

به این ترتیب، ایده فوردیز شکل گرفت. آنها اولین کسانی بودند که سیستم حلقه بسته را در این صنعت به کار می بردند. هیچ شرکتی نبود که بخواهند از آن کپی برداری کنند. باید برای حمایت از این پروسه، همه چیز را خودشان می ساختند. یعنی طراحی محصول به پایدارترین شکل ممکن، ایجاد تجربه ای برای مشتری که این رویه را آسان کند، ایجاد زیرساخت هایی برای دریافت لباس ها و تبدیل آن به بهترین محصول ممکن و انجام همه این کارها به شکلی که برای مشتری مقرون به صرفه باشد و در میان همه این تلاش ها، ناگهان کرونا دنیا را در بر گرفت. کریستی می گوید: وقتی ترس و نگرانی درباره سلامتی و امنیت، دنیا را فرامی گیرد، باید به اولویت های فکر کنی و فکر می کنم پایداری برای خیلی از مردم، اهمیت پیدا کرد. و این یک روزنه امید بود. به علاوه، همه ما خانه نشین شده ایم و دائم چیزهایی را که در اتاقمان داریم، ورنه انداز می کنیم. از خودمان می پرسیم این همه وسیله چیست؟

توصیه او به کارآفرینی که می خواهند وارد صنعت مد پایدار شوند این است که درباره طراحی و انتخاب مواد و تامین کنندگان، به خوبی فکر کنند. به باور او، هیچ نتیجه کاملی وجود ندارد پس باید از خود فرآیند لذت ببریم و بدانیم که پیشرفت، یک اتفاق دائمی است. پس باید ادامه دهیم. مدیر ارشد فور دیز که یک کارآفرین موفق است درباره تجربه کارآفرینی معتقد است: قسمت مورد علاقه من، پیدا کردن راه حل برای مشکلات است و فکر کردن به آینده. وقتی خودت رئیس خودت هستی، اولین کسی هستی که می آیی و آخرین کسی هستی که می روی و همه مشکلات، اول از همه روی دوش خودت است، پس باید بگویم کارآفرینی، با خودش مسئولیت می آورد. اما فرصت ورود به یک حوزه جدید و خارج از چارچوب فکر کردن و خلق کردن، همه اینها یک موهبت است.

کریستی می گوید: راز یک کارآفرین موفق، داشتن یک چشم انداز موفق و پایبندی به آن است. به باور او، یک کارآفرین باید بداند که مسیر رسیدن به چشم انداز، آن چیزی نیست که انتظارش را داشتی. او معتقد است یک کارآفرین باید برگشت پذیر و جسور باشد و اگر لازم بود، از دیگران توصیه و کمک بخواهد که به نظر او، این برای کارآفرینان زن، خیلی مشکل است اما من این را یاد گرفته ام و بهتر شده ام. یک شبکه ارتباطی حمایتگر قدرتمند برای خودتان بسازید چون یک روز به آن نیاز پیدا خواهید کرد. از اتکا به آن نترسید.



نویسنده: Rheana Murray | مترجم: مریم مرادخانی

## انقلابی در صنعت مد با لباس های کهنه!

شکل گرفت. کریستی می گوید: مردم معمولاً فکر می کنند هر محصولی که مبتنی بر پایداری و دوستدار محیط زیست باشد، زشت و بدترکیب است و در بنجل فروشی ها پیدا می شود. با خودم گفتم این باید در آینده تغییر کند. در مایه، سعی کردم این ذهنیت را از طریق زیبایی شناسی تغییر دهم. می خواستم به دنیا نشان دهم که پایداری و تاثیر آن می تواند زیبا باشد.

آنها به جای عرضه محصولاتشان در بنجل فروشی ها، آنها را در فروشگاه های لوکس مثل بارنیز به فروش گذاشتند. اما هنوز مشکلاتی وجود داشت. مثلاً تعداد مرجوعی ها خیلی زیاد بود. آنجا بود که کریستی فهمید کل این صنعت مشکل دارد و مشکل آن، ضایعات است. او می گوید: ما سالانه ۸۵ درصد پارچه ها را دور می ریزیم. چرا باید این طور باشد؟ او شروع به تحقیق درباره بازیافت و اقتصاد چرخشی کرد که در صنعت کشاورزی بسیار جواب داده بود. اما کریستی می گوید به کارگیری آن در صنعت مد سخت تر بود. او می گوید: ما کلی مواد خام زیبا داریم که سر از سطل های زباله درمی آورند. آیا راهی برای بازیافت آنها هست؟ چطور مشتری ها را به این رویه جدید تشویق کنیم؟

او معتقد است این روزها، مالکیت ما (به عنوان مشتری) نسبت به بسیاری از دارایی هایمان تغییر کرده. مخصوصاً لباس. دیگر لازم نیست تا ابد مالک وسایلمان باشیم. لباس ها در اتاق هایمان تلنبار می شوند و راحت شدن از شر آنها، آسان نیست. مدیر ارشد فور دیز می گوید: بله! می توانی چیزهای در حد نو را بفروشی اما بخش زیادی از لباس های کمد ما، آن قدر کهنه اند که قابل فروش نیستند. برای همین، روی هم تلنبار می شوند. با خودم گفتم از همین جا باید شروع کنیم

«کریستی کیلور» موسس و مدیر ارشد شرکت «فور دیز» (FOR DAYS) است؛ یک شرکت تولید لباس بدون ضایعات مبتنی بر یک سیستم حلقه بسته. این یعنی همه چیز بازیافت و مجدداً استفاده می شود در نتیجه هیچ چیزی دور ریخته نمی شود. وقتی مشتری حس می کند لباسش دیگر به دردش نمی خورد، می تواند از طریق برنامه معاوضه شرکت، آن را مرجوع کند. مشتری ها حتی می توانند لباس های قدیمی ای را که از سایر برندها خریده اند به فور دیز بفرستند، مثل یک لنگه جوراب یا یک تی شرت پاره که قابل فروش یا اهدا به خیریه نیستند. شرکت دوباره از پارچه هایشان استفاده می کند.

کریستی ۱۵ سال است که در صنعت مد فعالیت می کند. خودش می گوید در شرکت «گپ»، کار را یاد گرفته. او می گوید: پنج سال در تمام سمت های کارآفرینی کار کردم، از توسعه محصول گرفته تا طراحی و بازاریابی و استراتژی. مدتی نیز در زنجیره تأمین شرکت بودم. آنجا بود که اهمیت و تاثیر صنعت پوشاک بر مردم و سیاره زمین را درک کردم و چشم هایم به حقایق باز شد، در هر کجای دنیا، از فیلیپین گرفته تا چین و ویتنام، با خودم گفتم این صنعت می تواند تحول بیشتری ایجاد کند. من به صنعت مد به عنوان ابزاری برای تاثیرگذاری نگاه کردم. حس می کردم در آینده حضور دارم.

او که به مد پایدار علاقه خاصی دارد، قبل از فور دیز، شرکت «مایه» را تاسیس کرده بود که به گفته خودش، تلفیقی از محصولات لوکس و محیط زیست پایدار بود. پس از اینکه از تاثیرات مخرب این صنعت بر محیط زیست آگاه شد، تصمیم گرفت مدل تولید پوشاک جدیدی طراحی کند که آسیب به کره زمین را به حداقل برساند. ایده فور دیز از آنجا