



سیستم سازی در آینه فیلم بنیان گذار

داستان فیلم The Founder روایتی جالب از زندگی شغلی ری کراک، بنیان گذار فست فودهای زنجیره ای مکدونالد است. این داستانی است که زیبایی و نازیبایی کسب و کار در دنیای سرمایه داری را همزمان روایت می کند؛ قصه ای تامل برانگیز که اگرچه مختصر، اما موجز، نمایی از هرآنچه که ممکن است در داستان موفقیت یک کسب و کار رخ دهد را به تصویر می کشد. از نوآوری تا بازاریابی، از ایده تا اجرا، از همکاری تا رقابت بی رحم در اقتصاد بازار آزاد، از تاثیرات مثبت و منفی کسب و کار بر زندگی خصوصی صاحبانش و شاید از همه مهم تر - برای ما - از نقش سیستم سازی در تبدیل یک بیزینس مستعد به یک امپراطوری پول ساز.

هیچ وقت برای شروع دیر نیست

در ابتدا، ری کراک بازاریابی نه چندان موفق است که بعد از چندبار عوض کردن شغل، از نواختن پیانو در کافه ها گرفته تا فروش لیوان یکبار مصرف به مغازه ها، اینک در ۵۲

سالگی به کار ویزیتوری برای فروش دستگاه میلک شیک (شیر بستنی) رسیده است. از این رستوران به آن یکی می‌رود، دستگاه حجیم شیک ساز را با ماشین شخصی جابه‌جا می‌کند و توفیقی در بازاریابی این دستگاه ندارد. تصویری بغایت مایوس کننده از آدمی در میان‌سالی که بعد از این‌همه تجربه، هنوز زندگی‌اش به سروسامان نرسیده است.

دست‌کم، این دقیقا همان چیزی است که همسرش در او می‌بیند. در واقع ما نیز اگر تصادفا ندانیم ری کراک کیست و اگر عنوان فیلم را ندیده باشیم، در ابتدای قصه تقریبا غیرممکن است باور کنیم چنین فردی، آن‌هم در این سن و سال، صرفا به یک دلیل کلیشه‌ای ممکن است به یکی از موفق‌ترین کارآفرینان دنیای کسب‌وکار در کل دنیا تبدیل شود و آن دلیل کسل‌کننده؟ یک کلمه: پشتکار.

کشف یک سیستم سریع و کارآمد

ری کراک در جریان یکی از بازدیدهایش برای فروش دستگاه شیک ساز، همبرگر فروشی برادران مک‌دونالد را در کالیفرنیا کشف می‌کند و از زیبایی، سرعت و کارآمدی سیستم کسب‌وکار این دو برادر برای تولید سریع و ارزان یک همبرگر خوشمزه حیرت‌زده می‌شود. به قول خودش، در یک نگاه عاشق سیستم کسب‌وکارشان می‌شود و به آنان پیشنهاد می‌دهد حق امتیاز تقلید و اجازه کپی کردن از کسب‌وکارشان را به او بدهند و در ازایش علاوه بر حق نظارت و کنترل کیفیت چرخه تولید همبرگرها در فروشگاه‌هایی که کراک راه می‌اندازد، درصد خوبی از فروش این فست‌فودها را هم دریافت کنند. آنها می‌پذیرند. منطق این معامله، همان منطق سیستم فرانسیز است که مایکل گربر در کتاب «افسانه کارآفرینی» به تفصیل توضیح داده است.

ابداع یک سیستم توسعه و بازاریابی

ادامه داستان، قصه چالش‌ها و نوآوری‌های خود ری کراک در توسعه، بازاریابی و مدیریت زنجیره همبرگر فروشی‌هایی است که یکی پس از دیگری، از طریق جذب سرمایه‌گذاران محلی در هر شهر و ایالت، برپا می‌کند. سیستم تولید همبرگر برادران مک‌دونالد اگرچه کارآمد و تحسین‌برانگیز است، اما به دلیل ترس دو برادر، فقدان جاه‌طلبی و نداشتن تجربه در زمینه «توسعه یک کسب‌وکار» مقیاس‌پذیر نیست و نمی‌تواند از حد دو سه فروشگاه فراتر رود. اما کراک در جریان تلاش‌های خستگی‌ناپذیرش برای یافتن یک بیزینس مدل مناسب برای توسعه، کشف می‌کند که حلقه مفقوده او «واگذاری درست» کار نظارت بر کارکنان و سپردنش به افراد لایق است. فیلم نشان می‌دهد که ری کراک زوج‌های جوانی که لیاقت دارند؛ اما کم‌درآمد هستند را کشف می‌کند و آنها را به‌عنوان نماینده خود و «ناظر کارگران» منسوب می‌کند. هم آنها را به نان و نوایی می‌رساند و هم سیستم بیزینس خودش روان می‌شود.

حقیقت تلخ روی «زمین»

یکی از وجوه نازیبای کسب‌وکار که ری کراک در جریان کشف و شهودش در ماهیت کسب‌وکار کشف می‌کند، نقش ارزش زمین و املاک در چرخه کسب‌وکار اوست. در یک اقتصاد سالم، یک ملک به‌تنهایی ارزش اقتصادی تولید نمی‌کند مگر اینکه کسب‌وکار درست و سودآوری روی آن بنا شود. اما یک کسب‌وکار سودآور هم نمی‌تواند استقلال کاملش را به دست بیاورد مگر اینکه روزی صاحب زمین و ملکی شود که روی آن کار می‌کند و به تولید ارزش مشغول است.

این همان نکته‌ای است که هری سان بورن، مشاور امور مالی، در بهبوهه بحران مالی مک‌دونالد، به ری کراک گوشزد می‌کند و درواقع بیزینس مک‌دونالد را نجات می‌دهد. فیلم البته نشان نمی‌دهد که اهمیت این توصیه برای کراک تا آنجا بود بعد از تغییر ساختار مک‌دونالد، هری به‌عنوان اولین مدیرعامل شرکت جدید منصوب می‌شود.

ورود او با بیرون راندن برادران مکدونالد از صحنه هم‌زمان می‌شود. اتفاقی تلخ اما آموزنده که نشان می‌دهد حتی نوآوری و برپا کردن یک کسب‌وکار سودآور هم برای دوام آوردن در بازار آزاد کافی نیست. اگر به اندازه کافی جاه‌طلب نباشید، دیر یا زود یک نفر دیگر جایگاه شما را تصاحب خواهد کرد.

هیچ کسب‌وکاری از سیستم سازی بی‌نیاز نیست

داستان چالش‌ها و موفقیت ری کراک، نکته مهمی در دل خود دارد و آن اهمیت انکارناپذیر سیستم سازی در کسب‌وکار است. این آموزه به‌ویژه می‌تواند برای فعالان اقتصادی در ایران که علاقه خاصی به کسب‌وکار غذا - از قبیل رستوران، فست‌فود، کیت‌رینگ و کافی‌شاپ - دارند شایان توجه باشد. رستوران و صنعت غذا بازار سودآوری است. این بازار در کنار صنعت آموزش و یک بازار دیگر، یعنی گستره خدمات دولتی، سه بازار سودآوری هستند که پیتر دراگر، نظریه‌پرداز مشهور علم مدیریت در کتاب «چالش‌های مدیریت در قرن ۲۱» مدعی می‌شود حتی در بدترین شرایط اقتصادی هم دوام می‌آورند. اما حتی یک بیزینس سودآور و تاب‌آور مانند رستوران هم برای توسعه و مقیاس‌پذیری نمی‌تواند نسبت به اهمیت سیستم سازی بی‌اعتنا باشد. این درس آقای «بنیان‌گذار» است.

["message_box text_color="light]

خالی از لطف نیست اگر به یاد بیاوریم در سراسر ایران انواع و اقسام رستوران‌های شهری و بین‌راهی مدعی‌اند شعبه اصلی یا مهم «اکبر جوجه» هستند! نوآوری برادران مکدونالد در سیستم همبرگر سازی سریع به کنار، اگر فقط به نام و شهرت یک برند اکتفا کنیم، نام «اکبر جوجه» هم شاید می‌توانست مثل مکدونالد شهرت و گستره‌ای واقعا بین‌المللی، دست‌کم در خاورمیانه داشته باشد.

اما فقدان زیرساخت قانونی و حقوقی در زمینه حق امتیاز و کپی‌رایت در ایران از یک



سو و تاخت و تناز فعالانی که بی محابا، فرمول موفقیت دیگران را - بدون کسب اجازه و رضایت خالق اصلی - کپی می کنند از سوی دیگر، و مهم تر، نداشتن آگاهی نسبت به اهمیت سیستم سازی اصولی و علمی در کسب و کار، وضعیت را به جایی رسانده که این «اکبرجوجه» ها از اصلی تا فرعی، با کیفیت های مختلف از عالی تا افتضاح، همچنان در رقابت هستند و نتوانسته اند مجموعا به یک برند میلیون دلاری واحد تبدیل شوند. بیندیشیم.

[message_box/]