند، این مرحله ساده نبود. صفحات زیادی لباس می‌فروختند و مشتریان انتخاب‌های فراوانی داشتند. موره برند برای دیده‌شدن در چنین بازاری باید تفاوت خود را در کیفیت محصولات، شیوه معرفی، پاسخ‌گویی و رابطه با مشتری نشان می‌داد.

مهریه کار را مرحله‌به‌مرحله پیش برد. صفحه موره برند را فعال کرد، محصولات را آماده ساخت، با زنان دارای مهارت در موره‌دوزی

و چرمه‌دوزی همکاری کرد و برای تکمیل و آماده‌سازی لباس‌ها با خیاط نیز همکاری به وجود آورد. سپس محصولات در انستاگرام معرفی شدند و سفارش‌ها از کابل به تدریج به شهرهای دیگر نیز راه پیدا کردند.

محدودیت داشتن فروشگاه فیزیکی، برای موره برنند به یک مانع مطلق تبدیل نشد، فضای دیجیتال به او امکان داد تا از خانه فعالیت کند و محصولات را فراتر از محدوده محل زندگی خود معرفی نماید. تاکنون سفارش‌هایی از هرات و مزارشریف دریافت و به مشتریان ارسال شده و بخشی از مشتریان نیز در کابل بوده‌اند. هر سفارش موفق، فقط یک فروش نبود؛ نشانه‌ای بود از این‌که یک کسب‌وکار کوچک خانگی می‌تواند از طریق ابزارهای دیجیتال به مشتریانی در نقاط مختلف افغانستان دسترسی پیدا کند.

در پشت این صفحه آنلاین، اما دست‌های دیگری نیز در کار بودند. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای آن ایجاد چهار فرصت کاری مستقیم است: دو موره‌دوز، یک چرمه‌دوز و یک خیاط. این افراد در زنجیره تولید محصولات نقش دارند و همین موضوع، هدف اجتماعی اولیه مهریه را به بخشی واقعی از فعالیت اقتصادی موره برنند تبدیل کرده است.

برای او، این بخش از مسیر اهمیت ویژه‌ای دارد. ایده اولیه از زنانی شکل گرفته بود که مهارت داشتند، اما نیازمند فرصتی برای استفاده اقتصادی از توانایی‌هایشان بودند. اکنون همان ایده، در قالب یک کسب‌وکار کوچک، به ایجاد فرصت‌های کاری مستقیم منجر شده است. موره برنند در عین حال تلاشی برای پیوند میان سنت و ابزارهای جدید است. موره‌دوزی و چرمه‌دوزی از مهارت‌هایی هستند که ریشه در هنر و پوشش افغانستان دارند؛ انستاگرام نیز ابزاری مدرن برای معرفی و فروش است. قرارگرفتن این دو در کنار هم، به مهریه امکان داده است محصولات دست‌دوز و سنتی را بدون داشتن یک فروشگاه بزرگ در معرض دید مشتریان قرار دهد.

با این حال، مسیر رشد چنین کسب‌وکاری بدون دشواری نیست. رقابت شدید در بازار آنلاین، محدودیت منابع مالی، هماهنگی میان تولیدکنندگان و خیاط، کنترل کیفیت، آماده‌سازی سفارش، پاسخ‌گویی به مشتری، بسته‌بندی و ارسال، همه بخش‌هایی هستند که مهریه باید هم‌زمان مدیریت کند، در چنین شرایطی، سرمایه محدود نیز باید

با دقت مصرف شود و هر تصمیم می‌تواند بر مسیر کسب‌وکار اثر بگذارد.

او از همان ابتدا دریافت که در تجارت آنلاین، اعتماد مشتری یکی از ارزش‌ترین سرمایه‌هاست. مشتری باید معلومات درست درباره محصول دریافت کند، پاسخ مناسب بگیرد و از کیفیت چیزی که سفارش داده است رضایت داشته باشد. به همین دلیل، موره برند تلاش کرده است کیفیت محصولات، ارتباط با مشتری و معرفی درست کالاها را در مرکز فعالیت خود قرار دهد.

تنوع محصولات نیز بخشی از همین رویکرد است. لباس‌های افغانی، موره‌دوزی، چرمه‌دوزی و حجاب، هر کدام می‌توانند سلیقه و نیاز متفاوتی را پاسخ دهند. رشد کسب‌وکار نیز قرار نیست با شتاب و بدون محاسبه انجام شود؛ برای مهریه، توسعه تدریجی و استفاده محتاطانه از منابع، راهی مطمئن‌تر برای ادامه مسیر است.

در این مسیر، یادگیری نیز به اندازه سرمایه اهمیت پیدا کرده است. مدیریت یک صفحه تجاری در اینستاگرام تنها به گذاشتن عکس محصولات خلاصه نمی‌شود. بازاریابی دیجیتال، معرفی حرفه‌ای محصولات، ارتباط با مشتری، مدیریت سفارش‌ها، قیمت‌گذاری و مدیریت مالی، مهارت‌هایی هستند که موره برند برای ادامه مسیر به آن‌ها نیاز دارد و تجربه عملی کسب‌وکار نیز به مهریه نشان داده است که شناخت بازار و سلیقه مشتری بخش جدایی‌ناپذیر تجارت است.

آموزش و حمایت AELSO نیز در این مرحله برای او اهمیت ویژه‌ای داشت. حمایت مالی، در کنار سرمایه شخصی، امکان فراهم کردن سرمایه اولیه و آغاز عملی کسب‌وکار را فراهم کرد. با این حال، مهریه این حمایت را فقط یک کمک مالی نمی‌داند. از نگاه او، ارزش این پشتیبانی در اعتمادی بود که به یک ایده و توانایی یک زن جوان داده شد؛ اعتمادی که به او فرصت داد تا رؤیایی را که در ذهن داشت، از مرحله فکر به مرحله عمل برساند.

امروز موره برند هنوز یک کسب‌وکار جوان است و مسیر زیادی برای رسیدن به اهداف بزرگ‌تر خود پیش رو دارد. با این حال، از یک صفحه اینستاگرامی که در جنوری ۲۰۲۶ از خانه آغاز شد، به کسب‌وکاری رسیده است که مشتریانی در چند شهر دارد و برای چهار نفر فرصت کاری مستقیم ایجاد کرده است. این مسیر شاید در مقیاس یک تجارت بزرگ، کوتاه به نظر برسد؛ اما برای مهریه، معنای آن در این است که

یک ایده کوچک توانسته به زندگی واقعی راه پیدا کند.

تجربه موره برند به مهریه آموخته است که شروع کوچک، به معنای کوچک بودن رؤیا نیست. یک کسب و کار می‌تواند با سرمایه محدود آغاز شود، از یک خانه اداره گردد و فروش خود را از طریق یک صفحه آنلاین شروع کند؛ آنچه مسیر آن را تعیین می‌کند، شناخت نیاز بازار، کیفیت، یادگیری مداوم، مدیریت منابع و اعتمادی است که میان کسب و کار و مشتری ساخته می‌شود.

اگر قرار باشد او مسیر خود را از ابتدا دوباره طی کند، توجه بیشتری به شناخت بازار، بازاریابی دیجیتال، معرفی حرفه‌ای محصولات و ایجاد یک برنامه منظم برای رشد خواهد داشت. همچنین تلاش می‌کند ارتباط خود را با مشتریان گسترده‌تر کند و بازخورد آنان را به بخشی از روند بهبود محصولات و خدمات تبدیل سازد.

اما در پشت تمام این برنامه‌ها، یک هدف همچنان ثابت مانده است: استفاده از توانایی زنان برای ساختن فرصت‌های اقتصادی.

مهریه قریشی با موره برند هنوز در ابتدای راه است، اما این راه از جایی آغاز شده که برای او اهمیت دارد؛ از زنانی که مهارت دارند، از هنرهای دست‌دوز افغانستان و از این باور که فرصت اقتصادی می‌تواند از یک صفحه کوچک در فضای مجازی آغاز شود. چهار فرصت کاری مستقیم، سفارش‌هایی که از کابل فراتر رفته‌اند و محصولاتی که هنر سنتی را با بازار دیجیتال پیوند می‌دهند، نخستین نشانه‌های این مسیرند.

برای مهریه، حمایت AELSO تنها سرمایه‌ای برای خرید مواد و راه‌اندازی یک صفحه نبود؛ فرصتی بود برای این که به توانایی خود اعتماد کند، یک ایده را امتحان کند و قدمی برای ایجاد فرصت کاری برای زنان دیگر بردارد. موره برند از همین نقطه معنا پیدا می‌کند؛ جایی که تجارت، هنر و توانمندسازی زنان در یک مسیر مشترک قرار می‌گیرند.



نقشینه؛ از نخ و سوزن تا ساختن یک کارگاه

در کارته خراسان چهار بلخ، جایی که خیاطی‌های محلی یکی پس از دیگری برای پیدا کردن مشتری با هم رقابت می‌کنند، «نقشینه» برای انیسه امانی تنها یک کارگاه خیاطی نیست. پشت این نام، سال‌ها تجربه، تلاش برای ایستادن روی پای خود و آرزوی ایجاد کاری قرار دارد که بتواند برای زنان فرصت بسازد.

انیسه امانی، در بخش اداره و تجارت تحصیل کرده است؛ اما مسیر کاری‌اش او را به دنیای خیاطی و دست‌دوزی رسانده است. نزدیک به هفت تا هشت سال تجربه در این عرصه دارد و در این مدت، خیاطی برایش از یک مهارت ساده فراتر رفته و به حوزه‌ای برای کار، یادگیری و ایجاد فرصت برای دیگران تبدیل شده است.

انگیزه اصلی انیسه از آغاز این مسیر روشن بود: می‌خواست مشغول به کاری باشد، برای زنان شغل ایجاد کند و سهمی در رشد اقتصادی افغانستان داشته باشد. در کنار این هدف، کمک و همکاری با خانواده و جامعه نیز برایش اهمیت داشت. به همین دلیل، وقتی تصمیم گرفت کارگاه خود را راه‌اندازی کند، هدفش فقط داشتن یک محل برای دوخت لباس نبود؛ می‌خواست جایی داشته باشد که در آن مهارت به کار تبدیل شود و زنان و شاگردان نیز بتوانند از آن چیزی بیاموزند. آغاز کار، با همه سادگی ظاهری، آسان نبود. برای راه‌اندازی کارگاه، نخست باید جای مناسبی پیدا می‌شد و در کنار آن، مسئله سرمایه و تأمین امنیت کارگاه نیز وجود داشت. ماشین‌آلات خیاطی، تکه‌های مورد نیاز و دیگر لوازم خیاطی سرمایه می‌خواستند؛ سرمایه‌ای که محدود بود و باید با دقت مصرف می‌شد.

اما سرمایه تنها مسئله نبود. بازار نیز چالش خودش را داشت. در اطراف کارگاه، خیاطی‌های محلی زیادی فعالیت می‌کردند و پیدا کردن مشتری برای یک کسب‌وکار تازه آسان نبود. انیسه باید در بازاری که انتخاب‌های زیادی پیش روی مشتریان قرار داشت، دلیلی برای انتخاب «نقشینه» پیدا می‌کرد.

راه او برای مقابله با این وضعیت، استفاده درست از همان منابع محدودی بود که در اختیار داشت. او تلاش کرد با امکانات موجود، بهترین دوخت را ارائه کند و کیفیت کار را به ابزاری برای جذب مشتری تبدیل سازد. تجربه هفت تا هشت ساله‌اش در خیاطی نیز در این مرحله اهمیت داشت؛ تجربه‌ای که به او کمک کرده بود با کار آشنا باشد و بداند مشتری از یک دوخت خوب چه انتظاری دارد.

«نقشینه» به مرور فقط به دوخت‌های معمول محدود نماند. شناخت لباس‌های فرهنگی و توجه به هنرهای سنتی، از جمله بگیزدوزی و دست‌دوزی، بخشی از مسیر توسعه کار شد. این توجه به پوشاک فرهنگی، به کارگاه هویت متفاوتی می‌دهد و مهارت خیاطی را با هنرهای دستی پیوند می‌زند.

یکی از بخش‌های جالب فعالیت انیسه، تلاش برای پاسخ‌دادن به نیازهایی است که در نگاه نخست شاید ارتباط مستقیمی با خیاطی نداشته باشند. او در کنار لباس‌های بگیزدوزی، دوخت پلاستیک زین موتورسایکل را نیز در فعالیت‌های خود جای داده است. این تجربه نشان می‌دهد که برای او خیاطی تنها تکرار یک نوع محصول نیست؛ مهارتی است که می‌توان آن را برای نیازهای مختلف به کار گرفت.

در کنار تولید، آموزش نیز بخشی از مسیر «نقشینه» شده است. انیسه برای شاگردان فرصت آموزش و کار فراهم کرده و از این راه تلاش کرده است مهارتی را که خود طی سال‌ها آموخته، به دیگران نیز منتقل کند. برای او، ایجاد شغل و آموزش زنان و شاگردان دو بخش مرتبط از یک هدفاند؛ ساختن فرصتی که افراد بتوانند از توانایی خود استفاده کنند.

البته مدیریت چنین کاری، با سرمایه محدود و مشتریان محدود، نیازمند ایستادگی است. انیسه در مسیر خود با کمبود سرمایه، نبود مشتری کافی و افزایش خیاطی‌های محلی روبه‌رو بوده است. در چنین شرایطی، هر سفارش اهمیت پیدا می‌کند و استفاده درست از منابع می‌تواند تفاوت بزرگی ایجاد کند. او تلاش کرده است به جای کنار کشیدن در برابر مشکلات، با همان امکانات موجود به کار ادامه دهد و کیفیت دوخت را حفظ کند.

انیسه براساس آموخته‌های خویش از برنامه‌های کارآفرینی موسسه AELSO یکی از راه‌هایی که برای مدیریت ریسک در نظر گرفته، ایجاد «جانشین تولیدی» است؛ رویکردی که می‌تواند به ادامه روند تولید و کاهش وابستگی کارگاه به یک فرد کمک کند. این نگاه، در کنار تجربه عملی او، نشان می‌دهد که انیسه به ادامه‌دار بودن کسب‌وکار فکر می‌کند، نه فقط به انجام سفارش‌های امروز.

سال‌های فعالیت در خیاطی، درس‌های مهمی برای او داشته است. مهم‌ترین درس شاید این باشد که پیش از هر چیز باید به خود و توانایی‌های خود باور داشت. از نگاه انیسه، انگیزه و داشتن هدف

مشخص زمانی معنا پیدا می‌کند که با عمل همراه شود. ایده بدون اقدام نمی‌تواند به کسب‌وکار تبدیل شود؛ این عمل است که به یک توانایی شکل اقتصادی می‌دهد.

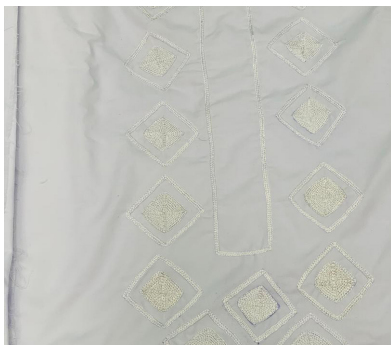
او برای کارآفرینان دیگر نیز بر استفاده از تکنالوژی تأکید دارد. در بازاری که شیوه‌های ارتباط، معرفی و دسترسی به مشتری در حال تغییر است، استفاده از ابزارهای جدید می‌تواند فرصت‌های تازه‌ای برای کسب‌وکارهای کوچک ایجاد کند.

توصیه انیسه به جوانانی که می‌خواهند وارد دنیای کارآفرینی شوند، ساده اما برخاسته از تجربه است: مهارت‌های خود را ارتقا دهند، در برابر کمبودها تسلیم نشوند و اراده‌ای قوی داشته باشند. به باور او، نبودن یک امکان نباید به معنای پایان راه باشد؛ «همیشه یک راه برای موفقیت وجود دارد».

شاید همین نگاه است که مسیر انیسه امانی را معنا می‌بخشد. او با رشته اقتصاد وارد زندگی حرفه‌ای شد، اما مهارتی که طی سال‌ها در خیاطی به دست آورد، به ابزار ساختن یک کسب‌وکار تبدیل شد. در «نقشینه»، نخ و سوزن فقط وسیله تولید لباس نیستند؛ بخشی از مسیری‌اند که انیسه برای اشتغال، آموزش و فعالیت اقتصادی زنان انتخاب کرده است.

با این همه، او هنوز به یک مسیر تازه فکر می‌کند. اگر فرصت شروع دوباره داشته باشد، یکی از ایده‌هایی که در ذهن دارد، ایجاد فارم مرغداری است؛ ایده‌ای که نشان می‌دهد نگاه او به کارآفرینی به یک حوزه محدود نمانده و همچنان به دنبال راه‌های تازه برای فعالیت اقتصادی است.

داستان «نقشینه» داستان یک موفقیت یک‌شبه نیست. داستان زنی است که در بازاری شلوغ و با منابع محدود، تلاش کرده است جای خود را پیدا کند؛ زنی که هفت تا هشت سال تجربه را پشتوانه کارش ساخته، با دشواری کمبود مشتری و سرمایه روبه‌رو شده و در کنار تولید، آموزش شاگردان و ایجاد فرصت کاری را نیز دنبال کرده است. برای انیسه امانی، نقطه آغاز هر موفقیت شاید همان جایی باشد که انسان تصمیم می‌گیرد به توانایی خودش اعتماد کند، هدفی داشته باشد و منتظر کامل شدن همه شرایط نماند. «نقشینه» از همین باور شکل گرفته است؛ با امکانات محدود، اما با اراده‌ای که هنوز برای ادامه مسیر و ساختن فرصت‌های بیشتر زنده است.



از یک اتاق کوچک تا ساختن یک فرصت؛ DALA SUPER STORE

یک هفته تمام، نیلوفر عترت در خانه مشغول پاک‌کاری و فکر کردن بود. برگشتن به زادگاهش پس از تغییرات سیاسی، آن‌طور که تصور می‌کرد، ساده نبود. چیزهایی که برای آینده‌اش ساخته بود، ناگهان در برابر شرایط تازه قرار گرفته بود. ادامه تحصیل دشوار شده بود، فضای اجتماعی تغییر کرده بود و وقتی به خانه برگشت، پدر و مادرش را نیز خسته‌تر و ضعیف‌تر از گذشته دید. خانه قدیمی‌تر به نظر می‌رسید و ناامیدی از آینده فرزندان، سنگینی خود را بر فضای خانه انداخته بود.

در میان همه این تغییرات، یک پرسش در ذهن نیلوفر تکرار می‌شد: حالا چه کاری می‌توانم انجام بدهم؟ نیلوفر عترت، دانشجوی حوزه مدیریت و اداره کسب‌وکار، پیش از این نیز در برنامه‌های آموزشی، کارآفرینی، رهبری و فعالیت‌های اجتماعی مشارکت داشت. او باور داشت که دانش تنها زمانی ارزش پیدا می‌کند که بتوان آن را در زندگی و جامعه به کار گرفت. وقتی مسیر خودش دشوار شد، تصمیم گرفت آنچه را آموخته است، در اختیار دیگران قرار دهد.

در یکی از همان روزهای سخت، به این نتیجه رسید که اگر نمی‌تواند شرایط بزرگ اطرافش را تغییر دهد، می‌تواند از جایی کوچک شروع کند. در خانه یک کورس زبان انگلیسی و ریاضی راه‌اندازی کرد. به خانه‌های اطراف خبر داد و شاگردانی را جمع کرد. هدفش ساده بود: اگر امکان ادامه مسیر خودش محدود شده، دست‌کم می‌تواند بخشی از دانشی را که در اختیار دارد به دیگران منتقل کند.

کورس آغاز شد و زندگی دوباره برای نیلوفر رنگی از فعالیت گرفت. اما چند ماه بعد، یک مشکل روزمره توجه او را به خود جلب کرد. رفت‌وآمد به بازار اصلی برای خرید وسایل مورد نیاز دشوار بود. خرید کتاب، قرطاسیه، رنگ و مواد دیگر برای خانواده‌ها و شاگردان آسان نبود. همین نیاز کوچک، فکر دیگری را در ذهنش ایجاد کرد.

او از خودش پرسید: اگر تهیه این وسایل برای ما دشوار است، نیازهای روزمره همین خانواده‌ها چگونه تأمین می‌شود؟ ایده یک فروشگاه کوچک از همین پرسش متولد شد. نیلوفر در آن زمان تنها ۷۰ دالر و ۵۰۰۰ افغانی در اختیار داشت. سرمایه زیادی نبود، اما او تصمیم گرفت با همان مقدار اندک شروع کند. کالاهای مورد نیاز را خرید و به خانه آورد. از پدر و مادرش خواست چوب‌های خانه را منظم کنند تا بتوانند محصولات را در آن جای دهند و بفروشند.

شاید در نگاه نخست، آنچه شکل گرفته بود بیشتر به یک فروش کوچک خانگی شباهت داشت تا یک کسب‌وکار؛ اما برای نیلوفر، همین آغاز کوچک معنای دیگری داشت. او برای نخستین بار می‌دید که می‌توان از یک نیاز واقعی، یک فعالیت اقتصادی ساخت.

سال بعد، پدرش اتاق کوچکی در نزدیکی خانه ساخت تا شاگردان بتوانند در فضای مناسب‌تری درس بخوانند. همان اتاق به شکل جالبی به بخشی از داستان کسب‌وکار نیز تبدیل شد. دیوار آن با قفسه‌ها پوشانده شد و فضای کوچکی شکل گرفت که در یک سو کالاهای قرار داشتند و در سوی دیگر، درس جریان داشت. از دل همین تجربه، Dala Super Store شکل جدی‌تری به خود گرفت.

نیلوفر در جاغوری، در ولایت غزنی، فعالیت خود را ادامه داد و تلاش کرد فروشگاه را بر اساس نیازهای واقعی مردم توسعه دهد. برنج، روغن، نخود، لوبیا، عدس، مواد شوینده، شامپو، صابون، عطر و برخی محصولات مورد نیاز زنان، در میان کالاهایی قرار گرفتند که برای فروش در نظر گرفته شدند.

برای نیلوفر، فروشگاه تنها محلی برای خرید و فروش کالا نبود، او می‌خواست فعالیتی بسازد که بتواند در آینده به یک منبع درآمد پایدار تبدیل شود و در عین حال، ظرفیت رشد داشته باشد. در این میان، آشنایی با برنامه‌های آموزشی و کارآفرینی AELSO نقطه مهمی در مسیر او بود. آموزش‌هایی که دریافت کرد، نگاهش را نسبت به کارآفرینی تغییر داد. پیش از آن، پرسش اصلی برایش این بود که «من چه کاری می‌توانم پیدا کنم؟» اما به تدریج این پرسش جای خود را به سؤال دیگری داد:

«من چه مشکلی را می‌توانم حل کنم و چه فرصتی می‌توانم ایجاد کنم؟» برای نیلوفر، همین تغییر نگاه یکی از مهم‌ترین اتفاقات مسیر کارآفرینی‌اش بود. او دریافت که کارآفرینی الزاماً با سرمایه بزرگ، دفتر مجهز یا فروشگاه بزرگ آغاز نمی‌شود. ممکن است از یک اتاق کوچک، چند قفسه، مقدار محدودی کالا و شناخت یک نیاز واقعی شروع شود. در ادامه، AELSO سرمایه اولیه مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب‌وکار را در نظر گرفت. نیلوفر تلاش کرد این سرمایه را به شکلی استفاده کند که فقط صرف خرید اولیه نشود و امکان گردش مالی و ادامه فعالیت نیز وجود داشته باشد.

اما سرمایه تنها چیزی نبود که در اختیار گرفتنش برای او اهمیت داشت. او به دانش، برنامه‌ریزی و اعتمادبه‌نفس نیز نیاز داشت. آموزش‌های کارآفرینی، مدیریت، بازاریابی و برنامه‌ریزی مالی به او کمک کرد تا نگاه منظم‌تری به کسب‌وکار داشته باشد. او آموخت که پیش از خرید کالا باید نیاز بازار را شناخت، هزینه‌ها را کنترل کرد، قیمت‌ها را مقایسه کرد و سرمایه را طوری به کار گرفت که امکان ادامه فعالیت باقی بماند.

یکی از مهم‌ترین تجربه‌های او مربوط به مدیریت نوسان قیمت‌ها بود. در آغاز کار متوجه شد که اگر تمام سرمایه را یک‌باره صرف خرید مقدار زیادی از یک محصول کند، ممکن است در صورت کاهش تقاضا یا تغییر قیمت، بخش زیادی از سرمایه برای مدت طولانی در همان کالا باقی بماند.

برای همین، خریدها را مرحله‌ای انجام داد و تلاش کرد از انباشته‌شدن کالاهای کم‌تقاضا جلوگیری کند. این تصمیم ساده، برای یک کسب‌وکار کوچک اهمیت زیادی داشت؛ زیرا سرمایه در گردش، امکان ادامه حرکت را فراهم می‌کرد.

نیلوفر به تدریج دریافت که در تجارت، شناخت مشتری به اندازه داشتن سرمایه اهمیت دارد. مردم فقط برای خرید کالا به یک فروشگاه مراجعه نمی‌کنند؛ قیمت مناسب، کیفیت، دسترسی، برخورد خوب و اعتماد نیز در تصمیم آنان نقش دارد. از همین رو، تلاش کرد نیاز مشتریان را بهتر بشناسد، تنوع کالاها را متناسب با بازار تنظیم کند و از ابزارهای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی نیز برای معرفی محصولات و ارتباط با مشتریان استفاده کند.

البته مسیر برای او بدون دشواری نبود. کمبود سرمایه، نوسان قیمت‌ها، کاهش قدرت خرید مردم، دشواری تأمین کالا، رقابت بازار و ضرورت مدیریت سرمایه در گردش، بخشی از چالش‌های کسب‌وکار بودند. در کنار این مسائل، نیلوفر باید چند نقش را هم‌زمان مدیریت می‌کرد: دانشجو بود، مسئولیت‌های کاری داشت، آموزش می‌داد و به فعالیت‌های اجتماعی نیز علاقه‌مند بود.

همین تجربه به او نشان داد که مدیریت واقعی فقط در کتاب‌ها آموخته نمی‌شود. زمانی که یک کارآفرین مجبور است در شرایط دشوار میان چند انتخاب تصمیم بگیرد، آنجاست که مفهوم واقعی مدیریت را تجربه می‌کند. نیلوفر در مسیر خود به این نتیجه رسید که

ریسک را نمی‌توان همیشه از میان برداشت، اما می‌توان آن را شناخت و مدیریت کرد. بررسی بازار پیش از خرید، خرید مرحله‌ای، کنترل هزینه‌ها، توجه به میزان فروش و نگهداشتن بخشی از سرمایه برای شرایط پیش‌بینی‌نشده، بخشی از روش‌هایی بود که برای کاهش ریسک به کار گرفت.

اما شاید مهم‌ترین سرمایه‌ای که در این مسیر به دست آورد، اعتماد به توانایی خودش بود. او از تجربه خود یک اصل روشن استخراج کرده است: برای آغاز یک کار لازم نیست همه چیز از روز اول کامل باشد. مهم این است که آماده یادگیری باشیم. این نگاه، از روزهایی می‌آید که خودش با ۷۰ دالر و ۵۰۰۰ افغانی شروع کرده بود. آن روز شاید نمی‌توانست تصور کند که همان خرید کوچک روزی به یک ایده اقتصادی جدی‌تر تبدیل خواهد شد. اما مسیر کارآفرینی نیز همین است؛ آینده همیشه در روز اول کاملاً قابل دیدن نیست.

نیلوفر امروز کارآفرینی را تنها وسیله‌ای برای درآمد نمی‌داند. برای او، کارآفرینی راهی برای ساختن فرصت، افزایش اعتمادبه‌نفس و اثبات توانایی زنان و دختران است. به باور او، وقتی یک زن به دانش، مهارت و فرصت دسترسی پیدا کند، تأثیر آن می‌تواند از زندگی خودش فراتر برود و خانواده و جامعه اطرافش را نیز تحت تأثیر قرار دهد.

به همین دلیل، یکی از اهداف آینده او توسعه Dala Super Store، افزایش تنوع محصولات، گسترش بازار و ایجاد فرصت‌های کاری بیشتر، به‌ویژه برای زنان و دختران جوان است. او می‌خواهد کسب‌وکاری بسازد که تنها برای خودش درآمد ایجاد نکند؛ کسب‌وکاری که بتواند برای دیگران نیز فرصت بسازد.

توصیه نیلوفر به کارآفرینان جوان از دل همین تجربه بیرون آمده است: از یک ایده ساده اما قابل اجرا شروع کنید. پیش از سرمایه‌گذاری بزرگ، بازار و مشتری را بشناسید. از تکنولوژی و شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید. کیفیت را قربانی سود کوتاه‌مدت نکنید و از اشتباهات خود یاد بگیرید.

اما مهم‌تر از همه، منتظر فراهم‌شدن شرایط کامل ننماید. نیلوفر عترت خود یکی از کسانی است که این حرف را زندگی کرده است. او در زمانی که مسیر تحصیل و آینده‌اش با موانع جدی روبه‌رو شده بود، می‌توانست فقط به آنچه از دست رفته بود فکر کند. اما تصمیم گرفت از دانشی که داشت استفاده کند. نخست یک کورس کوچک

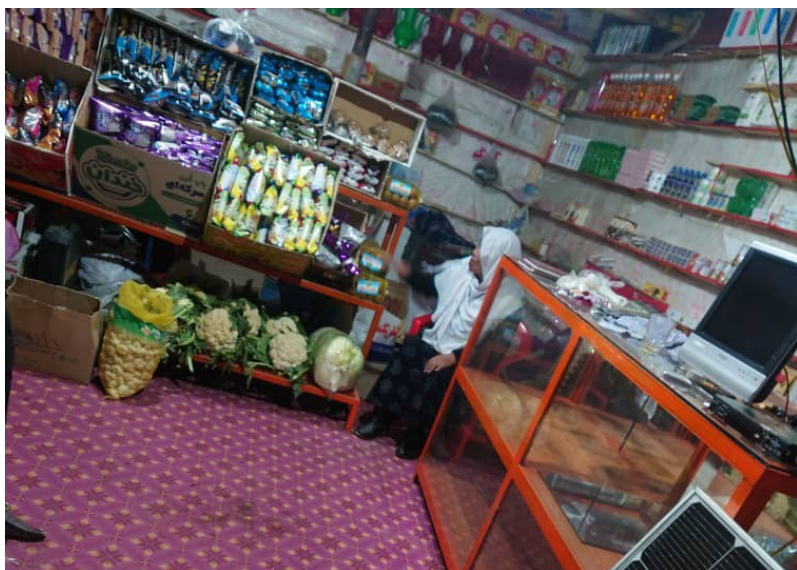
راه انداخت، سپس برای شاگردانش به یک نیاز روزمره توجه کرد و از همان نیاز، فکر یک فروشگاه کوچک را ساخت.

از یک اتاق و چند قفسه آغاز کرد؛ با سرمایه‌ای که در مقیاس یک کسب‌وکار کوچک بود. اما آنچه به این آغاز معنا داد، اندازه سرمایه نبود؛ جرئت شروع کردن بود. اگر امروز از نیلوفر بپرسند بزرگ‌ترین چیزی که از این مسیر آموخته چیست، شاید پاسخ در همان تغییری خلاصه شود که خودش تجربه کرده است: از «پیدا کردن فرصت» به «ساختن فرصت».

او هنوز خود را در پایان راه نمی‌بیند. Dala Super Store برای نیلوفر مقصد نهایی نیست؛ مرحله‌ای از مسیری است که می‌خواهد آن را توسعه دهد و در آینده فرصت‌های بیشتری برای زنان و جوانان ایجاد کند.

در ذهن او، حتی ایده‌های تازه‌ای برای آینده وجود دارد. کارآفرینی برایش دیگر یک انتخاب موقت نیست؛ تبدیل به شیوه‌ای برای نگاه کردن به مشکلات شده است. هر نیاز می‌تواند یک پرسش باشد و هر پرسش، اگر با دانش و اقدام همراه شود، می‌تواند به یک فرصت تبدیل شود. داستان نیلوفر عترت از یک فروشگاه بزرگ شروع نشد. از یک هفته فکر کردن در خانه شروع شد؛ از دختری که به آینده نامطمئن نگاه می‌کرد و از خود می‌پرسید: «حالا چه کاری می‌توانم؟»

پاسخ او، یک تصمیم بود. و آن تصمیم، نخست به یک کورس کوچک انجامید، بعد به چند قفسه در یک اتاق و سرانجام به کسب‌وکاری که امروز نام Dala Super Store را با خود دارد. شاید هنوز راه زیادی تا رؤیاهای بزرگ نیلوفر باقی مانده باشد، اما او یک چیز را به‌خوبی آموخته است: همیشه لازم نیست راه را از پیش ببینیم؛ کافی است آن قدر شجاع باشیم که قدم اول را برداریم و در مسیر، راه بعدی را پیدا کنیم.



چاشنی سرا؛ از یک قنادی کوچک تا ساختن فرصت برای دختران

سال ۲۰۲۱ برای بسیاری از زنان و دختران افغانستان سالی بود که مسیرهای آشنا یکی پس از دیگری بسته می‌شد. در میان محدودیت‌های تازه و محرومیت از تحصیل و حضور اجتماعی، آینده برای بسیاری نامعلوم‌تر از همیشه به نظر می‌رسید. سدره ظریفی نیز این تغییرات را از نزدیک تجربه کرد؛ اما تصمیم گرفت منتظر بهتر شدن شرایط نماند. با امکانات محدودی که در اختیار داشت، به این فکر افتاد که برای خودش کاری بسازد؛ کاری که هم منبع درآمد باشد و هم دلیلی برای ادامه دادن.

سرمایه زیادی نداشت، اما ایده‌ای داشت که حاضر نبود آن را کنار بگذارد. نخستین قدم را با راه‌اندازی یک قنادی کوچک در محله‌شان برداشت و نام آن را «چاشنی سرا» گذاشت. فعالیت در ابتدا ساده بود؛ تولید کلچه‌های شور و شیرین. کار کوچک بود، اما برای سدره معنایی فراتر از فروش یک محصول داشت.

کلچه‌های شور و شیرین برای او یادآور زندگی زنان افغانستان بود؛ زندگی‌ای که در آن تلخی و شیرینی در کنار هم جریان دارد. خودش این نگاه را چنین بیان می‌کند: «زندگی ما نیز مانند همین کلچه‌ها گاهی تلخ و گاهی شیرین بوده است». با این حال، آنچه برایش اهمیت داشت، این بود که زنان بتوانند در میان دشواری‌ها سهمی از شیرینی زندگی را خودشان بسازند.

شروع کار آسان نبود. سرمایه محدود، افزایش قیمت مواد اولیه و شرایط دشوار اقتصادی، فشار زیادی بر یک کسب‌وکار کوچک وارد می‌کرد. فروش نیز همیشه قابل پیش‌بینی نبود و هر بار که هزینه‌ها بالا می‌رفت، ادامه مسیر دشوارتر می‌شد. با این حال، نتیجه تلاش‌ها و نخستین سودها به سدره نشان داد که ایده‌اش می‌تواند دوام بیاورد. همین نشانه‌های کوچک، امید لازم برای ادامه راه را به او داد.

با افزایش تجربه و جلب اعتماد مشتریان، «چاشنی سرا» آرام‌آرام از یک قنادی کوچک فاصله گرفت. سدره محصولات بیشتری را به کار اضافه کرد و فعالیتش به تهیه غذاهای خانگی نیز گسترش یافت. قنادی کوچک به یک رستوران کوچک تبدیل شد؛ تغییری که برای او تنها توسعه یک محل کار نبود، بلکه اثبات این واقعیت بود که یک کسب‌وکار می‌تواند با سرمایه اندک و قدم‌های حساب‌شده رشد کند. امروز «چاشنی سرا» مجموعه‌ای متنوع از محصولات و غذاهای خانگی

را عرضه می‌کند؛ از کله‌په‌های شور و شیرین و کیک ساده و کیک تاجیکی گرفته تا میتهایی، خجور، بغلاوه، حلوای سفید، خانه زنبور، بورک، منتو، بولانی و آشک. برای خانواده‌ها نیز خدمات ارسال غذا به درب منزل فراهم شده است. این تنوع حاصل مسیری است که از چند محصول ساده آغاز شد و با شناخت نیاز مشتریان و افزایش تجربه توسعه پیدا کرد.

اما مهم‌ترین بخش این مسیر برای سدره، تنها بزرگ‌تر شدن فهرست محصولات نیست. آنچه برایش ارزش بیشتری دارد، آدم‌هایی هستند که در کنار این کسب‌وکار فرصت کار پیدا کرده‌اند. او کار را با دو دختر جوان آغاز کرد. با رشد «چاشنی‌سرا»، امکان همکاری با افراد بیشتری نیز فراهم شد و امروز پنج دختر جوان در این مجموعه کار می‌کنند. با احتساب خود سدره، تیم «چاشنی‌سرا» شش نفر است. برای او، فراهم کردن این فرصت‌ها یکی از ارزشمندترین دستاوردهای کسب‌وکارش محسوب می‌شود؛ زیرا این دختران نه تنها مصروف کار شده‌اند، بلکه توانسته‌اند درآمدی داشته باشند و در اقتصاد خانواده‌های خود سهم بگیرند.

سدره کارآفرینی را تنها در میزان درآمد و سود خلاصه نمی‌کند. از نگاه او، یک کسب‌وکار زمانی ارزش بیشتری پیدا می‌کند که بتواند برای دیگران نیز فرصت ایجاد کند؛ فرصتی برای کار، استقلال، اعتمادبه‌نفس و داشتن امیدی بیشتر به آینده.

در ادامه این مسیر، حمایت موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) نیز به توسعه «چاشنی‌سرا» کمک کرد. کمک مالی و حمایت از توسعه کسب‌وکار، این امکان را برای سدره فراهم کرد که بخشی از لوازم و تجهیزات مورد نیازش را تهیه کند و ظرفیت کاری مجموعه را افزایش دهد. این حمایت برای او فقط تأمین بخشی از نیازهای مادی نبود؛ انگیزه‌ای بود برای اینکه با اطمینان بیشتری به کاری که آغاز کرده بود ادامه دهد. با این پشتیبانی، سدره توانست فعالیت خود را منظم‌تر و گسترده‌تر پیش ببرد و زمینه ایجاد فرصت‌های کاری بیشتری را برای دختران جوان فراهم کند. برای او، حمایت از زنان کارآفرین در شرایط دشوار افغانستان، معنایی فراتر از کمک به یک کسب‌وکار دارد؛ این حمایت می‌تواند به زنی کمک کند تا توانایی خود را جدی‌تر بگیرد و از یک ایده کوچک، مسیر تازه‌ای برای زندگی بسازد.

تجربه «چاشنی سرا» به سدره آموخته است که آغاز یک کسب‌وکار الزاماً به سرمایه بزرگ نیاز ندارد. سرمایه اولیه مهم است، اما در کنار آن، ایده، پشتکار، یادگیری مداوم و اعتماد به خود نیز نقش تعیین‌کننده دارند. افزایش قیمت مواد اولیه، دشواری اقتصادی و محدودیت‌های اجتماعی هنوز هم بخشی از واقعیت کاری او هستند، اما هر مشکل برایش تجربه‌ای تازه ساخته است. سدره خود را در پایان راه نمی‌بیند. «چاشنی سرا» هنوز برای او یک مسیر در حال رشد است؛ مسیری که می‌خواهد در سال‌های آینده محصولات و خدمات بیشتری به آن اضافه کند و فرصت‌های کاری بیشتری برای زنان و دختران فراهم آورد.

داستان او از یک قنادی کوچک در یک محله آغاز شد؛ با سرمایه‌ای محدود، چند محصول ساده و تصمیمی برای منتظر نماندن. امروز پشت آن قنادی کوچک، تیمی شش‌نفره ایستاده است و پنج دختر جوان از دل همین کسب‌وکار درآمد به دست می‌آورند. برای سدره ظریفی، «چاشنی سرا» فقط محل تهیه و فروش غذا نیست. این کسب‌وکار روایت زنی است که در روزهای دشوار، به جای چشم دوختن به تغییر شرایط، از همان امکانات محدود خود آغاز کرد؛ روایت تلاشی برای ساختن شیرینی از دل روزهای سخت و تبدیل یک قدم کوچک به فرصتی برای دیگران. و شاید خلاصه مسیر او را بتوان در یک جمله خودش یافت: «شاید نتوانیم همه مشکلات را یک‌باره تغییر بدهیم، اما می‌توانیم از یک قدم کوچک شروع کنیم».



وقتی هنر نقاشی به راهکار تاب‌آوری تبدیل می‌شود

برای شکریه جمال، نقاشی فقط کشیدن تصویر روی بوم و کاغذ نیست؛ راهی است برای آموختن، خلق کردن و ساختن فرصتی که بتواند با دیگران نیز شریک شود. او مسیر حرفه‌ای خود را در هنر در شرایطی دنبال می‌کند که ادامه دادن یک فعالیت هنری و تبدیل آن به یک کسب‌وکار، به پشتکار و تلاش مداوم نیاز دارد.

گالری نقاشی شکریه در آغاز راه خود قرار دارد، اما در همین مدت توانسته است دو مسیر را هم‌زمان پیش ببرد: تولید آثار هنری و آموزش نقاشی به دختران و هنرجویان. در سه ماه نخست سال ۲۰۲۶، این گالری علاوه بر کشیدن آثار جدید و پذیرش سفارش‌های نقاشی، صنایع طراحی و نقاشی را به شکل حضوری و آنلاین برگزار کرد و در فعالیت‌های هنری و نمایشگاه‌ها نیز حضور یافت.

یکی از بخش‌های مهم فعالیت او، آموزش به هنرجویان است. در این دوره، هشت هنرجو به‌صورت حضوری و ۱۵ دانشجو به‌صورت آنلاین از آموزش‌های گالری استفاده کردند. برای شکریه، دیدن پیشرفت هنرجویان در طراحی و نقاشی، بخشی از دستاوردهای مهم این مسیر است؛ زیرا گالری برای او تنها محلی برای فروش آثار نیست، فضایی است که در آن تجربه هنری می‌تواند به دیگران نیز منتقل شود.

در کنار آموزش، شکریه به خلق آثار جدید و پذیرش سفارش‌های نقاشی ادامه داده است. همین ترکیب میان آموزش، تولید و سفارش، به گالری امکان داده است تا ارتباط خود را با مشتریان و هنرجویان حفظ کند. در این دوره، او توانست مشتریان جدیدی برای سفارش نقاشی جذب کند و فعالیت هنری خود را ادامه دهد.

ادامه این مسیر بدون دشواری نبوده است. کمبود فضای مناسب برای آموزش، کاهش سفارش‌های نقاشی و مشکلات مربوط به تبلیغات و معرفی بهتر گالری، از مهم‌ترین چالش‌های این دوره بوده‌اند. برای یک کسب‌وکار هنری کوچک، کاهش سفارش‌ها تنها به معنای کاهش درآمد نیست؛ بر روند تولید، آموزش و برنامه‌ریزی برای آینده نیز اثر می‌گذارد. با این حال، شکریه تلاش کرده است فعالیت گالری را متوقف نکند و برای توسعه آن برنامه داشته باشد.

در همین مسیر، آموزش‌ها و حمایت‌های موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) نیز برای شکریه اهمیت داشت. این آموزش‌ها به او کمک کرد تا فعالیت هنری خود را با نگاه منظم‌تر

و آگاهی بیشتر دنبال کند و حمایت‌های این نهاد نیز در تهیه وسایل و تجهیزات مورد نیاز گالری مؤثر بود. برای او، این پشتیبانی تنها به امکانات مادی محدود نمی‌شود؛ اعتمادی که از طریق این حمایت شکل گرفت، انگیزه‌ای برای ادامه دادن و جدی‌تر دنبال کردن مسیر کاری‌اش بود.

ادامه کار نیازمند هزینه نیز هست. در این سه ماه، ۱۳ هزار و ۴۳۰ افغانی برای خرید وسایل نقاشی هزینه شد؛ از رنگ، بوم و ورق گرفته تا قلم، تخته، چوکات، رنگ‌های پنسلی و روغنی، برس و وسایل مورد نیاز برای سیاه‌قلم. برای آماده‌سازی فضای گالری نیز ۱۲ هزار افغانی برای میز، چوکی و سایر وسایل مورد نیاز مصرف شد. در زمستان، برای مقابله با سردی هوا، گاز و بخاری نیز تهیه شد و فضای اتاق گالری رنگ‌آمیزی و تنظیم گردید.

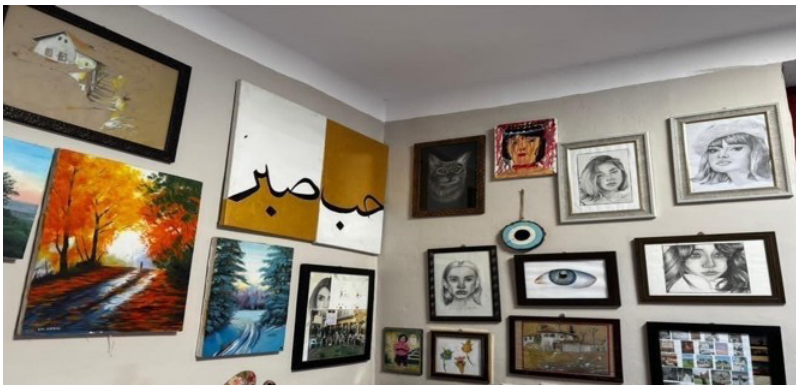
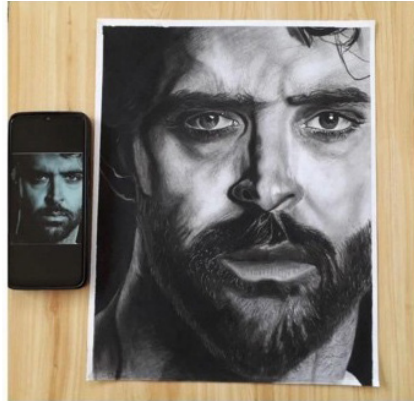
درآمد این دوره از سه بخش به دست آمد: دو هزار افغانی از فروش نقاشی‌ها، چهار هزار و ۵۰۰ افغانی از آموزش و دو هزار و ۹۰۰ افغانی از سفارش‌های نقاشی. این ارقام شاید در مقایسه با یک کسب‌وکار بزرگ چشم‌گیر نباشند، اما برای گالری‌ای که هنوز در حال ساختن جایگاه خود است، هر سفارش و هر هنرجوی جدید بخشی از تجربه و سرمایه مسیر آینده محسوب می‌شود.

آنچه در این دوره بیش از رقم درآمد اهمیت دارد، تداوم فعالیت است. شکریه توانسته است در کنار محدودیت‌های موجود، آموزش هنرجویان را ادامه دهد، آثار تازه خلق کند، سفارش بگیرد و برای بهتر شدن فضای گالری هزینه کند. رشد یک کسب‌وکار هنری همیشه با یک جهش بزرگ اتفاق نمی‌افتد؛ گاهی در تعداد هنرجویان، یک سفارش تازه، یک اثر جدید یا حتی تهیه وسیله‌ای ضروری برای ادامه کار خود را نشان می‌دهد.

فضای مجازی نیز بخشی از مسیر معرفی فعالیت‌های گالری است. انتشار آثار نقاشی، نمونه کارهای هنرجویان حضوری و آنلاین، فعالیت‌های گالری و تصاویر مربوط به خرید وسایل، به مخاطبان امکان می‌دهد روند این فعالیت هنری را دنبال کنند. برای شکریه جمال، این دوره فرصتی برای ادامه دادن، آزمودن توانایی‌ها و شناخت بهتر چالش‌های مسیر بود. هدف او برای ماه‌های آینده روشن است: جذب هنرجویان بیشتر و گسترش فعالیت‌های گالری.

داستان گالری نقاشی شکریه جمال هنوز در فصل‌های نخست خود قرار دارد. بوم‌های بیشتری برای نقاشی شدن، هنرجویانی برای آموختن و راه‌هایی برای توسعه گالری پیش روی اوست. آنچه تاکنون ساخته شده، از چند قلم‌مو و رنگ و یک فضای کوچک فراتر می‌رود؛ این گالری به تدریج به جایی تبدیل می‌شود که در آن هنر هم خلق می‌شود و هم آموخته می‌شود.

شاید ارزشمندترین بخش این مسیر همین باشد: شکریه جمال هنر را در قاپ یک اثر متوقف نکرده است؛ او تلاش کرده است آن را به مهارت، آموزش و یک فرصت اقتصادی تبدیل کند. اکنون هدفش این است که این فرصت را بزرگ‌تر کند و گالری‌اش را به فضایی برای هنرجویان بیشتر و فعالیت‌های هنری گسترده‌تر مبدل سازد.



از یک گلخانه کوچک تا رؤیای بزرگ‌تر برای زنان روستایی

صبح هنوز کاملاً از راه نرسیده بود، نور کم‌رنگ آفتاب از میان پوشش گلخانه عبور می‌کرد و روی برگ‌های سبز و خاک نم‌خورده می‌افتاد. در آن فضای کوچک، هر چیز معنای خودش را داشت؛ سازه‌ای که با امکانات محدود برپا شده بود، محصولاتی که حاصل تلاش و مراقبت بودند و زنی که پشت این کار، رؤیایی بزرگ‌تر از یک کسب‌وکار داشت. زهرا سکندری به گلخانه نگاه می‌کرد و می‌دانست چیزی که پیش رویش قرار دارد، فقط یک پروژه زراعتی نیست، برای او، اینجا می‌توانست نقطه آغاز راهی باشد که در پایش زنان بیشتری فرصت کار، یادگیری و ایستادن روی پای خودشان را پیدا کنند.

زهرا، فارغ‌التحصیل رشته اقتصاد از کاپیسا، از جنوری ۲۰۲۵ تصمیم گرفت این ایده را به واقعیت تبدیل کند. ایده در ظاهر ساده بود: ساخت یک گلخانه برای استفاده بهتر از ظرفیت‌های زراعتی. اما پشت این تصمیم، یک پرسش بزرگ‌تر قرار داشت؛ چگونه می‌توان از یک فعالیت اقتصادی، فرصتی ساخت که زنان روستایی نیز در آن سهم داشته باشند؟

او نمی‌خواست تنها ناظر شرایط باشد، خودش می‌گوید می‌خواست کاری انجام دهد که هم برای او تجربه و آینده‌ای بهتر بسازد و هم برای زنان دیگر مفید باشد. همین نگاه باعث شد گلخانه برای او از یک محل تولید فراتر برود و به بخشی از رؤیای توانمندسازی اقتصادی زنان تبدیل شود.

شروع این راه آسان نبود، منابع مالی محدود بود و شرایط فعالیت اقتصادی برای زنان نیز دشواری‌های خودش را داشت، راه‌اندازی یک فعالیت زراعتی به سرمایه، امکانات و برنامه‌ریزی نیاز دارد و زهرا می‌دانست که هر قدم در چنین مسیری می‌تواند با مانعی تازه روبه‌رو شود.

با این حال، تصمیم گرفته بود اجازه ندهد مشکلات جای ایده‌اش را بگیرند. در ذهنش یک باور ساده شکل گرفته بود: اگر برای هر مانع متوقف شود، هیچ‌وقت ایده‌اش را به واقعیت تبدیل نخواهد کرد. بنابراین، به جای منتظر ماندن برای شرایط ایده‌آل، با امکانات موجود قدم‌به‌قدم پیش رفت.

حمایت AELSO نقطه مهمی در آغاز عملی این مسیر بود، بودجه‌ای که برای این ابتکار در نظر گرفته شد، به زهرا امکان داد ایده گلخانه

را از مرحله فکر و برنامه وارد مرحله اجرا کند. در کنار حمایت مالی، شرکت در برنامه‌ها و سیمینارهای آموزشی AELSO نیز برای او فرصتی بود تا با مفاهیم کارآفرینی، مدیریت و پیشبرد فعالیت اقتصادی بیشتر آشنا شود. این آموزش‌ها کمک کرد نگاهش به کسب‌وکار کاربردی و دقیق شود و در تصمیم‌گیری‌ها با اعتمادبه‌نفس بیشتری عمل کند. اما آنچه به این پروژه معنا می‌داد، تنها تولید محصولات زراعتی نبود. زهرا از همان ابتدا به زنانی فکر می‌کرد که در روستا زندگی می‌کنند و با وجود توانایی و علاقه، فرصت کافی برای کار و درآمد ندارند. او باور دارد که زنان روستایی ظرفیت‌های زیادی دارند و اگر آموزش، فرصت و امکان مشارکت اقتصادی در اختیارشان قرار گیرد، می‌توانند نقش مهمی در زندگی خانواده و توسعه جامعه خود داشته باشند.

برای زهرا، درآمد یک زن فقط یک رقم نیست. وقتی زنی بتواند کاری انجام دهد و از آن درآمد به دست آورد، اعتمادش به خودش بیشتر می‌شود، خانواده‌اش از توان اقتصادی او بهره می‌برد و نگاه جامعه نیز می‌تواند به نقش او تغییر کند. به همین دلیل، هدف او این است که فعالیت گلخانه در کنار جنبه اقتصادی، زمینه‌ای برای یادگیری، مشارکت و فعالیت بیشتر زنان نیز ایجاد کند.

در مسیر اجرا، کمبود بودجه و منابع همچنان یکی از چالش‌های اصلی بود. توسعه یک فعالیت زراعتی به امکانات بیشتری نیاز دارد و محدودیت منابع می‌تواند سرعت رشد را کاهش دهد. شرایط دشوار برای فعالیت زنان نیز فشار دیگری بود که باید با آن کنار می‌آمد. زهرا برای مقابله با این وضعیت تلاش کرد پیش از هر تصمیم، امکانات و شرایط موجود را بسنجد و منابعش را درست استفاده کند. او در این مسیر آموخت که کارآفرینی به معنای نبودن مشکل نیست؛ کارآفرینی یعنی پیدا کردن راهی برای ادامه دادن، حتی زمانی که شرایط آسان نیست.

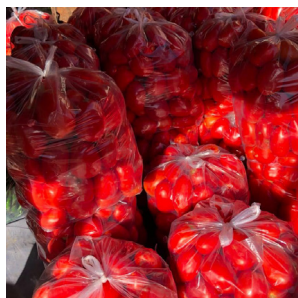
همین تجربه نگاه او را به ریسک نیز تغییر داد. فهمید که هیچ کسب‌وکاری بدون ریسک نیست، اما می‌توان با شناخت شرایط، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری سنجیده، از شدت آن کاست. برای او صبر، انعطاف‌پذیری و یادگیری مداوم به ابزارهایی تبدیل شدند که در کنار سرمایه و امکانات، برای ادامه راه به آن‌ها نیاز داشت. تجربه گلخانه یک درس مهم دیگر نیز برای زهرا داشت: برای آغاز

یک کار، همیشه لازم نیست همه امکانات از روز اول فراهم باشد. یک ایده، انگیزه و اراده می‌تواند نقطه شروع باشد و بعد می‌توان قدم‌به‌قدم امکانات و تجربه بیشتری به آن افزود.

او به زنان و دختران جوان توصیه می‌کند منتظر روزی نباشند که همه شرایط کاملاً مناسب شود، به باور او، چنین روزی ممکن است هیچ‌وقت از راه نرسد. بهتر است از یک قدم کوچک آغاز کرد، نیاز مردم و بازار را شناخت، مهارت‌های لازم را یاد گرفت و از تجربه دیگران استفاده کرد، و اگر در این راه مشکلی پیش آمد، نباید آن را نشانه پایان دانست. زهرا حالا می‌داند که هر مشکل می‌تواند تجربه‌ای تازه باشد؛ فرصتی برای این‌که انسان چیزی بیاموزد، روشش را تغییر دهد و دوباره ادامه دهد. او درباره زنان افغانستان یک باور روشن دارد: «زنان افغانستان تنها نیازمند حمایت نیستند؛ آنان می‌توانند سازنده، کارآفرین و ایجادکننده فرصت باشند».

این باور، شاید مهم‌ترین بخش داستان زهرا باشد. او نمی‌خواهد زنان روستایی تنها دریافت‌کننده کمک باشند؛ می‌خواهد آنان را در جایگاه زنانی ببیند که خودشان مهارت می‌آموزند، کار می‌کنند، درآمد به دست می‌آورند و برای آینده خانواده و جامعه‌شان تصمیم می‌گیرند. اگر امروز دوباره به آغاز راه برگردد، می‌گوید باز هم همین مسیر را انتخاب خواهد کرد؛ این بار با اعتمادبه‌نفس بیشتر، تجربه بیشتر و باور قوی‌تر به توانایی خودش. چون در این مسیر فهمیده است که یک قدم کوچک، اگر با باور و استمرار همراه باشد، می‌تواند آغاز یک تغییر بزرگ باشد.

گلخانه زهرا شاید از بیرون یک پروژه کوچک به نظر برسد، اما رؤیایی که پشت آن قرار دارد بسیار بزرگ‌تر است. رؤیای او روزی را تصور می‌کند که زنان بیشتری در روستاها، به جای منتظر ماندن برای فرصت، خودشان بخشی از فرصت‌سازی باشند. و شاید به همین دلیل است که آن گلخانه کوچک، با همه محدودیت‌هایش، برای زهرا فقط یک محل کار نیست؛ جایی است که در آن یک ایده در حال رشد است. درست مانند نهالی که در خاک گذاشته می‌شود و کسی نمی‌تواند در همان روز اول اندازه سایه‌ای را که در آینده خواهد ساخت، ببیند.



از گل‌های دست‌ساز تا ساختن یک فرصت؛ روایت رومینه فایض

هر گل، پیش از آن‌که در یک جعبه تحفه یا دسته‌گل جای بگیرد، در ذهن و دستان کسی شکل می‌گیرد که می‌خواهد از مواد ساده، چیزی زیبا و ارزشمند بسازد. برای رومینه فایض نیز گل‌سازی از همین نقطه آغاز شده است؛ از علاقه‌ای که به مهارت تبدیل شد و مهارتی که کم‌کم راه خود را به سوی بازار پیدا کرد.

رومینه در بخش گل‌سازی دستی و تزئینی فعالیت می‌کند؛ حوزه‌ای که در آن فوم، کاغذ، پارچه و وسایل تزئینی، با ترکیب رنگ و سلیقه به محصولی برای یک لحظه خاص تبدیل می‌شوند. کار او تنها ساختن گل نیست؛ هر سفارش برایش فرصتی است تا بفهمد مشتری چه می‌خواهد، چه رنگی را می‌پسندد، چه نوع بسته‌بندی برای یک مناسبت مناسب‌تر است و چگونه می‌توان یک محصول دست‌ساز را با سلیقه بازار نزدیک‌تر کرد.

در ربع نخست سال ۲۰۲۶، فعالیت رومینه بر تولید، آموزش و بازاریابی آنلاین متمرکز بود. حاصل این سه ماه، تولید ۱۰ باکس و یک تحفه‌ای و ۳۰ دسته‌گل تحفه‌ای بود. در کنار آن، باکس‌های مناسبتی نیز طراحی و آماده شد؛ از جمله باکس‌های حنا و سفارش‌هایی که برای مناسبت‌های مختلف دریافت می‌شد. هر سفارش تجربه تازه‌ای برای او بود؛ تجربه‌ای که از میان آن‌ها سلیقه مشتری، اهمیت جزئیات و ضرورت دقت در کار را بیشتر می‌آموخت.

اما آنچه این دوره را برای رومینه معنادارتر می‌کرد، تنها تعداد محصولاتی نبود که تولید کرد. او گل‌سازی را به سه نفر نیز آموزش داد. برای زنی که خودش در حال ساختن مسیر کاری خویش است، انتقال یک مهارت به دیگران معنای دیگری دارد؛ یعنی چیزی که در دست‌های او شکل گرفته، می‌تواند به دست‌های دیگری نیز برسد و شاید برای آنان نیز راهی به سوی کار و درآمد باز کند.

رومینه در کنار تولید، به فضای مجازی نیز روی آورد. صفحات اجتماعی خود را ایجاد و فعال کرد، تصاویر محصولاتش را به نمایش گذاشت و ارتباط مستقیم با مشتریان را آغاز کرد. این حضور آنلاین برای کسب‌وکاری که بازار محدودی دارد، تنها راهی برای معرفی چند عکس نبود؛ پنجره‌ای بود برای دیده‌شدن، دریافت سفارش و شناخت بهتر مشتری. فروش باکس‌ها و دسته‌گل‌ها و سفارش‌های مناسبتی، درآمدی محدود اما رو به رشد برای او ایجاد کرد.

پشت این پیشرفت‌های کوچک، دشواری‌هایی نیز وجود داشت. تهیه مواد اولیه باکیفیت آسان نبود و بازار فروش هنوز گسترده نشده بود. انتقال و تحویل سفارش‌ها نیز برای او مشکل ایجاد می‌کرد و کمبود سرمایه، سرعت توسعه فعالیت را محدود می‌ساخت. هزینه کرایه محل کار، رفت‌وآمد، مواد خام، تجهیز فضای کاری، میز و چوکی، اینترنت و بازاریابی، هر کدام بخشی از توان مالی این کسب‌وکار کوچک را به خود اختصاص می‌دادند.

با این حال، رومینه تلاش کرد محدودیت‌ها را بهانه توقف نکند. او فضای کاری خود را تا حد امکان آماده و منظم کرد و هم‌زمان یاد گرفت که در یک کسب‌وکار کوچک، تولید تنها نیمی از مسیر است. محصول باید معرفی شود، مشتری باید آن را ببیند، سفارش باید به‌موقع آماده و تحویل شود و هزینه‌ها نیز باید با دقت مدیریت شوند. این نگاه، فعالیت او را از یک کار دستی صرف، یک گام به سوی تبدیل شدن به کسب‌وکار، نزدیک‌تر کرد.

آموزش‌های کارآفرینی AELSO نیز در همین مرحله برای رومینه اهمیت پیدا کرد. این آموزش‌ها به او کمک کرد تا فعالیتش را با نگاه منظم‌تری ببیند و در کنار مهارت گل‌سازی، به موضوعاتی مانند برنامه‌ریزی، بازاریابی و مدیریت یک فعالیت اقتصادی توجه کند. حمایت‌های AELSO نیز بخشی از نیازهای عملی مسیر او را پوشش داد و فرصت داد تا با آمادگی بیشتری کار خود را سامان دهد. در برنامه‌های کارآفرینی AELSO نیز بر تبدیل ایده‌ها به فعالیت‌های عملی و تقویت مهارت‌های کارآفرینی تأکید شده است.

رومینه هنوز در ابتدای راه است. برای آینده، افزایش تولید و تنوع محصولات، توسعه باکس‌های مناسب‌تری، گسترش آموزش گل‌سازی، تقویت بازاریابی آنلاین و جذب سرمایه را در نظر دارد. این هدف‌ها بلندپروازانه نیستند؛ قدم‌های مشخصی هستند که می‌تواند کسب‌وکار کوچک او را آرام‌آرام منظم‌تر و گسترده‌تر کند.

داستان رومینه فایض، روایت یک موفقیت ناگهانی نیست؛ روایت شروعی است که هنوز ادامه دارد. ارزش این شروع در آن است که از چند ابزار ساده و مواد اولیه، محصولی ساخته شده، مشتریانی پیدا شده‌اند، سه نفر مهارتی آموخته‌اند و یک صفحه مجازی به ویتترین کاری تبدیل شده است.

در دنیای گل‌سازی، دوام یک گل به مراقبت نیاز دارد. کسب‌وکار رومینه نیز چنین است؛ هنوز برای رشد به سرمایه، بازار بهتر، مواد اولیه باکیفیت و تجربه بیشتر نیاز دارد. اما در همین مسیر کوتاه، او یک چیز مهم را ساخته است: باور به اینکه می‌توان از یک مهارت ساده، فرصتی برای کار و درآمد ایجاد کرد.

شاید فردا تعداد دسته‌گل‌ها بیشتر شود، باکس‌های بیشتری برای مناسبت‌ها ساخته شود و شاگردان بیشتری این هنر را از او بیاموزند. اما هرچه آینده این کار باشد، نقطه آغاز آن روشن است: دستان زنی که تصمیم گرفت از گل‌های دست‌ساز، تنها یک محصول تزئینی نسازد؛ راهی برای ساختن آینده کاری خود ایجاد کند.



تولیدی روغن‌های ارگانیک؛ روایت یک کسب‌وکار نوپا

در بازاری که قیمت، بسیاری از انتخاب‌ها را تعیین می‌کند، عرضه محصولی باکیفیت همیشه به معنای فروش آسان نیست. این همان واقعیتی است که فیروزه نگارش در آغاز راه تولید روغن‌های ارگانیک با آن روبه‌رو شد؛ مسیری که از یک باور ساده آغاز شد؛ اینکه مردم باید بتوانند محصولی سالم، طبیعی و باکیفیت را انتخاب کنند، حتی اگر رسیدن به آن انتخاب به زمان و آگاهی بیشتری نیاز داشته باشد.

تولیدی روغن ارگانیک با هدف عرضه روغن‌های باکیفیت و بدون مواد افزودنی شیمیایی شکل گرفت. کسب‌وکار هنوز نوپا بود، اما فیروزه توانست محصولاتش را وارد بازار محلی کند و نخستین مشتریان خود را به دست آورد. این اتفاق برای یک فعالیت تازه‌تأسیس، تنها به معنای فروش چند محصول نبود؛ نخستین نشانه‌ای بود که نشان می‌داد محصول می‌تواند در میان مردم جایی برای خود باز کند.

در ماه‌های ابتدایی، تلاش اصلی بر تثبیت تولید و ایجاد اعتماد متمرکز بود. مشتری وقتی محصولی را برای نخستین بار می‌بیند، پیش از خرید باید دلیلی برای اعتماد داشته باشد. فیروزه نیز با تکیه بر کیفیت محصول تلاش کرد این اعتماد اولیه را شکل دهد. به تدریج شناخت برند در میان بخشی از مصرف‌کنندگان افزایش یافت و محصولات توانستند جایگاهی هرچند محدود در بازار محلی پیدا کنند.

اما فاصله میان «محصول خوب» و «کسب‌وکار موفق» خیلی زود خودش را نشان داد. مهم‌ترین مانع، بازاریابی و رقابت با روغن‌های ارزان‌قیمت موجود در بازار بود. محصولاتی با کیفیت پایین‌تر، به دلیل قیمت کمتر، قدرت رقابت بیشتری در جذب مشتریانی داشتند که توان خریدشان محدود است. از سوی دیگر، آشنایی مردم با مزایای محصولات ارگانیک به زمان نیاز دارد. برای فیروزه، تنها تولید روغن کافی نبود؛ باید درباره محصول نیز صحبت می‌شد، مزایای آن برای مصرف‌کننده توضیح داده می‌شد و اعتماد بازار به تدریج ساخته می‌شد.

این بخش از مسیر، سرمایه بیشتری نیز می‌خواست. منابع مالی محدود، امکان تبلیغات گسترده و معرفی وسیع محصولات را کاهش داده بود. توسعه شبکه فروش و توزیع نیز نیازمند هزینه و برنامه‌ریزی بود. حتی بسته‌بندی و برندینگ، که می‌توانست در دیده‌شدن محصول نقش داشته باشد، به سرمایه بیشتری نیاز داشت.

گزارش سه‌ماهه نخست نشان می‌دهد که در این مدت حدود ۲۱۰۰ دالر برای فعالیت هزینه شده است، در حالی که عواید ماهانه بین ۸۰ تا ۱۰۰ دالر بوده است. این ارقام تصویر روشنی از مرحله‌ای می‌دهند که کسبوکار در آن قرار دارد: تولید شکل گرفته، محصول به بازار رسیده و مشتریانی پیدا شده‌اند، اما درآمد هنوز به نقطه‌ای نرسیده است که هزینه‌های کسبوکار را به‌طور کامل پوشش دهد. خود فیروزه نیز وضعیت فعلی را نیازمند بهبود فروش و افزایش درآمد برای رسیدن به نقطه سربه‌سر می‌داند.

در چنین مرحله‌ای، امید اگر با واقع‌بینی همراه نباشد، دوام چندانی ندارد. فیروزه مسیر پیش رو را در چند اقدام مشخص می‌بیند: افزایش بازاریابی حضوری و آنلاین، آگاهی‌دهی درباره فواید روغن ارگانیک، جذب حمایت مالی یا سرمایه‌گذاری، توسعه شبکه توزیع و فروش و بهبود بسته‌بندی و برندینگ. این‌ها برای او فقط فهرستی از برنامه‌های آینده نیستند؛ نیازهایی هستند که از تجربه مستقیم حضور در بازار به دست آمده‌اند.

آموزش‌های کارآفرینی AELSO در این مسیر به فیروزه کمک کرد تا به کسبوکار خود تنها از زاویه تولید نگاه نکند و اهمیت برنامه‌ریزی، بازار، بازاریابی و مدیریت منابع را نیز جدی‌تر بگیرد. حمایت این نهاد نیز در مسیر شکل‌گیری و ادامه فعالیت، فرصتی برای پیشبرد ایده تولید روغن ارگانیک فراهم کرد. این همراهی برای یک کسبوکار نوپا ارزشمند بود؛ زیرا در کنار حمایت عملی، نگاه کارآفرینانه را نیز تقویت می‌کرد.

امروز کارخانه فیروزه هنوز در آغاز مسیر خود قرار دارد. هنوز بازار آن به اندازه‌ای که باید گسترده نشده و درآمد برای رسیدن به نقطه سربه‌سر کافی نیست. با این حال، چند اتفاق مهم رخ داده است: محصول تولید شده، وارد بازار محلی شده، مشتریانی به آن اعتماد کرده‌اند، نام برند در میان بخشی از مردم شناخته شده و روند تولید در ماه‌های نخست تا حدی تثبیت شده است.

شاید ارزش واقعی این مرحله در همین باشد که فیروزه اکنون بهتر می‌داند برای ادامه راه به چه چیزهایی نیاز دارد. او فهمیده است که کیفیت به‌تنهایی کافی نیست؛ محصول باکیفیت باید دیده شود، درباره آن آگاهی ایجاد شود، راه دسترسی مشتری به آن آسان باشد و

بسته‌بندی و هویت برند نیز بتواند ارزش محصول را به زبان بازار بیان کند.

روایت فیروزه نگارش، روایت کسب‌وکاری نیست که به مقصد رسیده باشد. روایت محصولی است که هنوز برای پیدا کردن جای خود در بازار تلاش می‌کند. در میان روغن‌های ارزان، تبلیغات محدود و سرمایه اندک، او تصمیم گرفته است بر کیفیت محصول خود تکیه کند و برای ساختن اعتماد، زمان بگذارد.

درخت یک‌شبه سایه نمی‌دهد؛ کسب‌وکار نیز چنین است. تولیدی روغن ارگانیک هنوز در حال ریشه‌دادن است. اگر بتواند بازار خود را گسترش دهد، آگاهی مصرف‌کنندگان را افزایش دهد و سرمایه و شبکه توزیع مورد نیاز را فراهم کند، همین فعالیت نوپا می‌تواند مسیر متفاوتی را پیش روی خود باز کند. فعلاً اما مهم‌ترین دستاورد او این است که ایده تولید روغن ارگانیک از مرحله فکر عبور کرده و به محصولی واقعی تبدیل شده است؛ محصولی که در بازار حضور دارد و برای جلب اعتماد مشتری، قدم‌به‌قدم راه خود را می‌سازد.



هنر ماندگار؛ هنری که پیش از فروش باید ماندگار می‌شد

برای خدیجه خدادادی، هنر از جایی شروع شد که هنوز نامی برای یک کسب‌وکار وجود نداشت. علاقه به نقاشی و کالی‌گرافی، تجربه کردن با رنگ و قاب و تلاش برای تبدیل ایده‌ها و احساسات به چیزی که بتوان آن را با دیگران شریک کرد، به تدریج او را به فکر ساختن یک فعالیت مستقل انداخت. حاصل این فکر، «هنر ماندگار» شد؛ کسب‌وکاری کوچک در حوزه کالی‌گرافی و نقاشی که قرار بود آثار دست‌ساز، ظریف و دکوراتیف تولید کند.

خدیجه می‌دانست که ورود به بازار هنر با تولید چند اثر آغاز نمی‌شود. پیش از آن که مشتری پیدا شود، باید مهارتش را بالا می‌برد، نمونه کار می‌ساخت و برای فعالیتش هویت مشخصی ایجاد می‌کرد. به همین دلیل، سه ماه نخست را بیشتر صرف ساختن پایه‌های کار کرد؛ دوره‌ای که در ظاهر فروش زیادی در آن اتفاق نیفتاد، اما در پشت صحنه، مسیر یک کسب‌وکار در حال شکل گرفتن بود.

یکی از نخستین قدم‌های او ایجاد صفحه‌ای در اینستاگرام بود. این صفحه قرار بود ویتترین «هنر ماندگار» باشد؛ جایی برای معرفی آثار و ارتباط با مخاطبانی که شاید پیش از آن هیچ شناختی از کارهای او نداشتند. برای خدیجه، حضور در فضای مجازی تنها به معنای داشتن یک صفحه نبود؛ باید می‌آموخت چگونه کارش را معرفی کند و چگونه میان یک اثر هنری و هویت یک برند ارتباط برقرار کند.

در کنار ساختن این بستر، دست به کار شد. قاب‌های سفالی را برای نقاشی انتخاب کرد، مینی‌تابلوها را ساخت و نمونه‌های اولیه کالی‌گرافی را تمرین کرد. هر اثر زمان خودش را می‌خواست. کار هنری برخلاف محصولی که می‌توان آن را به شکل سریع و تکراری تولید کرد، به دقت، تمرکز و حوصله نیاز داشت. یک اشتباه در جزئیات می‌توانست نتیجه ساعت‌ها کار را تغییر دهد.

برای همین، خدیجه ترجیح داد پیش از آن که به فکر فروش گسترده باشد، کیفیت کارش را جدی بگیرد. بخش قابل توجهی از یادگیری او نیز از مسیر آموزش‌های آنلاین و خودآموزی می‌گذشت. محدودیت دسترسی به آموزش‌های حضوری هنری، انتخاب‌های او را محدود کرده بود؛ با این حال، این محدودیت باعث نشد یادگیری را متوقف کند. از منابع آنلاین استفاده کرد، تمرین کرد و مهارت‌هایش را قدم‌به‌قدم بهبود داد.

در همین مرحله، حمایت و آموزش‌های کارآفرینی AELSO نیز برای خدیجه کمک‌کننده بود. این آموزش‌ها به او کمک کرد فعالیت هنری خود را از زاویه یک کسب‌وکار نیز ببیند؛ برای معرفی کار، برنامه‌ریزی، مدیریت هزینه‌ها و ساختن هویت برند فکر کند و بداند که تبدیل یک مهارت هنری به فعالیت اقتصادی، نیازمند برنامه و شناخت بازار است. حمایت‌های این برنامه نیز بخشی از هزینه‌های لازم برای ایجاد زیرساخت اولیه و ادامه مسیر یادگیری او را پوشش داد.

هزینه‌های سه ماه نخست بیشتر صرف ساختن همین زیرساخت شد. حدود ۱۰۰ دالر برای اینترنت اختصاص یافت تا امکان آموزش آنلاین، توسعه مهارت‌ها و مدیریت فعالیت‌های مجازی فراهم باشد. حدود ۱۰۰ دالر دیگر برای تهیه میز کار، چوکی و مواد اولیه هنری هزینه شد. برای تهیه وسایل تخصصی کالی‌گرافی نیز حدود ۳۰۰ دالر در نظر گرفته شده بود تا از کشورهای همسایه تهیه شود؛ با این حال، مشکلات ارتباطی و شرایط موجود باعث شد این خرید هنوز نهایی نشود.

این تأخیر، یکی از چالش‌هایی بود که خدیجه در همان آغاز با آن روبه‌رو شد. برخی مواد و ابزارهای تخصصی مورد نیاز برای کالی‌گرافی در داخل کشور به آسانی پیدا نمی‌شد و دسترسی به آن‌ها از خارج نیز ساده نبود.

در چنین شرایطی، او تصمیم گرفت تا رسیدن ابزارهای مورد نیاز، روی چیزی کار کند که در اختیار دارد: مهارت خودش. سه ماه تمرین و تولید نمونه کار، مجموعه‌ای از آثار هنری برای «هنر ماندگار» ساخت و همزمان به خدیجه فرصت داد تا سبک کارش را بهتر بشناسد. او در این مدت، بهبود قابل ملاحظه‌ای در نقاشی و کالی‌گرافی احساس کرد و توانست چارچوب ابتدایی برند خود را شکل دهد.

با این حال، هنوز درآمد ثابتی وجود نداشت. این موضوع برای خدیجه عجیب نبود. او می‌دانست که کسب‌وکارش در مرحله ابتدایی قرار دارد و بخش مهمی از انرژی‌اش در این دوره صرف آماده‌سازی و یادگیری شده است. نمی‌خواست برای رسیدن سریع به فروش، کیفیت را قربانی کند. آثار هنری زمان می‌بردند و او ترجیح می‌داد مجموعه‌ای از کارهای باکیفیت و حرفه‌ای آماده کند تا بتواند آن‌ها را به شکل منظم و هدفمند در صفحه‌اش منتشر کند.

به همین دلیل، حتا همه آثاری که آماده کرده بود هنوز در اینستاگرام منتشر نشده‌اند. برای کسی که از بیرون به صفحه یک کسب‌وکار نگاه می‌کند، شاید نبودن پست‌های بیشتر نشانه کم‌کاری به نظر برسد؛ اما برای خدیجه، هر اثر بخشی از اعتبار آینده «هنر ماندگار» است. او می‌خواهد وقتی مخاطب وارد صفحه می‌شود، با مجموعه‌ای منسجم روبه‌رو شود؛ آثاری که نشان دهند این فعالیت با هدف و کیفیت دنبال می‌شود.

همین نگاه، برنامه مرحله بعدی او را نیز مشخص کرده است. خدیجه می‌خواهد مهارت‌های هنری و تخیلی خود را بیشتر ارتقا دهد، دریافت سفارش‌های هنری را آغاز کند و حضور «هنر ماندگار» را در شبکه‌های اجتماعی گسترش دهد. در کنار آن، ایجاد یک هویت بصری منسجم و حرفه‌ای برای برند نیز از برنامه‌های اصلی اوست.

او هنوز در نقطه‌ای قرار دارد که بیشتر در حال ساختن است تا فروختن؛ بیشتر در حال یاد گرفتن است تا ادعای رسیدن. این مرحله شاید از نظر مالی درآمد زیادی نداشته باشد، اما برای آینده کسب‌وکار اهمیت زیادی دارد.

خدیجه می‌خواهد وقتی نخستین سفارش‌های جدی را دریافت می‌کند، فقط یک نقاش یا خوشنویس نباشد که اثری را برای مشتری آماده می‌کند. می‌خواهد صاحب برندی باشد که مشتری آن را به خاطر ظرافت، کیفیت و هویت مشخصش به یاد بیاورد. «هنر ماندگار» از همین نگاه نام گرفته است؛ تلاشی برای ساختن آثاری که فقط برای پر کردن یک قاب ساخته نمی‌شوند، بلکه قرار است احساس و ایده‌ای را در خود نگه دارند.

راه رسیدن به این هدف هنوز ادامه دارد. ابزارهای تخصصی باید تهیه شوند، مهارت‌ها بیشتر تمرین شوند، مخاطبان افزایش یابند و نخستین سفارش‌ها شکل بگیرند. با این حال، خدیجه بخش مهمی از راه را آغاز کرده است: برای هنر خود هویت ساخته، نمونه کار فراهم کرده، حضور آنلاین ایجاد کرده و یاد گرفته است که یک علاقه هنری چگونه می‌تواند به یک فعالیت اقتصادی تبدیل شود. در این مسیر، او یک درس مهم را نیز تجربه کرده است: در کار هنری، عجله برای رسیدن به بازار نباید جای کیفیت را بگیرد.

سه ماه نخست «هنر ماندگار» شاید با درآمد ثابت همراه نبوده باشد، اما با چیزی همراه بوده که برای یک کسب‌وکار نوپا ارزش

زیادی دارد؛ مهارت بیشتر، تجربه عملی، مجموعه‌ای از نمونه کارها و تصویری روشن‌تر از مسیری که باید طی شود. خدیجه هنوز در ابتدای راه است، اما دیگر فقط صاحب یک علاقه نیست، او نامی برای کارش انتخاب کرده، برای آن صفحه ساخته، ابزار فراهم کرده، ساعتها تمرین کرده و نخستین مجموعه آثارش را شکل داده است.

حالا نوبت آن است که این هنر از میز کار او به خانه‌ها و نگاه‌های دیگران راه پیدا کند. «هنر ماندگار» هنوز در حال ساخته شدن است؛ درست مانند هنرمندی که پشت هر اثر، پیش از آن‌که منتظر دیده شدن باشد، ساعتها برای بهتر شدن تلاش می‌کند.



از شمع‌های دست‌ساز تا عملی‌ساختن یک آرزوی شگفت‌انگیز

برای مریم نظری، شروع یک کسب‌وکار آنلاین تنها به معنای باز کردن یک صفحه در اینستاگرام و گذاشتن عکس چند محصول نبود. پشت «Wondrous Wishes» آرزوی دوباره ایستادن، ساختن چیزی با دست‌های خودش و پیدا کردن راهی برای ادامه کار در شرایطی قرار داشت که آینده اقتصادی برای بسیاری از زنان با پرسش‌های زیادی همراه است. او تصمیم گرفت از فضای آنلاین برای ساختن کسب‌وکاری استفاده کند که در آن شمع، کیک و عطر در کنار هم قرار بگیرند؛ محصولاتی متفاوت، اما هر سه وابسته به زیبایی، سلیقه و تجربه‌ای که برای مشتری ایجاد می‌کنند.

در سه ماه نخست سال ۲۰۲۶، صفحه اینستاگرام «Wondrous Wishes» به ویرترین اصلی این کسب‌وکار تبدیل شد. مریم طراحی و ساخت شمع‌ها را با رنگ‌ها و مدل‌های مختلف آغاز کرد، کیک‌های تزئینی آماده و عرضه کرد و مجموعه‌ای از عطرها را نیز برای فروش در اختیار مشتریان قرار داد. در میان این محصولات، شمع جایگاه ویژه‌ای پیدا کرد و بیشترین سهم فروش را به خود اختصاص داد.

ساخت شمع برای مریم فقط خریدن موم و ریختن آن در یک ظرف نبود. موم، فتیله، رنگ شمع و روغن‌های عطری بخشی از مواد اولیه بودند و برای تولید، ظرف‌های شیشه‌ای، وسایل کار، گاز و ابزارهای مورد نیاز نیز تهیه شد. برای فروش بهتر، بسته‌بندی هم اهمیت داشت. او می‌خواست محصولی که به دست مشتری می‌رسد، فقط یک شمع نباشد؛ ظاهر و ارائه آن نیز بخشی از تجربه خرید باشد.

در بخش کیک، مسیر دیگری جریان داشت. فر کیک، قالب‌ها و ابزارهای خامه‌کاری، آرد، شکر، روغن، تخم‌مرغ، خامه، میوه تازه و وسایل تزئین، بخشی از هزینه‌ای بود که برای راه‌اندازی این بخش صرف شد. عطر نیز مجموعه‌ای از رایحه‌های مختلف را شامل می‌شد و به تنوع محصولات «Wondrous Wishes» کمک می‌کرد.

یکی از نخستین کارهایی که مریم برای معرفی کسب‌وکار انجام داد، تبلیغ صفحه اینستاگرام بود. او در طول این دوره سه بار صفحه را اسپانسر کرد تا محصولات به افراد بیشتری برسد. این تبلیغات در کنار معرفی محصولات از طریق شبکه‌های اجتماعی، به افزایش دسترسی مخاطبان کمک کرد و تعدادی مشتری برای کسب‌وکار به وجود آمدند.

با این حال، بازار آنلایین آن‌قدر که از بیرون ساده به نظر می‌رسد، آسان نبود. دسترسی محدود به مواد اولیه باکیفیت یکی از مشکلات مریم بود. تهیه بعضی مواد و وسایل مورد نیاز با دشواری همراه می‌شد و هزینه‌ها نیز همیشه قابل پیش‌بینی نبود. ارسال محصولات و مسائل مربوط به انتقال نیز بخش دیگری از چالش‌ها بود؛ محصولی که با دقت آماده شده، باید سالم و در زمان مناسب به دست مشتری برسد.

رقابت در فضای آنلایین نیز جدی بود. صفحات و فروشندگان زیادی برای جلب توجه مشتری تلاش می‌کردند و مریم با بودجه محدود تبلیغاتی نمی‌توانست همیشه با فروشندگان بزرگ‌تر رقابت کند. او در چنین شرایطی تلاش کرد روی چیزی تمرکز کند که در اختیار خودش بود؛ کیفیت محصول، ظاهر مناسب، بسته‌بندی و ارتباط با مشتری.

آموزش‌های کارآفرینی AELSO در این مرحله به مریم کمک کرد تا کسب‌وکارش را تنها از زاویه تولید نبیند و به بخش‌هایی مانند بازاریابی، مدیریت هزینه، شناخت مشتری و برنامه‌ریزی برای رشد نیز توجه کند. حمایت مالی AELSO نیز امکان خرید مواد اولیه، ابزار و تجهیزات مورد نیاز و پرداخت بخشی از هزینه‌های تبلیغات و عملیاتی را فراهم کرد. برای مریم، این حمایت فقط یک کمک مالی نبود؛ همان‌گونه که خودش نوشته است، «یک مسیر تازه و نوری از امید» بود که اعتمادش به توانایی‌های خودش را دوباره زنده کرد.

کمک مالی دریافتی مریم ۱۸۰۰ دالر بود که از آن، در این دوره ۹۰۰ دالر مصرف شد و ۹۰۰ دالر باقی ماند. او هزینه‌ها را میان مواد اولیه، بسته‌بندی، تبلیغات و سایر نیازهای عملیاتی تقسیم کرد. در بخش شمع حدود ۳۰۰ دالر، در بخش عطر ۲۵۰ دالر و در بخش کیک نیز حدود ۲۵۰ دالر هزینه شد و ۱۰۰ دالر دیگر به مصارف متفرقه اختصاص یافت. بخشی از این هزینه‌ها با رسید ثبت شده و برای برخی خریدهای کوچک، به‌ویژه مواد اولیه کیک، رسید در دسترس نبوده است؛ مریم برای اثبات فعالیت‌هایش عکس‌ها و ویدیوهای محصولات، صفحه کاری و روند فروش را نیز نگهداری کرده است.

با وجود هزینه‌های قابل توجه برای راه‌اندازی و توسعه، درآمد سه‌ماهه نخست هنوز فاصله زیادی با هزینه‌ها داشت. مجموع درآمد ثبت‌شده حدود ۱۰۰ دالر بود و بخش مهمی از فروش مربوط به شمع‌ها می‌شد. این رقم برای مریم یک موفقیت تجاری بزرگ از

نظر مالی محسوب نمی‌شد، اما برای کسب‌وکاری که در مرحله آغازین قرار داشت، نشانه‌ای بود که محصولات توانسته‌اند راه خود را به سوی مشتری پیدا کنند.

این تفاوت میان هزینه و درآمد، واقعیت مهمی را نیز برای او روشن کرد: ساختن یک برند زمان می‌خواهد. هزینه خرید مواد اولیه و ابزار از همان ابتدا پرداخت می‌شود، اما مشتری و درآمد به تدریج شکل می‌گیرند. «Wondrous Wishes» در سه ماه نخست هنوز در مرحله‌ای بود که باید مخاطب خود را پیدا می‌کرد، کیفیت محصولات را تثبیت می‌کرد و اعتماد مشتریان را به دست می‌آورد.

مریم در کنار فروش، به آینده فکر می‌کرد. او می‌خواست تنوع محصولات را بیشتر کند، بازاریابی آنلاین را گسترش دهد، تبلیغات بیشتری انجام دهد و مشتریان بیشتری جذب کند. بهبود بسته‌بندی و خدمات مشتری نیز بخشی از برنامه آینده او بود. این برنامه‌ها نشان می‌داد که هدفش تنها فروش چند محصول در اینستاگرام نیست؛ او می‌خواهد «Wondrous Wishes» را به یک برند شناخته‌شده‌تر در بازار آنلاین تبدیل کند.

در پشت این برنامه‌ها، یک تجربه شخصی نیز وجود دارد که شاید از اعداد گزارش مهم‌تر باشد. مریم در پایان گزارش خود از حمایت دریافت‌شده با صمیمیت یاد کرده و نوشته است که این فرصت در زمانی به او رسید که با چالش و عدم اطمینان روبه‌رو بود. از نگاه او، این حمایت کمک کرد اعتمادش به توانایی‌هایش دوباره شکل بگیرد و با انگیزه تازه به سوی هدف‌هایش حرکت کند. او این فرصت را «شروعی تازه برای بازسازی کار و نزدیک شدن به اهداف با امید و عزم» توصیف کرده است.

داستان «Wondrous Wishes» هنوز داستان رسیدن به مقصد نیست؛ داستان آغاز دوباره است. مریم در سه ماه نخست، محصول تولید کرد، مشتری پیدا کرد، تبلیغات را تجربه کرد، هزینه‌های بازار را شناخت و فهمید که برای ساختن یک کسب‌وکار پایدار، کیفیت محصول به تنهایی کافی نیست و بازاریابی، بسته‌بندی، خدمات مشتری و مدیریت منابع نیز باید در کنار آن حرکت کنند.

شمع‌هایی که مریم می‌سازد، از موم خام آغاز می‌شوند و با رنگ، فتیله و رایحه شکل می‌گیرند تا به محصولی تبدیل شوند که ارزش ارائه به مشتری داشته باشد. مسیر خود او نیز تا حدی شبیه همین

روند است؛ از یک ایده و یک فرصت آغاز شده و هنوز در حال شکل گرفتن است.

«Wondrous Wishes» برای مریم فقط نام یک فروشگاه نیست؛ نام آرزویی است که تصمیم گرفته آن را با کار و تلاش به واقعیت نزدیک کند. او هنوز با محدودیت مواد اولیه، هزینه‌های تبلیغات، رقابت و دشواری‌های بازار روبه‌رو است، اما اکنون تجربه‌ای دارد که سه ماه پیش نداشت؛ تجربه ساختن، فروختن، آزمودن و دوباره تلاش کردن. شاید ارزشمندترین بخش این مسیر همین باشد؛ این که یک حمایت مالی توانسته است به یک زن فرصت دهد تا دوباره کسب‌وکارش را بسازد، و یک صفحه کوچک اینستاگرامی را به نقطه آغاز برندی تبدیل کند که مریم امیدوار است در آینده گسترده‌تر، حرفه‌ای‌تر و ماندگارتر شود.



از نخستین پخت تا ساختن یک نام ماندگار؛ شاهد و شکر

شروع هر کسب و کار با یک تصمیم آغاز می‌شود؛ تصمیمی که در ظاهر ساده است، اما پشت آن حساب و کتاب، ترس از شکست و امید به آینده پنهان است. برای بهشته امیری، این تصمیم از آشپزخانه و علاقه به پختن کیک، کلچه و شیرینی آغاز شد. او به خوبی می‌دانست که پختن یک شیرینی خوش طعم با ساختن یک کسب و کار موفق تفاوت دارد. وقتی محصول برای فروش آماده می‌شود، دیگر تنها مهارت آشپزی مهم نیست؛ مشتری، هزینه، ابزار، کیفیت، معرفی محصول و نامی که باید در ذهن مردم بماند، همه وارد میدان می‌شوند.

بهشته در آغاز کار با همین واقعیت روبرو شد. برای راه اندازی یک آشپزخانه مناسب، باید می‌دانست دقیقاً چه چیزی لازم دارد و هر وسیله چه نقشی در کار خواهد داشت. او شروع به نوشتن و محاسبه کرد؛ داش برقی بزرگ برای پخت کیک و کلچه، مکسر برقی برای آماده کردن خمیر و کریم، قالب‌های مختلف برای کیک‌های مستطیل، مربع، دایره و قلب، قالب‌های مخصوص کلچه، وسایل تزئین، فریزر برای نگهداری مواد و محصولات آماده، ترازو، الک، پیمانه، کاسه‌های بزرگ، ابزار برش و وسایل بسته‌بندی.

این تجربه برای او فقط خرید وسایل نبود؛ اولین درس واقعی کسب و کار بود؛ پیش از شروع، باید نیازهای کار را شناخت. او فهمید که حتی یک کسب و کار خانگی نیز بدون برنامه نمی‌تواند دوام بیاورد. اگر قالب مناسب وجود نداشته باشد، خواست مشتری محدود می‌شود؛ اگر فریزر مناسب نباشد، نگهداری مواد و محصولات دشوار می‌شود؛ اگر ترازو و پیمانه دقیق نباشد، کیفیت محصول ثابت نمی‌ماند و اگر بسته‌بندی مناسب نباشد، زحمت تولید به اندازه کافی دیده نمی‌شود.

بعد از وسایل، نوبت مواد اولیه رسید. بهشته برای سه ماه آینده آرد، بوره، روغن، تخم، ماست، شیر، قیماق، خامه، بکینگ پودر، وانیل، هیل، شیر خشک، نارپال، بادام، چهارمغز، زعفران، آرد نخود و دیگر مواد مورد نیاز را محاسبه کرد. او حتی برای تزئین کیک‌ها و کلچه‌ها نیز فکر کرده بود؛ از شمع و طرح‌های رنگی گرفته تا نوشته‌های تبریکی برای تولد، روز مادر، روز معلم و سالگرد ازدواج. این جزئیات از همان آغاز نشان می‌داد که بهشته می‌خواهد محصولش را بر اساس نیاز و سلیقه مشتری بسازد.

یکی از تجربه‌های مهم آغاز کار برای او، فهمیدن اهمیت دیده‌شدن بود. بهشته به این نتیجه رسید که در بازار شیرینی‌پزی، فقط خوش‌طعم بودن محصول کافی نیست. اگر مردم از وجود محصول خبر نداشته باشند، سفارش شکل نمی‌گیرد. به همین دلیل، تبلیغات و معرفی کسب‌وکار را نیز از هزینه‌های ضروری خود حساب کرد و برای چاپ کارت‌های تبلیغاتی برنامه‌ریزی کرد تا مردم با محصولات و آدرس کارش آشنا شوند.

در همین مرحله بود که یک موضوع برایش اهمیت ویژه پیدا کرد: نام برند. بهشته باور دارد که در این شغل، یکی از بزرگ‌ترین کارها ساختن یک نام ماندگار است؛ نامی که در ذهن مخاطب باقی بماند و با شنیدن آن، کیفیت و طعم محصول به یاد مشتری بیاید. از نگاه او، برند فقط یک نوشته روی بسته‌بندی نیست؛ هویت کسب‌وکاری است که باید با کیفیت محصول، رفتار با مشتری و اعتماد مردم ساخته شود.

او در مسیر آغاز کار، هزینه‌های بخش‌های مختلف را نیز جداگانه در نظر گرفت. حتی برای فعالیت تولید صابون، یک بخش کوچک از برنامه‌اش را به تهیه دیگ، مواد اولیه و هزینه گاز اختصاص داد. برای سه ماه آینده نیز ۲۴ هزار افغانی به عنوان سرمایه مورد نیاز کنار گذاشت تا پس از آغاز فعالیت، در صورت پیش‌آمدن نیازهای جدید مجبور نباشد کار را متوقف کند. مجموع محاسبه و برآورد او برای طرح، با نرخ ۶۶.۵۰ افغانی در برابر هر دالر، حدود ۲۳۵۰ دالر شد.

این محاسبه دقیق، حاصل تجربه‌ای بود که بهشته در همان ابتدای مسیر آموخت: سرمایه فقط پولی نیست که برای خرید وسایل مصرف می‌شود؛ بخشی از آن باید برای روزهایی باقی بماند که کسب‌وکار هنوز در حال پیدا کردن جای خود در بازار است. او می‌خواست از همان ابتدا میان خرید، تولید، تبلیغات و سرمایه در گردش تعادل ایجاد کند.

در کنار تجربه عملی، آموزش‌های کارآفرینی AELSO به او کمک کرد تا این مسیر را با نگاه منظم‌تری دنبال کند. آموزش‌ها باعث شد موضوعاتی مانند شناخت مشتری، برنامه‌ریزی، مدیریت هزینه، استفاده درست از منابع و فکر کردن به آینده کسب‌وکار را جدی‌تر بگیرد. حمایت AELSO نیز برای بهشته پشتوانه‌ای فراهم کرد تا برنامه‌ای که بر اساس نیازهای واقعی کار نوشته و محاسبه کرده بود، فرصت عملی شدن پیدا کند.

بهشته از همان آغاز برای آینده کار نیز فکر کرده است. او پیش‌بینی کرده که با رونق گرفتن فعالیت، در ماه دوم به یک خانم برای کمک در کارهای روزمره نیاز خواهد داشت. این برنامه برای او فقط افزایش ظرفیت تولید نیست؛ فرصتی است تا کسب‌وکارش بتواند در آینده برای زنان دیگر نیز زمینه کار ایجاد کند.

آنچه تجربه آغاز کار بهشته را متفاوت می‌کند، این است که او پیش از آن‌که موفقیت را در میزان فروش ببیند، تلاش کرده پایه‌های کسب‌وکارش را بشناسد. او از خودش پرسیده است چه وسایلی لازم است، چه موادی باید تهیه شود، مشتری چه می‌خواهد، چگونه باید محصول معرفی شود، چه مقدار سرمایه نیاز است و در ماه‌های بعد چگونه می‌توان کار را توسعه داد.

او مسیرش را با یک جمله ساده و پرمعنا توصیف می‌کند: «پرواز کن تا آرزو، زنجیر را باور مکن.» برای بهشته، پرواز به معنای نادیده گرفتن دشواری‌ها نیست؛ به معنای این است که دشواری‌ها نباید انسان را از حرکت بازدارند.

تجربه واقعی آغاز کار بهشته امیری نشان می‌دهد که یک کسب‌وکار موفق پیش از آن‌که پشت ویتترین دیده شود، در ذهن و برنامه صاحب آن ساخته می‌شود. او از یک آشپزخانه، چند وسیله، مواد اولیه و یک ایده شروع کرده است؛ اما از همان روزهای نخست تلاش کرده است محصولی بسازد که مردم آن را بشناسند، دوست داشته باشند و دوباره سفارش دهند. برای او، کیک و کله‌چه تنها محصول نیستند؛ آغاز ساختن یک نام، یک درآمد و در ادامه، فرصتی برای کار و رشد زنان دیگر است.



از درخشش نگین‌ها تا ساختن یک کارگاه کوچک

روی یک تکه لباس، چند نگین کوچک می‌تواند تفاوت بزرگی ایجاد کند. وقتی نور به آن‌ها می‌تابد، لباس ساده جلوه‌ای متفاوت پیدا می‌کند؛ و همین تغییر کوچک، برای عزیزه شجاعی به یک فرصت اقتصادی تبدیل شده است. او در فکر ساختن کارگاهی است که در آن هنر نگین‌زنی روی لباس‌ها به یک فعالیت منظم و درآمدزا تبدیل شود؛ کاری که با دقت آغاز شود، با کیفیت ادامه پیدا کند و در نهایت نام Shiny Stones Collections را به یک برند شناخته‌شده تبدیل کند.

ایده عزیزه بر یک کار مشخص و تخصصی استوار است: نگین‌زنی روی لباس‌ها با استفاده از دستگاه حرفه‌ای و مواد مناسب. او می‌خواهد محصولی ارائه کند که از نظر ظرافت، دوام و کیفیت قابل اعتماد باشد. برای رسیدن به این هدف، نخستین قدم را انتخاب دستگاه می‌داند؛ دستگاه نگین‌زنی درجه‌اولی که به ارزش ۶۵۰ دالر در برنامه او قرار گرفته است. برای عزیزه، این دستگاه تنها یک وسیله کاری نیست؛ مهم‌ترین ابزار تولید اوست و قرار است کیفیت و دقت کارگاه را تعیین کند.

او پیش از آغاز کار، تلاش کرده است تصویر روشنی از سه ماه نخست داشته باشد. مجموع بودجه مورد نیازش ۲۱۶۰ دالر برآورد شده است؛ از این میان، ۲۰۰۰ دالر کمک مالی درخواست کرده و ۱۶۰ دالر را به عنوان سهم شخصی خود در نظر گرفته است. این تقسیم‌بندی نشان می‌دهد که عزیزه می‌خواهد در کنار استفاده از حمایت، سهم خودش را نیز در راه‌اندازی کسب‌وکار داشته باشد و مسئولیت بخشی از سرمایه‌گذاری را شخصا بپذیرد.

بعد از دستگاه، مواد اولیه جایگاه مهمی در برنامه او دارد. برای سه ماه، ۴۰۰ دالر برای خرید نگین، چسپ مخصوص، پارچه تمرینی و دیگر لوازم مصرفی اختصاص داده شده است. در کاری که با ظرافت و جزئیات سروکار دارد، کیفیت مواد اولیه مستقیماً بر نتیجه نهایی اثر می‌گذارد. نگین باید مناسب باشد، چسپ باید دوام کافی داشته باشد و کار روی پارچه باید با دقت انجام شود. عزیزه از همان مرحله برنامه‌ریزی به این موضوع توجه کرده است که کیفیت محصول از مواد اولیه آغاز می‌شود.

او برای کسب‌وکارش یک مکان مشخص نیز در نظر گرفته است؛ کارگاهی کوچک و امن با کرایه ماهانه ۱۰۰ دالر. مجموع کرایه سه ماه ۳۰۰ دالر محاسبه شده است. این تصمیم، تفاوت میان انجام یک کار پراکنده و ساختن یک فعالیت حرفه‌ای را نشان می‌دهد. عزیزه می‌خواهد

برای کارش فضای مشخص داشته باشد؛ جایی که ابزارها مرتب باشند، تولید با نظم انجام شود و امکان توسعه فعالیت وجود داشته باشد.

اما یکی از مهم‌ترین بخش‌های برنامه او، ایجاد فرصت کار برای دو نفر دیگر است. عزیزه برای دو کارمند، در مجموع ۳۶۰ دالر برای سه ماه در نظر گرفته است؛ هر نفر ماهانه ۶۰ دالر. این بخش از بودجه نشان می‌دهد که Shiny Stones Collections از ابتدا تنها با هدف ایجاد درآمد شخصی طراحی نشده است. او می‌خواهد کارگاهش به محیطی تبدیل شود که افراد دیگر نیز بتوانند در آن کار کنند و از یک مهارت مشخص درآمد به دست آورند.

برق نیز یکی از نیازهای اساسی این کارگاه است. برای تأمین و بهبود سیستم برقی، خرید بیل برق، ترانسفارمر کوچک و ارتقای تجهیزات برقی، ۲۲۰ دالر اختصاص داده شده است. این جزئیات شاید در نگاه نخست ساده به نظر برسند، اما برای عزیزه بخشی از واقعیت روزمره کسب‌وکار هستند. یک کارگاه زمانی می‌تواند منظم و قابل اعتماد فعالیت کند که زیرساخت‌های لازم برای تولید آن نیز پیش‌بینی شده باشد.

در کنار تجهیزات اصلی، او برای جزئیات کوچک‌تر نیز برنامه دارد: میز، قیچی، متر، قفسه و دیگر وسایل پایه کارگاه که مجموعاً ۹۷ دالر هزینه خواهند داشت. برای طراحی، چاپ و بسته‌بندی نیز ۵۵ دالر در نظر گرفته شده است؛ شامل لوگو، کارت و بسته‌بندی ابتدایی. این بخش برای عزیزه اهمیت خاصی دارد، زیرا نام Shiny Stones Collections قرار است تنها روی یک محصول نوشته نشود؛ باید به تدریج به هویت یک کسب‌وکار تبدیل شود.

حمل‌ونقل و ارسال نیز از قلم نیفتاده است. ۳۸ دالر برای رفت‌وآمد، دریافت مواد اولیه و انتقال وسایل اختصاص داده شده و ۴۰ دالر دیگر برای مصارف متفرقه و پیش‌بینی نشده کنار گذاشته شده است. این محاسبه نشان می‌دهد که عزیزه در زمان طراحی کسب‌وکار، فقط به هزینه‌های اصلی فکر نکرده؛ برای هزینه‌هایی که ممکن است در جریان کار پیش بیایند نیز جای مشخصی در بودجه باز کرده است.

این شیوه برنامه‌ریزی یکی از نقاط قوت مسیر اوست. عزیزه می‌خواهد سه ماه نخست را یک دوره یادگیری عملی نیز بدانند. در برنامه‌اش آمده است که برای سه ماه دوم، همین الگو ادامه پیدا کند یا بر اساس تجربه سه ماه نخست تغییرات لازم در بودجه اعمال شود.

این نگاه انعطاف پذیر به او اجازه می دهد تصمیم های آینده را بر اساس واقعیت کار بگیرد، نه فقط بر اساس پیش بینی های اولیه.

آموزش های کار آفرینی AELSO نیز در این مسیر به عزیزه کمک کرد تا طرح خود را تنها به عنوان یک ایده هنری نبیند و برای آن از زاویه یک کسب و کار فکر کند. آموزش ها زمینه ای فراهم کرد تا موضوعاتی مانند برنامه ریزی، مدیریت هزینه، شناخت نیازهای کسب و کار و استفاده درست از سرمایه را جدی تر دنبال کند. حمایت مالی AELSO نیز می تواند بخش مهمی از هزینه راه اندازی کارگاه، تجهیزات و مواد اولیه را پوشش دهد و به او فرصت دهد ایده خود را وارد مرحله عملی تولید کند.

عزیزه برای Shiny Stones Collections تنها به خرید یک دستگاه و آغاز تولید فکر نکرده است. او از همان ابتدا چهار عنصر را در کنار هم دیده است: تجهیزات مناسب، نیروی انسانی، کیفیت و هویت برند. این چهار عنصر قرار است پایه های کارگاهی باشند که از یک فعالیت کوچک شروع می شود و ظرفیت رشد دارد.

هدف او این است که نگین زنی روی لباس را از یک کار محدود به یک فعالیت حرفه ای تبدیل کند؛ کاری که مشتری بتواند برای کیفیت آن اعتماد کند و نام برند را به خاطر بسپارد. هر قطعه لباس می تواند فرصتی برای نشان دادن دقت و سلیقه کارگاه باشد و هر محصول موفق، یک قدم برای شناخته شدن بیشتر برند بردارد.

داستان عزیزه شجاعی، داستان زنی است که پیش از ورود به بازار، تلاش کرده است مسیر کارش را روی کاغذ روشن کند؛ ۶۵۰ دالر برای دستگاه اصلی، ۴۰۰ دالر برای مواد اولیه، ۳۰۰ دالر برای مکان، ۳۶۰ دالر برای نیروی انسانی و هزینه هایی مشخص برای برق، تجهیزات، بسته بندی، حمل و نقل و شرایط پیش بینی نشده. مجموع این ارقام، فقط یک بودجه نیست؛ نقشه راه سه ماه نخست یک کسب و کار است. Shiny Stones Collections از جایی آغاز می شود که یک هنر ظریف، به یک تصمیم اقتصادی تبدیل می شود. عزیزه می خواهد با هر نگینی که روی پارچه قرار می گیرد، چیزی فراتر از درخشش ایجاد کند؛ یک محصول با کیفیت، یک نام قابل اعتماد و یک فرصت کاری برای دیگران. رؤیای او بزرگ تر از یک کارگاه کوچک است؛ می خواهد این کارگاه نخستین مرحله ساختن برندی باشد که با دقت، خلاقیت و

برنامه ریزی رشد می‌کند.



میوه‌ای که قرار است ارزش بیشتری پیدا کند

در افغانستان، رسیدن فصل میوه فقط آمدن یک محصول تازه به بازار نیست؛ پشت هر صندوق انگور، زردآلو، سیب یا دیگر میوه‌ها، حاصل یک سال کار باغدار قرار دارد. با این حال، بخشی از این محصولات پس از برداشت، بدون پروسس و بسته‌بندی مناسب وارد بازار می‌شود و با ارزش محدودی به فروش می‌رسد. صبرینا عالمی در همین نقطه به یک پرسش مهم رسید: چگونه می‌توان محصولی را که در داخل افغانستان تولید می‌شود، به شکلی عرضه کرد که ارزش بیشتری پیدا کند؟

پاسخ او شکل دادن به Food Shop and Premium Fruits است؛ طرحی برای ایجاد فابریکه پاک‌کاری، خشک‌سازی و بسته‌بندی میوه که هدفش آماده‌کردن محصولات برای عرضه‌ای منظم‌تر و باکیفیت‌تر است. برای صبرینا، خشک‌کردن میوه تنها راهی برای افزایش ماندگاری نیست. مسئله اصلی، ایجاد یک زنجیره منظم از زمانی است که میوه از باغ به دست می‌آید تا زمانی که در بسته‌بندی مناسب به مصرف‌کننده می‌رسد. پاک‌کاری، خشک‌سازی و بسته‌بندی هر کدام مرحله‌ای از این روند هستند و کیفیت محصول نهایی به دقت در تمام این مراحل وابسته است.

او به ظرفیت افغانستان در این بخش باور دارد. کشوری که انواع میوه تازه و خشک تولید می‌کند، می‌تواند بخش بیشتری از پروسس محصولات خود را در داخل انجام دهد. این کار زمینه‌ای فراهم می‌کند تا محصول پیش از رسیدن به بازار نهایی، آماده‌تر و حرفه‌ای‌تر عرضه شود و درآمد حاصل از مراحل پروسس نیز در داخل کشور باقی بماند. ایده صبرینا یک بعد مهم دیگر نیز دارد. او می‌خواهد زنان افغان در این فعالیت تولیدی سهم داشته باشند. زنان بسیاری مهارت و علاقه به کار دارند، اما فرصت حضور در محیط‌های رسمی تولیدی برایشان محدود است. ایجاد یک فابریکه می‌تواند زمینه‌ای برای آموزش، کار و کسب درآمد آنان فراهم کند؛ به‌ویژه در بخش‌هایی مانند پاک‌کاری، آماده‌سازی و بسته‌بندی که می‌توان برای آن نیروی آموزش‌دیده ایجاد کرد.

در واقع، صبرینا دو نیاز را در کنار هم قرار داده است: محصولی که برای رسیدن به بازار بهتر به پروسس معیاری نیاز دارد و زنانی که به فرصت مشارکت اقتصادی نیازمندند. همین پیوند، ایده او را از یک فروشگاه ساده میوه متمایز می‌کند.

آموزش‌های کارآفرینی AELSO در شکل‌گیری این نگاه برای صبرینا

نقش داشت. او در این برنامه‌ها فرصت یافت ایده خود را از منظر نیاز بازار، برنامه‌ریزی، مدیریت منابع و امکان ایجاد درآمد بررسی کند. حمایت AELSO نیز به او کمک کرد تا این طرح را جدی‌تر دنبال کند و برای تبدیل آن به یک فعالیت عملی، مسیر مشخص‌تری داشته باشد.

صبرینا برای موفقیت این کسب‌وکار به کیفیت محصول اهمیت ویژه می‌دهد. میوه خشک زمانی می‌تواند جایگاه خوبی در بازار پیدا کند که پاک، مناسب، خوش‌ظاهر و درست بسته‌بندی شده باشد. بنابراین، فابریکه مورد نظر او باید تنها محل خشک‌کردن میوه نباشد؛ هر مرحله باید با هدف حفظ کیفیت و آماده‌سازی محصول برای بازار انجام شود.

این نگاه می‌تواند راهی برای عرضه بهتر محصولات افغانستان نیز باشد. محصولی که پیش از این ممکن بود به صورت خام فروخته شود، پس از پروسس می‌تواند با هویت مشخص‌تر و بسته‌بندی مناسب‌تری وارد بازار شود. در چنین مدلی، تولیدکننده، نیروی کار، فابریکه و مصرف‌کننده هر کدام بخشی از یک زنجیره اقتصادی می‌شوند. برای صبرینا، کارآفرینی از دیدن یک کمبود آغاز شده است. او کمبود امکانات معیاری برای پروسس میوه را دید و به جای عبور از کنار آن، به ساختن یک راه‌حل فکر کرد. همین نگاه، پایه کسب‌وکاری است که می‌خواهد از ظرفیت‌های موجود در افغانستان استفاده کند و آن‌ها را به محصولی با ارزش بیشتر تبدیل سازد.

Food Shop and Premium Fruits در نگاه صبرینا می‌تواند نقطه اتصال میان باغ، تولید، بازار و اشتغال زنان باشد. موفقیت این طرح زمانی معنا پیدا می‌کند که میوه افغانستان با کیفیت بهتر به دست مشتری برسد و زنانی نیز که فرصت محدودی برای کار دارند، در این روند جای خود را پیدا کنند.

صبرینا عالمی از یک واقعیت روشن شروع کرده است: افغانستان میوه دارد، نیروی انسانی دارد و بازار نیز وجود دارد؛ آنچه نیاز به تقویت دارد، حلقه‌ای است که این ظرفیت‌ها را به یک محصول حرفه‌ای و قابل عرضه تبدیل کند. او می‌خواهد کسب‌وکارش همین حلقه باشد؛ جایی که میوه خام به محصولی آماده برای بازار و یک ایده اقتصادی به فرصت واقعی برای زنان تبدیل می‌شود.

از یک دسته گل تا ساختن تجربه‌ای برای محافل

پیش از شروع یک مراسم، اتاق‌ها و سالن‌ها هنوز خالی‌اند؛ چوکی‌ها در جای خود قرار نگرفته‌اند، میزها منتظر تزئین‌اند و فضای مراسم هنوز شبیه چیزی نیست که صاحب آن در ذهن خود تصور کرده است. در همین لحظه است که گل‌ها، رنگ‌ها و جزئیات تزئینی معنا پیدا می‌کنند. یک دسته گل می‌تواند گوشه‌ای از فضا را زنده کند و یک طراحی درست می‌تواند تمام فضای مراسم را تغییر دهد. حسنا احمدی از همین علاقه به زیبایی و تزئین، قدم به قدم به سوی ساختن یک کسب‌وکار رفت؛ کسب‌وکاری که امروز با نام «Hasan Ara» فعالیت می‌کند.

شروع کار برای حسنا با یک تصور ساده همراه بود: گل و تزئینات فقط وسایلی برای زیباتر کردن مراسم نیستند؛ می‌توانند یک خدمت حرفه‌ای باشند که مشتری برای آن هزینه می‌کند و به آن اعتماد می‌سپارد. او تصمیم گرفت این علاقه را از سطح یک مهارت شخصی فراتر ببرد و آن را در قالب یک کسب‌وکار منظم دنبال کند.

در نخستین مرحله، تمرکز او بر دو بخش اصلی قرار گرفت؛ فروش گل طبیعی و دست‌ساز و ارائه خدمات تزئین و دکور مراسم. این انتخاب به او امکان داد فعالیتش را تنها به فروش یک محصول محدود نکند. مشتری می‌تواند گل مورد نیاز خود را سفارش دهد یا برای یک مراسم کامل، طراحی و تزئین فضای مورد نظرش را به Hasan Ara بسپارد.

عملی‌شدن این ایده به معنای آماده‌کردن امکانات و شناختن نیاز مشتری بود. گل‌های طبیعی و دست‌ساز باید برای عرضه آماده می‌شدند و در بخش دکور نیز وسایل تزئینی، ترکیب رنگ‌ها و شیوه چیدمان باید متناسب با نوع مراسم انتخاب می‌شد. حسنا در این مسیر به این نتیجه رسید که هر مراسم شرایط خاص خود را دارد و یک طرح ثابت نمی‌تواند پاسخ‌گوی همه مشتریان باشد.

به همین دلیل، Hasan Ara خدمات خود را برای مراسم‌های مختلف از جمله عروسی، نامزادی، تولد، شیرینی‌خوری و جشن‌های خانوادگی در نظر گرفت. تفاوت هر مراسم، به او فرصت می‌دهد تا بر اساس خواست مشتری، فضای مورد نظر را طراحی کند؛ از انتخاب گل و رنگ گرفته تا هماهنگی اجزای دکور.

نقطه مهم در شکل‌گیری این کسب‌وکار، توجه به چیزی بود که مشتری واقعاً می‌خواهد. کسی که برای عروسی یا نامزادی سفارش

می‌دهد، تنها به دنبال چند گل و وسیله تزئینی نیست. او می‌خواهد مراسمش زیبا و منظم برگزار شود و بخشی از نگرانی‌های آماده‌سازی از دوشش برداشته شود. حسنا همین نیاز را در مرکز خدمات Hasan Ara قرار داده است: مشتری باید بتواند با خیال آسوده‌تر به مراسم خود فکر کند و اجرای بخش تزئین را به یک تیم حرفه‌ای بسپارد. این نگاه، کار را از یک فعالیت صرفاً هنری به یک کسب‌وکار خدماتی تبدیل می‌کند، در چنین کاری، سلیقه مهم است، اما به تنهایی کافی نیست. زمان‌بندی، دقت، هماهنگی با مشتری، آماده‌سازی به موقع و توجه به جزئیات نیز بخشی از کار هستند. یک تزئین زیبا زمانی ارزش واقعی پیدا می‌کند که در زمان مناسب و مطابق خواست مشتری آماده شود.

گل طبیعی بخش دیگری از هویت Hasan Ara است. در کنار آن، استفاده از گل‌های دست‌ساز نیز امکان طراحی‌های متنوع‌تری را فراهم می‌کند. این دو نوع محصول به حسنا اجازه می‌دهد تا برای مناسبت‌ها و سلیقه‌های مختلف گزینه‌های متفاوتی ارائه کند و فعالیت خود را به یک نوع سفارش محدود نسازد.

حسنا در مسیر ساختن این کسب‌وکار، نگاه خود را به مشتری نیز تغییر داده است. مشتری فقط کسی نیست که محصولی را خریداری می‌کند؛ او کسی است که برای یک مناسبت مهم به خدمات Hasan Ara اعتماد می‌کند. همین اعتماد، مسئولیت کسب‌وکار را بیشتر می‌کند و حسنا را وادار می‌سازد تا کیفیت کار و رضایت مشتری را در مرکز توجه قرار دهد.

آموزش‌های کارآفرینی AELSO نیز در این مسیر به حسنا کمک کرد تا ایده خود را با نگاه تجاری‌تری دنبال کند. او در جریان این آموزش‌ها با اهمیت شناخت مشتری، برنامه‌ریزی، مدیریت منابع و تنظیم فعالیت‌های کسب‌وکار آشنا شد. حمایت‌های AELSO نیز پشتیبانی برای عملی کردن و توسعه این ایده فراهم کرد و به او کمک نمود تا علاقه و مهارت خود را در قالب یک فعالیت اقتصادی منظم‌تر دنبال کند.

هدف حسنا از ساختن Hasan Ara تنها زیباتر کردن مراسم‌ها نیست. او می‌خواهد این کسب‌وکار به زمینه‌ای برای حضور و کار زنان نیز تبدیل شود. بخش‌هایی از کار در حوزه گل، صنایع دستی، طراحی و تزئین می‌تواند برای زنانی که در این زمینه مهارت دارند، زمینه

همکاری و یادگیری ایجاد کند. از این نگاه، رشد Hasan Ara می‌تواند با افزایش فرصت مشارکت زنان نیز همراه باشد.

برای حسنا، موفقیت در این حوزه زمانی معنا پیدا می‌کند که نام Hasan Ara با کیفیت کار و رضایت مشتری شناخته شود. او می‌خواهد مشتری پس از پایان یک مراسم، فقط زیبایی دکور را به یاد نیاورد؛ احساس کند کاری که به این تیم سپرده بود، با دقت و مسئولیت انجام شده است.

داستان Hasan Ara از علاقه به گل و زیبایی آغاز شده، اما در مسیر خود به یک مفهوم بزرگ‌تر رسیده است: ساختن یک تجربه خوب برای مشتری. حسنا احمدی نشان داده است که یک مهارت هنری، زمانی می‌تواند به یک کسب‌وکار موفق تبدیل شود که در کنار خلاقیت، نیاز مشتری، کیفیت خدمات و مدیریت درست نیز جدی گرفته شود. امروز Hasan Ara می‌خواهد فراتر از فروش گل حرکت کند؛ برندی باشد که مردم برای مناسبت‌های مهم زندگی‌شان به آن اعتماد کنند. هر گل، هر طراحی و هر سفارش برای حسنا بخشی از تصویری است که از آینده کسب‌وکارش ساخته است؛ تصویری که در آن زیبایی، کار حرفه‌ای و فرصت برای زنان در کنار هم قرار می‌گیرند.



از یک نیاز ساده تا یک کسب‌وکار خلاق برای زنان؛ V-PACKAGING

یک محصول خوب فقط به کیفیت چیزی که درون بسته قرار دارد خلاصه نمی‌شود. پیش از آن‌که مشتری محصول را لمس کند، بسته‌بندی آن را می‌بیند؛ رنگ، شکل، نظم و شیوه ارائه می‌تواند نخستین برداشت او را بسازد. در افغانستان، بسیاری از فروشگاه‌های کوچک و کسب‌وکارهای خانگی محصولات را دارند که با دقت و علاقه تولید می‌شوند، اما برای ارائه حرفه‌ای آن‌ها، دسترسی به بسته‌بندی زیبا، خلاقانه و متناسب همیشه آسان نیست.

دیبا احمدی این نیاز را دید و تصمیم گرفت برای آن یک راه‌حل بسازد. ایده‌ای که در ابتدا می‌توانست تنها یک فعالیت ساده در زمینه بسته‌بندی باشد، به تدریج شکل یک کسب‌وکار مشخص به خود گرفت؛ کسب‌وکاری با نام «V-Packaging» که خدمات و لوازم بسته‌بندی حرفه‌ای و خلاقانه را با تمرکز ویژه بر زنان و دختران ارائه می‌کند.

برای دیبا، بسته‌بندی فقط وسیله‌ای برای پوشاندن یک محصول نیست، او آن را بخشی از هویت محصول می‌داند؛ چیزی که می‌تواند یک هدیه ساده را زیباتر کند و محصول یک فروشگاه کوچک را حرفه‌ای‌تر نشان دهد. به همین دلیل، هدف V-Packaging ارائه بسته‌بندی‌هایی است که هم ظاهر جذاب داشته باشند و هم کاربردی باشند.

این نگاه از یک نیاز واقعی شکل گرفت. بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک در افغانستان برای بسته‌بندی محصولات خود به گزینه‌هایی نیاز دارند که هم از نظر ظاهری مناسب باشند و هم با اندازه، نوع و ماهیت محصول هماهنگ شوند. نبود چنین خدماتی باعث می‌شد بخشی از ارزش و زیبایی محصول در مرحله ارائه به مشتری دیده نشود.

دیبا به جای آن‌که این کمبود را تنها یک مشکل بازار ببیند، آن را یک فرصت اقتصادی تشخیص داد. از همین نقطه، V-Packaging شکل گرفت. او می‌خواست کسب‌وکاری بسازد که مشتری وقتی برای بسته‌بندی یک هدیه یا محصول به آن مراجعه می‌کند، تنها یک وسیله دریافت نکند؛ تجربه‌ای متفاوت از ارائه محصول داشته باشد. بسته‌بندی باید نشان‌دهنده توجه به جزئیات باشد و به مشتری این احساس را بدهد که محصولی که خریده، ارزشمند است.

اما داستان V-Packaging تنها درباره زیبایی بسته‌ها نیست. یکی از ویژگی‌هایی که این کسب‌وکار را برای دیبا معنادارتر می‌کند، توجه به

زنان و دختران است. او از همان ابتدا می‌خواست فعالیت اقتصادی خود را در مسیری قرار دهد که زنان بتوانند در آن مهارت بیاموزند، تجربه کسب کنند و به فرصت‌های کاری دسترسی پیدا کنند.

برای او، یک کسب‌وکار موفق فقط کسب درآمد نیست، زمانی که یک فعالیت اقتصادی بتواند برای فرد دیگری نیز مهارت، تجربه و فرصت ایجاد کند، ارزش آن گسترده‌تر می‌شود.

به همین دلیل، V-Packaging دو نیاز را هم‌زمان هدف قرار داده است: از یک سو، نیاز بازار به خدمات و لوازم بسته‌بندی حرفه‌ای و خلاقانه را پاسخ می‌دهد و از سوی دیگر، زمینه‌ای برای آموزش و اشتغال زنان و دختران فراهم می‌کند.

این نگاه، V-Packaging را از یک فروشگاه معمولی بسته‌بندی جدا می‌کند. دیبا می‌داند که برای موفقیت در این بازار، زیبایی به تنهایی کافی نیست، مشتری به کیفیت، کاربرد، قیمت مناسب و خدمات قابل اعتماد نیز توجه می‌کند. هر بسته باید متناسب با نیاز مشتری باشد و هر سفارش باید با دقت انجام شود؛ زیرا در نهایت، نام کسب‌وکار با تجربه‌ای که مشتری دریافت می‌کند، گره می‌خورد.

او به همین دلیل تلاش دارد میان خلاقیت و نیاز بازار تعادل برقرار کند. بسته‌بندی باید زیبا باشد، اما زیبایی آن نباید کاربرتش را از بین ببرد. باید متفاوت باشد، اما با محصول و سلیقه مشتری هماهنگی داشته باشد.

همین شناخت از نیاز مشتری، یکی از پایه‌های رشد V-Packaging است. در مسیر شکل‌گیری و توسعه این کسب‌وکار، برنامه‌های کارآفرینی AELSO نیز برای دیبا فرصتی بود تا ایده خود را از زاویه‌ای گسترده‌تر ببیند. او در آموزش‌ها با مفاهیمی آشنا شد که کمک کرد میان خلاقیت و منطق اقتصادی ارتباط برقرار کند؛ از شناخت بازار و مشتری گرفته تا برنامه‌ریزی و مدیریت منابع. حمایت AELSO نیز به او پشتوانه‌ای داد تا با اطمینان بیشتری مسیر عملی کردن و توسعه V-Packaging را دنبال کند و کسب‌وکاری را بسازد که در کنار ارزش اقتصادی، هدف اجتماعی نیز داشته باشد.

دیبا به تدریج دریافت که کارآفرینی تنها پیدا کردن یک محصول برای فروش نیست؛ گاهی مهم‌ترین بخش کار، پیدا کردن پاسخی مناسب برای مشکلی است که در اطراف ما وجود دارد. نیاز به بسته‌بندی حرفه‌ای، پیش از آن نیز وجود داشت؛ اما تبدیل این نیاز به یک

خدمت تخصصی و هدفمند، فرصت تازه‌ای ایجاد کرد. اکنون یک فروشگاه کوچک می‌تواند محصول خود را با ظاهر حرفه‌ای‌تری عرضه کند، یک هدیه می‌تواند با دقت و زیبایی بیشتری ارائه شود و یک زن صاحب کسب‌وکار می‌تواند محصول خود را با هویت مناسب‌تری به مشتری معرفی کند.

در این میان، دیبا فقط به مشتری نهایی فکر نمی‌کند. او به زنانی نیز فکر می‌کند که ممکن است خودشان روزی تولیدکننده، فروشنده یا صاحب یک کسب‌وکار باشند. اگر یک زن محصولی تولید می‌کند، به بسته‌بندی نیاز دارد. اگر زنی یک فروشگاه کوچک دارد، به شیوه مناسب ارائه محصول نیازمند است. و اگر دختری مهارتی یاد گرفته و می‌خواهد وارد بازار کار شود، به فرصتی برای تجربه و اشتغال نیاز دارد.

این همان زنجیره‌ای است که دیبا می‌خواهد توسعه دهد؛ زنجیره‌ای که در یک طرف آن محصول و مشتری قرار دارد و در طرف دیگر، زنی که می‌تواند از یک مهارت به یک فرصت اقتصادی برسد. نگاه دیبا به آینده نیز بر همین اساس شکل گرفته است. او می‌خواهد V-Packaging به یک کسب‌وکار شناخته‌شده در زمینه بسته‌بندی حرفه‌ای تبدیل شود؛ خدمات متنوع‌تر ارائه کند، کیفیت و خلاقیت را بیشتر توسعه دهد و فرصت مشارکت زنان را گسترش دهد.

برای او، رشد کسب‌وکار فقط افزایش سفارش‌ها نیست. اگر با رشد V-Packaging زنان بیشتری آموزش ببینند، تجربه کسب کنند و وارد فعالیت اقتصادی شوند، بخشی از هدف اصلی او نیز تحقق پیدا کرده است. دیبا احمدی در مسیر خود یک درس مهم را تجربه کرده است: یک فرصت اقتصادی می‌تواند از جایی آغاز شود که دیگران تنها یک نیاز عادی و روزمره می‌بینند.

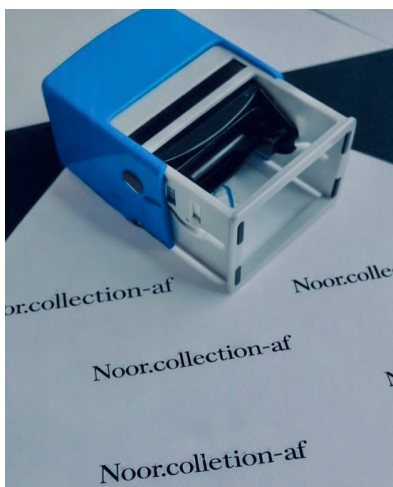
او کمبود بسته‌بندی حرفه‌ای و زیبا را دید و از آن یک ایده ساخت. ایده را به یک کسب‌وکار تبدیل کرد و تلاش کرد آن کسب‌وکار را با هدف بزرگ‌تری پیوند دهد؛ هدفی که در آن زنان و دختران نیز سهم داشته باشند.

امروز V-Packaging برای دیبا تنها نام یک فعالیت تجاری نیست. این کسب‌وکار تصویری از نگاه او به کارآفرینی است؛ نگاهی که در آن خلاقیت باید به نیاز واقعی پاسخ دهد، کسب‌وکار باید ارزش ایجاد کند و موفقیت می‌تواند راه را برای موفقیت دیگران نیز باز کند.

از یک بسته زیبا شاید در نگاه نخست چیز زیادی به نظر نرسد؛ اما

پشت همان بسته می‌تواند یک محصول، یک فروشگاه کوچک، یک زن کارآفرین و یک فرصت اقتصادی قرار داشته باشد.

دیبا احمدی می‌خواهد V-Packaging همین فرصت را بزرگ‌تر کند؛ کسب‌وکاری که از نیاز بازار آغاز شده، با خلاقیت رشد کرده و رؤیایش این است که در کنار ساختن ارزش اقتصادی، برای زنان بیشتری امکان یادگیری، کار و ایستادن روی پای خود را فراهم کند.



آن شبی که یک طرح به «الهام» تبدیل شد

تب آن قدر شدید بود که بدنش دیگر توان همراهی نداشت. دو روز بود که حتی نتوانسته بود پسرش را در آغوش بگیرد. اما آن شب، در میان ضعف و بی‌حالی، یک چیز مدام در ذهن سومن خموش می‌چرخید: مهلت ارسال طرح در حال تمام شدن بود. چشمانش را باز کرد و فهمید تا ساعت ۱۲ شب فرصت دارد. هنوز توان جسمی‌اش برنگشته بود، اما فرصت منتظر نمی‌ماند. نشست، طرحش را باز کرد، نوشت، اصلاح کرد و دوباره خواند. دست‌هایش خسته بود و ذهنش زیر فشار بیماری کار می‌کرد. در نهایت، با اندکی تردید دکمه ارسال را زد. شاید در آن لحظه فقط یک طرح فرستاده شده بود، اما سومن نمی‌دانست همین چند ساعت دشوار، قرار است بخشی از آینده او و دختران زیادی را رقم بزند.

داستان سومن خموش از همان شب آغاز نشده بود. ریشه‌های آن به سال‌هایی برمی‌گشت که او هنوز دانشجوی رشته روابط بین‌الملل بود و در وجودش علاقه‌ای جدی به یادگیری شکل گرفته بود؛ علاقه‌ای که برایش فقط یک ویژگی شخصی نبود و به تدریج به نیرویی برای ساختن مسیر زندگی تبدیل شد.

از همان سمستر اول دانشگاه، با شوق وارد فضای دانشگاه شد. دوست داشت بیشتر بداند، تجربه کند و خودش را در موقعیت‌های تازه بیازماید. در همان سال‌های نخست، در میان دانشجویان دانشگاه به عنوان «جوان نخبه و کارآفرین» مورد تقدیر قرار گرفت. در مسابقات مختلف دانشگاهی شرکت کرد و بارها مقام نخست را به دست آورد. برای سومن، این مقام‌ها پایان یک مسیر نبودند؛ هر موفقیت او را برای تجربه بعدی تشویق می‌کرد.

او به یادگیری عادت کرده بود؛ عاداتی که حتی بسته‌شدن دانشگاه‌ها نتوانست از او بگیرد. وقتی به سمستر هفتم رسید، دانشگاه‌ها در افغانستان بسته شدند. برای بسیاری، این اتفاق به معنای توقف یک مسیر تحصیلی بود. برای سومن نیز آسان نبود، اما او تصمیم نگرفت یادگیری را متوقف کند. با تلاش فراوان توانست تحصیلاتش را در یکی از دانشگاه‌های ایران تکمیل کند و در ادامه، در برنامه‌ای که از سوی AELSO برگزار شده بود، در جمع زنان کارآفرین منتخب قرار گرفت. انتخاب‌شدن برای او فقط یک موفقیت تازه نبود. پشت آن انتخاب، همان شبی قرار داشت که با تب شدید و جسمی ناتوان، در آخرین ساعت مهلت، طرح خود را آماده کرده بود. وقتی بعد از مدتی ایمیلی

دریافت کرد و فهمید انتخاب شده است، واکنشش فقط لبخند و خوشحالی نبود. گریه کرد؛ برای خودش، برای چهار سال وقفه، برای دانشگاهی که متوقف شده بود، برای فرصتهایی که از دست رفته بودند و برای مسیری که دوباره مجبور شده بود از نقطه‌ای تازه آغاز کند.

پس از آن، مراحل بعدی برنامه را نیز با موفقیت پشت سر گذاشت. خبر نهایی را از موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان دریافت کرد؛ خبری که آن را یکی از روزهای خاص زندگی خود می‌داند. بعد از تکمیل مراحل برنامه، نوبت به اجرای ایده رسید. در ابتدا همه چیز بسیار ساده بود؛ یک اطلاع‌رسانی کوچک و چند دختر که به آن پاسخ دادند. اما سومن از همان ابتدا فقط به تعداد شاگردان فکر نمی‌کرد. او می‌خواست بفهمد دخترانی که به او مراجعه می‌کنند چه می‌خواهند، با چه دشواری‌هایی روبه‌رو هستند و آموزش چگونه می‌تواند برایشان به یک فرصت واقعی تبدیل شود.

کم‌کم دختران بیشتری از ولایت‌های مختلف افغانستان با او ارتباط گرفتند. سومن پای صحبت‌هایشان نشست و داستان‌هایشان را شنید. هر کدام قصه‌ای جداگانه داشتند؛ دختری که فقط به یک فرصت آموزشی نیاز داشت، دختری که توانایی داشت اما امکان پرداخت هزینه آموزش را نداشت، و دختری که مدت‌ها منتظر بود کسی به توانایی‌هایش باور کند.

همین تجربه‌ها باعث شد آن اطلاع‌رسانی کوچک، شکل دیگری پیدا کند. «مرکز آموزشی آنلاین الهام» شکل گرفت. سومن شب‌ها و صبح‌ها برای آن کار می‌کرد. ساعت‌های زیادی صرف آموزش، برنامه‌ریزی و ارتباط با دختران می‌شد. در آغاز، درآمد شخصی برایش اولویت اصلی نبود. آنچه بیشتر از همه برایش اهمیت داشت، دسترسی دخترانی بود که به دلیل شرایط اقتصادی نمی‌توانستند برای آموزش هزینه کنند.

او این دشواری را از نزدیک می‌شناخت. می‌دانست وقتی فرصت‌ها محدود می‌شوند، حتی پرداخت هزینه اینترنت نیز برای یک دختر می‌تواند به مسئله‌ای جدی تبدیل شود؛ دختری که شاید مجبور باشد برای مقدار کمی پول بارها از پدر یا برادرش درخواست کند. برای سومن، این مسئله فقط یک مشکل مالی نبود، مسئله اصلی این بود که یک دختر توانایی یادگیری دارد، اما شرایط زندگی اجازه نمی‌دهد

از آن توانایی استفاده کند. به همین دلیل، سومن نمی‌خواست «الهام» تنها یک مرکز برای برگزاری صنف‌های آنلاین باشد. آرزویش این بود که دختران در آن دیده شوند، شنیده شوند و باور شوند.

تا جایی که توانستند، آموزش رایگان را ادامه دادند تا فقر مانع یادگیری نشود. برای سومن، ارزش واقعی الهام در تعداد شاگردانش خلاصه نمی‌شد؛ ارزش آن را در لحظه‌ای می‌دید که یک دختر پس از مدت‌ها ناامیدی، دوباره به آینده خود باور پیدا می‌کرد. یکی از پیام‌هایی که از یک شاگرد دریافت کرد، هنوز برایش معنای خاصی دارد: «استاد، به برکت صنف انگلیسی الهام، توانستم به یک دانشگاه در خارج از کشور راه پیدا کنم». برای سومن، همین یک جمله از صدها جایزه ارزشمندتر بود. زیرا نشان می‌داد آموزش، زمانی که به موقع و در جای درست ارائه شود، می‌تواند یک دروازه تازه در زندگی یک انسان باز کند.

تأثیر الهام به یک نوع آموزش محدود نماند. دختری از طریق آموزش‌های آن خیاطی آموخت، دختری دیگر مهارتی را فرا گرفت و آن را به فرصت کاری تبدیل کرد. برخی دیگر توانستند صنف‌های آنلاین خودشان را راه‌اندازی کنند و از مهارت‌هایی که آموخته بودند، درآمد به دست آورند.

سومن در این میان متوجه شد که یک فرصت آموزشی می‌تواند خودش به مجموعه‌ای از فرصت‌ها تبدیل شود. این نگاه در مورد استادان نیز برایش اهمیت داشت. او نمی‌خواست استادان فقط آموزش‌دهنده باشند؛ می‌خواست آنان نیز در این مسیر تجربه کسب کنند، توانمند شوند و فرصت‌های تازه‌ای برای رشد پیدا کنند. از همین رو، الهام به تدریج از یک برنامه آموزشی ساده فاصله گرفت و به فضایی تبدیل شد که در آن یادگیری، تجربه، آموزش و ایجاد فرصت به هم پیوند می‌خوردند.

در این مسیر، آموزش‌های کارآفرینی و حمایت AELSO نیز برای سومن نقش مهمی داشت. این برنامه‌ها کمک کرد تا او به ایده خود فقط به عنوان یک فعالیت آموزشی نگاه نکند و موضوعاتی مانند برنامه‌ریزی، مدیریت منابع، شناخت نیاز مخاطب، توسعه فعالیت و تبدیل ایده به یک کار منظم را جدی‌تر بگیرد. حمایت این نهاد برای او یک پشتوانه بود تا بتواند ایده را از مرحله طرح به مرحله اجرا برساند و با اعتماد بیشتری مسیر رشد آن را دنبال کند.

هرچه فعالیت الهام بیشتر شد، ارتباط سومن با انسان‌ها و نهادهای بیشتری نیز شکل گرفت. او با افراد و سازمان‌هایی در داخل و خارج از افغانستان آشنا شد که دغدغه آموزش، توانمندسازی و ایجاد فرصت برای دختران و زنان را داشتند. این ارتباطها افق تازه‌ای پیش روی او باز کرد.

در همین روند، الهام دیگر فقط یک پروژه نبود. الهام به یک ایده مادر تبدیل شد. هر تجربه، نیاز تازه‌ای را به سومن نشان می‌داد و هر نیاز، ایده دیگری در ذهن او ایجاد می‌کرد. او به تدریج دریافت که آموزش می‌تواند با کارآفرینی، اشتغال و ایجاد فرصت‌های اقتصادی پیوند بخورد. به همین دلیل، فعالیت‌های آینده الهام نیز تنها به آموزش محدود نخواهد ماند و طرح‌هایی برای کارآفرینی و ایجاد شغل در نظر گرفته شده است.

امروز مرکز آموزشی آنلاین الهام در مسیر رشد و توسعه قرار دارد و با نهادهای ملی و بین‌المللی در تعامل و همکاری است. این مجموعه قرار است فعالیت‌های خود را در قالب یک خیریه در انگلستان نیز توسعه دهد تا امکان دسترسی دختران و زنان بیشتری به فرصت‌های آموزشی فراهم شود.

برای سومن، این گسترش فقط بزرگ‌شدن یک نام نیست. او می‌خواهد دامنه همان فرصتی را که خودش در زندگی تجربه کرده است، برای انسان‌های بیشتری باز کند. وقتی به گذشته نگاه می‌کند، هنوز آن شب را به یاد می‌آورد؛ شبی که تب داشت، توان جسمی‌اش کم شده بود و زمان ارسال طرح رو به پایان بود. او می‌توانست منصرف شود و ارسال طرح را به زمان دیگری موکول کند. اما نشست و آن را فرستاد.

امروز می‌داند که آن تصمیم، یکی از نقاط مهم زندگی‌اش بوده است. از علاقه یک دانشجو به یادگیری شروع کرد؛ از مسابقات دانشگاهی و تجربه‌های کوچک گذشت؛ با بسته‌شدن دانشگاه‌ها مسیر دیگری برای ادامه تحصیل پیدا کرد؛ در یک فرصت بین‌المللی در جمع زنان کارآفرین قرار گرفت و سپس ایده‌ای را که در ذهن داشت، به یک فعالیت آموزشی تبدیل کرد.

سومن در این مسیر فقط آموزش نداده است؛ خودش نیز پیوسته آموخته است. او می‌گوید هنوز همان دختر عاشق یادگیری است؛ همان کسی که می‌خواست بیشتر بداند، بیشتر تجربه کند و بیشتر

بیاموزد، تفاوت امروز این است که آموخته‌هایش دیگر فقط برای خودش نیست، او تلاش می‌کند دانش و تجربه خود را به فرصت برای دیگران تبدیل کند و همین مسیر او را به یک نویسنده و تهیه‌کننده پروپوزل نیز تبدیل کرده است.

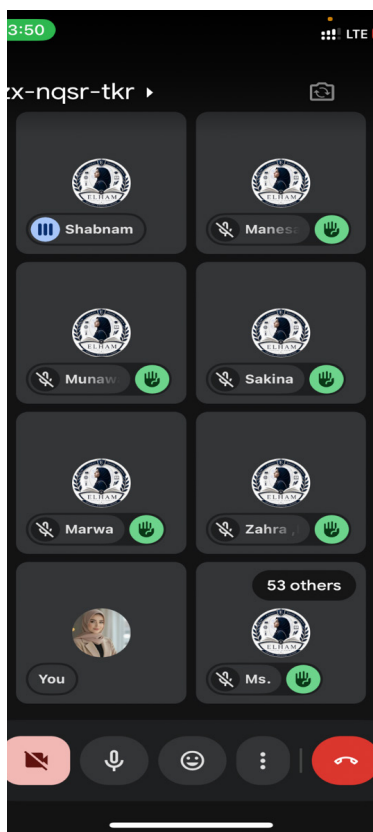
در کنار فعالیت آموزشی، او گام‌های دیگری نیز برداشته است؛ از جمله در زمینه تولید و عرضه لباس‌های افغانی و فعالیت‌های مرتبط با آن، این تجربه‌ها نگاه او را به آینده گسترده‌تر کرده‌اند و رؤیایش دیگر در چارچوب یک مرکز آموزشی خلاصه نمی‌شود.

سومن می‌خواهد در بخش‌های مختلف سرمایه‌گذاری کند و در آینده سهم ارزنده‌ای در اقتصاد کشور داشته باشد، برای او، کارآفرینی تنها داشتن یک کسب‌وکار نیست؛ راهی است برای تبدیل دانش، تجربه و فرصت به ارزش اقتصادی و اجتماعی.

شاید به همین دلیل، نام «الهام» برای او انتخابی اتفاقی نبوده است. الهام برای سومن از یک ایده شروع شد، با یک شب سخت و یک طرح نیمه‌شب جان گرفت و در ادامه به فرصتی برای صدها تجربه و امید تبدیل شد. او هنوز در آغاز راهی است که می‌خواهد گسترده‌تر شود؛ راهی که در آن آموزش می‌تواند به مهارت برسد، مهارت به کار تبدیل شود و کار به استقلال اقتصادی منتهی گردد.

و اگر بخواهد تمام این مسیر را در یک جمله خلاصه کند، شاید همان چیزی باشد که خودش در پایان روایتش می‌گوید: «یادگیری، رشد کنی و راه یادگیری و رشد را برای دیگران نیز هموار کنی».

داستان سومن خموش هنوز به پایان نرسیده است، شاید آن شب فقط یک طرح ارسال شد، اما از دل همان طرح، «الهام» متولد شد؛ ایده‌ای که امروز می‌خواهد از مرزهای یک مرکز آموزشی آنلاین فراتر برود و برای دختران و زنان بیشتری، راهی به سوی یادگیری، مهارت، کارآفرینی و آینده‌ای مستقل‌تر باز کند.



نتیجه‌گیری

پنجاه روایت این کتاب را که در کنار هم می‌گذاریم، با پنجاه تصویر یکسان از موفقیت روبه‌رو نمی‌شویم. هر داستان، مسیر خودش را دارد؛ با یک نقطه شروع متفاوت، فرصت‌های متفاوت، دشواری‌های متفاوت و تصمیم‌هایی که زندگی و کار یک زن را به مسیر تازه‌ای برده است. با این حال، در میان همه این تفاوت‌ها، یک رشته مشترک دیده می‌شود: هیچ‌یک از این زنان برای آغاز، منتظر فراهم‌شدن تمام شرایط نمانده‌اند.

آنچه در این صفحات خواندیم، تنها داستان فروش یک محصول، راه‌اندازی یک خدمت یا ایجاد یک کسب‌وکار نیست. پشت هر کسب‌وکار، زنی ایستاده است که در مقطعی تصمیم گرفته توانایی خود را جدی بگیرد، از یک فرصت کوچک استفاده کند و مسئولیت ساختن مسیر خودش را بپذیرد. برای یکی این تصمیم از یک مهارت آغاز شده، برای دیگری از یک نیاز در بازار و برای دیگری از علاقه‌ای که تا پیش از آن تنها بخشی از زندگی‌اش بوده است. نقطه مشترک همه آن‌ها، تبدیل یک امکان به عمل است.

این روایت‌ها همچنین نشان می‌دهند که مسیر کارآفرینی خط مستقیم و بدون مانع نیست. کمبود سرمایه، دشواری دسترسی به مواد اولیه، پیدا کردن مشتری، افزایش هزینه‌ها، رقابت، تغییر شرایط بازار و نگرانی نسبت به آینده، بخشی از واقعیت بسیاری از این کسب‌وکارها بوده است. ارزش این داستان‌ها نیز دقیقاً در همین واقعیت نهفته است. این زنان موفقیت را در شرایط بی‌نقص تجربه نکرده‌اند؛ در شرایط واقعی، با امکانات محدود و با تصمیم‌های روزمره، قدم‌به‌قدم مسیر خود را ساخته‌اند.

در این میان، موفقیت بیشتر از آن‌که یک اتفاق ناگهانی باشد، نتیجه انباشته‌شدن تجربه‌هاست. یک فروش کوچک، یک مشتری راضی، یک اشتباه، یک تصمیم درست، یک مهارت تازه و یک بار دیگر تلاش کردن، هر کدام بخشی از این مسیر بوده‌اند. آنچه در پایان به عنوان یک کسب‌وکار شناخته می‌شود، حاصل مجموعه‌ای از همین قدم‌های کوچک است.

یکی از روشن‌ترین درس‌های این ۵۰ روایت، اهمیت یادگیری در جریان عمل است. بسیاری از این زنان در آغاز همه پاسخ‌ها را نمی‌دانستند. با کار کردن آموختند، با اشتباه کردن اصلاح کردند و با شناخت بهتر مشتریان و بازار، روش کار خود را تغییر دادند. این تجربه

نشان می‌دهد که دانش کارآفرینی تنها در آموزش‌های نظری خلاصه نمی‌شود؛ زمانی ارزش واقعی پیدا می‌کند که به تصمیم، اقدام و تجربه تبدیل شود.

نقش آموزش و حمایت نیز در بسیاری از این مسیرها قابل مشاهده است. آموزش‌های کارآفرینی و حمایت‌های موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان (AELSO) به زنان این مجموعه کمک کرد تا ایده‌های خود را دقیق‌تر ببینند، توانایی‌هایشان را بهتر بشناسند و برای عملی کردن برنامه‌هایشان گام بردارند. با این حال، آنچه هر داستان را به نتیجه رسانده، انتخاب و تلاش خود صاحبان این کسب‌وکارها بوده است. حمایت می‌تواند فرصت ایجاد کند، آموزش می‌تواند دانش بدهد و منابع می‌تواند شروع کار را آسان‌تر کند؛ اما ساختن و ادامه‌دادن، در نهایت به اراده و عملکرد خود کارآفرین وابسته است.

از این منظر، شاید مهم‌ترین دستاورد این ۵۰ روایت، تعداد کسب‌وکارهایی نباشد که ایجاد شده‌اند، دستاورد مهم‌تر، شکل گرفتن نگاهی تازه به توانایی زنان برای ساختن است. زنی که محصولی تولید می‌کند، خدمتی ارائه می‌دهد، مشتری پیدا می‌کند، درآمد به دست می‌آورد و برای توسعه کار خود تصمیم می‌گیرد، تنها یک فعالیت اقتصادی انجام نمی‌دهد؛ او جایگاه خود را در اقتصاد خانواده و جامعه نیز تغییر می‌دهد.

در بسیاری از این داستان‌ها، اثر یک کسب‌وکار به صاحب آن محدود نمانده است. ایجاد فرصت برای دیگران، همکاری با زنان دیگر، خرید از تولیدکنندگان، انتقال تجربه و تشویق اطرافیان به یادگیری و کار، نشان می‌دهد که یک کسب‌وکار کوچک نیز می‌تواند اثر بزرگ‌تری ایجاد کند. از همین‌جا است که موفقیت فردی، به ارزش اجتماعی تبدیل می‌شود.

این کتاب همچنین یادآور می‌شود که موفقیت یک نقطه ثابت نیست. کسب‌وکاری که امروز موفق است، برای ادامه مسیر باید همچنان یاد بگیرد، کیفیت خود را حفظ کند، نیاز مشتری را بشناسد و با تغییرات بازار سازگار شود. زنانی که داستان‌شان در این کتاب آمده است، با رسیدن به یک مرحله، از حرکت باز نایستاده‌اند. بسیاری از آنان هنوز در حال یادگیری، توسعه و پیدا کردن راه‌های تازه برای ادامه کار هستند.

پس این کتاب را نمی‌توان مجموعه‌ای از داستان‌های پایان‌یافته دانست. هر روایت، بخشی از یک مسیر طولانی‌تر است. آنچه در این صفحات ثبت شده، نتیجه تلاش‌هایی است که تا امروز انجام شده و راهی است که همچنان ادامه دارد.

برای زنانی که هنوز در آغاز این مسیر هستند، این ۵۰ داستان می‌تواند یک پیام ساده داشته باشد: لازم نیست برای شروع، همه چیز را در اختیار داشته باشید. آنچه اهمیت دارد، شناخت یک توانایی، دیدن یک نیاز، بررسی یک فرصت و برداشتن نخستین قدم با آگاهی است. مسیر هر کس متفاوت خواهد بود، اما هیچ مسیری بدون قدم اول آغاز نمی‌شود.

و برای زنانی که اکنون صاحب کسب‌وکار هستند، این روایت‌ها یک یادآوری دیگر دارند: آنچه ساخته‌اید ارزشمند است، اما حفظ و توسعه آن نیازمند یادگیری مداوم، تصمیم‌گیری مسئولانه و آمادگی برای تغییر است. هر موفقیتی می‌تواند آغاز مرحله بعدی باشد.

«ابتکار زنان» در پایان به یک پاسخ قطعی درباره موفقیت نمی‌رسد؛ زیرا برای موفق شدن یک نسخه واحد وجود ندارد. این کتاب چیزی واقعی‌تر ارائه می‌کند: تجربه زنانی که در شرایط دشوار، با امکانات متفاوت و از نقطه‌های متفاوت شروع کردند و نشان دادند که توانایی ساختن، با نخستین اقدام معنا پیدا می‌کند.

شاید سال‌ها بعد، ارزشمندترین بخش این کتاب نه اعداد و نه نام کسب‌وکارها، که همین لحظه‌های انسانی باشد؛ لحظه‌ای که زنی به توانایی خود اعتماد کرد، از یک مانع عبور کرد، از یک اشتباه آموخت، مشتری نخست خود را پیدا کرد، محصولی را برای نخستین بار فروخت یا تصمیم گرفت با وجود دشواری‌ها ادامه دهد.

پنج‌جاه داستان به پایان رسیده است، اما مسیری که این داستان‌ها نشان می‌دهند هنوز ادامه دارد. ممکن است در میان خوانندگان این کتاب، زنانی باشند که هنوز ایده‌ای را در ذهن خود نگه داشته‌اند؛ ایده‌ای که شاید مدت‌هاست منتظر یک فرصت، یک تصمیم یا یک قدم است. ممکن داستان بعدی از همین جا آغاز شود.

ابتکار زنان در نهایت روایت زنانی است که منتظر نماندند کسی آینده را برایشان بسازد. آنان با آنچه داشتند شروع کردند، در مسیر

آموختند، اشتباه کردند، اصلاح کردند و ادامه دادند. این شاید ساده‌ترین و در عین حال عمیق‌ترین پیام این کتاب باشد:

برای ساختن آینده، همیشه به امکانات بزرگ نیاز نیست؛ گاهی یک توانایی، یک تصمیم و شجاعت برداشتن نخستین قدم، نقطه آغاز یک مسیر ارزشمند و مرفه است.

THE WOMEN'S INITIATIVE

THE SUCCESS STORIES OF **50** WOMEN ENTREPRENEURS
SUPPORTED BY AELSO IN CRISIS TIMES

ABDUL QAHER BEHESHTI

The Women's Initiative

The Success Stories of 50 Women Entrepreneurs
Supported by AELSO in Crisis Times

Abdul Qaher Beheshti
www.AELSO.org

ISBN 978-9936-102-26-2



9 789936 102266