

ویژه نامه معادن

# رویش

مجله علمی، تخصصی و تحلیلی

سال اول ♦ شماره ۱ ♦ ۱۴۰۲

رسول اکرم (ص)

مَا أَخَافُ عَلَى أُمَّتِي الْفَقْرَ وَ لَكِنُّ أَخَافُ عَلَيْهِمْ سُوءَ التَّدْبِيرِ  
«من برای امتم نسبت به فقر نگران نیستم، آنچه نگرانم و  
دغدغه من است، سوء تدبیر است.»

## فهرست مطالب



کاغذهای یادداشت چسبان	۲
اقتصاد سیارکی: آینده استخراج معادن	۶
ترندهای برتر معدنکاری در سال ۲۰۲۳	۱۰
معادن موج چهارمی	۱۴
آیا می دانید؟	۲۰
۵ تکنیک برتر نوآورانه در معادن	۲۲
نقش فناوریهای نوین در ارتقای ایمنی معادن	۲۴
مصاحبه با مدیرعامل شرکت معادن کوثر	۳۰
معادن کوثر در یک نگاه	۳۶
تعالی سازمانی	۴۱
مسئولیت‌های اجتماعی	۴۲
خبر ویژه: کتوسعه	۴۶

به کوشش: مؤسسه توسعه کسب و کار رویش کوثر

مدیر مسئول: دکتر علیرضا یوزباشی

سر دبیر: دکتر حامد زمانی منش

دبیر اجرایی: مجید زکی زاده

مترجم: ندا نظری

گرافیکست و صفحه آرا: فاطمه حیدریان

نشانی: خیابان ملاصدرا، شیخ بهایی جنوبی،

جنب داروخانه سوم خرداد، پلاک ۲۲

کدپستی: ۱۴۳۵۹۱۶۹۱۳

نشانی الکترونیکی: info@rouyeshkowsar.ir

تارنما: www.rouyeshkowsar.ir



رویش کوثر



## یادداشت چسبان کاغذهای

### داستان این اختراع چه بود؟ بیایید با هم روایت خلق این محصول را بخوانیم:

آرتور شروع به کار کردند اما با مشکلاتی روبرو شدند و فردی دیگر به اسم راجر را به تیم اضافه کردند تا بتواند ماده‌ای تولید کنند که به چسب اجازه دهد به یک سطح بچسبد اما به سطح دیگر نه و در این تلاش جمعی اولین محصول تولید شد. حالا نوبت بازاریابی بود پس جوزف به تیم اضافه شد اما فروش محصول جدید به طرز وحشتناکی شکست خورد و کسی حاضر نشد ۱ دلار برای این محصول بدهد پس جوزف ریسک کرد و نمونه‌های رایگان در اختیار مشتریان قرار داد تا با آن خو بگیرند و بعد از مدتی، مشتریان حاضر به پرداخت پول شدند و بازار چند میلیارد دلاری برای شرکت ۳M ایجاد شد و امروزه همه ما در محیط‌های اداری از این کاغذها استفاده می‌کنیم.

حُب داستان ما تمام شد اما آیا هدف روایت یک داستان بوده، مسلماً خیر و همانطور که می‌دانید هدف چیز دیگریست یعنی حل خلاقانه چالش‌های سازمانی. یادمان باشد که خلاقیت یک توانایی ذاتی نیست که برخی افراد ذاتاً داشته باشند و برخی دیگر نه، پس نمی‌توانیم سنگر غیرقابل تسخیری به اسم «من خلاق نیستم» بسازیم و از چالش‌های زندگی و سازمان شانه خالی کنیم. جیکوب رینبو می‌گوید برای اینکه آدم خلاق باشیم به سه چیز نیاز داریم: اول باید حجم عظیمی از اطلاعات داشته باشیم دوم عاشق ایده‌پردازی باشیم و در آخر توانایی خلاص شدن از شر زباله‌های فکری را داشته باشیم. امروزه به صورت مداوم پیام‌هایی از رسانه‌های کسب‌وکار با صدای بلند تکرار می‌شود: «نوآوری و خلاقیت کلید موفقیت است»، «یا تغییر کن یا بمیر»، «یا نوآور باش یا جا می‌مانی». اما سوال اینجاست که چگونه می‌توانیم سازمانی خلاق و نوآوری داشته باشیم؟ جواب مشخص است، هرچه کارکنان

۱. کارمند اداره ثبت اختراعات ایالات متحده که بیش از ۲۰۰ اختراع ثبت شده دارد.



خلاق بیشتری داشته باشیم سازمانی نوآورتر هستیم پس باید تکنیک‌های خلاقیت را به کارکنان آموزش داد و به آنها اجازه دهیم که این شایستگی را در خود پرورش دهند. آپل، فیسبوک، گوگل و مایکروسافت هر هفته زمان مشخصی را به کارکنان برای کار بر روی پروژه‌های خلاقانه خود اختصاص می‌دهند. مورکات مدیرعامل سابق شرکت دانا از همه کارکنان می‌خواست، هر ماه حداقل دو پیشنهاد برای بهبود کارها ارائه دهند و الزام بود که ۷۰ درصد از ایده‌ها باید اجرایی شوند و به‌ازای استفاده از هر ایده ۲ دلار به کارکنان پاداش می‌داد، جالب است بدانید که مورکات اعتراف کرد که این ایده را در جریان بازدید از یک شرکت ژاپنی دزدیده بود. پژوهشگران تکنیک‌های متفاوتی برای خلاقیت سازمانی ارائه داده‌اند اما جان مایه همه آنها شکل ذیل است:

#### مراحل تحلیل مسئله



- تعریف مسئله
- تولید راه‌حل‌های جایگزین
- ارزیابی و انتخاب گزینه‌های جایگزین
- پیاده‌سازی و پیگیری راه‌حل‌های منتخب

#### رویکردهای کاربردی خلاقانه مسئله



- تحول‌گرا
- اصلاحی
- سرمایه‌گذاری
- نهفتگی

#### پرورش خلاقیت در دیگران



- توسعه نوآوری در دیگران
- نظارت و تولید
- پاداش‌دهی به نقش‌ها

صحبت کردن درباره همه اجزای خلاقیت خارج از حوصله این نوشتار است اما بیایید کمی درباره رویکردهای کاربردی خلاقانه مسئله با هم بخوانیم:

**رویکرد تحول‌گرا:** شرکت‌هایی که این رویکرد را دنبال می‌کنند معمولاً سرمایه‌گذاران و کارآفرینان بزرگ هستند و توان پرداخت هزینه‌های آزمایش و خطا را دارند. شرکت‌هایی مانند آپل، فیسبوک، گوگل، مایکروسافت و ۳M چنین رویکردی دارند.

**رویکرد اصلاحی:** در این رویکرد شرکت‌ها به جای اینکه تحول‌گرا و ریسک‌پذیر باشند نظام‌مند، دقیق و منظم هستند و بر اصلاح و بهبود فرآیندها تاکید می‌کنند. آمازون، دل، ای‌بی‌وی و آلمارت نمونه‌هایی از شرکت‌های موفق، نوآور و مبتکر جهان هستند ولی فناوری جدیدی اختراع نکرده‌اند بلکه مسیرهای خلاقانه‌ای برای تحویل، توزیع و بازاریابی کالاها را کشف کرده‌اند.

**رویکرد سرمایه‌گذاری:** شرکت‌هایی که این رویکرد را در پیش می‌گیرند به پیشواز چالش‌ها می‌روند، حالت رقابتی دارند و روی دستیابی به نتایج سریعتر تمرکز می‌کنند. این رویکرد مورد علاقه کاواشیما مدیرعامل هوندا بود اما داستان چه بود؟ هوندا در دهه ۷۰ میلادی تصمیم گرفت وارد بازار خودرو شود اما یاماها رقیب دیرینه‌اش تصور کرد بازار را تصاحب خواهد کرد و یوشیکازو مدیرعامل یاماها گفت «به‌زودی در تولید موتورسیکلت از رقیب دیرینه خود پیشی خواهیم گرفت». کاواشیما پاسخ داد: «تا زمانی که من رئیسم، جایگاه شماره یک را به کسی نمی‌دهم... یاماها را در هم می‌شکنم». هوندا با سرمایه‌گذاری عظیم بر روی مدل‌های جدید و خروج از تولیدات کم بازده اقتدار خود را در بازار بیشتر کرد و فروش یاماها ۵۰ درصد کاهش یافت و این چنین بود که یوشیکازو گفت «می‌خواهم به جنگ موتورسیکلت‌ها پایان دهم و از جایگاه یاماها به‌عنوان دومین شرکت پس از هوندا مراقبت کنم».

**رویکرد نهفتگی:** این رویکردی مبتنی بر کار گروهی، مشارکت و هماهنگی بین افراد است و خلاقیت از طریق ظهور ظرفیت‌های انسانی در تعاملات بین شبکه‌ای رخ می‌دهد.



## کامیون‌های برقی

این کامیون به‌گونه‌ای طراحی شده است که بهترین استفاده را از فناوری باتری‌های برقی می‌برد. برخی از مدل‌های آن در هر عملیات معدنی زیرزمینی که نیاز به کامیون ۵۰ تنی دارد، به راحتی قابل استفاده است. نکته جالب توجه در این نوع ماشین‌ها بالا بردن سطح ایمنی است چراکه به راننده نیاز ندارد و تنها چیز مورد نیاز برای آن یک اتاقک باتری شارژی است.



ویلسون، بنیانگذار انجمن الکلی‌های گمنام با برنامه ۱۲ مرحله‌ای خود این رویکرد را در درون افراد به فعلیت رساند و طرح آن پایه و اساس همه سازمان‌های درمان اعتیاد به قمار، الکل، مواد مخدر و ... شد.

بیابید در فراز پایانی این نوشتار به داستان کاغذهای چسبان برگردیم. موفقیت شرکت ۳M در کسب این بازار چند میلیارد دلاری مرهون چه بود؟ خالق کاغذهای چسبان چه کسی بود؟ کمی تأمل کنیم. بله درست جواب دادید این کار مرهون کار تیمی بوده و احتمالاً بدون وجود این افراد دغدغه‌مند و مبتکر چسب معروف ما هنوز در قفسه اختراعات شکست خورده شرکت بود اما نقش‌ها چگونه بود؟

عموماً برای به نتیجه رسیدن اقدامات خلاقانه در سازمان‌ها نیازمند چهار نقش هستیم:

- ۱- قهرمان: کسی که راه‌حل‌های خلاقانه‌ای ارائه می‌دهد؛
- ۲- حامی: کسی که در تأمین منابع، محیط و تشویق قهرمان کمک‌کننده است؛
- ۳- برنامه‌ریز: کسی که گروه‌های تخصصی و حمایت سیاسی لازم را برای ایده فراهم می‌کند؛
- ۴- قانون‌شکن: کسی که از موانع سازمانی فراتر می‌رود تا موفقیت اقدام خلاقانه را تضمین کند.

به یاد داشته باشیم که وقتی اقدام نوآورانه‌ای انجام می‌دهیم تصور نکنیم که ما به‌تنهایی مالک آنیم بلکه ما بخشی از این مالکیت را داریم و سهم ما ناشی از نقش ماست. راستی در داستان کاغذهای چسبان این نقش‌ها چگونه تقسیم شده بود؟ پاسخ با شما!!!





سازمان اقتصادی کوثر

# سازمان هوشمند

 <p>شرکت توسعه صنایع و معادن کوثر</p>	 <p>سازمان اقتصادی کوثر</p>	 <p>رویش کوثر</p>	 <p>شرکت صنایع ماشین های الکتریکی خوار، اجسکو</p>	 <p>گروه سیمانکاری عمران و ساختمان های کوثر (سپهر صنایع)</p>
 <p>شرکت شاهاب</p>	 <p>شرکت اباد آذربایجان</p>	 <p>شرکت تولید و پخش شیر و پنیر و سایر محصولات لبنی</p>	 <p>گروه سیمانکاری کوثر (سپهر صنایع)</p>	 <p>بنج نیکو گسترش بنان</p>
 <p>شرکت پیمباب (سپهر صنایع)</p>	 <p>شرکت آبریز کوثر</p>	 <p>شرکت تران اکتیک</p>	 <p>شرکت سیمان کشاورز کوثر</p>	 <p>شرکت سیمپ و کابل تیریز-سیمکات</p>
 <p>شرکت توسعه ماشین های سنگین و صنایع کشاورزی کوثر</p>	 <p>شرکت خدمات آذوقه کوثر</p>	 <p>سبیدگردان فراز</p>	 <p>شرکت سیمان قلهک کوثر</p>	 <p>خاوردت</p>
 <p>شرکت سیرکازی کوثر</p>	 <p>Bamin Food</p>	 <p>خوراک دام یارس</p>	 <p>شرکت تران اکتیک</p>	 <p>گشت و صنعت پتروشیمی</p>
 <p>شرکت شیمی دارو کوثر Shimi Darou Kowsar</p>	 <p>پخش کالاهای مصرفی کوثر</p>	 <p>شرکت نفت و گاز کوثر</p>	 <p>شرکت مرخ آذربایجان</p>	 <p>دیپارتمان فوق تخصصی خدمات (سپهر صنایع)</p>