



۹۰

کارنگ

K A R A N G

W E E K L Y M A G A Z I N E

هفته‌نامه
اقتصاد نوآوری
سال دوم
شماره
نمودم
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
۶۴ صفحه
۶۰ هزار تومان



تحلیل یک رابطه

استارت‌آپ‌ها
و حاکمیت

سال زن و اینترنت

سال ۱۴۰۱ را اگر بخواهیم در دو کلمه خلاصه کنیم چیزی جز این تیتتر نمی‌شود!
عکس جلد این ویژه‌نامه «مشت نمونه خروار» است از زنانی که در اکوسیستم
نوآوری کشور فعال بودند و سال ۱۴۰۱ و محدودیت‌هایش زندگی و کسب‌وکار آنها
رادگرگون کرد. آنها البته هنوز امیدوارند به آینده...

در شماره ویژه نوروزی کارنگ به سراغ ۱۳۹ نفر از فعالان کسب‌وکاری رفته و از آنها درباره آینده پرسیده‌ایم

۱۴۰۲ و همه سناریوهای احتمالی برای اکوسیستم نوآوری



یک آرزوی ساده برای سال ۱۴۰۲

من از کرگدن بودن استعفا دادم

برای منی بود که همیشه فکر می کردم پشت هر بدی، موقعیت بدتری هم نهفته است و باید ذهن و تن را آماده کرد برای پشت سر گذاشتن مصائب دنباله دار این خاک عزیز؛ آن هم به امید همان بانگ جرسی که در گوش همه ما پیچیده و ما را به رفتن و همیشه رفتن فرامی خواند.

۱۴۰۱ اما نحس تر و سرتق تر از این حرف ها بود. سالی بود که برای انقراض همه کرگدن های روی زمین به اندازه کافی در انبان خودش شعبده و شگفتی داشت. شگفتی هایی از جنس تلخکامی و بیأس و نتوانستن! ما سال سختی را پشت سر گذاشتیم. سالی پر از بهت های کمرشکن. سالی که من از کرگدن بودن استعفا دادم، همین سال ۱۴۰۱ بود که بسیاری دیگر را از پا درآورد. جوانانی که امیدهای بسیار داشتند یا در سردی خاک غلتیدند یا با تن و روانی زخمی، خود را به دست تقدیرهایی دیگر در دنیاهایی غریبه سپردند.

من می خواهم ببینم در سال ۱۴۰۲ به عنوان آدمی معمولی که دانش و تخصص و علاقه اش رسانه و روزنامه نگاری و نوآوری است، می تواند کار و زندگی اش را بکند و لذت ببرد و شاد باشد و پرانگیزه! این یک هدف ساده، به شیوه انشانویسی های دبستان است که من برای تحقش لحظه شماری می کنم. و هیچ امید و آرزویی برای دیگرانی که می شناسم و نمی شناسم، ندارم؛ جز اینکه این امکان برایشان میسر باشد که آدم هایی معمولی، اما شاد و سرزنده و امیدوار باشند! به همین سادگی... به همین سختی!

آن ها که در مطبوعات دستی دارند، می دانند که برخی آدم ها برای خود نشانه ها و موتیف هایی دارند که معمولاً در نوشته ها یا رسانه های مختلف خود آنها را به کار می گیرند. از همین روست که استفاده از این نشانه ها و آیکون های خاص یا حرف زدن درباره آنها همیشه با خطر گرت ه برداری های ناشیانه روبه روست.

کرگدن از واژه تا تصویر و گرافیک آن در مطبوعات ایران به نوعی به اسم سیدعلی میرفتاح سند خورده است؛ سردبیر و بنیان گذار مجله کرگدن و البته بسیاری مجلات خوب و ماندگار سال های اخیر ایران. کسی که کرگدن را بنا به دلایل جذابی که بارها خودش شرح داده، به یک عنصر تصویری و واژگانی خاص برای زیست بوم رسانه ای ایران تبدیل کرده است.

می خواستم بنویسم در سالی که گذشت بزرگ ترین تغییر حرفه ای و شخصی من این بود که از کرگدن بودن استعفا دادم، اما دیدم قبلش باید بابت اینکه خودم را کرگدن می دانستم از میرفتاح اجازه می گرفتم. حالا با اجازه ایشان باید بگویم که ما را اگرچه به سخت جانی خود این قدر گمان نبود، اما دیگر واقعاً کم آورده ایم. کرگدن هم که باشی، با آن هیبت پیشاتاریخی و زمخت و در ظاهر نفوذناپذیرت، باز یک جایی با اوضاع و احوالی که ما در سال ۱۴۰۱ پشت سر گذاشتیم، کم خواهی آورد. و این کم آوردن بزرگ ترین ضربه



رضا جمیلی
سردبیر
@rezajamili

راهکار عبور از انسداد و چرخه های ناامیدی

تلاش برای کنشگری مرزی در شرایط انسداد و وظیفه امروز فعالان اقتصاد نوآوری ایران است

ایرانی. نظریه پرداز با حساسیت تاریخی به توصیف سه دوره تاریخی مبادرت می ورزد و می کوشد تجربه های زیسته کنشگران هر دوره را قابل فهم کند و نشان دهد که چگونه در دل جامعه ایرانی توانایی های بالقوه ای برای تداوم زندگی حتی در شرایط عسرت تاریخی و انسداد های ساختاری وجود دارد که رمز بقای موجودیتی به نام ایران و صلح و همبستگی اجتماعی بوده است. با افزایش شکاف ملت-دولت و در شرایط انسداد، پنجره ها برای گفت و گو بسته می شوند، پل های ارتباطی از بین می روند، دیوار های بی اعتمادی بلندتر می شوند و حوزه های مدنی ضعیف تر، همچنین فضایی از ناامیدی بر اذهان سنگینی می کند و اعتماد به نفس اجتماعی تهدید می شود. اما جامعه ایرانی از نفس نمی افتد. قابلیت های تمدنی و فرهنگی سبب می شود که عاملان اجتماعی با تنوع بخشیدن به شیوه های عمل خود، صورت های متفاوتی از کنشگری در پیش بگیرند.

کنشگری مرزی یکی از این تنوعات و ابتکارات عمل اجتماعی توسط عاملانی است که پایی در حکومت و پایی در جامعه دارند، دست به خلاقیت های متعدد می زنند، فضای واسط به وجود می آورند، روزه هایی برای گفت و گو می گشایند و برای توسعه پایدار ایران، ظرفیت سازی و برای جامعه ایرانی، توانمند سازی می کنند.

نام هایی که فراستخواه در کتاب خود به عنوان کنشگران مرزی ذکر می کند، طیفی شامل میرزا حسین سپه سالار، امین الدوله، زین العابدین تقی اف، محمد بدایع نگار،

مجدالملک سینکی، میرزا فتحعلی آخوندزاده، میرزا آقا تبریزی، مؤید الممالک، مرتضی قلی صنیع الدوله، علی اکبر خان داور و سید حسن تقی زاده است؛ تصور می کنم این فهرست در امروز ایران شامل همه آنهايي است که در سال های گذشته در مرزهای اقتصاد نوآوری ایران فعال بوده اند و تلاش کردند در ریچه ای جدید به روی ایرانی ها باز کنند؛ حتی اگر شکست خورده اند. تصور می کنم در این شرایط سخت این وظیفه ای تاریخی است که با درک چالش های موجود قدم در میدان بگذاریم و تلاش کنیم مسیر توسعه در ایران را یک گام رو به جلو ببریم تا این چراغ خاموش نشود. سخت است و احتمال شکست بالاتر از هر احتمال دیگری، ولی فراموش نکنیم همه آنچه امروز داریم، حاصل جمع فعالیت شکست خورده گان تاریخ در سال های گذشته بوده است. تاریخ ما به ما می گوید نباید از شکست ترسید و مهم این است که قدم در راه بگذاریم؛ شاید برسیم.

کیفیت زندگی امروز ما ایرانیان تا چه حد حاصل کارهایی است که فردی مانند امیرکبیر انجام داده است؟ یا فعالان اقتصادی چون امین الضرب؟ انتخاب های فروغی در زمان خودش چه تأثیری بر امروز ما داشته و آنهایی که رها کردند و ادامه ندادند، چه نقشی در کیفیت زندگی امروز ما دارند؟ اینها پرسش هایی است که در روزهای پایانی سال ذهن برخی از ما را به خود مشغول کرده؛ برای آنهایی که در حوزه اقتصاد نوآوری فعالیت می کنند، در شرایطی که بازار بیأس و ناامیدی سکه است، چگونه می توان از آینده صحبت کرد؟ در شرایطی که راهکار مشخصی وجود ندارد و انسداد حاکم شده و در شرایط آچمز قرار گرفته ایم، چه انتخابی درست است؟ چه انتخابی نادرست و کدام انتخاب بی تأثیر؟ افراد زیادی به راهکاری برای کنش در شرایط انسداد فکر کرده اند که یکی از آنها آقای دکتر فراستخواه است که در سال های گذشته مطالعات منسجمی در زمینه تاریخ ایران داشته است. او از دریچه ای متفاوت به تاریخ نگاه کرده و به جای تمرکز بر آسیب ها رد کسانی را جست و جو کرده که به نوعی شکست خورده گان تاریخ بوده اند. اگر به مثابه فعالان حوزه تکنیکال در بازار سرمایه باور کنیم که بازار خودش را تکرار می کند، می توانیم بگویم تاریخ هم خودش را تکرار می کند؛ در این تکرارها وظیفه افراد تأثیرگذار این است که در بزنگاه ها دست به انتخاب های بهتری نسبت به گذشته بزنند.

مقصود فراستخواه که پیش از این کتاب تحسین شده «ما ایرانیان» را نوشته، در سالی که گذشت کتابی منتشر کرد با عنوان «کنشگران مرزی». این کتاب شرح و بسط نظریه فراستخواه درباره راهکار عبور از انسداد در ایران است. کنشگر مرزی نظریه ای ایرانی است که فراستخواه آن را از مطالعات تاریخ معاصر ایران به دست آورده و توسعه داده است. کنشگر مرزی عاملی انسانی است که می کوشد در فاصله میان محدودیت های ساختاری ایران، امکان هایی جدید کشف یا حتی خلق کند؛ کنشگر مرزی در مرزهای میان دولت و جامعه در تردد است؛ بین دیوان حکومتی و ایوان اجتماعی رفت و آمد می کند.

محدودیت های جامعه مدنی، به صورت مانعی جدی بر سر راه توسعه ایران درآمده؛ اما پس زمینه های فرهنگ و تمدن ایرانی و پیویایی خاص زیر پوست این جامعه، موجب شده نوع کاملاً متفاوتی از کنشگران به عرصه بیایند که وجه مشترک همه آنها پیگیری طرح تغییر است. نظریه کنشگر مرزی کوششی است برای عبور از سرمشق فقدان و نگاه یک سو به آسیب شناختی در فهم مسائل جامعه



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

KARANG

شماره ۹۰ | ۲۱ اسفند ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ: هفته نامه اقتصاد نوآوری ایران

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی، نگار قانونی، عباس عین علی، ترانه احمد دوست، منیره شاه حسینی، زهره دودانگه، ویراستار: یلدا شایسته فر

مدیر هنری: روح اله گیتی نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه آرا: حمید ابراهیمی
عکس: حامد کریم زاده، پریا امیر حاجلو
نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور
سایت: راضیه مینایی
شبکه های اجتماعی: محمد قربانی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وب سایت: karangweekly.ir



چرا به اینجا رسیده ایم؟

سیاست گذاری به روش تبلیغ تلویزیونی

من خوره تبلیغات تلویزیونی ام. جدیداً تبلیغ خمیردندانی را می بینم که می خواهد با ترندهای تبلیغاتی نخ نما و پوسیده به مخاطب بگوید هرچه تا امروز خمیردندان دیده اید، دور بریزید و این یکی را دریابید. تبلیغی طولانی که روی گیاهی بودن خمیردندان تأکید دارد و آن را به عناصر سازنده اش تجزیه می کند و چند کارشناس نما و مخاطب نما از فواید بی شمار آن می گویند. دست آخر هم

می گوید اگر می خواهید این پک دوتایی خمیردندان با طعم های آلوئه ورا و نعناع را بخريد، عدد فلان را به شماره فلان پیامک کنید. بسته بندی به غایت زشت و بازی های به شدت مصنوعی برای تبلیغ خمیردندانی است که می گوید تک است، در حالی که سال هاست برندهای

گونگون خمیردندان گیاهی دارند و با تنوع بیشتر آن را عرضه می کنند. خرچش هم یک سوپرمارکت رفتن است، نه ارسال فلان عدد به فلان شماره.

این آگهی من را به شدت یاد سیاست گذاری در همه عرصه ها در کشور می اندازد. نه بسته بندی جذاب است، نه تنوع دارد، نه حتی کسی بلد است آن را به زبانی که مخاطب بیسندد، تبلیغ کند. فقط به شکلی نخ نما و مصنوعی توی بوق و کرنا می کنند که این بهترین قانون است و تاریخ به خودش چنین تنظیم گری ای ندیده. اگر هم کسی بگوید من نه از اسانس نعناع خوشم می آید و نه از آلوئه ورا و نمی شود یک اسانس توت فرنگی هم به مجموعه اضافه کنید، طوری با او برخورد می کنند که انگار کفر گفته و محصول جذاب و تک و فوق العاده شان را زیر سؤال برده است.

سیاست گذاری در مملکت ما در هیچ بخشی نه انعطاف دارد، نه به سلاقی متنوع این جامعه متکثر احترام می گذارد و نه حتی انتقادی را می پذیرد و نه بازبینی محصول می کند. اما از آن طرف توقعات بالاست، حاکمیت توقع دارد هرچه رودرویش نایستد، راستش را بخواهید، به نظرم از ریز تا درشت مشکلات مملکت در همه ارکان از همین جا آب می خورد.



یادداشت
توروزی



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

چالش ها و پدیده ها

سال ۱۴۰۱ چه بر فناوری و نوآوری در صنایع مالی گذشت و سال بعد منتظر چه چیزی باشیم؟

اقتصادی را خواهد گرفت.

یکی از چالش هایی که بخش فناوری صنایع مالی در سال ۱۴۰۲ به طور جدی با آن دست به گریبان خواهد بود، سامانه «دیبا» است که اگر اجرایی شود، تمام کسب و کارهای نوآور بانک تک و پی تک را تحت تأثیر قرار خواهد داد و حتی بیم آن می رود که به نابودی کامل این کسب و کارها منجر شود.

فکر نمی کنم سال ۱۴۰۲ «رگولاتور» باز هم فرصتی برای نوآوران مالی داشته باشد و ما همچنان با بخش بدون رگولاتوری رمزارزها سروکار داریم. شاید بتوان امیدوار بود بانک مرکزی درباره نئوبانک ها که حرکتی جدی در این دو، سه سال اخیر بودند، راهکاری ارائه دهد و ما هم در کشورمان نئوبانک های واقعی داشته باشیم؛ همان طور که زمزمه هایی درباره راه اندازی نئوبانک های بدون پشتوانه مجوز بانک های سنتی شنیده می شود.

علاوه بر تمام اینها کسب و کارها همچنان گرفتار دو موجودیت «مالیات» و «بیمه» هستند که درک درستی از نوع فعالیت فعالان بخش اقتصاد دیجیتال ندارند. خصوصاً درباره تأمین اجتماعی، این گرفتاری بزرگ تر است؛ چراکه تأمین اجتماعی خود به کسب و کاری بزرگ تبدیل شده که تمرکز اصلی اش بر کسب درآمد، آن هم با جرایم گاه و بیگاه شرکت ها شده است.

منتظر چه پدیده هایی باشیم؟

بدون شک پدیده نوآورانه صنایع مالی در سال ۱۴۰۱ کسب و کارهای BNPL بودند. در سال بی رونقی که آخرین روزهایش را نفس می کشیم، کسب و کارهایی که به این حوزه ورود کردند و خدمات ارائه اعتبار در لحظه خرید به مشتری ارائه دادند، سهمی هرچند کوچک در شمول مالی داشتند. با اینکه جامعه ایران بستر لازم برای استفاده از خدمات اعتباری را داشت، نبود زیرساخت های اعتبارسنجی مناسب مانع از این شده بود که مردم طعم خرید اعتباری از طریق سیستم بانکی را بچشند. امسال بخشی از مشتریان پلتفرم های تجارت الکترونیکی این تجربه را به لطف کسب و کارهای BNPL درک کردند.

سال ۱۴۰۲ نیز این خدمات گسترش خواهند یافت، اما تا زمانی که همه آن ۹۸ درصد مردم ایران که به ادعای بانک مرکزی به خدمات بانکی دسترسی دارند، این تجربه را لمس کنند یا حداقل شرایط برای استفاده آنها فراهم شود، راه طولانی در پیش داریم.

در بانک تک ما همچنان ادامه گسترش فعالیت

پیش بینی درباره آینده کسب و کارها در شرایط امروز یکی از سخت ترین کارهای دنیاست؛ کاری که ما در شماره ویژه پایان سال کارنگ از کارشناسان فناوری و نوآوری کشور خواستیم. احتمالاً موتیف این پیش بینی ها ابهام است. ابهامی که بر همه فعالیت های ما سایه انداخته و اندام های کسب و کاری را به مرز مفلوج شدن کشانده است. با این حال معتقدم همیشه می تواند بدتر از این باشد؛ همان واقعییتی که طی این سال ها هر بار با گوشت و پوست و استخوان مان لمس کرده ایم. هر سال هر حادثه ای دیدیم گمان بردیم این بدترین اتفاقی است که ممکن بود بیفتد و دیگر توان ادامه دادن نداریم، ولی باز ادامه دادیم.

همین جا می گویم پیش بینی من این است که شرایط سخت تری را خواهیم دید. پیش بینی می کنم سال دیگر همین موقع معنای «سال سخت» باز برایمان رنگ خواهد باخت؛ بنابراین سال ۱۴۰۲ کسب و کارها باید برای مواجهه با شرایط دشوارتر آماده باشند. چرا این را می گویم؟ شاهد روندهایی است که طی چند سال اخیر دیده ایم. در میان صنایع فناوری و نوآور بخش مالی که سال هاست هر روز و هر روز اتفاقات آن را دنبال می کنم، بیشتر از آنکه بینم چالشی حل شده است، به افزوده شدن چالشی جدید خوشگرفته ام. چالش های این سال های صنعت مالی همچون سنگ های رسوبی شده اند؛ چراکه شاهد انباشت لایه لایه چالش ها هستیم. موضوعات این روزهای صنایع مالی نه تنها روی کیفیت زندگی مردم تأثیر گذاشته اند که در سطحی کلان اقتصاد کشور را متأثر کرده اند. به عنوان یک دهه شصتی تقریباً هیچ دوره ای از زندگی ام را به یاد نمی آورم که اقتصاد ایران با ابرچالشی به نام «تورم» مواجه نبوده باشد. کودکی ما با واژه اشتباه «گرانی» با این پدیده گره خورد و امروز باید به دخترم درباره پدیده تورم توضیح بدهم و امیدوارم موضوعات هیجان انگیزتری برای گفت و گو با نوه هایم داشته باشم!

کنترل نرخ «ارز» هم از آن چالش های فرابخشی است که متأسفانه نهاد مهم در بخش بانکداری ما یعنی بانک مرکزی را به شدت به خود مشغول کرده و بارها و بارها گفته ایم تا زمانی که این نهاد با ابرچالش ارز دسته و پنجه نرم می کند، زمانی برای رسیدگی به موضوعات نوآورانه و فناوریانه نخواهد داشت.

در بخش پی تک طی یک دهه گذشته با موضوع «کارمزد» مواجه بودیم که به گرهی کور تبدیل شده و در راه باز کردن آن باز یگرانی آسیب خواهند دید. حل معضل کارمزد نیاز به اراده ای ملی دارد و چون هزینه آن زیاد است تا به امروز به طور جدی اقدامی برای آن صورت نگرفته است. اما حل آن به روش درست قطعاً جلوی آسیب های بزرگ تر

صنایع کوچک خواهند ماند

سال ۱۴۰۱ را که مرور می کنم، یاد نمی آید سرمایه گذاری بزرگی در بخش خصوصی در زمینه نوآوری و فناوری دیده باشم. با اینکه سال، سال دانش بنیان ها بود، احتمالاً طی ۱۰ سال گذشته بدترین سال برای دانش بنیان ها بود و فقط درها به روی دانش بنیان شدن باز شد؛ همان اتفاقی که دولتی ها عاشقش هستند. احتمالاً از زاویه ای که نگاه می کنند، نمودارهای اکسل شان پر از روندهای صعودی است.

همان طور که امسال در بخش خصوصی سرمایه گذاری هیجان انگیزی روی نوآوری ندیدیم و حتی شاهد تعطیلی بی سروصدای پروژه های نوآورانه بودیم، سال ۱۴۰۲ هم سرمایه بخش خصوصی ترسو تر از قبل خواهد بود. این یعنی ما احتمالاً سال آینده این موقع که داریم درباره آنچه طی ۳۶۵ روز گذشته بر ما گذشت، می نویسیم، تکرار خواهیم کرد که اکوسیستم نوآوری کشور بزرگ تر نشد، چون سرمایه جدیدی وارد آن نشد. چون همه می دانیم که کسب و کارها بزرگ نخواهند شد؛ مگر اینکه پول به آنها تزریق شود.

شاید بزرگ ترین اتفاق مثبت سال بعد ورود چند کسب و کار اقتصاد دیجیتال به فرابورس یا بورس باشد، البته اگر تمام پیامدهای این ورود مثبت باشد.

با وجود تمام مشکلات موجود همچنان امیدوارم طی سال های آینده موانع فعالیت و رشد کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال کشور رفع شوند. امروز بزرگ ترین نیاز کسب و کارهای کشور رفع ابهام هاست. امیدوارم همه ما چه در بخش خصوصی و چه دولتی نقشی در رفع عواملی همچون «غیرقابل پیش بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تأمین مالی از بانک ها» و «بی ثباتی سیاست ها، قوانین و مقررات و رویه های اجرایی ناظر بر کسب و کار» داشته باشیم؛ مؤلفه هایی که اتاق بازرگانی ایران آنها را به عنوان موانع رشد و توسعه مشاغل شناسایی کرده است.



مینا والی

مدیر مسئول



@mina_vali

«شاید موافق نباشید!»

هر شنبه، تحلیل خبرهای اکوسیستم با رضا جمیلی

بسنده کردن به سخت خبرها که صرفاً تیترها را به شما می‌دهند چیز زیادی از واقعیت ماجراها نصیب‌تان نمی‌کند. اگر در دام نرم خبرها و داستان‌هایی که برندها برای خودشان می‌سازند هم بیفتید که تاکید اول و آخرشان این است که «ما خوبیم» یا «همه عالم سر ناسازگاری با ما دارند...» یک چاه ویل دیگر است. سردبیر کارنگ می‌گوید در این برنامه تلاش دارد تحلیل وقایع و اتفاقات را و رای خبرها و اهداف منتشرکنندگان آنها با شما در میان بگذارد.

از استارت‌آپ تا بیگ‌تگ: تحلیل یک گزاره حاشیه‌دار
در برنامه این هفته



اسکن کنید

استودیو راه‌کار





راضیه مینایی



Raziye.minaei995@gmail.com



المیرا حسینی

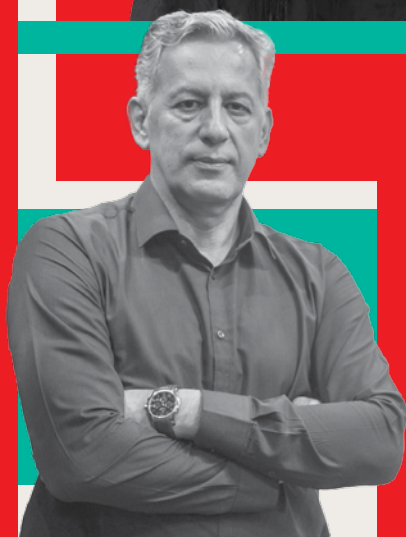
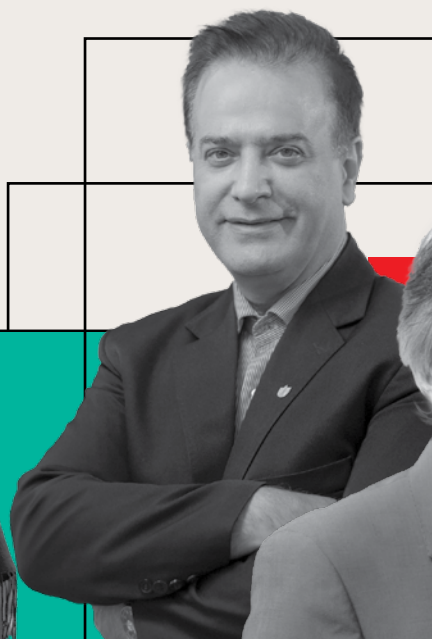


elmirahosseini@gmail.com

یکی از کارهای روتین ما در کارنگ این است که هر هفته به سراغ صاحبان کسب و کارها، کارآفرینان و فعالان اکوسیستم نوآوری می‌رویم و از آنها درباره وضعیت کسب و کار، صنف، زندگی حرفه‌ای شان و بسیاری موارد دیگر پرس و جو می‌کنیم. گپ و گفت‌هایی که معمولاً با نگاه انتقادی و تحلیلی همراه است و تلاش دارد لایه‌های زیرین و نهفته کسب و کار نوآورانه در ایران را فاش و شفاف کند. المیرا حسینی و راضیه مینایی دو عضو پرکار تحریریه کارنگ در به سرانجام رسیدن این گفت وگوها هستند.

کسب و کار

BUSINESS





یک سال مالی بحرانی

از نگاه من سال ۱۴۰۲ می‌تواند سال محدود شدن یا از میان رفتن شرکت‌های نوپا باشد و شرکت‌هایی که توان مالی کمتری دارند. شاید بتوان این سال را سال شروع تجمیع و به‌هم‌پیوستن شرکت‌ها دانست که برای مدیریت هزینه‌های خود در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند.

البته تنها نمی‌توان گفت کسب‌وکارهای کوچک و نوپا از این وضعیت آسیب می‌بینند و در معرض نابودی قرار دارند، بلکه این وضعیت به همان میزان هم می‌تواند برای شرکت‌های خیلی بزرگ که ورودی درآمدی‌شان کاهش می‌یابد، چالش‌برانگیز و خطرآفرین باشد، زیرا دیگر نمی‌توانند از پس هزینه‌های خود برآیند و ممکن است به مشکلات اساسی برخورد کنند.



اشکان امیرزاده
ابراهیمی
مدیرعامل آداک فن‌آوری مانیای و عضو
هیئت مدیره نصر تهران

کاهش نوآوری

به نظرم در سال آینده بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک از بین خواهند رفت و ما به شدت ادغام کسب‌وکارها را شاهد خواهیم بود، به این معنی که کسب‌وکارهای بزرگ، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را به طور کامل می‌خرند، زیرا این دسته از کسب‌وکارها آن قدر گرفتار خواهند شد که ترجیح می‌دهند توسط یک شرکت بزرگ‌تر خریداری شوند.

همچنین فکر می‌کنم سرعت ورود محصولات جدید به بازار کند شود که علتش نیز کمبود نقدینگی شرکت‌هاست و ورود سرمایه‌گذاران جدید هم بسیار محدود خواهد بود. از آنجا که شرکت‌ها مجبورند امور روزانه‌شان را بگذرانند و محصولات موجود خود را مدیریت کنند، احتمالاً از بودجه تحقیق و توسعه خود می‌کاهند و در نتیجه سرعت ورود محصول جدید به بازار نیز کاهش می‌یابد.

قوی سیاه

آزاد معروفی

مدیرعامل لاوان ارتباط و دبیرکل
سازمان نصر کشور



کسب‌وکار
BUSINESS

شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

فراموش شدن نوآوری و اشتیاق برای توسعه

سارا اراد

هم‌بنیان‌گذار ابردراک

از نگاه من سال آینده همین اندک امید باقی در اقتصاد دیجیتال و فضای اقتصاد نوآوری هم از بین خواهد رفت و مسیرهای توسعه‌ای به بن‌بست می‌رسند. از بین رفتن



اینکه در سال ۱۴۰۲ چه اتفاقی برای اکوسیستم آی تی رخ خواهد داد، موضوعی است که به عوامل بسیار متعددی بستگی دارد. از جمله به توسعه و رشد این حوزه و اهتمامی که دولت ممکن است در ایجاد شبکه ملی اطلاعات و ایجاد زیرساخت‌های بیشتر یا فیلترینگ بیشتر داشته باشد یا موضوعاتی چون نرخ ارز و مسائل تحریمی. واقعاً پیش‌بینی آن قدر پیچیده است که نمی‌توان به‌سادگی درباره سال آتی صحبت کرد. کسری بودجه دولت هم یک طرف مسئله است. البته یکسری از شاخص‌ها نیز کورسوی امیدی ایجاد می‌کنند؛ مثل اینکه حوزه اقتصاد دیجیتال وارد برنامه هفتم توسعه شده است. با توجه به اینکه طی این سال‌ها حوزه آی تی برخلاف بیشتر بخش‌ها و صنایع به جای رکود و نزول رشدی بیش از ۷ درصد را تجربه کرده، این امید ایجاد می‌شود که ورود حوزه اقتصاد دیجیتال به برنامه هفتم توسعه، حداقل این روند ادامه یابد و همچنان شاهد رشد این بخش باشیم.

اما مسئله اینجاست که حوزه آی تی به بخش‌های دیگری هم گره خورده است. از آنجا که چشم‌انداز خوبی به طور کلی برای اقتصاد کشور تصور نمی‌شود، معلوم نیست اقتصاد کلان چه تأثیراتی بر حوزه آی تی می‌گذارد و این کار پیش‌بینی را دشوار می‌کند. اگر صنعت دیگری بود، می‌شد با اعداد و ارقام راجع به آن صحبت کرد ولی حوزه آی تی پیچیده‌تر است. من امید دارم ولی پیش‌بینی یک قوی سیاه است. نمی‌توانیم بگوییم آینده چگونه خواهد بود. شخصاً به رشدی هرچند کم امید دارم، ولی به هر حال ممکن است اتفاقاتی باعث شود این رشد متوقف شود یا سیر نزولی پیدا کند.

امید در سطوح و اشکال متفاوت نمود پیدا خواهد کرد؛ به طور مثال چالش نیروی انسانی شدیدتر خواهد شد و کسب‌وکارها شاهد مهاجرت سرمایه‌های انسانی خود خواهند بود.

تجارب سال‌های اخیر ابر دراک نشان داده که افراد تشنه یادگیری که عمدتاً افراد ممتاز و نیروهای متخصص‌اند، خواهان کسب‌تجارب جدیدند. تیم فنی ما از این نیروها تشکیل شده بود. آنها مسیر مهاجرتی خود را طی کردند و به مرور زمان بازه سنی مهاجرت نیروهای انسانی مجموعه کاهش پیدا کرده است. اگر پیش‌تر افراد با مدارک دکتری و ارشد سودای مهاجرت داشتند، امروز نیروهایی انسانی با مدرک لیسانس کشور را ترک می‌کنند و حتی وارد مقاطع تحصیلی بالاتر هم نمی‌شوند.

در خصوص توسعه کسب‌وکار هم باید بگوییم در سال آینده برای کسب‌وکارها سال تلاش برای بقاست، نه پیشرفت و توسعه. شرایط کشور از نظر اقتصادی به گونه‌ای شده که کسب‌وکارها از جمله استارت‌آپ‌ها نمی‌توانند از قبل برای توسعه خود برنامه‌ریزی کنند. این شرایط برنامه‌ریزی را به سمت رفع نیازهای موجود و تلاش برای پایداری می‌برد و پارامترهای تلاش برای نوآوری و توسعه محصول و بازار را حذف می‌کند. از بین رفتن امید، سرمایه‌گذاران را هم با تردید مواجه و آنها را از سرمایه‌گذاری بر بخش‌هایی اکوسیستم منصرف یا محتاط خواهد کرد.

آینده حوزه‌های زیرساختی که اینترنت پایه اساسی کسب‌وکارشان است، در هاله‌ای از ابهام قرار دارد و بازار ایران برای این نوع کسب‌وکارها از قبل هم کوچک‌تر شده و سرویس‌هایی که به جهانی شدن‌شان امید داشتیم، به انزوا کشیده می‌شوند. از نگاه من، صاحبان کسب‌وکار، نوآوران و کارآفرینان در سال ۱۴۰۲ عینک واقع‌بینی خود را به چشمان‌شان نزدیک‌تر خواهند کرد. در واقع آنها به اقدامات کم‌ریسک متمایل شده و مفاهیم نوآوری و اشتیاق برای توسعه را به فراموشی می‌سپارند.

رونق سرمایه‌گذاری شرکتی

احمد واشقانی فراهانی

مدیرعامل اسمارت‌آپ

فکر می‌کنم برای سال آینده سرمایه‌وی‌سی‌ها به سمت بازارهای پایدار و در حال رشد می‌رود و با توجه به وضعیت اقتصادی ایران، احتمال اینکه وی‌سی‌ها افزایش سرمایه‌جدی داشته باشند، واقعاً کم است.

با در نظر گرفتن این گزاره، احتمالاً نهادهای یا شرکت‌های سنتی سرمایه خود را وارد بازار استارت‌آپی کنند. همچنین نیمه‌دولتی‌ها مانند بانک‌ها و امثالهم به احتمال بسیار زیاد به صورت دستوری وارد این بخش می‌شوند. اهالی صنعت نیز به واسطه مشوق‌های دولتی و ابزارهای دولتی مثل اعتبار مالیاتی و امثالهم وارد این بازار می‌شوند. در سال آینده، بخش‌هایی وارد بازار می‌شوند که در شرایط رکود تورمی ایران و با وجود کاهش توانمندی خرید مردم، کماکان بازارهای بزرگ و جذابی باشند و جریان مالی مطلوبی داشته باشند؛ احتمالاً شرکت‌هایی از جنس صنایع غذایی، دارویی و حوزه سلامت که نیازهای اولیه جامعه را پوشش می‌دهند. با شناخت این پرسونا، ما می‌فهمیم باید نیاز و نگاه این سرمایه‌گذاران مرتفع شده و به آنها پاسخ داده شود. اگر واقعاً این مجموعه‌ها به دنبال اهداف اقتصادی - نه صرفاً ویتترین - باشند، احتمالاً روی بخش‌های مختلف خود یا روی تکمیل زنجیره ارزش‌شان سرمایه‌گذاری خواهند کرد. به این معنی که روی استارت‌آپ‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که ارزش سرمایه‌گذاری کردن‌شان از هزینه R&D و توسعه بازار و دسترسی به مخاطب جدید بیشتر باشد و باعث افزایش جریان مالی یا کاهش بخشی از هزینه‌هایشان شود.

به‌عنوان مثال توسعه داخلی ابزارهایی برای مدیریت خط تولید شاید برایشان چند ۱۰ میلیارد تومان هزینه داشته باشد، ولی بتوانند با ۱۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری روی یک استارت‌آپ، این موضوع را حل کنند. بنابراین با چنین منطق اقتصادی که هزینه سرمایه‌گذاری پایین‌تر از هزینه توسعه و R&D باشد و در راستای دستیابی به اهداف جدید، احتمالاً اقدام به سرمایه‌گذاری خواهند کرد. البته تأکید می‌کنم آن دسته که هدف اقتصادی دارند.

مخاطب اینها که هستند؟ زمانی که درباره هزینه - فایده و مقایسه هزینه‌ای میان تحقیق و توسعه داخلی یا سرمایه‌گذاری روی کسب‌وکار صحبت می‌کنیم، احتمالاً استارت‌آپ‌های کوچک یا حداکثر متوسط مد نظر باشند؛ کوچک‌ترها با محصول رقابتی و میان‌رده‌ها با محصول و دسته مشتری‌های جذاب رویشان سرمایه‌گذاری انجام می‌شود. به‌واسطه اینکه هر کدام از این مجموعه‌ها برای سرمایه‌گذاری یکسری خط آستانه دارند که اگر این آستانه بالاتر از ارزش‌گذاری استارت‌آپ باشد، وارد نمی‌شوند. بنابراین احتمال ورود صنایع به استارت‌آپ‌های بزرگ کم است.



ظهور لندتک‌های کریپتویی

با توجه به حوزه کاری مان، حس مان این است که سال آینده یکسری از فین‌تک‌ها، خصوصاً لندتک‌ها می‌توانند در فضای کریپتو نیز دیده شوند. در سالی که گذشت صرافی‌های رمزارزی به شکل قارچی زیاد می‌شدند و سال آینده احتمال می‌دهم که نه به شکل قارچ‌وار، ولی فرایند آغاز به کار چند لندتک کریپتویی باشد که اتفاقاً خود ما نیز به دنبالش هستیم. کار جذابی است که چون کاربران از آن استقبال می‌کنند، طبیعتاً کسب‌وکارها نیز به سمت ارائه این سرویس خواهند رفت و ترند خواهد شد. با توجه به سبک زندگی که در ایران وجود دارد، ترند شدن لندتک‌های ریالی از چند ماه پیش با آغاز به کار مجموعه‌هایی چون اسنپ‌پی که سرویس‌های اعتباری ارائه می‌دادند، شروع شد. آنها نیز کارشان به احتمال زیاد رونق بیشتری می‌گیرد.

به علاوه احساس می‌کنم کم‌کم برخی صرافی‌ها به سمت ارائه سرویس‌های متنوع‌تر می‌روند و از فضای سنتی تبادل بازار ارز فاصله

می‌گیرند تا بتوانند نیاز کاربران را برطرف کنند و محصولات جدیدتری ارائه دهند. احتمالاً فارغ از اتفاقاتی که در جهان رخ خواهد داد و روند صعودی یا نزولی بازار کریپتو، رمزارزها در ایران هاپ‌پ جدیدی را تجربه کنند. ما این مسائل را پیش‌بینی کرده بودیم و به همین دلیل روی سامانه آموزش ورود به بازار و منتورینگ هوش مصنوعی مان، پیش از عید کمپین می‌رویم. در سال گذشته همه صرافی‌ها سعی کردند با مارکتینگ گسترده حجم بازار بگیرند، اما با همان محصول صرافی. الان دیگر هر کسی که می‌خواسته وارد این فضا شود، در دو صرافی عضو است و هزینه مارکتینگ بالا رفته و رقابت برای جذب کاربر از این سطح خارج شده است. در حال حاضر به نظر می‌رسد برای جذب کاربر باید با ارائه سرویس‌های متنوع این کار را انجام دهند و ما که کارمان در حوزه ورود به بازار و آموزش با هوش مصنوعی بود، طی مذاکرات مان با صرافی‌ها متوجه شدیم که بسیار مشتاق هستند که بتوانند سرویس‌ها و UX و CX بهتری به کاربر بدهند. قبلاً با پول پاشی و تبلیغات کلیک‌ی و بنری مشتری می‌گرفتند، اما الان بازار تا حدودی اشباع شده و به دنبال مزیت رقابتی می‌گردند.

که برای شرکت‌ها وجود دارد، ایجاد کنسرسيوم‌هاست تا بتوان به روش همکاری شرکت‌هایی که وجود دارند، پروژه‌های بزرگی را انجام داد. در موضوع امنیت در کشور پتانسیل بالایی برای کار وجود دارد و چه در حوزه امنیت بومی و چه خدمات، با توجه به اتفاقات اخیر می‌تواند به این موضوع اهمیت ویژه داده شود و به نظر می‌رسد حاکمیت هم در حال تمرکز روی این موضوع است. در نتیجه ممکن است در سال آینده پروژه‌های بسیاری تعریف شوند. اما این پروژه‌ها چطور با کمبود اساسی نیروی انسانی انجام خواهد شد؟ به نظرم راه دیگری جز ایجاد کنسرسيوم‌ها وجود ندارد. احتمالاً شرکت‌ها بخواهند به این روش کار کنند. چالش کمبود نیروی انسانی متخصص را نیز باید با آموزش‌های بسیار زیادی حل کنیم. در حوزه امنیت، مسئله اساسی این است که آموزش کوتاه‌مدت جواب نمی‌دهد و یک متخصص امنیت زمان بیشتری می‌خواهد تا بتواند به مباحث مسلط شود. پس حتماً در این بخش چالش‌های فراوانی خواهیم داشت. در حوزه آموزش نیز در یکی، دو سال اخیر به علت شیوع کرونا، به شدت تقاضا برای آموزش آنلاین افزایش پیدا کرده و فرهنگ آموزش آنلاین نیز در کشور تا حدودی جا افتاد. در حال حاضر مسئله‌ای که وجود دارد این است که اگرچه آموزش آنلاین کمک می‌کند به اینکه بتوانیم تعداد آموزش‌گیرندگان را بالا ببریم و نیروی بیشتری تربیت کنیم، ولی بالا رفتن هزینه‌های آموزش و هزینه تمام‌شده برای مصرف‌کننده نهایی باعث شده تا چالش‌های آموزش پذیرفتن نیز روز به روز بیشتر شود. اگرچه ما کمبود نیروی متخصص داریم و علاقه‌مندیم نیروی بیشتری پرورش دهیم، اما افزایش هزینه‌ها به شدت روی حجم آموزش اثر گذاشته و آن را کاهش داده است. همین امر سبب شده آموزش‌ها به سمت خودخوانی و سلف‌استادی و ویدئوهای آنلاین در حال حرکت باشد. در حالی که به اعتقاد ما حتماً لازم است کلاس‌های آموزشی مهارتی داشته باشیم و نیاز داریم بچه‌ها آموزش عملی ببینند تا بتوانند وارد بازار کار شوند و با این هزینه‌ها هر روز آموزش از سید خانوارها خارج می‌شود. پس ما در مورد افراد و مصرف‌کنندگان نهایی همچنان دچار معضل آموزش هستیم که آموزش در اولویت قرار ندارد و اگر هم هست، با هدف مهاجرت است. در سازمان‌ها نیز با توجه به هزینه‌هایی که در کلیه بخش‌ها وجود دارد، چند سالی است که با خارج شدن آموزش از اولویت سازمان‌ها مواجهیم. در نتیجه به نظرم باز هم اوضاع نیروی انسانی از قبل بدتر خواهد شد. دولت بسیار در حال تلاش است طرح‌ها و مدل‌هایی را برای فراگیر شدن آموزش ایجاد کند و امیدوارم نتیجه این طرح‌ها کاهش هزینه‌ها برای مصرف‌کننده با حفظ کیفیت باشد تا بتوانیم این چالش را در سال آینده تا حدودی مرتفع کنیم.

رگولاتور در سال ۱۴۰۲ احتمالاً به این سمت حرکت کند که همکاری بیشتری با کسب‌وکارها داشته باشد و از حجم اقدامات سلبی و آنی رگولاتور کاسته خواهد شد.



راهی جز ایجاد کنسرسيوم‌ها نداریم

بهناز آریا

مدیرعامل گروه شرکت‌های کهکشان و رئیس کمیسیون افتاد در سازمان نصر تهران

در حال حاضر و همچنین در سال آینده، مشکل کمبود نیروی انسانی متخصص، مشکل همه شرکت‌هاست. با توجه به کمبود نیروی انسانی و بالارفتن هزینه نیروی انسانی متخصص، به نظرم سال آینده بسیاری از کسب‌وکارهای متوسط نابود می‌شوند. یا باید شرکت‌ها بسیار کوچک و با هزینه‌های کم باشند یا به صورت استارت‌آپی تا بتوانند زنده بمانند یا شرکت‌ها بزرگ باشند که حتی به نظر من شرکت‌های بزرگ هم در سال آینده مجبورند از سایز کسب‌وکار خود بکاهند و مقداری از هزینه‌هایشان را کاهش دهند. مخصوصاً در حوزه امنیت همیشه با این مسئله مواجهیم که چرا شرکت‌های اینترنتی و خیلی بزرگ نداریم تا بتوانیم پروژه‌های بزرگ تعریف کنیم. این همیشه در کشور ما مسئله بوده و به نظر من همچنان این مسئله نه تنها حل نمی‌شود، بلکه پررنگ‌تر از قبل باقی خواهد ماند. تنها راهی



تغییرات مدیریتی

سعید قدوسی نژاد

مدیرعامل فینوتک

به اعتقاد من در سال آینده این احتمال وجود دارد که حجم همکاری‌های بانک‌ها و شرکت‌های آی‌تی افزایش یابد. به علاوه سرمایه‌گذاری در این بخش از سوی سرمایه‌گذاران کمتری انجام می‌پذیرد، ولی مبالغ بالاتر خواهند رفت. معتمد سال ۱۴۰۲ بحران‌های محیطی از هر نظر افزایش خواهند یافت که می‌تواند بحران نیروی انسانی، تورم، افزایش نرخ ارز و امثالهم را شامل شود. همچنین یکسری صنایع مانند لندتک‌ها در میان کسب‌وکارهای فین‌تکی با رشد بیشتری مواجه خواهند شد. از سویی دیگر، بازیگران بزرگ اکوسیستم از جمله بانک‌ها، PSPها و رگولاتور تغییرات مدیریتی بیشتری را تجربه خواهند کرد. در نهایت

از این موضوع بگذریم، موضوع بعدی تبادل اشتراک (Share Swap) است که احتمالاً سال آینده بسیار استفاده می‌شود. در تمام رده‌ها و در تمام موضوعات، شرکت‌های فناور ممکن است بتوانند تیمی را اقناع کنند که در سازمان‌شان ادغام شوند. به عنوان مثال اسنپ، دیجی کالا یا شرکت‌هایی که در فضای فناوری وجود دارند، این کار را انجام می‌دهند. وی‌سی‌ها ممکن است با یکدیگر هم‌افزایی کنند، چون امکان سرمایه‌گذاری جدید و زیادی ندارند و برای بهبود صورت‌های مالی‌شان ممکن است چنین اتفاقی را رقم بزنند. شاید بتوان گفت به طور کلی آمیخته شدن کسب‌وکارها و پارتنرشپ به موضوعی بسیار جدی بدل خواهد شد و نوع جدیدی از توسعه کسب‌وکار و در ادامه، توسعه اکوسیستم را شاهد خواهیم بود. احتمالاً استارت‌آپ‌هایی که زنجیره ارزش یا مخاطب مشابهی دارند و توانمندی این را دارند که با همگرایی، ارزش و جریان مالی بیشتری ایجاد کنند، این کار را انجام دهند و میزان پارتنرشپ‌ها و جوینت ونچرها و ایجاد ماهیت‌های جدید افزایش یابد.

در پایان می‌توان گفت حوزه‌هایی برای مدل کلاسیک وی‌سی جذابیت خواهند داشت که پا را فراتر از مرزهای ایران گذاشته باشند و هسته اصلی کسب‌وکارشان خارج از ایران فعالیت کند و حتی مشتریانش نیز محدود به بازار داخلی نباشند. این امر نیازمند آن است که توسعه‌ای جدی در مهارت‌های کسب‌وکاری و شناخت فضای بین‌الملل در بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها ایجاد شود. با توجه به پرسونای جدیدی که احتمالاً در فضای استارت‌آپی سرمایه‌گذاری می‌کند نیز استارت‌آپ‌های کوچک تا میان‌رده گزینه‌های جذابی خواهند بود و ممکن است بازارشان یک مقدار گل کند و بزرگ‌تر شوند.





عدم قطعیت بزرگ

در سال آینده در حوزه فین تک که ما در حال فعالیت در آن هستیم، عدم قطعیتی بزرگ وجود دارد که وابسته به شرایط حاکم بر کشور است و یکی از نشانه‌های هم همین موضوع نوسانات ارزی است که کار را برای ما سخت می‌کند.

می‌دانید که کسب و کارها اگر بخواهند مخصوصاً در حوزه‌های نوآورانه رشد کنند، نیاز به سرمایه‌گذاری دارند.

در شرایط موجود، نوسانات ارزی سرمایه‌گذاری داخلی را دچار مشکل کرده و سال‌هاست سرمایه‌گذاری خارجی را نیز از دست داده‌ایم و بازار را به کشورهای همسایه واگذار کرده‌ایم.

بر این اساس سال آینده قاعدتاً سال چندان خوبی برای کسب و کارها نیست. همان‌طور که در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ نبوده و چالش‌هایی که در این دو سال داشتیم، قطعاً در سال ۱۴۰۲ بسیار بدتر می‌شود.

نکته مهمی هم که وجود دارد، این است که شاید کسب و کارها بتوانند در شرایط رکود یا وضعیت اقتصادی بحرانی کار کنند، ولی امید فاکتوری نیست که بتوان آن را به راحتی به کسب و کارها بازگرداند.

چالش اصلی کسب و کارها در این دو، سه سال اخیر علاوه بر حوزه‌های مالی، تأمین منابع انسانی هم بوده و در سال آینده با توجه به شرایط کشور و نبود امید، اوضاع می‌تواند بسیار پیچیده‌تر شود و شرایط سخت‌تری را ایجاد کند.

قاعدتاً انتظار می‌رود که سال آینده بخش قابل توجهی از کسب و کارها و شرکت‌هایی که محصولاتشان اولویت بالایی ندارند و مثلاً در حوزه FMCG نیستند، در سبد مصرف‌کنندگان قرار نگیرند و از بازار حذف شوند یا حداقل به یک خواب زمستانی فروروند تا زمانی که دوباره شرایط کار فراهم شود.

ونزوئلایی شدن شاخ و دم ندارد

حامد اکبری

مدیرعامل ایتوپیا

من بینان گذار یومیل و یوآی دی هستم. یوآی دی در حوزه احراز هویت دیجیتال فعال است و یومیل شبکه وندینگ ماشین‌های غذای گرم است. دلیل سوئیچ ما از یوآی دی به یومیل، علاوه بر علاقه ما به خلاقیت، مسئله ترند و تحمیل آن به ما بود. احساس کردیم که این ترند در ایران در حال رخ دادن است و باید به سمت آن برویم.

مسائلی مثل اختلالات اینترنت، مهاجرت، وضعیت‌های اقتصادی رویه افول و نداشتن افق از آینده باعث می‌شوند که مجموعه‌هایی مثل ما به این فکر کنند جایی بروند که شاید کمی امن‌تر باشد. شاید فضای استارت‌آپ و آی تی در کشور دیگر امن نباشد. این تصور کلاسیکی است که به نظر من به زودی در تمام سطوح در اکوسیستم نمود خواهد داشت. یعنی ناچاراً شاهد مهاجرت موضوعی از فناوری‌های پیشرفته‌تر به فناوری‌های متوسط‌تر خواهیم بود که دلیل آن هم حفظ بقاست. این موضوع در حال حاضر نیز قابل مشاهده است و بازار مثل قبل آوانگارد و پیشرو نیست و اتفاقات جدیدی در آن رخ نمی‌دهد. در واقع کارآفرینان دیگر چنین تقاضا و طمعی ندارند.

روند دیگر فراگیر شدن کسب و کارهایی است که به هر نوعی به موضوع اقتصادی کردن می‌پردازند؛ یعنی کسب و کارها مجبور خواهند شد مزیت خود را در حوزه اقتصادی کردن تعریف کنند. به عبارتی هر کسب و کاری به هر کاری مشغول است، احتمالاً به سمت اقتصادی کردن آن پیش خواهد رفت. برای مثال ماهم در یومیل در حال اداره پلتفرمی هستیم که بتواند غذای اقتصادی ارائه دهد. این مسئله در

مسئله نقدینگی

علی حاجی زاده مقدم

مدیرعامل آدانیک

ترندهای جهانی در دوران رکود نشان داده شده و می‌بینیم که در دوران رکود غذاهای خیابانی رشد می‌کنند. به علاوه کسب و کارها به سمت BNPL، نه به عنوان یک راهکار خلاقانه بلکه به عنوان یک راه بقا خواهند رفت. البته این مسئله بد است و نباید به آن به چشم یک مدل کسب و کاری زیبا نگاه کرد. وقتی بازار به سمت اقتصادی شدن می‌رود، سطح کیفیت‌ها پایین می‌آید و در نتیجه قیمت نیروی انسانی هم کم می‌شود. بر این اساس یک دور باطل به وجود می‌آید و مهاجرت نیروی انسانی بیشتر می‌شود که در نهایت به همین وضعیتی می‌انجامد که در حال حاضر می‌بینیم. ونزوئلایی شدن شاخ و دم ندارد و همین است. روند دیگر فروپاشی استیلای دولت است. دولت بیش از حد همه چیز را در دست گرفته و برخلاف بخش خصوصی پول زیادی دارد. به نظر من بخش خصوصی خالی شده و دولت تبدیل به تنها قطب پولی، رگولاتوری و سیاسی شده است. دولت زورش را به همه جا می‌رساند و مشکل این است که دانش کافی ندارد. در نتیجه هرچه جلوتر می‌رود، بیشتر بازی را از دست می‌دهد. در نتیجه در سال ۱۴۰۱ اکوسیستم پیمان کاری می‌شود و شرکت‌ها پیمان کار دولت خواهند شد. در واقع تا حدی به سمت کمونیستی شدن پیش می‌رویم.

با توجه به شرایط تورمی که به فقیر شدن طبقه متوسط منجر شده، قاعدتاً شکاف طبقاتی مان بسیار عمیق‌تر می‌شود. اگر تمرکز کسب و کار روی طبقه متوسط باشد، به نظر می‌رسد که باید این فرض را در نظر گرفت که این طبقه قدرت خرید خود را به شدت از دست داده، بنابراین باید روی نیازهای پایه‌ای این بخش تمرکز کرد و در خدمات و سفر و امثالهم گزینه‌های ارزان یا به صرفه‌تر عرضه کرد یا خرید اعتباری و پرداخت دیرتر، همان‌طور که الان هم خیلی ترند است، سال آینده کماکان مهم خواهد بود. راه دیگر این است که روی طبقه ثروتمند جامعه تمرکز داشت که اینها وضعیت مالی‌شان بهتر هم می‌شود و محصولات یا خدماتی متناسب با آنها عرضه کرد.

باز هم با فرض اینکه تنش اضافه‌ای در بخش اقتصادی پیش نیاید و بانک‌ها در همین وضعیتی که هستند، باقی بمانند، احتمالاً اگر نرخ دلار تثبیت شود، گزینه‌های سرمایه‌گذاری متنوع‌تر برای سرمایه‌های خرد پیشنهاد شود؛ چیزی از جنس سرمایه‌گذاری‌های ترکیبی یا کمک به پس انداز و امثالهم. مثل کاری که برخی استارت‌آپ‌ها در حال حاضر انجام می‌دهند، مانند اینکه ملک متری می‌فروشند یا صندوق‌های پس انداز ترکیبی عرضه می‌کنند که در آن کریپتو، طلا، ارز و... برای مبالغ کم هست که کاربر هدفش نیز طبقه متوسط ضعیف شده‌ای است که باید به نوعی خود را



نجات دهد.

یک پیش‌بینی این است که بورس خود را به سایر بازارها می‌رساند. بنابراین در حوزه سرمایه‌گذاری در بورس هم پیش‌بینی می‌کنم که احتمالاً فرصت‌هایی برای کار باشد؛ به خصوص با همین روش جمع کردن سرمایه‌های خرد با مدل ترکیبی. کسب و کارهای کوچک و متوسط قاعدتاً بسیار آسیب می‌بینند. هلدینگ‌ها و شرکت‌های بزرگ که سرمایه‌هایشان در حوزه‌های زیربنایی یا در حوزه‌های متعدد پخش شده، به احتمال بیشتری می‌توانند نجات پیدا کنند. به طور خاص تأمین نقدینگی برای کسب و کارهای کوچک و متوسط دشوار می‌شود.

این هم جزو مواردی است که هلدینگ‌ها و جاهای بزرگ بهتر می‌توانند برای خود مدیریت کنند، ولی کسب و کارهای کوچک و متوسط در این بخش بحران دارند. یکی از دلایلی که ممکن است نابود شوند نیز همین است.

با افزایش تورم، هم نیازشان به نقدینگی افزایش می‌یابد و هم مدیریت این نقدینگی برایشان دشوار می‌شود. به نظر می‌رسد در سال آینده جذب سرمایه هم سخت‌تر از گذشته باشد، زیرا سرمایه خارجی که وارد نمی‌شود و سرمایه‌های داخلی نیز در حال خروج هستند. امسال جذب سرمایه دشوار بود و سال آینده از این هم دشوارتر خواهد شد.

بنابراین شاید تمرکز روی اکوسیستم استارت‌آپی خارج از ایران برای کسانی که بخواهند کسب و کاری راه بیندازند، عاقلانه‌تر باشد، حتی در حد کشورهای اطراف مانند عمان و ترکیه و مانند اینها.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



مسعود
حسینی
هم‌بنیان‌گذار عصر داده

تاب‌آوری برای کسب‌وکارهای بزرگ دشوارتر است

محمدرضا قلعه‌نوی

رئیس رسته خدمات

فناوری اطلاعات نصر تهران

فناوری اطلاعات نبض تپنده زندگی است و به هر شکل نقش ویژه‌ای را در جامعه فعلی ما ایفا می‌کند. شاید یکی از دلایل مهمی که فعالان اکوسیستم کماکان در بسیاری از جهات پرتلاش و پرانرژی ظاهر می‌شوند، وجود همین شاخصه مهم است. در خصوص ورود سرمایه‌گذاران باید بگویم در همین وضعیت نیز سرمایه‌گذارانی ورود کرده و با وجود شرایط دشواری که در کشور وجود دارد، این ریسک را برای خود برداشته‌اند و حتی شاید موفقیت‌هایی نیز حاصل شده که باید منتظر نتایج آنها بود. از جهتی سنتی‌ها نیز مجبور خواهند شد تغییراتی در ساختار و شکل فعالیت خود داشته باشند تا بتوانند کسب‌وکار خود را در وهله اول حفظ کنند و سپس توسعه دهند و تنها راه موجود استفاده از فناوری با رویکرد تحول دیجیتال در سازمان‌هایشان است. به نظرم میزان تاب‌آوری دیگر برای شرکت‌های کوچک و بزرگ تفاوتی ندارد. هر مجموعه‌ای بر اساس مقیاسی که دارد، تحت تأثیر عوامل متعددی قرار می‌گیرد که شاید این موضوع برای شرکت‌های بزرگ‌تر بیشتر باشد و طبیعتاً کار را سخت‌تر کند؛ برای شرکت‌های کوچک‌تر هم همین‌طور، کما اینکه شاید شرکت‌های کوچک‌تر به جهت چابکی در برخی موقعیت‌ها سریع‌تر بتوانند خود را نجات دهند. اما همه این موارد نسبی است و نمی‌توان با قطعیت روی آنها پافشاری کرد. حوزه‌هایی که به عقیده بنده به طور ویژه ترند خواهند شد، تحلیل داده و هوش مصنوعی، بلاکچین و ان‌اف‌تی و توکنایز دارایی، داده‌سازی (Datafication)، رایانش ابری و شبکه‌های مبتنی بر نرم‌افزار، رشد و توسعه شبکه‌های 5G و 6G، توسعه بخش انرژی‌های تجدیدپذیر هستند و همچنین به طور ویژه‌تر بازار و اکوسیستم گرایش ویژه‌ای به سمت اقتصاد بر پایه گیگ خواهد داشت.



حرکت به سوی بلاکچین و هوش مصنوعی

شهرام شکوری

مدیرعامل طرفه‌نگار

ما معمولاً روی افق‌های سه تا پنج ساله کار می‌کنیم و روی وضعیت اقتصادی و بازارهای مالی مختلف تحلیل داریم. اما اگر بخواهم درباره سال آینده به شکلی کلی صحبت کنم، باید بگویم سال آینده می‌تواند برای اکوسیستم کارآفرینی کشور سال سخت‌تری باشد و فکر می‌کنم تاب‌آوری موضوع بسیار مهمی است. شرکت‌هایی که نگاه بین‌المللی دارند، اگر محدودیت‌ها اجازه دهد، می‌توانند عملکرد موفق‌تری داشته باشند و شرکت‌هایی که نگاه داخلی دارند، با توجه به تورم و مشکلات اقتصاد کلان، کارشان پیچیده‌تر است. در حالت کلی و در افق سه تا پنج ساله نیز کسب‌وکارها در تمام جهان در حال تغییر هستند و به سمت مجازی‌شدن و فناوری‌هایی چون بلاکچین، هوش مصنوعی، زیست‌فناوری و بیوژنتیک می‌روند. در این مدت دنیا به شدت تغییر می‌کند و کسب‌وکارها دچار تحول اساسی و بنیادین می‌شوند. برای همین هم می‌گویم انقلاب صنعتی چهارم در پیش است. در این میان ایران هم مستثنا نیست و فکر می‌کنم

ایران هم به‌خصوص در حوزه‌های های‌تک و نرم‌افزار از این تغییرات تبعیت می‌کند و روی لبه فناوری حرکت می‌کند. بنابراین متأثر از این تغییرات بزرگ جهانی خواهد بود. با توجه به تعامل اندک ما با جهان و معضلاتی که وجود دارد، مشکلات کسب‌وکارهای ما دوچندان است. اگر برای آینده سناریوهایی را متصور هستیم، در ابعاد جهانی مشکلات بسیار است و پیچیدگی‌های فراوانی وجود دارد و ابهام و عدم قطعیت بالاست. در مورد ایران این را هم باید به موارد یادشده بیفزاییم که مسئله تحریم‌ها، مشکلات اقتصادی و کارآفرینی و رگولاتوری، مشکلات و پیچیدگی‌ها را دوچندان می‌کند.



هوش مصنوعی جایگزین نیروی انسانی

صادق محمدی

مدیرعامل مدیانا

گذشته از مسائل و مشکلاتی مانند اینترنت، تورم، منابع انسانی و عدم شفافیت که در شش ماه گذشته تجربه کردیم، اتفاقات دیگری هم در سال آینده پیش خواهند آمد که می‌توان به آنها از چند جنبه نگریست. یکی از اتفاقاتی که سال آینده برای شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها می‌افتد، این است که آنها بالاجبار از برخی هزینه‌های خود خواهند کاست. به عبارت دیگر شرکت‌ها به بودجه خود دقت بیشتری خواهند کرد و با حساب‌و‌کتاب بیشتری برای تبلیغات، برندینگ و پروموشن خود هزینه می‌کنند. فکر می‌کنم ترند سال آینده این باشد که بحث‌های مالی برای شرکت‌ها جدی‌تر و همچنین نقش مدیران و مشاوران مالی پررنگ‌تر شود، زیرا شرکت‌ها بر اساس تجربیاتی که از اتفاقات سال قبل داشته‌اند تلاش می‌کنند قدم‌های بااحتیاط‌تری در مسیر مالی خود بردارند.

ترند دیگر سال آینده که به نظر من تا پایان سال فراگیر خواهد شد، بحث هوش مصنوعی و سرویس‌های مربوط به آن است. این سرویس‌ها به سمتی می‌روند که پاسخگوی سؤالاتی باشند که قبلاً توسط نیروی انسانی پاسخ داده می‌شدند. فکر می‌کنم هوش مصنوعی بسیاری از حوزه‌ها، به‌خصوص مارکتینگ و پشتیبانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین اگر این ترند مسیر درستی را در پیش بگیرد و در کشور ما نیز مسیری را برود که در سایر کشورها طی می‌شود، نیروی انسانی را تحت تأثیر قرار خواهد داد. با توجه به نکاتی که در مورد هزینه شرکت‌ها و بودجه ذکر شد، شرکت‌ها آرام‌آرام به سمت جایگزین

کردن برخی نیروها و تخصص‌ها با هوش مصنوعی قدم خواهند برداشت. در حال حاضر هم هوش مصنوعی می‌تواند کار بسیاری از نیروهای کپی‌رایتر را انجام دهد. بنابراین حدس می‌زنم ترند سال بعد حتماً استفاده از هوش مصنوعی و به‌کارگیری این فناوری در گروه‌های مختلف می‌شود. به طور خلاصه هوش مصنوعی بر حوزه منابع انسانی و نیروی انسانی اثر می‌گذارد و به نظر می‌رسد که می‌تواند جایگزین منابع انسانی شرکت‌ها باشد. از طرفی با توجه به اینکه توجه شرکت‌ها به هزینه‌ها و بودجه بیشتر می‌شود، ناگزیر خواهند شد که به سمت هوش مصنوعی حرکت کنند.

موضوع دیگری هم که فکر می‌کنم حتماً در سال آینده تجربه می‌شود، شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های حکومتی هستند. با توجه به تجربه سالی که گذشت، سرمایه‌گذاری‌های جدی از سوی حاکمیت در حوزه استارت‌آپ‌ها صورت می‌گیرد و سعی می‌شود جایگزین‌هایی برای استارت‌آپ‌های ارگانیک شکل گیرد. در سال گذشته هم شاهد این روند بودیم، اما به نظر من سال بعد سرعت این روند خیلی بیشتر شود و حاکمیت برای ایجاد جایگزین در هر حوزه‌ای تلاش کند.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

دیدگاه POINT OF VIEW



تمرکز روی پروژه‌های کوتاه‌مدت

به نظرم در سال ۱۴۰۲ به‌خصوص فین‌تک‌ها و سرویس‌های مرتبط با بانکداری، کسب‌وکارها و پروژه‌های زودبازده که در سال‌های پیش، روی رگولاتوری‌شان کار شده، شانس بیشتری برای جذب سرمایه داشته باشند. بنابراین شرکت‌های فین‌تکی و به طور کلی استارت‌آپ‌ها باید به این مسئله دقت کنند که برای جذب سرمایه، باید تلاش کنند خروجی پروژه‌هایشان بسیار سریع باشد. متأسفانه در اکوسیستم سال آینده زمانی برای کار عمیق نداریم و مجبوریم به سراغ سرویس‌ها و پروژه‌هایی برویم که در سال‌های گذشته رویشان تلاش‌هایی شده ولی به دلیل برخی مسائل مانند رگولاتوری و امثالهم به نتیجه نرسیده و کارهای نوآورانه‌ای که بعد از یکی، دو سال جواب می‌دهند، فعلاً کنار بگذاریم. برای سرمایه‌گذاران نیز سود کوتاه‌مدت اهمیت بیشتری می‌یابد. از آنجا که بازار ثبات ندارد، طبیعی است به سمت پروژه‌هایی بروند که در کوتاه‌مدت به نتیجه و سود می‌رسند.

به دلیل حل نشدن برخی مسائل و مشکلات از سوی حاکمیت، کسب‌وکارها مجبورند برای رسیدن به اهداف‌شان از راه‌های میانبر و کوتاه‌مدت استفاده کنند. بعد از یک سال نیز چاره‌ای ندارند جز اینکه این مسیر را بازطراحی کنند، زیرا به خاطر محدودیت‌ها مسیر خود را میانبر و زودگذر دیده بودند تا بتوانند تایم‌تو مارکت را حفظ کنند. ولی اگر فضا بهبود یابد، باید تغییراتی حاصل شود.

در این میان از حاکمیت هم نمی‌توان انتظار ویژه‌ای داشت. فقط باید با کمک انجمن‌ها و صنوف کاری کرد که حاکمیت در سطح نظارت باقی بماند و وارد اجرا نشود. پیشنهاد و خواهشی که از حاکمیت داریم نیز همین است که در این سال دشوار که محدودیت‌های فراوانی پیش روی کسب‌وکارهاست، خود را درگیر اجرا نکند و تنها نظارت داشته باشد؛ آن هم نظارتی که با تعامل صنوف و کسب‌وکارها همراه باشد.



نوید رجایی پور
مدیرعامل فردا بانک



پر کردن فاصله میان عرضه و تقاضا

به نظر می‌رسد مهم‌ترین اتفاق سال پیش رو افزایش تقاضای تسهیلات خرد خواهد بود. شاخص‌های کلی اقتصادی به ما می‌گویند که ما هم در بخش عرضه مشکل داریم و هم قدرت خرید مردم با گرفتاری مواجه شده است. از طرفی شبکه بانکی هم از لحاظ تسهیلات و سرویس‌های خرد تغییرات عمده‌ای نداشته است. یکی از صحبت‌های آقای محرمیان در همایش بانکداری این بود که اولویت در سال آینده اعتبارسنجی خواهد بود. پیش‌فرض این است که زیرساخت لازم از نظر داده تکمیل نشده و آقای محرمیان این عامل اعتبارسنجی را به عنوان مهم‌ترین عامل بر سر راه تسهیلات خرد قلمداد کرد. این نشان می‌دهد تسهیلات خرد در حال حاضر اولویت بالایی دارد، زیرا برآوردها می‌گویند تقاضای این دسته از تسهیلات در سال آینده افزایش خواهد داشت. در حال حاضر لندتک‌ها ظرفیت خوبی دارند اما به دلیل شکل‌نگرفتن امکانات و تعاملات لازم، فاصله بین تقاضا و مکانیزم‌های موجود که به این تقاضا جواب بدهند، زیاد است و شاید در سال آینده لندتک‌ها بیش از سایر کسب‌وکارهای فین‌تکی بتوانند نقش آفرینی داشته باشند.

پیش‌بینی ام این است که بیزینس مدل‌های BNPL توسعه می‌یابند و همکاری بهتر با شبکه بانکی رخ خواهد داد. همچنین بانک‌ها به شکل مستقل روی راهکارهای لندتکی سرمایه‌گذاری خواهند کرد. همه روندها حاکی از این هستند که تقاضا شناسایی شده و لازم است اولویت بالاتری در سیاست‌گذاری به آن داده شود و با نگاه مثبت‌تر و جدی‌تر به این بخش نگاه شود تا بتوان این فاصله میان عرضه و تقاضا را بهتر پوشش داد. توسعه فعالیت لندتک‌ها و رشد کمی و کیفی آنها طی دو، سه سال اخیر نیز نشان‌دهنده همین روند است. از طرفی و در پی این اتفاق، احتمالاً توسعه زیرساخت‌ها را در سال آینده شاهد خواهیم بود. در چند سال اخیر روی موضوعاتی چون سفته الکترونیک، چک الکترونیک، سوئیچ ستاره که توثیق آنلاین دارایی‌های مختلف است و امضای الکترونیک کار شده و سال آینده نیز به احتمال زیاد این موارد زیرساختی بیشتر توسعه پیدا کنند.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

ورود سرمایه‌گذاران به حوزه‌های تخصصی

کتایون سپهری

مدیر شتاب‌دهنده منش

برای اینکه درباره آینده کسب و کارها و اکوسیستم استارت‌آپی صحبت کنم، لازم است یک فلش‌بک به عقب بزنم. ما سه سال کرونا را به‌تازگی از سر گذرانده‌ایم و آسیب‌های بسیاری را متحمل شده‌ایم. یکی از اتفاقاتی که افتاد، این بود که کیفیت آموزش و سطح استارت‌آپ‌های ایجاد شده در ایران، که در تمام دنیا پایین آمد.

آن قدر این مسئله جدی بود که سازمان بین‌المللی کار (ILO) که هر سال اجلاسی به نام ILC دارد که سه، چهار کمیته در آن به مسائل مبتلابه کار در دنیا رسیدگی می‌کند، امسال در خردادماه یکی از کمیته‌هایش که من هم نماینده بخش کارفرمایی ایران در این کمیته بودم، راجع به موضوع کارآموزی بود. بحث این بود که آن قدر به خاطر کرونا و دورکاری و آموزش‌های از راه دور کیفیت آموزش‌گیرندگان مانند دانش‌آموزان و دانشجویان پایین آمده که حتماً باید تسهیلی در سیستم کارآموزی در کشورها اتفاق بیفتد تا بتوان کمی این افت کیفیت بچه‌ها را جبران کرد.

در واقع کارآموزی واسط بین مدرسه یا دانشگاه و فضای کار است. در حال حاضر در جهان احساس می‌شود که فارغ‌التحصیلان در حدی نیستند که بتوانند جذب بازار کار شوند و آن نیازهایی را که یک کارآفرین یا کارفرما دارد، پوشش دهند. این یک موضوع دوساله است. امسال شروع شده و پیش‌نویسی به شکل پیشنهاد آماده کرده‌اند که کشورها چطور به این موضوع بپردازند. ما هم مسیری طولانی داریم، زیرا موضوع سرمایه‌انسانی یکی از همان بحث‌های بسیار مهم در کشور ماست که می‌تواند حیات استارت‌آپ‌ها را به خطر بیندازد.

بنابراین حتماً باید روش‌های جایگزینی داشته باشیم. شکل‌گیری آکادمی‌هایی که روی موضوعات تخصصی کار می‌کنند و پروژه‌هایی که در حوزه هدایت مسیر شغلی و اینهاست، می‌توانند کمک‌کننده باشند. به نظر می‌رسد اگر بتوانیم همه با هم به این فرایند کارآموزی کمک کنیم تا فارغ‌التحصیلان بتوانند خود را به بازار کار نزدیک‌تر کنند، می‌توانیم معضل منابع انسانی را ظرف دو، سه سال آینده تا حدودی حل کنیم.

بعد از کرونا که همه رویدادهای شبکه‌سازی تعطیل بود، اتفاق دیگری که افتاد این بود که با شرکت در چند رویداد متوجه شدم اگر بچه‌هایی ایده‌پردازی کنند که نوپا هستند، بسیار ایده‌ها ابتدایی خواهد بود. ولی از سویی دیگر بچه‌هایی که قبلاً در اکوسیستم فعال بودند، بعد از دو، سه سال دوری از فضا ایده‌هایی به‌شدت جذاب و پخته ارائه می‌دادند. این اواخر من در رویدادی دانش‌آموزی و دانشجویی در حوزه سلول‌های بنیادی و پزشکی بازساختی در سیستان و بلوچستان شرکت کردم.

آن قدر دانش‌آموزان ایده‌های خلاقانه و جذاب داشتند که حتی خود منتورها و داوران حوزه ژنتیک که در این رویداد حاضر بودند، از این ایده‌ها تعجب می‌کردند. همین هفته هم در زنجان در رویدادی فین‌تکی حضور داشتم که باز هم با ایده‌های جذابی مواجه شدم. همین باعث شد بسیار امیدوار شوم.

در نهایت این را می‌خواهم بگویم که من با وجود تمام مشکلات و سختی‌ها، تمام فکر و این است که اگر خوب کار کنیم و نوآور باشیم و تمرکزمان روی ایده‌های متفاوت باشد و دی‌ان‌ای رشد را داشته باشد، می‌توان سرمایه‌گذار یافت.

شاید حوزه‌ها محدودتر باشد یا سرمایه‌گذاران کمتر کار کنند، ولی برای ایده‌های نوآورانه سرمایه‌گذار وجود دارد. نمی‌خواهم بگویم ۱۴۰۲ بسیار درخشان است، ولی اگر تیم‌ها بتوانند خود را به نقطه خوبی برسانند، پیشنهادهای سرمایه‌گذاری مناسبی هم دریافت می‌کنند.

به خصوص که سی‌وی‌سی‌ها و سرمایه‌گذاران تخصصی هم پا به میدان گذاشته‌اند. ۱۰۰ استارت‌آپ ۲۲ اسفندماه رویدادی در سیستان و بلوچستان تعریف کرده و ۸۰ میلیارد تومان هم سرمایه با خود می‌برد. در حال حاضر هر شب داریم دو، سه تیم را ارزیابی می‌کنیم تا بتوانیم تیم‌های بهتر را برای حضور در این رویداد آماده کنیم.

به نظرم اتفاقی که در اکوسیستم در حال روی دادن است و سال بعد بیشتر شاهدش خواهیم بود، این است که سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه‌های تخصصی اتفاق می‌افتد و استارت‌آپ‌ها نیز باید به این سمت حرکت کنند.

دولت، بخش خصوصی را ضعیف کرده است

حمید بابادی‌نیا

مدیرعامل گیلان کامپیوتر

من می‌خواهم وضعیت سال ۱۴۰۲ را از دید فنی و اقتصادی بررسی کنم. در حال حاضر مشکلی که وجود دارد و کمتر به آن پرداخته می‌شود، معضلات اقتصادی گریبان‌گیر شرکت‌ها، بخش‌های خصوصی و خصوصاً بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط در سال ۱۴۰۲ متأثر از ۱۴۰۱ است. دقت بفرمایید که از شهریور تا اسفند ۱۴۰۱ کلاً کسب‌وکار تمام بخش خصوصی داوون بوده و این مشکل باعث شده بسیاری از شرکت‌ها از اندوخته‌های سنوات گذشته‌شان استفاده کنند که همین باعث ضعیف و کوچک‌شدن‌شان شده است، به این امید که بتوانند در سال جدید گشایشی در کارشان داشته باشند.

دولت در سال قبل با یک اشتباه در محاسبه حقوق و افزایش ۵۴ درصدی حقوق‌ها به یک تورم زیاد دامن زد، بدون اینکه من بخش خصوصی و صاحب‌بنگاه اقتصادی را ببیند که آیا توانش را دارم چنین حقوقی پرداخت کنم؟ دولت به جای اینکه مشکلات تورم اقتصادی را حل کند، توپ را در زمین بخش خصوصی انداخت و حقوق‌ها را دستوری بالا برد که به صورت صوری حقوق افراد افزایش یابد و دقت نکرد که همین موضوع باعث تورمی خواهد شد که نه‌تنها باعث شکوفایی اقتصادی و خوشحالی کارگر نمی‌شود، بلکه باعث می‌شود آنها کماکان سفره‌شان خالی باشد و بخش خصوصی هم ضعیف‌تر شود. چون بخش خصوصی با همان بضاعتی که در سال





سال خودی‌ها و خصولتی‌ها

فکر می‌کنم ۱۴۰۲ سالی باشد که با توجه به تورم بالایی که خواهیم داشت - پیش‌بینی من این است که دلار از ۷۰،۶۰ هزار تومان عبور می‌کند - حقوق‌ها افزایش بیشتری بیابد و در نتیجه تعدیل‌های بیشتری را حتی در شرکت‌های بزرگی که نسبتاً ثبات دارند نیز شاهد باشیم.

شرکت‌های کوچک و متوسط بسیاری تعطیل خواهند شد و سرمایه‌ها به خاطر تورم به سمت بازار پرریسک استارت‌آپ‌ها نخواهد آمد و خصولتی‌ها همچنان تلاش می‌کنند بازار را بگیرند و در هیئت‌مدیره برخی شرکت‌های استارت‌آپی وارد شوند و بخشی از آنها را در دست بگیرند. اصولاً گمان نمی‌کنم به خاطر ریسک‌های بالایی که شاهد آن هستیم، چشم‌انداز روشنی برای سرمایه‌گذاری در این بخش وجود نداشته باشد. فکر می‌کنم دولت هم جدا از مسئله کارآمدی، دیگر آن توانایی لازم برای تزریق پول به صندوق‌های سرمایه‌گذاری را ندارد و احتمالاً ترجیح می‌دهد فقط از خصولتی‌ها و خودی‌ها پشتیبانی کند؛ آن هم با انواع و اقسام رانتهایی که به بهانه

اینترنت ملی و پیام‌رسان می‌دهد که با توجه به همسویی دولت و این شرکت‌ها، تعدادشان در سال آینده بیشتر هم می‌شود.

من چشم‌انداز مثبتی نمی‌بینم که اینترنت بهبود یابد و احتمالاً وضعیت به همین شکل باقی خواهد ماند و عملاً گمان می‌کنم در مرحله بذری و استارت‌آپ‌هایی که در هر سال شکل می‌گیرند، افت بسیار شدیدی را شاهد باشیم و استارت‌آپ‌های جوان و نوپایی که می‌خواهند در سال ۱۴۰۲ شکل بگیرند، تعدادشان بسیار اندک خواهد بود.

سال ۱۴۰۲ احتمالاً سال تاب‌آوری و زنده‌ماندن است و اینکه تلاش کنی سرت را بالای آب نگه داری تا غرق نشوی. در چنین شرایطی استراتژی ادغام‌شدن با شرکت‌های دیگر خیلی منطقی به نظر می‌رسد و شرکت‌های متوسط و بزرگ احتمالاً به این فکر بیفتند که با هم ادغام شوند و ریسک از بین رفتن‌شان را کم کنند.

نگهداشت نیروی انسانی بسیار سخت شود و در شرکت‌ها قطعاً چالش نیروی انسانی را خواهیم داشت و رقابتی برای نگهداشت نیروی انسانی اتفاق می‌افتد؛ خصوصاً نیروی انسانی با استعداد که در لایه‌های C شرکت‌ها کار می‌کنند.

اتفاقی که اکوسیستم می‌تواند به سمتش حرکت کند این است که هم شرکت‌ها و هم سرمایه‌گذاران از موازی‌کاری دست بردارند و به جای انجام کارهای مشابه، با یکدیگر هم‌افزایی داشته باشند و کارهای اشتراکی انجام دهند تا هم هزینه‌هایشان کم شود و هم قدرت بیشتری داشته باشند. انجام کارهای مشابه باعث هدررفت منابع می‌شود. این کار نیز در راستای همان مسئله مدیریت هزینه‌ها و تلاش برای بقا و محدود کردن برنامه‌های رشد است.

نکته بعدی این است که در سال آینده شرکت‌ها باید یاد بگیرند با وام و تأمین مالی کوتاه‌مدت کارشان را پیش ببرند. تا امروز مدل تأمین مالی در اکوسیستم بلندمدت بوده و جذب سرمایه بازه یک تا دو ساله داشته است.

چیزی که در سال بعد اتفاق می‌افتد و شرکت‌ها باید بتوانند از آن استفاده کنند و شاید دولت هم به این سمت برود، استفاده از منابع مالی کوتاه‌مدت است که بتوانند با نرخ‌های بهره پایین‌تر، جذب منابع مالی کنند و برنامه‌های حداقلی برای ادامه کار شرکت‌شان داشته باشند.

معمولاً شرکت‌ها برای این کار آموزش ندیده‌اند و احتمالاً در ساختار هزینه‌ها و مالی و درآمدهای شرکت باید تنظیمات را تغییر دهند تا بتوانند منابع مالی کوتاه‌مدت را جذب و از آن استفاده کنند.

نکته پایانی در تأکید صحبت‌های قبلی این است که شرکت‌ها، استارت‌آپ‌ها و سرمایه‌گذاران تعجب نکنند اگر ببینند در مسیر سرمایه‌گذاری یا جذب سرمایه، برنامه‌ها متوقف می‌شود یا مثلاً نمی‌آید پول تزریق شده و باقی‌اش تزریق نمی‌شود. حتی سرمایه‌گذاران نباید تعجب کنند که کسب‌وکارها از ادامه مسیر انصراف دهند و برنامه‌های سرمایه‌گذاری کامل محقق نشود. احتمال می‌دهم این اتفاق رایج شود. لزوماً پرتکرار نیست، ولی این روند را شاهد خواهیم بود که قراردادهای پایان پیش نمی‌روند. در چنین شرایطی طبیعی هم هست که سرمایه‌گذاران برنامه‌های دیگری داشته باشند.

در مجموع کلیتی که برای سال آینده می‌بینم، یک سال به‌شدت انقباضی با رویکرد کاهش هزینه برای شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها و وی‌سی‌ها و مدیریت شدید هزینه‌ها جهت حفظ و بقاست. امیدوارم از سال آینده با تمام این چالش‌ها عبور کنیم. واقعاً شرکت‌هایی که از این سال عبور کنند، نامیرا خواهند شد و هیچ‌وقت از بین نمی‌روند و در سال‌های آینده از آنها بیشتر خواهیم شنید.

سال بقا

مجید کمالو

مدیرعامل آرنو ونچرز

سال آینده به صورت کلی اکوسیستم حالتی انقباضی به خود می‌گیرد و حجم سرمایه‌گذاری‌ها به‌شدت کاهش می‌یابد و از نظر من سال بعد، سال بقاست؛ یعنی شرکت‌ها، استارت‌آپ‌ها و حتی سرمایه‌گذاران باید به راهکارهایی برای بقایشان فکر کنند. کسانی که سال بعد را پشت سر می‌گذارند، احتمالاً چالش‌های آتی خیلی نتواند آنها را پا درآورد، زیرا یکی از سخت‌ترین چالش‌هایی که پیش رو داریم، چالش‌های سال ۱۴۰۲ است که خیلی هم مشابه هیچ‌کدام از چالش‌های گذشته نیست. کسب‌وکارها باید مدیریت هزینه کنند و سعی کنند با حداقل هزینه پیش بروند و برنامه‌های رشد و توسعه خود را محدود کنند.

با توجه به اینکه اکوسیستم حالت انقباضی به خود می‌گیرد، سرمایه‌گذاران چندان سرمایه‌گذاری جدیدی نخواهد داشت و تمرکز خود را روی حفظ پورتفوی پیشین خود می‌گذارند. در این وضعیت استارت‌آپ‌هایی که با بوت‌استرپ رشد کردند، بسیار راحت‌تر هستند تا استارت‌آپ‌هایی که جذب سرمایه کردند.

دسته اول از آنجا که عادت کرده‌اند با بوت‌استرپ پیش بروند و فقدان سرمایه برایشان امری طبیعی است، با چالش‌ها راحت‌تر کنار می‌آیند. ولی کلاً ادامه مسیر به شکل بوت‌استرپ، چه برای آنهایی که سرمایه‌گذاری داشتند و چه برای آنها که نداشتند، یک اصل می‌شود و همه باید با همان روش پیش بروند و لازم است رسیدن به نقطه سربه‌سر تمرکز اصلی بنیان‌گذاران و هیئت‌مدیره شرکت‌ها باشد.

مسئله دیگری که سال بعد خواهیم داشت، تورمی جدی است که باعث می‌شود حفظ و



۱۴۰۰ داشت، سعی می‌کرد خود را به جلو حرکت دهد و در سال ۱۴۰۱ هزینه‌های سرسام‌آوری در رابطه با حقوق به او اضافه شد که مقداری از مشکلات معیشتی کارگران را حل کند؛ ولی نه تنها آن مشکلات حل نشد - زیرا تورم از این افزایش حقوق سبقت گرفت - بلکه برآیند برداری این حرکت، ضعیف‌شدن بخش خصوصی بود، چون درآمدهایش پایین آمد. از شهر یورماه به بعد هم با مسائلی که در کشور اتفاق افتاد، فروش پایین آمد و درآمدها کم شد و آن فشاری که در شش ماه اول به بخش خصوصی وارد آمده بود، در شش ماه دوم به شکل تصاعدی افزایش یافت. در نتیجه بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک از بین رفتند و یکسری شرکت‌های قدیمی به واسطه انجام یکسری کارهای خدمات مهندسی و نه فعالیت‌های کسب‌وکاری ناشی از واردات - زیرا واردات هم به دلیل مشکلات ارز با اختلالات شدیدی مواجه شده بود - توانستند سر پا بمانند. دولت هم این را فهمیده و در حال حاضر مشکلی با اتحادیه‌های کارگری دارد که می‌خواهند افزایش حقوق در سال ۱۴۰۲ را بالاتر از ۲۰ درصد ببرند. دولت می‌داند بخش خصوصی دیگر توان پرداخت حقوق با افزایش بیش از ۲۰ درصد را نخواهد داشت.

بالاخره ۲۰ یا ۲۵ درصد، اتحادیه‌ها و دولت روی رقمی توافق می‌کنند که در نتیجه آن، در سال ۱۴۰۲ با موج شدید ریزش مواجه می‌شوید. اینجا نه موضوع مهاجرت شخصی است، نه حرکت بنگاه‌های اقتصادی به سمت کشورهای حاشیه خلیج فارس یا اروپا، بلکه دیگر موجودیتی برای بخش خصوصی نخواهد ماند که بتواند با این موج‌های عظیم اقتصادی مقابله کند.

یکی از معضلات اصلی شرکت‌ها هم خود دولت است. دولت به خاطر عدم مدیریت صحیح منابع اقتصادی باعث می‌شود بخش خصوصی ضعیف شود. چطور؟ خیلی از دوستان و همکاران و مدیران ما در طول سال درگیر دریافت مطالبات خود از دولت هستند. مدیر یک بنگاه اقتصادی در طول سال چندین ماه از وقتش برای جمع‌آوری مطالباتش سپری می‌شود. به قول بعضی از دوستان حتی به سال هم کشیده است. وقتی که من پولم را بعد از شش، هفت ماه از دولت می‌گیرم، مثل این است که به دولت وام بدون بهره داده‌ام؛ یعنی دولت نه تنها به بخش خصوصی کمک نکرده، بلکه از منابع بخش خصوصی نیز استفاده کرده است.

حالا راه برون‌رفت از این بحران چیست؟ راهش این است که دولت در سال ۱۴۰۲ مقداری به بخش خصوصی و بنگاه‌های اقتصادی، خصوصاً بنگاه‌های کوچک و متوسط کمک کند. کوچک‌ها خیلی مهم هستند، زیرا تمام استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در این دسته قرار می‌گیرند و اگر به آنها کمک نکنیم، باید مقوله دانش‌بنیان را کلاً فراموش کنیم.

دولت باید وام و وجه اداره‌شده به این افراد بدهد و وزارت صمت و وزارت آی‌سی‌تی به کمک این بخش‌ها بیایند و خون جدیدی در رگ‌های این شرکت‌ها جاری کنند. زیرا در غیر این صورت سال ۱۴۰۲ سالی خواهد شد که در تاریخ حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با عنوان یک بحران شدید اقتصادی ثبت خواهد شد. شاید در سال ۱۴۰۲ ریزش بالای ۴۰، ۵۰ درصد داشته باشیم که از الان هم می‌توان آن را پیش‌بینی کرد.



هادی فرزند
بنیان‌گذار کاموا و هم‌بنیان‌گذار
رویداد همفکر



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



در جست وجوی اسمارت مانی

من فکر می‌کنم در اکوسیستم استارت‌آپی که سال‌ها رشد کرده و با تمام فراز و نشیب‌ها به اینجا رسیده، دو قطعه پازل که بسیار مهم و تعیین‌کننده هستند، مغفول مانده‌اند. یکی وی‌سی‌هایی که سرمایه‌گذاری کنند و اسمارت مانی‌ای که به اندازه کافی در این فضا وجود داشته باشد. اکوسیستم ما اکوسیستمی است که در آن استارت‌آپ زیاد است، ولی وی‌سی متأسفانه بسیار کم است. همان تعدادی که هستند نیز سرمایه بسیار محدودی دارند و اساساً همان سرمایه کم نیز چندان خطرپذیر نیست. یعنی اسم را بیدک می‌کشند ولی متأسفانه رسم درست نیست. موضوع دیگر، خروج استارت‌آپ‌هاست. طبیعتاً وقتی استارت‌آپ‌های بزرگ زیادی نداشته باشیم و سازوکار خروج اینها هم وجود نداشته باشد، IPO نیز کم اتفاق می‌افتد. از طرفی استارت‌آپ‌های بزرگی نیستند که بخواهند M&A انجام دهند و از سویی دیگر سازوکار ورود استارت‌آپ‌ها به بورس وجود

ندارد. این دو چالش سبب می‌شوند اکوسیستم استارت‌آپی نتواند به آن جایگاه و رشدی که باید برسد. عملاً زمانی که نزد سرمایه‌گذارها پول خطرپذیر و اسمارت نباشد، استارت‌آپ‌های زیادی هم شکل نمی‌گیرند یا رشد نمی‌کنند. از آن سو عدم خروج استارت‌آپ‌ها هم باعث می‌شود سرمایه‌گذار راغب نشود در این بخش سرمایه‌گذاری کند، آن هم وقتی بازارهای رقیبی مثل بازار ارز و سکه و مسکن و... موازی آن وجود دارند و می‌توانند سودهای بسیار بیشتر و با ثبات‌تری بدهند. واقعیت این است که با توجه به شرایط اقتصادی سال ۱۴۰۱ و اینکه در بعضی از شاخص‌های مختلف رکورد شکنی داشتیم و فکر می‌کنم در ۱۴۰۲ این اتفاق ادامه پیدا می‌کند، میزان اسمارت مانی بسیار کمتر از ۱۴۰۱ و سال‌های قبلش خواهد بود. به هر حال تا سازوکار خروج استارت‌آپ‌ها در بورس ایجاد نشود، آن بخشی از افراد که با وجود تمام این شرایط حاضر به سرمایه‌گذاری هستند، کاهش می‌یابد. امیدواریم در سال ۱۴۰۲ این سازوکار ایجاد شود، ولی واقعیت این است که تا زمانی که وضعیت اقتصادی ناهنجار باشد، فکر نمی‌کنم در این زمینه هم اتفاق خوبی رخ دهد.

کاربردی شدن رمزارزها

محمد مهدی شریعتمدار

مدیرعامل جیبیت

مهم‌ترین مسئله در سال ۱۴۰۲ به نظر من این است که از یک طرف ریال به صورت مداوم و بسیار شدید ارزش خود را از دست می‌دهد که این اتفاق مقداری به منابع انسانی آسیب می‌زند - به این خاطر که حقوق‌شان هرچقدر هم افزایش پیدا کند، قدرت خریدشان به اندازه کافی بالا نمی‌رود - و از طرف دیگر مسئله محدودیت‌ها و مشکلات سیاسی و اجتماعی را داریم که باز هم روی حوزه منابع انسانی اثر می‌گذارد. چرا تمام تمرکز روی منابع انسانی است؟ به این دلیل که شرکت‌های فناوری یک هسته اصلی دارند که هم اجرا را بر عهده دارد، هم عملیات و هم تولید را، یعنی هم محتوا و فکر بر عهده نیروی انسانی است و هم اجرا و هم عملیات بعد از اجرا.

با این توضیح اولیه، اگر بخواهم بگویم چه اتفاقی در بازار می‌افتد، باید اشاره کنم که شرکت‌هایی که درآمدشان روی مارجین کالا یا دلار است، مثل آنهایی که کالا می‌فروشند یا آنهایی که در حوزه رمزارز فعالیت دارند یا بورسی هستند، با تورم مارجین‌شان هم رشد می‌کند. شرکت‌هایی که به اندازه کافی سایز گرفته‌اند، می‌توانند حقوق‌های بالاتری پرداخت کنند. از آنجا که منابع انسانی محدود می‌شود و رقابت

بر سر منابع انسانی بسیار افزایش می‌یابد، اینها می‌توانند در این فضا رقابت جدی انجام دهند و نیاز خود را برطرف کنند و زنده بمانند. بر این اساس من فکر می‌کنم شرکت‌هایی که سایز گرفته‌اند، باقی خواهند ماند و شرکت‌هایی که درآمدشان روی مارجین کالا و دلار است. اما شرکت‌هایی که خدماتی هستند و مارجین‌شان افت می‌کند، مثل آچاره یا شرکت‌های پرداختی مثل ما که مارجین‌مان رشد نمی‌کند، صرفاً خیلی بزرگ‌هایشان ممکن است بتوانند در دو سال آینده زنده بمانند. تازه می‌گویم ممکن است و با شک این ایده را مطرح می‌کنم، زیرا آن قدر هزینه‌هایشان زیاد می‌شود و درآمد‌هایشان صرفاً در اثر رشد تعداد مشتریان می‌تواند افزایش یابد که ممکن است به صورت ناخودآگاه نابود شوند.

چیزی که پیش‌بینی می‌کنم این است که شرکت‌های کوچک‌تر و آنها که روی مارجین دلار و کالا نیستند، به شدت آسیب ببینند و فقط در این حوزه‌ها ممکن است چند شرکت بزرگ زنده بمانند و



خبری از توسعه نخواهد بود

احمد طاهرخانی

مدیرعامل هومکا

موضوع خروج افراد از اکوسیستم استارت‌آپی را بسیاری مطرح می‌کنند و این را نیز می‌افزایند که این اکوسیستم در سال آینده ورودی چندانی هم نخواهد داشت. حضور سرمایه‌گذاران خطرپذیر در سال آینده کم‌رنگ‌تر از سال ۱۴۰۱ خواهد بود و شرایط اخیر و نبود چشم‌انداز، باعث می‌شود تیم‌های استارت‌آپی که ایده‌ای را شکل می‌دهند و به دنبال تیمی می‌گردند و نوآوری می‌کنند، دیگر به سراغ این بخش نیابند. حتی تولید نوآوری در سازمان‌ها و شرکت‌ها هم بسیار کم می‌شود، زیرا برای آن آینده‌ای نمی‌بینند. دلایلش هم این است که نمی‌توانند افراد با انگیزه برای پیشبرد کار بیابند و دلیل حذف شدن افراد با انگیزه از این فضا نیز فقدان سرمایه است. همین حالا هم شاهد این اتفاق هستیم.

استارت‌آپ‌های فعلی که در مراحل اولیه به سر می‌برند، سعی می‌کنند خود را زنده نگه دارند و کمتر برای توسعه هزینه می‌کنند، زیرا می‌خواهند فعلاً بقای خود را حفظ کنند. همین مسئله یکسری از صنایع را که در فضای دیجیتال کار می‌کنند نیز تحت الشعاع قرار می‌دهد، مثل شرکت‌هایی که خدمات بازار یابی دیجیتال

می‌دهند. ما روی بیلبوردها هم فقط چند برند مطرح را می‌بینیم که سال‌هاست فعالیت دارند و تنها صدای شرکت‌های بزرگ شنیده می‌شود. کوچک‌ترها چون در فضای زنده‌مانی قرار دارند، می‌خواهند با احتیاط حرکت کنند، هزینه چندانی نمی‌کنند و بیشتر به ذخیره‌سازی سرمایه‌هایشان می‌پردازند. فکر می‌کنم باز هم از این دست اتفاقاتی که در سال ۱۴۰۱ رخ داد و کل صنعت را تحت تأثیر قرار داد، در سال آینده هم می‌افتد، زیرا راهکاری از سوی حاکمیت برای اتفاقات ارائه نشده است.

با شرایطی که در حال حاضر می‌بینم که عزمی نیز برای تغییر آن وجود ندارد، بزرگ‌ترین آسیب سال بعد را بی‌میلی به ورود به این حوزه و همچنین عدم تمایل به توسعه کسب‌وکار می‌دانم. احتمالاً از حجم و کیفیت رویدادهای دانشگاهی و استارت‌آپ‌ویکندهایی که موتور محرک این اکوسیستم بوده نیز کاسته خواهد شد، زیرا هم متولیان برگزاری این رویدادها کم شده‌اند و هم دانشجویان فضا را شناخته‌اند و علاقه چندانی به حضور در فضای استارت‌آپی ندارند.

از این موج بگذرند.

از نظر فناوری هم به گمان من در ۱۴۰۲ اتفاقات جدیدی رخ خواهد داد. از جمله در حوزه فین‌تک، بانکداری باز تا حدودی شکل می‌گیرد، البته اگر با دخالت رگولاتور نه به معنی تنظیم‌گری، بلکه به معنی ورود به بازار مواجه نشویم. تنظیم‌گری به رشد بازار و رضایت مشتری نهایی کمک می‌کند، ولی اگر با پدیده ورود به بازار مثل مواردی که قبلاً هم شاهد بودیم، مواجه می‌شویم که همیشه هم بهانه نظارت و کنترل است و هیچ‌وقت گفته نمی‌شود برای ورود به بازار است، این اتفاق رخ نخواهد داد. لذا فکر می‌کنم این حوزه می‌تواند رشد کند، اما به شرط عدم ورود به بازار توسط نهادهای متولی و زیرمجموعه‌هایشان.

در حوزه رمزارز نیز فکر می‌کنم کاربردی شدن محصولات یکی از اهدافی است که ممکن است توسط شرکت‌های این حوزه اتفاق بیفتد. یعنی تا الان به دید سرمایه‌گذاری به رمزارزها نگاه می‌شده ولی در سال آینده ممکن است این حوزه وارد زندگی کاربردی شود. در حوزه لندتک - وام‌دهی نیز یک ورژن و یک نسل را تجربه کرده‌ایم و به نظرم نسلی که از این حوزه در سال ۱۴۰۲ وارد بازار می‌شود، بسیار سریع‌تر و در دسترس‌تر است. همچنین حاشیه سود این دسته نیز پایین‌تر خواهد بود. به علاوه سال بعد اعتبارسنجی‌ها هوشمند می‌شوند و اثر اعتباری به وجود می‌آید؛ یعنی اگر شما رفتار سوئی داشته باشید، دیگر نمی‌توانید یکسری خدمات را دریافت کنید. به طور کلی فکر می‌کنم سه حوزه رمزارز، بانکداری باز و لندتک خوب رشد می‌کنند و بالغ می‌شوند. شاید در حوزه ولت‌تک نیز تحولاتی را شاهد باشیم و نهال‌های تازه‌ای به وجود بیایند.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سوم دوم

رشد آی تی همچنان ادامه دارد

مظاهر مرجانی

مدیرعامل پارمیس

به نظر من حوزه آی تی همیشه در حال رشد است و جلوی این رشد را هم نمی توان گرفت. رشد آی تی یک ترند جهانی است، پس قطعاً در کشور ما هم روندی روبه رشد خواهد داشت. شاید سرعت رشد این حوزه در کشور ما در مقایسه با سایر کشورها کمتر باشد، اما همواره در حال رشد و گسترش است.

به نظر من از دو بعد می توان به ترندها نگاه کرد. اول اینکه یک ترند چه سروصدایی به وجود می آورد و در چه بخش هایی نمود بیشتری پیدا می کند. با توجه به سروصدا کردن چت جی بی تی و استفاده روزافزون از هوش مصنوعی، می توان گفت که احتمالاً در آینده تأثیر پلتفرم های هوش مصنوعی را خواهیم دید. فارغ از اینکه اصلاً کسی به سمت تولید این دست پلتفرم ها می رود یا نه، معتقدم در سال آینده تأثیر استفاده از این پلتفرم ها رشد و نمو بیشتری خواهد داشت. تقریباً مانند زمانی که شبکه های اجتماعی مانند اینستاگرام آمدند و توانستند روند را تغییر بدهند و مردم را به سمت شبکه های اجتماعی ببرند. به نظر من هوش مصنوعی هم می تواند چینی تأثیری داشته باشد. ممکن است تأثیر آن در کشور ما به دلایلی مثل زبان فارسی کمتر باشد، اما حداقل استفاده از آن ترند خواهد شد. اما در چه حوزه های دیگری نرم افزارها یا حوزه آی تی می توانند رشد کنند؟ به نظر من خدمات عمومی که آی تی به مردم و کسب و کارها ارائه می دهد، همچنان شاهد رشد خواهد بود. در سال آینده با توجه به شرایط خاصی که وجود دارد، سرمایه گذاران با ملاحظه کاری عمل خواهند کرد و نسبت به گذشته دست و دلباز نخواهند بود. دو دلیل هم برای این

موضوع وجود دارد. اول اینکه بخشی از سرمایه گذاری ها توسط صندوق هایی انجام می شود که از دولت وام می گیرند. بودجه این صندوق ها محدودتر و دست شان بسته تر می شود. دوم اینکه عدم قطعیت در آینده باعث می شود سرمایه گذاران شخصی نیز با احتیاط تر رفتار کنند و سخت گیرتر شوند. از طرف دیگر احتمالاً به خاطر پاره ای از مسائل استقبال از استارتاپ ها نیز نسبت به گذشته کمتر شود. دو یا سه سال پیش استارتاپ ها اقبال بیشتری داشتند و تب و تاب راه اندازی استارتاپ بیشتر بود، اما در حال حاضر به دلایل مختلف این تب و تاب کمتر شده است. به تاب آوری کسب و کارها در سال پیش رو نیز می توان از دو منظر نگاه کرد. در بحث تاب آوری شرکت ها، چه کوچک و چه بزرگ، دو مورد اهمیت دارد. مورد اول مالی و مورد دوم ساختاری است. از لحاظ مالی شرکت های بزرگ تر تاب آوری بیشتری نسبت به شرکت های کوچک تر دارند. در شرایط مالی بد، شرکت های کوچک تر بسیار آسیب پذیر هستند. مشکلات مالی در شرکت های کوچک می تواند آنها را خیلی سریع از گردونه خارج کند. برای مثال فرض کنید که حقوق شرکتی فقط یک یا دو ماه عقب بیفتد. این مسئله باعث ایجاد نارضایتی و کاهش نیروها می شود. این چرخه باطل ادامه پیدا می کند تا وقتی که ظرف شش ماه تا یک سال آن شرکت را ساقط کند.

اما از لحاظ ساختاری، شرکت های کوچک تر تاب آورتر هستند و راحت تر می توانند خود را با تغییرات سریع وفق دهند و محصول جدید تولید کنند. البته این مسئله هم فقط برای استارتاپ ها یا شرکت های کوچکی امکان پذیر

بدون سرمایه گذاری، خبری از رشد نیست

امیرحسین عبیری

مدیرعامل آیتول

از سال ۱۳۹۸ تا سال ۱۴۰۱ شاهد چندین اتفاق بودیم. اولاً به جز مهاجرت نخبگان و کارمندان شرکت ها، مهاجرت بنیان گذاران را دیدیم. آن هم بنیان گذاران شرکت هایی که موفق حساب می شوند و توانسته اند سرمایه های خوبی جذب کنند و رشد کنند و شرکتی چند صد نفری شوند. این یک نشانه جدی بود از اینکه وقتی از اکوسیستم اقتصاد دیجیتال حرف می زنیم، حتی کسانی که درون آن هستند هم نمی توانند چندان به آینده آن امیدوار باشند.

نشانه دیگر این بود که ما از سال های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ مگر شاهد چند سرمایه گذاری در اکوسیستم بوده ایم؟ حجم سرمایه گذاری ها چند دلار بود؟ در فضایی که در سال های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ داشتیم، حتی شرکت های خارجی روی کسب و کارها سرمایه گذاری می کردند و حتی سرمایه گذاری های داخلی نیز

اعداد معناداری چون ۵، ۱۰، ۲۰ و حتی ۱۰۰ میلیون دلار بود. ولی از سال ۱۳۹۷ تا الان چند سرمایه گذاری داشتیم که عددش حتی به یک میلیون دلار رسیده باشد؟ همه اینها نشان می دهد دیگر اکوسیستمی وجود ندارد و اگر چیزی هنوز هست، ته مانده شرکت هایی است که در سال های ۱۳۹۰ و ۱۳۹۷ شکل گرفته اند و توانسته اند رشد کنند، وگرنه اتفاق جدیدی در اکوسیستم نمی افتد.

زمانی که ما دانشگاه می رفتیم، در کنار ۹۰ نفری که در فکر مهاجرت بودند، پنج نفر هم به راه اندازی کسب و کار در کشور فکر می کردند ولی به نظر می رسد حالا تعداد کسانی که به انجام این کار می اندیشند، تقریباً صفر است.

در ادامه این روند ما شاهد

است که هسته توانمندی داشته باشند و فقط با کمک پول سرمایه گذار روی پا نباشند. علاوه بر مسئله مالی، داشتن بنیان گذاران قوی و متخصص از نظر فنی هم مهم است. در صورت وجود چنین بنیان گذارانی، حتی اگر منابع مالی کافی در اختیار نباشد، شرکت های کوچک می توانند ادامه دهند و حتی نسبت به شرکت های بزرگ، تاب آوری بیشتری داشته باشند.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

سرمایه گذاری جدی در اکوسیستم نخواهیم بود و وقتی سرمایه گذاری نباشد، رشدهای جدی هم رخ نمی دهد. اتفاقی که شاهدش خواهیم بود احتمالاً حضور همان شرکت هایی است که از قبل وجود داشته اند. البته من درباره شرکت هایی که به نحوی به حاکمیت یا دولت وصل هستند، صحبت نمی کنم. بلکه اینها را درباره شرکت هایی می گویم که به شکل خصوصی کار خود را شروع کرده اند و در این فضا رشد داشتند. درباره سال ۱۴۰۲ گزارشی را هم شرکت «ایلیا» چندی پیش منتشر کرد که شامل نگاه مدیران عامل شرکت های خصوصی و غیرخصوصی به سال آینده بود.

در این گزارش هم ناامیدی جدی وجود داشت و کسی احساس نمی کرد وضع بهتر خواهد شد. طبیعتاً قطعی اینترنت و ناامیدی افراد اکوسیستم و مشکلاتی که داریم، به این موضوعات اضافه شده است. در مجموع اگر بخواهم جمع بندی کنم، سال ۱۴۰۲ را سالی می بینم که سرمایه گذاری ویژه ای در این حوزه اتفاق نمی افتد و همچنان شاهد روند رشد مهاجرت نه تنها افراد کلیدی شرکت ها بلکه بنیان گذاران خواهیم بود و چیزی که از اکوسیستم باقی خواهد ماند، محدود شرکت هایی است که طی سال های گذشته رشد داشته اند و در مدار آن رشد کار خود را ادامه دهند.

دیدگاه POINT OF VIEW



تورم ۴۰ درصدی

← برای وضعیت اقتصادی در سال آینده می توان سناریوهای متفاوتی را متصور بود. بخش زیادی از این سناریوها از سوی دولت و نهادهای حاکمیتی ارائه می شود و قسمت دیگری نیز توسط کارشناسان غیردولتی و به اصطلاح فعالان بخش خصوصی. بر اساس آمارهای منتشرشده از سوی نهادهای رسمی تر، مهم ترین فاکتورها از نظر اقتصاددانان که روی آنها اتفاق نظر دارند، نرخ رشد GDP و تورم سال آینده است که آمارهای رسمی نشان از رشد واقعی ۲ درصدی GDP دارند و نرخ تورم هم بر اساس قیمت مصرف کننده برابر با ۴۰ درصد پیش بینی می شود. طی چند سال اخیر نرخ تورم در همین حوالی ۴۰ درصد بوده است.

← درآمدهای نفتی در بودجه سال ۱۴۰۲ بالغ بر ۶۰۰ هزار میلیارد تومان پیش بینی شده که بسیار به مذاکرات یا موافقات یا محدودیت های تحریمی بیشتر وابسته است،

ولی در هر حال این نرخ درآمدی را می توانیم به عنوان معیار رسمی در نظر داشته باشیم. تورم مسکن هم ۱۴ درصد پیش بینی شده که تجربه ثابت کرده معمولاً وقتی قیمت مسکن شروع به رشد می کند، درصدهای پیش بینی شده را پشت سر می گذارد و باید انتظار اعداد بالاتری را داشته باشیم.

← نرخ ارز نیز به گفته خود دولت و بر اساس فروش روزانه نفت از ۳۲ هزار تومان تا ۴۶ هزار تومان پیش بینی شده، اما بعید به نظر می رسد، چراکه دلایل بنیادی دیگری که بتواند چنین ارقامی را نتیجه دهد، دیده نمی شود؛ مگر اینکه در مذاکرات و رفع تحریم ها بتوان اقدامات مؤثری را شاهد بود. بدهی دولت نیز به کمترین مقدار خود در چند سال اخیر می رسد و به طور ناخالص ۳۱/۹ درصد از GDP خواهد بود و این عدد تا چند سال آینده نیز افزایش خواهد داشت. کسری بودجه نیز با توجه به روندها و پیش بینی های گذشته ۲۰۰ هزار میلیارد تومان خواهد بود.



احمد افشاری
مدیرعامل آپسان



تمرکز بر ارز

به طور کلی برای سال ۱۴۰۲ بخرنچتر شدن فضای لجستیکی کشور و گران تر شدن آن را پیش بینی می کنم که این امر نیز ناشی از گرانی و کمبود نیروی انسانی اصلح است. در نتیجه این اتفاقی که به آن اشاره کردم، کاهش هوش سازمانی را شاهد خواهیم بود که خود می تواند باعث کاهش خلاقیت در مجموعه ها شود؛ کما اینکه تا امروز هم شده است.

در نتیجه این رخدادها سرمایه گذاران محافظه کارتر از گذشته خواهند شد، جز در مواردی که پای استارتاپ های مبتنی بر ارز در میان باشد که درآمدهای ارزی داشته باشند نه ریالی. حال می توانند این کسب و کارها در حوزه فین تک باشند یا لجستیک با محوریت برنامه های صادراتی یا هر کسب و کار دیگری که به طور ویژگی را دارا باشد. به طور کلی سرمایه گذاران تمایل دارند روی استارتاپ هایی سرمایه گذاری کنند که پایه درآمد ناشی از فعالیت هایشان بر مبنای ارز داخلی نباشد.



ایمان ضیائی
مدیرعامل مازیار

در این میان، کسب و کارهای SaaS کشش بیشتری خواهند داشت. به چه علت می گویم SaaS؟ به خاطر شرایط کشور نیست، بلکه به این دلیل است که این دسته از کسب و کارها عمدتاً پتانسیل تاب آوری بالاتری دارند. علاوه بر اینکه در حالت نرمال تاب آورتر هستند، در شرایط بحرانی هم می توانند خود را حفظ کنند. با توجه به مشکلاتی که وقوع آنها در سال آینده محتمل است، مانند گرانی بنزین و مسائلی که در پی آن می آیند، کسب و کارها گران تر خواهند شد و برای سرمایه گذار جذابیت کمتری خواهند داشت. پس کسب و کارها باید خود بتوانند بقایشان را حفظ کنند.

فکر می کنم برای سال بعد استارتاپ هایی در حوزه نیچ مارکت بیشتر خواهیم داشت، زیرا فضای امن تری برای سرمایه گذاران است و ریسک کمتری دارد. زیرا همگان می دانند که هدف گذاری کسب و کارهای این چنینی روی بخشی از جامعه است که در شرایط بخرنچ هم آن قدرها افت تقاضا نخواهد داشت.

استراتژی ادغام رو به عقب

نیما قاضی

رئیس انجمن تجارت الکترونیک

ما چند سالی است تغییراتی در ساختار حکومت داشتیم و با عوض شدن دولت و مجلس، رویکردهای جدیدی به اکوسیستم استارتا پی وارد شدند. رویکردهای این افراد فرسنگ ها با مسئولان قبلی فاصله داشت. اگر پیش از این دنبال این بودیم که در کشور اکوسیستمی ایجاد شود و این اکوسیستم مثل کشورهای دیگر رشد و توسعه پیدا کند و استارتاپ ها اسکیل کنند و نقشی در اقتصاد کشور بر عهده بگیرند، این نگاه در حاکمیت جدید بسیار محدود شد. از طرفی دیگر با توجه به اتفاقات ۱۴۰۱ و اضافه شدن عدم ثبات سیاسی به این ماجرا، ما وارد پارادایم جدیدی در این حوزه اقتصادی شدیم. پیاده سازی مدل های غربی توسعه در استارتاپ ها تا اسکیل آپ کنند، فاند ریزینگ با مدل های وی سی و امثالهم داشته باشند و... دیگر در حال حاضر کار نمی کند. حاکمیت می خواهد برای خود اکوسیستمی جدید با یکسری بازیگر جدید ایجاد کند که عموم این بازیگران به جای اینکه نگاه شان به مردم و نیاز آنها باشد، به حکومت و نیاز حکومت است و نیازهای امنیتی را پاسخ دهند، نه نیازهای اقتصادی را. اگر حکومت تا پیش از این تا حدودی نگاه اقتصادی به کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال داشت، الان دیگر نگاه امنیتی دارد و ترجیح می دهد که اگر هم رشد اقتصادی در اینجا رخ می دهد، در یک اکوسیستم جدید باشد که آن اکوسیستم اول نیاز امنیتی حکومت را پاسخ دهد و بعداً به توسعه اقتصادی بیندیشد. بنابراین بسیاری از امکانات توسعه که قبلاً کم و بیش و شکسته بسته وجود داشت، از بین می روند، کما اینکه تا به حال نیز از بین رفته اند.

از طرفی به خاطر شرایط تحریم، استارتاپ ها در ایران نمی توانند از مرزهای جغرافیایی عبور کنند. پیش قراولان و پرچمداران اکوسیستم به اشباع در بازار ایران رسیده اند و

نمی توانند در این بازار رشد سریع استارتا پی داشته باشند. بعضاً هم اگر تک و توک وارد کشورهای دیگر می شوند، چراغ خاموش است و با هزار مسئله حقوقی که نهایتاً اتفاق بزرگی نمی افتد و اگر هم بیفتد، سودش برای خارج از این اقتصاد است. اگر ما این موضوع را کنار موضوع قبلی قرار دهیم، به این نتیجه می رسیم که در پارادایم جدیدی که ایجاد شده، پلنفرم ها، اکوسیستم استارتا پی و اقتصاد دیجیتال، به جای رشد فراینده استارتا پی روی می آورند به بوت استرپینگ و اینکه هزینه و درآمد خود را با هم بالانس کنند و بتوانند با کمترین جذب سرمایه پیش روند. به علاوه به جای توسعه بازار و توسعه جغرافیایی که عملاً دیگر امکان پذیر نیست، مجبور هستند به عقب برگردند و استراتژی ادغام رو به عقب (Backward Integration) داشته باشند؛ به این معنی که مثلاً استارتا پی که سبزی می فروشد، خودش سبزی هم بکارد یا کسی که بلیت هواپیما می فروشد، بلیت هواپیما چارتر کند یا هواپیما بخرد یا ایرلاین بزند.

به نظر من این تصویر، یک استثنا ی بزرگ دارد و آن هم قانون جهش تولید دانش بنیان است که در آن قانون بندی آمده که شرکت های بورسی می توانند تا ۳۰ درصد مالیات خود را روی اقتصاد دانش بنیان سرمایه گذاری کنند. من نمی دانم چه بلایی بر سر این قانون می آید، زیرا از پارادایم قبلی که گفتم آمده است، ولی اگر این قانون واقعاً اجرا شود و این اتفاق بیفتد، تا حدودی وضعیت را تخفیر می دهد و امکانات جدیدی ایجاد می کند. باز هم آن مسیر رشد باقی می ماند و به نظر من استارتاپ هایی که بالغ شده اند، به سمت قسمت های دیگر اقتصاد حرکت می کنند؛ ولی استارتاپ هایی که برای رشد به تأمین مالی

به نظر من چون تمام وی سی های ایران به یک منبع بالاسری وصل هستند و آن منبع هم به نوعی به حکومت متصل است، تمام صندوق های وی سی ها خالی می شوند.

اگر هم خالی نشوند، ترجیح می دهند پول شان را در صندوق های دیگر ببرند و این مسئله باعث می شود میزان سرمایه در اکوسیستم کاهش یابد. نتیجه این اتفاق به لابی گیری ختم می شود؛ یعنی کسانی که با لایه های بالاتر در ارتباط هستند، سعی می کنند برای استارتاپ ها سرمایه جذب کنند.

سرمایه گذاری هم مثل هلدینگ های صنعتی سرمایه شان را به حوزه های جذاب تر مثل پتروشیمی، نفت و گاز و به طور کلی حوزه هایی می برند که دولت بودجه اش در این حوزه ها از این سرمایه گذاران دعوت و آنها را از طرق گوناگون مثل سوبسید تشویق به سرمایه گذاری می کند.

این سرمایه گذاران هم ترجیح می دهند در جایی سرمایه گذاری کنند که مشوق دارند. در استارتاپ ها دیگر مشوقی وجود ندارد. در نتیجه استارتاپ های با اندازه ما، شروع به دست و پا زدن می کنند و همگی تبدیل به یکسری کسب و کار بدون نوآوری می شویم. تنها چهار قلمرو باقی می ماند که متعلق به دیجی کالا، اسنپ، هزارستان و صبا ایده است. این چهار شرکت چون منابع مالی دارند، یا استارتاپ های موازی کار توان رقابت با آنها را ندارند و از گردونه رقابت حذف می شوند

جیب خالی وی سی ها

پرهام قبادی

مدیرعامل نوبار



نیاز دارند، اینجا می توانند از این منبع استفاده کنند و رشد داشته باشند. این هم موضوع کلانی است که می تواند روی فضای کسب و کار تأثیر جدی بگذارد. اما نمی دانم این قانون چطور اجرا خواهد شد و ممکن است با توجه به رویکردهای دولت، موانعی برایش ایجاد شود که بسیاری از این سرمایه ها وارد اقتصاد دیجیتال نشود و به جاهای دیگری برود. بعید هم نیست که این اتفاق رخ دهد. اینها که گفتم نه برای باز زمانی یک ساله، بلکه برای افقی حداقل پنج ساله است.



یا اگر مزیت رقابتی برجسته ای داشته باشند، توسط این شرکت ها خریداری خواهند شد. استارتاپ هایی هم که تازه می خواهند از مراکز نوآوری و شتاب دهی بیرون یابند، باید به این موضوع فکر کنند که وارد کدام یک از این چهار قلمرو خواهند شد. تنها برنامه خروج برای بنیان گذاران در ایران این است که ببینند استارتاپ شان را کدام یک از این شرکت ها می خرد. برای مثال باید راه حلی ارائه دهند که به درد اسنپ بخورد یا فیچری توسعه دهند که به کار دیجی کالا بیاید. به نظر من در غیر این صورت اکوسیستمی وجود نخواهد داشت که از وی سی سرمایه بگیرد.

منابع انسانی هم با چالش مهاجرت روبه رو خواهد شد. البته استارتاپ های سطح ما درگیر این چالش نیستند. چالشی که ما با آن درگیر هستیم، افزایش حقوق است. در اواخر سال دلار به ۶۰ هزار تومان رسید. البته بعد ریزش داشت، اما همان ۶۰ هزار تومان در ذهن مردم نقش بسته است. این موضوع تورم انتظاری است. فردی که با من برای حقوق سال آینده اش مذاکره می کند، دلار ۶۰ هزار تومانی را در نظر دارد. در نتیجه ما خدماتی ها مجبوریم برای پوشش این هزینه ها سطح کیفیت سرویس مان را پایین بیاوریم یا قیمت را افزایش دهیم.

وقتی قیمت را هم بالا می بریم، ریزش مشتری داریم. جذب سرمایه هم بعید می دانم داشته باشیم، مگر مثل فناپ از ریش بکنیم و به سبیل پیوند بزنیم.

پیش‌بینی ۱۴۰۲؛ پاسخ به یک پرسش دشوار

امیرمسعود اسکویی لر

مدیرعامل ایران رایانه

پیش‌بینی اینکه در سال آینده چه اتفاقی می‌افتد، بسیار دشوار است. ساده‌ترین پاسخ این است که در هر سیستمی با یک ورودی ثابت، همان خروجی را خواهیم داشت و تا سیستم را اصلاح نکنیم، خروجی همان است که بود. حالا کمی پیچیدگی را بیشتر کنیم؛ می‌خواهیم ورودی را تغییر بدهیم تا خروجی متفاوت داشته باشیم یا اصلاً می‌خواهیم سازمان را تغییر بدهیم تا با همان ورودی، خروجی متفاوت داشته باشیم؛ این یعنی تغییر. برای اینکه پیدا کنیم که باید چه کار کنیم و کدام قسمت را تغییر دهیم تا شرایط بهتر شود، باید بدانیم چه می‌خواهیم. فقط باید توجه داشته باشیم که مرتکب خطا نشویم. ظرفیت اشتباه همیشه محدود است. نقل است که به ناپلئون گفتند پیروز شدیم ولی نیمی از لشکر نابود شد و او در پاسخ گفته بود که اگر یک بار دیگر پیروز بشویم، کاملاً نابود خواهیم شد.

برای پیش‌بینی آینده می‌توان سناریوهای مختلف نوشت و بر اساس اولویت مرتب کرد. حالا بر اساس آن چیزی که می‌خواهیم اتفاق بیفتد، اقدام کنیم، وقت بگذاریم و هزینه کنیم. فقط همه می‌دانیم که بعضی کارها را به این راحتی نمی‌توانیم انجام بدهیم و زیرساخت و اکوسیستم آن باید موجود باشد. مثلاً کشورهایی هستند که پول زیاد هم دارند، ولی دانشگاه یا بیمارستان خوب ندارند. در مقابل کشورهایی هستند که محدودیت مالی دارند، ولی دانشگاه‌شان معتبر است و بیمارستان‌شان در سطح بهترین‌هاست. صادرات نرم‌افزار ما را با هند مقایسه کنید؛ آنچه در این مورد جلورشد ما را می‌گیرد، نداشتن تجربه و سابقه است که مستقیماً ناشی از ارتباط بین المللی ضعیف در بلندمدت است.

می‌پرسید آیا در سال ۱۴۰۲ می‌توانیم تورم یک رقمی داشته باشیم؟ اساتید دانشگاهی و سیستم آموزشی کیفی داشته باشیم و نیروی متخصص کافی تربیت کنیم؟ گردشگر خارجی و گردشگری سلامت و درآمد ارزی بیشتر داشته باشیم و شرکت‌های نرم‌افزاری ما نرم‌افزارهایی با کیفیت و استاندارد جهانی تولید کنند و محصولات خود را به دنیا صادر کنند؟ می‌توانیم سرمایه‌گذاری خارجی و کسب‌وکارهای پُررونق و اقتصاد توسعه‌یافته دیجیتال داشته باشیم؟

قاعدتاً نمی‌توانیم، ولی می‌توانیم رشد تورم را کم کنیم و رشد مهاجرت نخبان را کاهش دهیم و جلوی تصمیمات اشتباه را بگیریم و در هر مرحله یک قدم جلوتر برویم.

در مورد عبور شرکت‌ها از بحران نیز صحبت زیاد شده و لازم به توجه است که به تعداد شرکت‌های خصوصی عضو در سازمان، راه‌حل برای عبور از بحران می‌توان طراحی کرد و نوشت، ولی این راه‌حل‌ها در موارد بسیاری اشتراک دارند. در هر حال بایستی کارهایی که باید انجام می‌دادیم، باز هم انجام بدهیم. آیا اگر تورم نداشتیم دنبال بازار و کیفیت و سرمایه‌گذاری نبودیم؟ پس آن کارها را باید انجام بدهیم، به‌علاوه کارهای دیگری که بحران به ما تحمیل می‌کند. حالا دیگر کیفیت و بهره‌وری ضروری‌تر است و رقابت نزدیک‌تر، همکاری و کار صنفی واجب‌تر.

در یک بازار سرمایه‌داری با محدود شدن درآمدها، شرکت‌ها مجبورند برای بقا، هزینه خود را متناسب با کم شدن درآمد، کاهش دهند تا باقی بمانند. در نتیجه نیروهای اضافه را بدون تأمل تعدیل می‌کنند و خوب می‌دانند که دوباره جایگزین کردن این نیروها دیگر به این سادگی نیست. مخصوصاً برای شرکت‌های نرم‌افزاری که بیش از ۸۰ درصد هزینه‌شان، هزینه نیروی انسانی است.

این کم کردن هزینه‌ها به معنی کوچک شدن شرکت‌ها و ضعیف شدن توان اجرایی آنها و به تعبیری دیگر، از بین رفتن سرمایه ملی است. به‌راستی چند بار می‌توان نیروها

را کم کرد و ادامه داد؟ کارفرمای شرکت‌های تولیدکننده نرم‌افزار به‌صورت سنتی شرکت‌های دولتی هستند و این شرکت‌ها برای بقای خود به سفارش کار و عقد قرارداد با دولت وابسته‌اند. وقتی کار کم می‌شود، بازار کوچک می‌شود و شرکت‌ها که عمدتاً کوچک هستند، کوچک‌تر می‌شوند و در معرض تعطیلی قرار می‌گیرند؛ شرکت‌هایی که سال‌ها تجربه و دانش اندوخته دارند و سرمایه نامشهود کشور هستند.

آمارهای مهاجرت تکان‌دهنده است، ولی آنهایی که هستند و مهاجرت نکرده‌اند چطور است که نمی‌توانند مشکلات خود و دیگران را حل کنند؟ بسیاری از اندیشمندان ما حرف نمی‌زنند و انتقاد نمی‌کنند و به این روش عادت کرده‌اند. خبرگان و اندیشمندان بایستی با وسعت نظر مسائل را ببینند و راه‌حل ارائه دهند تا از میان پیشنهادها و انتقادهای راهکارها و طرح‌های سازنده پیدا شود.

اما در این میان چه کسانی صدمه بیشتری می‌بینند؟ در مرحله اول صحبت از کسانی است که از رانت و وام و حمایت استفاده نمی‌کنند یا نمی‌توانند بکنند و ارتباطی هم ندارند و حامی هم ندارند و ملک و ثروت ندارند و دارایی‌شان فکر و ذهن خلاق و ایده‌های نو آنهاست و دانش و تجربه‌شان در حوزه فناوری است. افراد و شرکت‌های کوچکی که همه می‌دانند مهم هستند. سازمان‌های خیرخواهی نیز وجود دارند که سعی می‌کنند حمایت کنند، ولی حمایت اکوسیستم می‌خواهد، زیرساخت می‌خواهد و یک اشتباه همه‌چیز را ضعیف می‌کند و اشتباه‌های مکرر باعث نابودی همه‌چیز می‌شود.

به عنوان مثال وام دادند تا از پروژه‌های نرم‌افزاری حمایت شود. کار شروع شد و با انرژی جلورفت، ولی زمان گذشت و نوبت بازپرداخت شد، ولی وام ادامه پیدا نکرد. درحالی که یا نرم‌افزار آماده و قابل ارائه به بازار نبود یا برای بازاریابی و فروش پیش‌بینی سرمایه‌گذاری نشده بود. پس همه‌چیز متوقف شد؛ نه نرم‌افزار کاملی ایجاد شد و نه حمایت خیرخواهانه به نتیجه‌ای که باید رسید. یا در مورد دیگر در سال‌های ۹۴ تا ۹۵ که موضوع توافق برجام مطرح بود، برای یک سال تمام هتل‌های تهران رزرو بود. خارجی‌ها آمده بودند و می‌خواستند شرکای تجاری خود را در ایران پیدا کنند. بازار جدیدی برای هتل‌ها و رستوران‌ها ایجاد شده بود، پس هتل‌ها شروع به تعمیرات و بازسازی و حتی بازگشایی کردند، ولی برجام به نتیجه نرسید و این بازار هم دوباره راکد شد. ضربه نهایی را هم پاندمی وارد کرد. به این ترتیب بیشتر کسانی که روی این بازار سرمایه‌گذاری کرده بودند، متحمل ضرر شدند.

در مدیریت مشتریان ناراضی، سعی می‌کنیم اول مشتریان ناراضی را بی تفاوت کنیم و بعد به جلب رضایت مشتریان بی تفاوت بپردازیم؛ به همین ترتیب کار شرکت‌ها و فناوری را نمی‌توان مستقیماً از خستگی و ضعف به شکوفایی رساند. اول بایستی دورنمایی داشته باشند و کورسویی از انتهای راهی که می‌روند ببینند و کسب‌وکارشان را از زبان خارج کنند و بعد سودآور و شکوفا شوند.

در چنین بازاری، سرمایه‌گذاران در چه زمینه‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند و ترند به کدام سمت است؟ در کشور ما برخلاف روندهای جهانی، فناوری اطلاعات سهم کوچکی در بازار سرمایه رسمی و غیررسمی دارد و علاقه غالب سرمایه‌گذاران بیشتر مربوط به جانب

اینترنت است. اینترنت زیرساخت است و برای رشد سایر رشته‌ها ضروری است، ولی قاعدتاً این روند به‌زودی تغییر خواهد کرد. ما به‌صورت سنتی از نرم‌افزار بسیار ارزان استفاده می‌کنیم، درحالی که الزاماً پایین بودن قیمت نرم‌افزار ما به نفع کشورمان نیست، همان‌طور که پایین بودن قیمت نیروی کار به نفع مان نیست. این به بهای از دست رفتن کیفیت زندگی برنامه‌نویسان و در نتیجه عدم رقابت‌پذیری شرکت‌ها در نگهداشتن نیروها تمام می‌شود، استانداردهای کاری ضعیف می‌شوند و کیفیت پایین می‌آید و در فروش محصولات نیز در بازار رقابت شانس خود را از دست می‌دهیم. شاید این تأثیر طرز فکری است که نقض قانون حمایت از تولیدکننده و استفاده از نرم‌افزار کپی‌شده را تشویق کرده و اگر فکری برای آن نشود، بالاخره ما را به سمت استفاده از نرم‌افزارهای خارجی هدایت خواهد کرد. در عین حال در کشور ما هم به دنبال مشکلات ایجادشده در اکوسیستم و کوچک شدن بازار، رقابت شدیدتر می‌شود و در عمل رقابت برای بقا خواهد بود؛ اقتصادها کوچک‌تر و بازارها انقباضی‌تر و سخت‌تر خواهند بود. در عین حال فناوری اطلاعات همراه با توسعه و نوآوری این شانس را دارد که از این گرفتاری‌ها مستثنی باشد.

امیدواری اینجاست که با تحول دیجیتال در جهان، فرصت‌ها و بازارهای جدیدی علی‌الخصوص در خدمات دولتی و دولت الکترونیک به وجود آمده است. در مدت کوتاهی فرهنگ کاری تغییر کرده، دورکاری رواج یافته، کلاس‌های درسی، خرید و فروش و جلسات کاری شکل خود را به دیجیتال نزدیک کرده‌اند. در نتیجه تولید داده و محتوا بیشتر شده و همه اینها نیاز توسعه فناوری اطلاعات و استفاده از آن را افزایش می‌دهند و طبیعی است که اگر به آن رونق آرمانی برسیم، سرمایه‌گذاری هم آآمدگی خواهند داشت تا در فناوری اطلاعات سرمایه‌گذاری کنند. اگر همه را با هم بررسی کنیم، شاید هر بنگاهی بتواند به راهکاری برای خود برسد. هر کسب‌وکاری سعی می‌کند تهدیدهای محیطی و بیرونی را کم کند و از فرصت‌ها بهره ببرد و از طرف دیگر هم از نقاط قوت خود استفاده کند و نقاط ضعف خود را تقویت کند. به طور کلی در فناوری اطلاعات، تحول دیجیتال بازارهای جدیدی ایجاد کرده و چشم‌انداز نیازهای بازار کار نرم‌افزار برای سال‌های آتی تفاوت کرده و در برنامه‌های ۱۰ ساله و ۲۰ ساله کشورها، افزایش نیاز به خدمات پیش‌بینی شده است.

ادامه در صفحه ۱۹



دیدگاه POINT OF VIEW



سرگردانی نقدینگی

سال آینده غیر از چالش نیروی انسانی، مسئله مهم، کسری نقدینگی شدید در تمامی کسب‌وکارهاست. آن دسته از کسب‌وکارهایی که تراز نقدینگی مثبت دارند، فرصت رشد پیدا می‌کنند، اما آن کسب‌وکارهایی که برای ادامه فعالیت خود نیازمند سرمایه هستند، با چالش بیشتری مواجه خواهند شد.

از سوی دیگر، به نظر می‌رسد در سال آینده نقدینگی‌های خرد بسیار بیشتر سرگردان شوند. با توجه به این موضوعات، یک فرصت کسب‌وکاری در سال آینده می‌تواند ارائه خدمات و محصولات مالی و توسعه کسب‌وکارهای فین‌تکی باشد.

سال بد کسب‌وکارهای کوچک

به نظرم اکوسیستم در سال ۱۴۰۲ به سمت این می‌رود که مجموعه‌ها به جای ارتقا، به دنبال بقای خود باشند. اگر با وضعیتی که در شش ماه دوم سال ۱۴۰۱ وجود داشت، بخواهیم سال ۱۴۰۲ را پیش‌بینی کنیم، عملاً کسب‌وکارها برای بقا دست‌وپا خواهند زد و نباید به دنبال نوآوری بگردیم. چالش

اصلی شرکت‌ها در این سال مدیریت منابع انسانی و مالی است. به نظرم استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای کوچک سال سخت‌تری را هم خواهند داشت. مجموعه‌های بزرگ و سرمایه‌گذاران نمی‌توانند به آنها کمکی کنند یا نجات‌شان دهند، زیرا خودشان هم درگیر چالش‌های متعددی هستند.

وضعیت اینترنت که مشخص است و آمیدی هم ندارم که اتفاق جدیدی بیفتد و گشایشی ایجاد شود. افرادی که در بدنه حاکمیت هستند هم نشانه‌ای از تغییر رویکرد ندارند. فکر می‌کنم باید برای سال آینده به این فکر کرد که چطور می‌شود کسب‌وکارهای کوچک را نجات داد که بسیار هم کار دشواری است.



سارا امیرسالاری
هم‌بنیان‌گذار خانومی



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



فرزاد مقدم
مدیرعامل تسکا



قانون گذاری خوب یا بد؟

به طور کلی پیش بینی می کنم با توجه به وضعیت اقتصادی کشور، در سال آینده هم کسب و کارها اوضاع چندان خوبی نداشته باشند. ریسک در فضای کسب و کاری ایران به شدت بالا رفته و این مسئله بسیار آسیب زاست. در حوزه فین تک، رگولاتوری به شکل جدی وارد لندتک شده و جلسات متعدد با کسب و کارهای این بخش دارد و روی صنعت لندتک تمرکزی جدی ایجاد شده است. دخالت رگولاتور در

این صنعت می تواند در دو جهت عمل کند و مثبت یا منفی باشد. قسمت مثبت ورود رگولاتور این است که احتمالاً اگر به شکل خوب قانون گذاری انجام شود، به قانونمندتر شدن صنعت و افزایش کیفیت کمک می کند و اعتماد به این صنعت افزایش می یابد اما چنانچه قانون گذاری و تنظیم گری به درستی انجام نپذیرد، ممکن است سبب شود ریسک های غیرسیستماتیک وارد سیستم شده و آسیب جدی به کسب و کارهای این صنعت وارد آید.

فرصتی برای رشد نیست

به نظرم سال ۱۴۰۲ کسب و کارهای حوزه گردشگری وضعیت بدتری نسبت به شرکت های استارتاپی دیگر دارند. اما اگر بخواهم به طور کلی در رابطه با شرکت های استارتاپی صحبت کنم، برآوردم این است که در سال آینده فرصت رشد چندان وجود ندارد. زیرا هم کارآفرینان و هم سرمایه گذاران نسبت به انجام کارهایی از این جنس محتاط تر هستند و ترجیح می دهند سرمایه زمانی و مالی خود را جایی ببرند که بازدهی بیشتری داشته باشد. متأسفانه به دلیل تورمی که در کشور وجود دارد، کسب و کارهایی که مانند استارتاپ ها دارایی محور نیستند، آسیب جدی می بینند. یعنی همه کاری که انجام می دهند، با رشدی که در بازار املاک یا طلا یا ارز اتفاق می افتد، پوچ می شود و ارزش خود را از دست می دهد.



محمد مهدی مؤمنی
مدیرعامل اتری وام



KARANG



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

به ۱۴۰۲ امیدوارم

سید محمد حسین سجادی نیری مدیرعامل شرکت سرمایه گذاری داوین

من سال ۱۴۰۲ را سالی بسیار مهم و حیاتی برای اکوسیستم نوآوری کشور می دانم. در سال ۱۴۰۱ تغییر معاون علمی و فناوری رئیس جمهور و درگیری آن سازمان با موضوع جایگزینی ها و تغییر مدیران آن معاونت، عملاً به حذف یک حامی و بازیگر جدی در اکوسیستم منجر شد و هیچ اقدام مؤثری از آن معاونت دیده نشد. از سویی ناپایداری شرایط صندوق نوآوری و شکوفایی هم بر رکود در این عرصه افزود. تغییرات سازمان بورس و فرابورس و رویکرد محتاطانه این مجموعه ها نیز مزید بر علت شد. ناپایداری مرکز ملی فضای مجازی و نیز درگیر شدن وزارت ارتباطات با اصل مسئله اینترنت نیز باعث شد اقدام مؤثری از این مجموعه ها برای توسعه اکوسیستم دیده نشود (البته تلاش های آقای لاجوردی در وزارت ارتباطات برای توسعه زیرساخت جهت توسعه پلتفرم های بومی ستودنی بود).

از سوی دیگر از سال های قبل نیز با رکود رویدادهای نوآورانه، رکود شکل گیری و موفقیت شتاب دهنده ها و



استارتاپ استودیوها و به صورت کلی رکود جریان ورودی استارتاپی برای اکوسیستم نوآوری مواجه بودیم. مسائل مختلف از جمله بن بست ورود استارتاپ های بزرگ کشور به بورس (با وجود آنکه شاهد ورود تپسی به بورس بودیم اما به خاطر مشکلات موجود بر سر راه دیجی کالا، کافه بازار، اسنپ، علی بابا و... حس باز شدن این مسیر به هیچ وجه به فعالان اکوسیستم القا نشد) و عدم ورود سرمایه گذاری خارجی به اکوسیستم، با بسته شدن جریان خروجی اکوسیستم نیز مواجه بودیم. به عبارتی رود در جریان اکوسیستم با بسته شدن جریان ورودی و خروجی آن به یک شبه مرداب تبدیل شده است که باید برای دوباره به جریان افتادن آن اقداماتی انجام شود.

با این مقدمه، پیش بینی من برای سال ۱۴۰۲ این چنین خواهد بود که امیدوارانه فکر می کنم در سال ۱۴۰۲ از اواخر تابستان و با ورود به نیمه دوم سال، جریان اکوسیستم تا حدی باز خواهد شد. کم کم معاونت علمی و فناوری با استقرار مدیرانش به اقداماتی دست خواهد زد، از جمله اجرایی کردن بخش هایی از قانون جهش تولید دانش بنیان که می تواند به ورود سرمایه به اکوسیستم منجر شود. احتمالاً تغییر رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی یا تثبیت رئیس آن، صندوق را از حالت ناپایدار خارج خواهد کرد و صندوق های پژوهش و فناوری اندکی فعالانه تر عمل خواهند کرد. بورس و فرابورس رفتارهای ریسک پذیر جدی تری بروز خواهند داد و شاهد ایجاد صندوق های جسورانه بورسی جدید خواهیم بود. همچنین امیدوارانه شاهد ورود حداقل دواستارتاپ بزرگ دیگر به بورس یا فرابورس هستیم و ایجاد تابلوی دانش بنیان در فرابورس، استارتاپ ها و شرکت های کوچک تر را نیز راهی بورس خواهد کرد.

به خاطر محدودیت های بین المللی، توسعه برخی از پلتفرم های داخلی پایدارتر و جذاب تر خواهد شد، مانند رقابت ارائه خدمات روی پیام رسان های بومی و شکل گیری استارتاپ هایی در این حوزه که سرویس های خارجی را شبیه سازی می کنند. شاهد توسعه زیرساخت های بومی ابری و CDN خواهیم بود. توسعه راهکارهای مالی و فین تکی و BNPL در ورتیکال هایی مانند سلامت و اقلام زود مصرف و لوازم الکترونیکی و خانگی را شاهد خواهیم بود. اپراتورهای مالیاتی بخش خصوصی در اندازه های بزرگ متولد خواهند شد و امیدوارم با تغییر نگرش بیمه مرکزی ایران به خاطر آیین نامه دانش بنیان وزارت اقتصاد، در حوزه فناوری های بیمه یا اینشورتک با رشد خدمات دیسراپتیو/ تحولی مواجه باشیم. من با وجود تمام اتفاقات تلخ سال ۱۴۰۱، امیدوارانه وارد سال ۱۴۰۲ خواهم شد.

تبدیل تهدید به فرصت

محمد مهدی فاطمیان

مدیرعامل زیبال

در سال ۱۴۰۲، کسب و کارهای حوزه پرداخت به سمت ارتباط بیشتر و نزدیک تر با بانک ها و سایر شرکت های فین تکی مثل لندتک ها، بانک تک ها و... خواهند رفت، چرا که سال پیش رو را می توان سال بقا نامید و کسب و کارهای پرداختی می بایست تلاش کنند تا با نوآوری، ارائه سرویس های ترکیبی و... برای خود تهدیدها را به فرصت بدل کنند و بتوانند در این فضای رقابتی پیشرفت داشته باشند. مسلماً نمی توان از تأثیر مهاجرت نخبگان و اختلالات اینترنت غافل شد، اما شاید بهبود روابط ایران با سایر کشورها و همچنین ایجاد فرصت های بین المللی برای شرکت های حوزه پرداخت بتواند به توسعه بازار پرداخت بیش از پیش کمک کند.

استقبال از لندتک ها

میرمیثم سیدی

مدیرعامل آی تی ساز

در سال ۱۴۰۲ احتمالاً شاهد اتمام کار بسیاری از کسب و کارها خواهیم بود. شرکت ها سیاست انقباضی در پیش گرفته اند تا سبب خود را کوچک کنند، زیرا بنیه مالی مورد نیاز را ندارند. در مورد حمایت از کسب و کارها حرف های بسیاری زده می شود، ولی در عمل اتفاقی نمی افتد. به عنوان مثال ما پروژه ای را برای وزارت ارتباطات با تأیید سازمان فناوری اطلاعات، تعریف کردیم که در زمینه هوش مصنوعی است. این پروژه همین طور مرحله به مرحله بالا رفت تا به کارگروه رسید. در کارگروه کسانی که حتی نمی دانند هوش مصنوعی به چه معناست، در این باره اظهار نظر کردند و در نهایت گفتند این پروژه جزو اولویت ها نیست. هفته بعد وزیر فناوری امارات اعلام کرد که این پروژه جزو اولویت های ما هست و اگر مایل هستید، ما روی آن سرمایه گذاری می کنیم. الان امید ما به جای اینکه به افرادی در داخل کشور باشند، به سمت خارج از کشور است تا بتوانیم با شرکت های خارجی مذاکره کنیم و محصولاتی را که تولید می کنیم، در اختیار آنها قرار دهیم.

در حوزه فین تک یکی از بخش هایی که احتمالاً در سال آینده رشد خوبی خواهد داشت، حوزه لندتک است، زیرا زیرساخت های لازم برای آنها تا حدودی ایجاد شده و مردم هم از آن استقبال می کنند. حتی کسب و کارهای بزرگی چون دیجی کالا و اسنپ نیز به سمت این بخش رفته اند و فروش اقساطی کالا و خدمات خود را راه اندازی کرده اند. با توجه به تورمی که داریم و بانک ها نیز موظف به پرداخت تسهیلات خرد شده اند، پلتفرم هایی شکل خواهند گرفت که واسط بانک ها و مردمی باشند که می خواهند تسهیلات خرد دریافت کنند.



اندک فرصت‌هایی برای اکوسیستم اقتصاد نوآوری

شهاب جوانمردی

مدیرعامل فناپ

با توجه به وقایع سال ۱۴۰۱، پیش‌بینی می‌کنم در سال آینده جریان ورود سرمایه‌های جدید به اکوسیستم اقتصاد نوآوری کمرنگ شود و نرخ پدید آمدن شرکت‌های استارت‌آپی و طرح‌های تجاری کوچک به دلایل متعددی کاهش پیدا کند. اینکه شرکت‌ها فقط از نظر سهامی ارزشمند و همیشه گرفتار دغدغه نقدینگی باشند، به‌مرور به از دست رفتن مطلوبیت‌شان منجر خواهند شد. با این حال هنوز در این شرایط فرصت‌هایی وجود دارد.

یکی از این فرصت‌ها حرکت طرح و ایده از وی‌سی به سی‌وی‌سی است و این یعنی طرح و ایده‌ها در زنجیره ارزش صنایع بزرگ‌تر که در نرخ تولید ناخالص ملی هم مؤثرند، قرار بگیرند تا با اتصال آنها به صنایع دیگر و رفع معضلات‌شان، ارزش افزوده‌هایی را افزایش دهند.

از سویی دیگر رویکردهای ماه‌های اخیر بازار سرمایه نشان می‌دهد بورس آماده تأمین مالی و پذیرش طرح‌های تحول‌ساز است؛ شرکت‌ها و طرح‌هایی که ابعاد بزرگی در اقتصاد دیجیتال دارند و از قدم‌های ابتدایی می‌توان به پذیره‌نویسی آن فکر کرد، از این مدل ایده‌ها هستند. به سرانجام رسیدن این ایده مستلزم اتصال بازیگران اقتصاد دیجیتال به سایر بخش‌های اقتصادی، تأمین سرمایه اولیه و دانش فنی و سپس تأمین مالی توسط مردم در بازار بورس است.

اینها نمونه‌ای از فرصت‌های موجود در اکوسیستم اقتصاد نوآوری هستند که توسط استارت‌آپ‌ها قابلیت اجرایی شدن دارند. از سمتی دیگر در سال ۱۴۰۲ باید به شرکت‌ها و طرح‌های بزرگ توجه کرد تا آنها محرکی برای تکمیل زنجیره استارت‌آپ‌ها باشند.



عوارض زلزله هشت ریشتری

شهریار ازهاریان فر

بنیان‌گذار شرکت نردبان اندیشه فردا

سالی که گذشت، آبستن حوادث بی‌شماری برای اکوسیستم نیمه‌جان استارت‌آپی ایران بود. فیلترینگ گسترده شبکه‌های اجتماعی و افتادن به جان اینترنت و فیلترهای پی‌درپی فروشگاه‌های عرضه اپ، تنها بخشی از اتفاقاتی است که در راستای نابودی اکوسیستم روی داد. بدون شک سال جدید با ادامه همین روند بسیاری از کسب‌وکارها با مشکلات بزرگ و کوچکی روبه‌رو خواهند شد که حیات آنها را به خطر خواهد انداخت و اساساً این سؤال مطرح می‌شود که تا کجا می‌توان این محدودیت‌ها را تحمل کرد و چرا باید در این شرایط همچنان به تولید محصول ادامه داد؟

عمده مشکلات اکوسیستم در گرو اقتصاد کلان کشور



مسئله رگولاتوری

مهدی عبادی

مدیرعامل وندار

کماکان مسئله اصلی حوزه فین‌تک، مسئله رگولاتوری است. این را ممکن است ما در دسته محدودیت‌های عمومی بگذاریم یا نه؛ اما احتمالاً در سال‌های پیش رو همچنان این مسئله، برای فین‌تکی‌ها مهم‌ترین خواهد بود. دلایل هم این است که نگاه رگولاتور هنوز نگاه توسعه‌محور نشده و عموماً محدودیت‌زاست.

اگر بخواهیم از این مسئله عبور کنیم، دومین مسئله‌ای که تمام استارت‌آپ‌ها با آن مواجه خواهند بود و طبیعتاً کسب‌وکارهای حوزه فین‌تک را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد، مسئله سرمایه‌گذاری است. سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها در ایران به شدت کاهش پیدا کرده و عملاً صندوق‌ها یا سرمایه‌گذاری نمی‌کنند یا اساساً پولی ندارند که بخواهند سرمایه‌گذاری کنند. طبیعی هم هست، با شرایط اقتصادی کنونی، اگر پولی هم وجود داشته باشد، دست و دل سرمایه‌گذاران چندان به سمت سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها نخواهد رفت.

درباره ترند حوزه فین‌تک در سال ۱۴۰۲، من فکر می‌کنم پرداخت با BNPL به شدت رشد می‌کند که دلایل متفاوتی دارد. اولاً اینکه در دنیا ترند است و طبیعتاً این ترند جهانی

و روند گسترش رکود تورمی، سیاست خارجی، ادامه محدودیت‌های دسترسی همگانی به اینترنت، فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و فروشگاه‌های توزیع اپلیکیشن‌ها، ادامه اختلال در صنعت پرداخت و پرداخت‌یاری‌ها، نیروی انسانی و انگیزش و صادرات است. صنعت بازی‌های رایانه‌ای نیز متأثر از فیلترینگ شدید اینترنت، مضاعف بر موارد فوق‌الذکر، با مشکلات بسیار بیشتری مواجه خواهد شد. با فیلترینگ گوگل‌پلی و اختلال در انواع سرویس‌های آنلاین، بسیاری از تیم‌ها با کاهش ۸۰ درصدی منابع مالی روبه‌رو شده‌اند و در آستانه تعطیلی هستند. به صورت مشخص عوارض این زلزله هشت ریشتری به کوچک شدن تیم‌ها و فشار بیشتر و کوچک شدن پروژه‌ها منتهی خواهد شد. سیاست کوتاه‌مدت و راهبرد اساسی در این زمینه برای جلوگیری از تعطیلی و مهاجرت بسیاری از متخصصان، چندمهارتی است که افزایش فشار بر نیروی کار را در پی خواهد داشت. ادامه اختلال در اینترنت و فیلترینگ به تحلیل و فرسایش اکوسیستم و اختلال جدی در روند طبیعی رشد شرکت‌ها و محصولات منجر خواهد شد. این بدین معناست که شرکت‌ها باید با نیروی انسانی بسیار کمتر اما کار دوچندان، با کوهی از مشکلات دست‌وپنجه نرم کنند. از طرفی با تورم ۵۰ درصدی کشور و افزایش نرخ دستمزد، بسیاری از شرکت‌ها تاب‌آوری خود را از دست خواهند داد و این اختلال جدی و مستقیم در چرخه کسب‌وکارها ایجاد می‌کند که نهایتاً به پدیده بیکاری، مهاجرت، چندمهارتی، تعطیلی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و در نهایت مهاجرت در سایه خواهد انجامید. این موضوع می‌تواند تشدید خروج بخشی از نیروی انسانی با تخصص بالا به سمت بازارهای جهانی را به همراه داشته باشد. لذا سال آتی با توفندهای ناپیوسته بسیاری روبه‌رو خواهیم بود که بسیاری از آنها مبتلابه وضعیت عمومی کشور در عرصه سیاست داخلی و خارجی و اقتصاد و فرهنگ است. لذا قطعات این پازل چنان به یکدیگر متصل هستند که نمی‌توان با رفع یک عامل، منتظر مرتفع شدن تمامی مشکلات باشیم.

روی ایران هم تأثیر می‌گذارد. دوم اینکه قدرت خرید مردم پایین آمده و BNPL احتمالاً می‌تواند بخشی از قدرت خرید از دست‌رفته مردم را به آنها بازگرداند. در نهایت چالش منابع انسانی با توجه به موج جدید مهاجرت، در سال ۱۴۰۲ به شدت جدی خواهد بود و حتماً شرکت‌های بسیاری با این چالش دست‌وپنجه نرم خواهند کرد.



دیدگاه POINT OF VIEW



اکوسیستم در حال پوست‌اندازی است

سال ۱۴۰۲ از مناظر اقتصادی از سال ۱۴۰۱ سخت‌تر خواهد بود. دلایل متعددی هم برای آن وجود دارد. ولی من با نگاه برخی دوستان که از پایان اکوسیستم صحبت می‌کنند، به هیچ عنوان موافق نیستم و احساس می‌کنم اکوسیستم در حال پوست‌اندازی است.

البته برخی مجموعه‌ها به دلایل گوناگون دچار آسیب می‌شوند یا تا امروز دچار آسیب شده‌اند و ممکن است نتوانند کسب‌وکار خود را ادامه دهند. قطعاً در این میان تاب‌آوری شرکت‌های بزرگ‌تر بیشتر از شرکت‌های کوچک‌تر است. از طرف دیگر به نظرم برخی سرمایه‌گذاران این کار را ادامه نخواهند داد، به‌خصوص سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت نخواهند داشت.

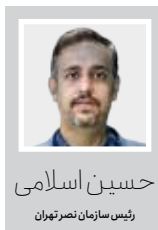
ولی برخی سرمایه‌گذاران حداقل برای کوتاه‌مدت وارد این اکوسیستم خواهند شد، زیرا قیمت بعضی از کسب‌وکارهایی که شاید چند ماه پیش بیشتر از حالا بود، پایین‌تر آمد و

عده‌ای از سهام‌داران راضی هستند که با قیمت کمتری کسب‌وکار خودشان یا بخشی از سهام خود را واگذار کنند. لذا در افق کوتاه‌مدت انتظار داریم بعضی از مجموعه‌های سهام‌داری جدید را ببینیم. به‌خصوص مجموعه‌های سنتی و معدنی را به عنوان علاقه‌مندان به این اکوسیستم می‌بینم. همین انتخابات اتاق نویدبخش است، زیرا استقبال ویژه‌تری از حوزه فاوا و حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان برای حضور در هیئت نمایندگان شده است.

روند دیگری که با توجه به وضعیت اقتصادی می‌بینم و به طور مداوم رصد می‌کنم، رشد لندتک‌هاست. به نظر می‌رسد این حوزه آرام‌آرام قدرت و قوت می‌گیرد و از آن استقبال می‌شود. اقداماتی شبیه به ادغام مدل نت‌برگ و تخفیفان را نیز احتمال می‌دهم که به دلایل متعدد تشدید شود. گردشگری داخلی نیز با توجه به اینکه از کرونا عبور کرده‌ایم و وضعیت جامعه ملتهب بوده و مردم از نظر اقتصادی در تنگنا هستند و تقاضا برای سفرهای خارجی کمتر شده، احتمالاً رونق می‌گیرد و توسعه پیدا می‌کند.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



حسین اسلامی
رئیس سازمان نصر تهران



سال ثبات

من فرد خوش بینی هستم و گمان می‌کنم سال آینده بهتر از سالی که گذشت، باشد. بالاخره سیستم نوپای نوآوری و استارت‌ابی کشور یک سال بزرگ‌تر شده است.

ما یک اکوسیستم ۵۰ ساله نداریم که یک سال ۲ درصد از عمرش باشد، بلکه اکوسیستمی تقریباً ۱۰ ساله داریم که این یک سال ۱۰ درصد از عمرش را تشکیل می‌دهد. بنابراین من فکر می‌کنم بلوغ در اکوسیستم در حال افزایش است و از رفتارهای هیجانی و پیش‌بینی‌های اشتباه ناشی از عدم تجربه، فاصله می‌گیریم و افراد با واقع‌بینی بیشتری عمل می‌کنند.

به نظر نمی‌رسد سرمایه‌گذاری در سال آینده از سال ۱۴۰۱ متفاوت‌تر و بیشتر باشد ولی فکر می‌کنم در مورد برخی پارامترهایی که ما را هنوز در فضای ابهام گذاشته، سال آینده می‌توانیم نظر قطعی بدهیم که یا اصلاح می‌شوند یا در همان وضعیت باقی می‌مانند.

ثبات سال آینده را بیشتر از امسال می‌دانم و به نظرم اتفاقاتی که بنا بوده به خاطر شرایط محیطی رخ دهد، امسال تا حد زیادی رخ داده و دیگر نوسانات عجیب و غریبی در سال آینده نخواهیم داشت. هم از نظر سیاسی و اقتصادی و هم از لحاظ فرهنگی و اجتماعی سال باثبات‌تری را نسبت به ۱۴۰۱ شاهد خواهیم بود.

به طور کلی نیز گمان می‌کنم سال آینده برای ایده‌هایی در حوزه هوش مصنوعی و اینترنت اشیا فرصت‌های خوبی وجود داشته باشد.

به نظر نمی‌رسد در حوزه پلتفرم‌ها اتفاق جدیدی را شاهد باشیم و کسب‌وکارهایی که سال‌های قبل شکل گرفته‌اند، کمی بزرگ‌تر می‌شوند. از سال آینده نه انتظار چالش عجیب و نه جهشی بزرگ را دارم.

یک امیدواری شکننده

فرزین فردیس

رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال اتاق بازرگانی تهران

سال ۱۴۰۱ سال بسیار سختی برای اکوسیستم نوآوری کشور بود، علی‌الخصوص که مجموعه اتفاقات طوری در اقتصاد کلان و فضای اجتماعی کشور رقم خورد که مهم‌ترین سرمایه اکوسیستم، یعنی جوانان خلاق، پرانگیزه و بامهارت روحیه و انگیزه‌شان را برای ماندن در ایران و تلاش کردن و ساختن از دست دادند و قصد و میل و اقدام‌شان را به مهاجرت یا تشدید کردند یا تصمیم گرفتند کسب‌وکار استارت‌ابی و نوآورانه‌شان را تعطیل کنند و کارمند شوند یا هرچه سریع‌تر از کشور بروند.

با این وجود شخصاً به سال ۱۴۰۲ امیدوارم و امیدم ناشی از چند اتفاق خوبی است که در حال وقوع است. یکی اینکه به نظر می‌رسد بخش‌هایی از حاکمیت که معمولاً در شرایط بسیار سخت عقلانی عمل کرده و سعی کرده هسته‌های خشن و تندرو حکمرانی را کنترل کند، وارد عمل شده و تصمیم گرفته بیش از این اجازه ندهد ناامیدی در میان جوانان ایجاد شود و فضای اقتصاد کلان کشور با تلاطم روبه‌رو شود. می‌بینیم بعضی از کارهایی که سال‌های سال است گفته می‌شود بایستی انجام شود، در حال وقوع هستند.

البته این امیدواری من، یک امیدواری بسیار شکننده است. اگر مجموعه حکمرانان کشور به فرایند اصلاحی‌شان در ابعاد مختلف، از اقتصاد کلان گرفته تا گشودگی در فضای اجتماعی و کاهش محدودیت‌های اینترنت و امثالهم ادامه ندهند و به یکی دو اقدام تا به



کسب‌وکار
BUSINESS

شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

سال مه‌آلود

محمود کریمی

مدیرعامل شرکت سکوی خلق آینده

حال انجام شده بسنده کنند، مسلماً پاسخگوی حجم خبرهای منفی و تخریبی که وجود دارد، نیستند و نمی‌توانند به طور کامل جبران‌کننده لطماتی باشند که طی این مدت وارد شده است. با همه این حرف‌ها و با وجود اینکه امیدوارم ۱۴۰۲ از ۱۴۰۱ سال بهتری باشد، سال آینده را سال سختی مخصوصاً در بخش نقدینگی می‌دانم. بنگاه‌ها و استارت‌آپ‌ها بسیار در این بخش با مشکل مواجه خواهند شد و اکیداً باید نقدینگی خود را مدیریت و کنترل کنند و حواس‌شان باشد برای چه چیزهایی هزینه می‌کنند و اگر حیاتی‌ترین فرایندهای توسعه‌ای دارند، چطور آن را مدیریت کنند.

شانس دیگری که می‌تواند در اکوسیستم وجود داشته باشد، تزریق بخشی از سرمایه‌های شرکت‌های بزرگ و متمول اقتصاد است که می‌تواند در قالب طرح جهش تولید دانش‌بنیان به سمت اکوسیستم نوآوری بیاید و آنها به جای پرداخت بخشی از مالیات، همان سرمایه را در اکوسیستم نوآوری بیاورند و کمک کنند تا برخی شرکت‌های توانمندتر این حوزه که توانسته‌اند خود را حفظ کنند و سرپا نگه دارند، بتوانند از این منابع مالی بهره‌مند شوند. ولی به نظر سرعت شکل‌گیری فکرها و اندیشه‌های جدید و استارت‌آپ‌های کوچک اولیه نسبت به سال‌های گذشته کند خواهد شد و صرفاً برخی مجموعه‌های متوسط و بعضاً بزرگ که

۱. مطلوبم این است که سال ۱۴۰۲ را خلاف بسیاری از پیش‌بینی‌هایمان زندگی کنیم. واقع‌بینی این اجازه را نمی‌دهد، اما در خیال شدنی است. این سال می‌توانست امیدآفرین و پر از شوق باشد اگر...

۲. برای این یادداشت، پیشینه این اکوسیستم جوان و سال‌هایی که بر آن گذشته را مرور کردم. ارکانی که در آن شکل گرفتند و روشی که با یکدیگر هم‌پایی کردند (و نکردند)، ابعادی که در اقتصاد و تأثیری که بر محیط کسب‌وکار داشتند و آنچه اکنون دارند و ندارند. فکر می‌کنم به کسانی که حضور داشتند و آنها که از پیش چشم‌مان دور شده‌اند. به یاد می‌آورم حاضران و غایبان را، فعالان و ناظران را.

خبرهای فصل زمستان را مرور می‌کنم و موضوع نشست‌هایی که برگزار شده‌اند. نمی‌دانم اگر از ابزارها و موتورهای هوش مصنوعی پرآوازه امروزی بخواهم که برایمان تصویری از گذشته و آینده این اکوسیستم بدهند، در این دو قاب چه ترسیم می‌کنند و چه پیش چشم ما نقش می‌بندد؟

۳. شرایط محیط کسب‌وکار، نرخ بالای تورم، لجام‌گسیختگی بازار ارز، سیاست‌های محدودکننده، شتاب گرفتن نرخ مهاجرت، مبهم ماندن خروج از سرمایه‌گذاری‌های گذشته، محدودیت‌های ارتباط با دنیا، آسیب‌پذیری صاحبان سرمایه و ترجیح دست به عصا پیش رفتن ایشان، تصمیم‌گیری برای اقدام‌های جسورانه را تحت تأثیر منفی قرار داده است. نه بازار، رونق و شرایط پذیرش رشد سریع یک کسب‌وکار را دارد و نه بازیگران آن تاب و توانی برای پر

با درایت سالیان گذشته توانسته‌اند خودشان را با وجود همه سختی‌ها حفظ کنند، موفق به جذب برخی از این سرمایه‌ها و منابع می‌شوند که در این صورت امکان رشد و بقای خود را به شکلی فراهم می‌کنند.



ریسک تاختن. نتیجه مشخص آن پرهیز از باز کردن پرونده‌های جدید و ترجیح به محافظه‌کاری است. ۴. سیاست‌های جاری و پیامدهای آن انگیزه‌های درونی و پایداری جوان‌ها و خانواده کارآفرینی را برای ساختن‌های جدید آسیب زده است. آسمان این اکوسیستم به حدی مه‌آلود شده که دیدن دور دست جذاب، نشدنی به نظر می‌آید. با این حال، برای مردمان این اکوسیستم به گمانم هنوز قدرت امید بر ترس غالب است. همه دوست دارند اتفاقی رخ دهد که راهی برای گشایشی محسوس باز کند.

توان تاب‌آوری بالا، هوشمندی زیاد، چابکی و انعطاف بسیار، از نیازمندی‌های به سلامت گذر کردن از روزگار پرابهام پیش رو است.

۵. خانواده این اکوسیستم، روزها و ماه‌های دشواری را تجربه کرده‌اند که خروج از آن، به شرط تغییرات مثبت محیط کسب‌وکار، نیازمند زمان است. توصیه عالمان، افزایش حد مشارکت‌ها و تعامل‌هاست؛ استفاده از فرصت‌های هم‌افزایی بازیگران مختلف اکوسیستم، بازنگری در رویه‌های پیشین و اقدام به تغییرات استراتژیک، جدی گرفتن فرصت ادغام‌ها، پذیرش شراکت با بازیگران بزرگ و شکل‌گیری صندوق‌های مشترک سرمایه‌گذاری.

امیدوارم سال ۱۴۰۲ را با طلوعی درخشان شروع کنیم. به قدری درخشان که دلگیری افق پیش‌بینی‌های سخت را از ذهن‌مان بزداید و در پایان بهار، از خطا درآمدن پیش‌بینی‌ها خرسند باشیم.

شرایط بسیار سخت است، ولی آدم‌ها به امید زنده هستند. اتفاقاتی که افتاد، اعتراضات و اختلالات اینترنت، باعث محدود شدن فعالیت‌های اپلیکیشن‌ها شد، ولی باید امید داشته باشیم. به نظر من سال آینده رکودی نسبی در حوزه تجارت الکترونیک خواهیم داشت که این رکود از دو جهت اتفاق خواهد افتاد. اول اینکه تقریباً زمان زیادی از همه‌گیری کرونا گذشته و مردم دوست دارند به زندگی معمولی برگردند. در نتیجه تجارت الکترونیک و حوزه لجستیک دچار رکود خواهد شد، چون مردم به سمت خرید حضوری متمایل خواهند شد. دوم اینکه با توجه به شرایط اقتصادی پیچیده کشور، سرمایه‌گذاران کمتر به سمت اکوسیستم نوآوری می‌آیند. دلیل این مسئله مبهم‌بودن قوانین در حوزه‌هایی است که اطلاع‌رسانی محور هستند. احتمالاً برگزاری رویدادها با محدودیت و سختگیری بیشتری مواجه می‌شوند و در نتیجه استارت‌آپ‌ها هم محدود خواهند شد. این اتفاق بر شکل‌گیری اکوسیستم تأثیر منفی می‌گذارد. نکته دیگر در مورد حوزه لجستیک این است که تغییرات از لحاظ زمانی دیرتر متوجه آن خواهد شد. به همین دلیل تأثیرات تغییرات و اتفاقات سال ۱۴۰۱ به‌علاوه تأثیرات دوران پساکرونا در سال بعد در حوزه لجستیک نمایان خواهد شد. در نتیجه حوزه لجستیک دچار رکود شدیدی می‌شود، ولی از طرف دیگر فناوری در این حوزه رشد خواهد

حال بد مردم و استارت‌آپ‌ها

بابک سهرابی

مدیرعامل جاجیگا

به نظر می‌رسد سلسله تصمیمات نادرست حاکمیت و دولت مستقر تمامی ندارد و واضح است که آقایان تسلطی بر اوضاع ندارند؛ چه در حوزه مسائل اقتصادی، چه در حوزه مسائل اجتماعی و چه در حوزه سیاست داخلی و بین‌الملل. اوضاع در همه این بخش‌ها ناپسامان است. استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا قرار است در چنین بستری کار خود را ادامه دهند. فضای استارت‌آپی به اندازه کافی ابهام دارد و ذاتاً پرریسک است، در جامعه‌ای که ریسک‌های اجتماعی و اقتصادی چندین برابر نرمال است، مسلماً کار بسیار دشوارتر می‌شود و احتمال اینکه بتوانیم از این دوره به سلامت عبور کنیم، بسیار پایین می‌آید. در این فضا احتمال شروع و موفقیت یک استارت‌آپ جدید بسیار پایین است. بنابراین من پیش‌بینی‌ام راجع به استارت‌آپ‌هایی است که قبلاً کارشان را انجام داده‌اند و مخاطب خود را پیدا کرده‌اند و در دوره رشد هستند. برای این استارت‌آپ‌ها، تحقق رشد بسیار دشوار خواهد بود؛ یادمان هم نرود که استارت‌آپ‌ها با رشد سریع‌شان معنی می‌گیرند. در یک بستر اجتماعی صدمه‌دیده و مأیوس و با آینده‌ای مجهول، رشد کردن اگر هم امکان‌پذیر باشد، بسیار پرهزینه و لاغر است.

ما در حوزه گردشگری در واقع «حال خوب» عرضه می‌کنیم و «خوشحالی» موضوعی است که در این شرایط اجتماعی خریدار ندارد. تورم فعلی نیز اوضاع را پیچیده‌تر می‌کند. در حوزه کاری

کرد، زیرا هزینه‌های منابع انسانی، مکان و سرمایه‌های انسانی بالا می‌رود و شرکت‌ها مجبورند به این سمت بروند تا بتوانند هزینه‌هایشان را کاهش داده و خدماتی با فناوری‌های بالاتر به مشتری ارائه دهند. این شرکت‌ها به سمت ارائه سرویس‌هایی مثل پیکاپ و جمع‌آوری می‌روند، زیرا فروشگاه‌ها در حال کوچک‌تر شدن هستند و به این سرویس احتیاج دارند. احتمالاً فروشندگان کوچک در سطح کشور از طریق مارکت‌پلیس‌هایی مثل دیجی کالا و باسلام و... بیشتر قوت می‌گیرند و این موضوع کار را برای ارائه سرویس‌های یکپارچه توسط ارائه‌دهندگان سخت می‌کند. در نتیجه در سال ۱۴۰۲ شرکت‌هایی که بتوانند خدمات جمع‌آوری و فرست‌مایل بهتری ارائه دهند، می‌توانند حجم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهند. به نظرم شرکت‌های حمل‌ونقل در سال جدید باید روی پیکاپ و جمع‌آوری محصولات از محل خود کسب‌وکارها سرمایه‌گذاری کنند. از سرویس‌های دیگری



که این دست شرکت‌ها باید به آن توجه کنند، سرویس فول فیلمنت است. این سرویس در سال ۱۴۰۲ بازار بهتری خواهد داشت، زیرا کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دیگر نمی‌توانند هزینه انبارهایشان را تأمین کنند و به سمت شرکت‌هایی مثل روناد می‌روند که کارهای فول فیلمنت را برایشان انجام دهند؛ یعنی محصولات‌شان را نگه دارند و کارهای ارسال را با هزینه و درگیری کمتر مدیریت کنند.

در کل فکر می‌کنم امسال برای صنعت لجستیک سالی توأم با رکود و نوآوری بالا خواهد بود. رکود از این نظر که حجم سفارش‌ها کمتر می‌شود. نوآوری هم از این جهت که به‌خاطر کاهش درآمدها، به سمت حذف هزینه‌ها می‌روند که باعث می‌شود نوآوری در این حوزه به‌شدت بالا رود و ماهیت سنتی که در این چند سال بوده و اجازه نمی‌داده که این حوزه وارد موضوع تجارت الکترونیک و نوآوری شود، از بین می‌رود و با صنعت لجستیکی های تک‌تر مواجه خواهیم بود.

ولی سهم رزرو آنلاین اقامتگاه از کل بازار بیشتر می‌شود، زیرا این محصول در واقع مخاطب خود را پیدا کرده و برایش ارزش ایجاد می‌کند. ما سهم بیشتری از آن بازار کوچک‌تر را در اختیار می‌گیریم و مجموعاً رشد می‌کنیم. در حالی که پتانسیل صنعت گردشگری در ایران بسیار بسیار بیشتر از این اعداد است.

مسئله مهم دیگری که با آن مواجه هستیم، مهاجرت است. زمانی از مهاجرت نیروهای کارشناس صحبت می‌کردیم، بعد این موج به مهره‌های کلیدی و مدیران ارشد رسید، ولی حالا نوبت به مهاجرت بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها رسیده است. در حالی که این افراد از پوست‌کلفت‌ترین اجزای اکوسیستم هستند که همیشه صحبت از ماندن و جنگیدن و ساختن می‌کرده‌اند و این نشان می‌دهد که دیگر «کارد به استخوان رسیده».

اکوسیستم استارت‌آپی مردمی‌ترین بخش اقتصاد ایران است، پس وقتی هم حال مردم بد است و هم جیب‌شان خالی است و هم آینده‌شان مبهم است، ما هم که بخشی از این مردم هستیم، لاجرم صدمه می‌بینیم و حال‌مان بد خواهد بود. مجموعه این عوامل باعث می‌شود که سال آینده را سالی سخت برای اکوسیستم استارت‌آپی بدانیم که استراتژی‌اش نه تلاش برای رشد که حفظ بقاست.

باهمه این شرایط من همچنان امیدوارم به آینده‌ای که روشن است. امیدوارم عده‌ای «دیوانه‌جان سخت» پیدا شوند که در کنار هم بمانیم و بجنگیم و پس بگیریم. به‌قول استیو جابز، «افرادی که آن‌قدر دیوانه هستند که فکر می‌کنند می‌توانند دنیا را تغییر دهند، کسانی هستند که واقعاً این کار را می‌کنند.»



ادامه از صفحه ۱۵

پیش‌بینی ۱۴۰۲ پاسخ به یک پرسش دشوار

انقلاب صنعتی چهارم مدت‌هاست که شروع شده، ولی کارهای بسیاری هست که انجام نشده و ما می‌توانیم نیرو و تخصص خود را در این حوزه‌ها استفاده کنیم. اگر خودمان را با آن هماهنگ کنیم، می‌توانیم فرصت‌هایی برای توسعه فناوری در کشور و حتی فروش و صادرات داشته باشیم. در مقابل تهدیدهایی هست که به اندازه کافی در مورد آنها صحبت شده و بی‌ثباتی نرخ ارز و تورم و بلاتکلیفی روابط بین‌المللی از آن جمله‌اند.

به شکلی باور دارم که روزهای سخت می‌توانند مقدمه تحولات بزرگی در زندگی و کسب‌وکار ما باشند. مشکلات مشترک شرکت‌ها را به هم نزدیک می‌کند و درک این مطلب که این شرکت‌ها می‌توانند صنعت و مجریان و متولیان آن را هماهنگ کنند، اجازه می‌دهد همکاری و همگرایی به وجود بیاید. در روزهای سخت، همکاری بازوهای صنفی و تخصصی بسیار ضروری است و نقش انجمن‌ها و سازمان‌های صنفی علی‌الخصوص سازمان نظام صنفی رایانه‌ای می‌تواند بسیار پررنگ باشد. این تشکل‌ها می‌توانند از یک طرف چهارچوب اخلاق کاری را ایجاد کنند و از طرف دیگر در بالابردن کیفیت و بهره‌وری شرکت‌ها برای رقابت در بازار سالم مؤثر باشند و مانند کالا و خدمات شبه‌عمومی که دستیابی به آنها از عهده شرکت‌های منفرد خارج است، دانش و امکاناتی در اختیار شرکت‌ها قرار دهند، تعرفه‌های عادلانه تدوین کنند و از آن دفاع کنند و در مناقشات و اختلافات صنفی داوری کنند. وقتی شرکت‌های فناوری اطلاعات پراکنده هستند، صدمه‌پذیرند و وابسته به تیم‌های محدود و کوچک فنی. یک صنف قدرتمند می‌تواند از منافع همه حمایت کند و راهگشای بالابردن بهره‌وری باشد، به وحدت رویه و استانداردهای فنی روزآمد برسند و با سرعت و اطمینان پروژه‌های خود را به پیش ببرند. همچنین مطالبه‌گر باشد؛ به گونه‌ای که رضایت همه تأمین شود. نکته قابل توجه این است که هر قدر جلوتر برویم، لزوم این همکاری بیشتر خواهد بود.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



برای سال ۱۴۰۲ برنامه ریزی کنید

مراقب رتبه اعتباری خود باشید

این روزها اگر برای دریافت تسهیلات سری به بانک‌ها یا پلتفرم‌های لندتکی زده باشید، بعد از سلام با شما در خصوص رتبه اعتباری صحبت می‌کنند. اگر در قدم اول کف رتبه اعتباری را داشته باشید، اجازه دارید وارد مراحل بعدی دریافت تسهیلات شوید.

اما این رتبه اعتباری چگونه شکل می‌گیرد؟ شرکت مشاوره رتبه‌بندی ایرانیان تنها مؤسسه دارای مجوز از بانک مرکزی است و با توجه به اطلاعاتی که در اختیار دارد، رتبه اعتباری افراد را تعیین می‌کند.

این رتبه اعتباری از رفتار مالی افراد در طول سالیان نشئت می‌گیرد. اگر شما در سالیان گذشته توانسته باشید از هفت‌خوان دریافت وام گذشته باشید و اقساط آن را با توجه به شرایط اقتصادی به‌موقع پرداخت کرده باشید، به مهم‌ترین مؤلفه شما برای دریافت رتبه اعتباری تبدیل می‌شود.

رتبه اعتباری از یک تا هزار تعریف می‌شود و شما باید بتوانید حداقل ۵۰۰ امتیاز کسب کنید تا وارد فرایند دریافت وام شوید.

در این بین باید مراقب باشید که رفتار شما در بازپرداخت وام دانشجویی هم بی‌تأثیر نیست و برای بسیاری همین مؤلفه باعث شده تا به رتبه اعتباری‌شان به‌شدت آسیب وارد شود.

علاوه بر این رفتار شما در استفاده از دسته‌چک هم بسیار مهم است؛ چراکه چک برگشتی از دیگر مؤلفه‌های رتبه اعتباری است، اما به اندازه تسهیلات تعیین‌کننده نیست.

اما اگر هیچ‌کدام از این مؤلفه‌ها را نداشته باشید، باید با دریافت وام تا حد زیادی خداحافظی کرده یا به دریافت عدهای حداقلی تسهیلات بسنده کنید تا رتبه اعتباری خود را بسازید.

شاید بسیاری که در طول سالیان از دریافت وام و تسهیلات فراری بودند تا حدی اکنون پشیمان باشند. نسل زد نیز در این مسیر با چالش جدی مواجه است؛ چراکه با شرایط کنونی عملاً هیچ‌گونه رتبه اعتباری ندارند.

البته در دنیا مؤلفه‌های دیگری از جمله نحوه بازپرداخت قیوض در رتبه اعتباری افراد اثرگذار است و حتی برخی مؤسسات، به‌خصوص برای نسل زد ریسک تسهیلات‌دهی را به عنوان یک شاخص در نظر می‌گیرند، اما در ایران هنوز تا رسیدن به چنین فضایی راه بسیار است. هرچند سرویس‌های BNPL در طول سال‌های اخیر مسیر را باز کرده‌اند، اما کماکان محافظه‌کاری خاص خود را در این مسیر دارند یا هنوز رفتار اعتباری افراد در این سرویس‌ها به شکل عمومی در دسترس نیست که بتواند روی رتبه اعتباری افراد تأثیرگذار باشد.

پس مراقب رفتار مالی خود باشید تا در بزرگراه‌ها از آن پشیمان نشوید.



درباره اهداف و مأموریت‌های ثروت ستارگان

حمید نصیری

مدیرعامل شرکت مدیریت ثروت ستارگان

بتوانیم به حوزه بین‌الملل هم وارد شویم. این رویکرد نیز در حال مطالعه و امکان‌سنجی است. بر این اساس، ما در سال ۱۴۰۱ حدود ۲۵ میلیارد تومان روی استارت‌آپ‌های مختلف سرمایه‌گذاری و افزایش سرمایه کردیم. عمده فعالیت ما در سال ۱۴۰۱ بر سه بخش متمرکز شد. بخش اصلی فعالیت ما مربوط به سامان‌دهی وضعیت پورتفوی شرکت بود. پورتفوی شرکت مدیریت ثروت ستارگان، بزرگ‌ترین پورتفوی حوزه فین‌تک کشور است. حدود ۲۰ استارت‌آپ فعال در پورتفوی شرکت وجود دارند. باید به وضعیت این استارت‌آپ‌ها و پورتفوی رسیدگی می‌شد و تقریباً ۷۰ درصد انرژی خود را معطوف به این مسئله کردیم. بخش دیگر انرژی خود را صرف سرمایه‌گذاری روی حوزه‌های جدید کردیم. سامانه «ستاره‌شو» را در پرتال شرکت مدیریت ثروت ستارگان راه‌اندازی کردیم. افزایش سرمایه هم داشتیم و توانستیم خرید دارایی و ساختمان‌سازی داشته باشیم.

سرمایه‌گذاری‌های ما عمدتاً روی شرکت‌های استارت‌آپی «نیوکاش» (حوزه گردشگری و پرداخت)، شرکت «آرکیچا» (حوزه امنیت)، «شاکلید» (حوزه احراز هویت و امضای دیجیتال) و «رادین» (حوزه راهکارهای بانکی) بود. هم‌سرمایه‌گذاری‌هایی که انجام شد نیز با مجموعه‌های داده‌پردازی پاریسان، فینووا و فینوداد بود. به‌علاوه ما در پورتفوی ثروت ستارگان دو صندوق داریم. یکی از آنها صندوق پژوهش و فن‌آوری توسعه سریع و دیگری صندوق جسورانه ستاره برتر است. بحث هم‌سرمایه‌گذاری و همکاری‌های مشترک ما از طریق این دو صندوق نیز انجام می‌شوند. آخرین سرمایه‌گذاری که انجام دادیم، روی استارت‌آپ شاکلید بود که همان‌طور که اشاره کردم، در حوزه هویت دیجیتال و امضای دیجیتال فعالیت می‌کند و این سرمایه‌گذاری با همکاری صندوق جسورانه برتر انجام شد.

از سویی دیگر، بخش عمده اقدامات سامان‌دهی پورتفوی، مربوط به اصلاح ساختار مالی و حقوقی شرکت‌های استارت‌آپی بود. با مشاوره‌هایی که در مورد ساختارهای حقوقی شرکت‌ها انجام دادیم، مشخص شد باید کارهایی از سال‌های قبل در راستای بهبود ساختارهای آنها انجام می‌شد که متأسفانه انجام نشده بود. در سایر زمینه‌ها مانند موضوعات فنی، بازار، بازاریابی، مالی و غیره نیز سعی کردیم با ارائه مشاوره به شرکت‌ها به آنها کمک کنیم تا مشکلات‌شان حل شود. اصلاح ساختار و توسعه منابع انسانی در داخل شرکت نیز صورت گرفت تا مدیریت پورتفو به نحو مطلوب‌تری انجام شود و دانش و تجربه آن در شرکت بومی‌سازی گردد. امروز ما در شرکت مدیریت ثروت ستارگان خدمات ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود را انجام می‌دهیم و تیم باتجربه و کارآمدی برای این منظور داریم.

مأموریت شرکت مدیریت ثروت ستارگان، سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌های حوزه فین‌تک است. وقتی از فین‌تک صحبت می‌کنیم، تعریف مشخصی دارد و استارت‌آپ‌های حوزه بانک، بیمه و بورس را دربر می‌گیرد. اخیراً استارت‌آپ‌های حوزه رمزارز و دیفای هم به این مجموعه افزوده شده‌اند. سرمایه‌گذاری روی این استارت‌آپ‌ها مأموریت ما در اکوسیستم نوآوری کشور است و سعی می‌کنیم از این طریق به این اکوسیستم، رشد آن و همچنین رشد و پیشرفت جوانان کشور و در نهایت اقتصاد نوآوری کشور کمک کنیم.

اما رویکرد ما در این مجموعه برای انجام مأموریتی که از آن سخن گفتیم، چه بوده است؟ ما سعی کردیم تمرکز خود را روی استارت‌آپ‌های فین‌تکی بگذاریم، ولی حوزه تمرکز خود را در سال جاری گسترده‌تر کردیم، زیرا احساس کردیم شاید تعداد استارت‌آپ‌های حوزه فین‌تک محدود باشد. در نتیجه لازم دانستیم گستره استارت‌آپ‌های انتخابی‌مان را از طریق رویکردهای جدید توسعه دهیم، اما همچنان روی حوزه فین‌تک متمرکز هستیم.

با این حال سه رویکرد جدید را به رویکرد فعلی خود اضافه کردیم. یکی از آن سه رویکرد، توجه به حوزه سلامت بود. با توجه به اینکه شرکت مدیریت ثروت ستارگان زیرمجموعه بانک کارآفرین و توجه به حوزه سلامت یکی از رسالت‌های این بانک است، بنابراین آمادگی بررسی، پذیرش و سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌های حوزه سلامت و غذا و دارو را هم داریم. رویکرد دیگر ما سرمایه‌گذاری مشترک با سایر همکاران در حوزه سرمایه‌گذاری خطرپذیر است. با توجه به اینکه حجم سرمایه‌گذاری‌ها ثابت مانده، اما هزینه‌های استارت‌آپ‌ها بیشتر شده و دیگر آن حجم سرمایه پاسخگوی نیاز مالی استارت‌آپ‌ها نیست، رویکرد هم‌سرمایه‌گذاری را بنا نهادیم. ما به‌دنبال این رویکرد طی شش ماه گذشته با سه مجموعه قرارداد هم‌سرمایه‌گذاری امضا کردیم. تاکنون

برخی سرمایه‌گذاری‌ها انجام شده و برخی نیز در دست انجام هستند؛ بنابراین رویکرد جدید ما همکاری و سرمایه‌گذاری مشترک با همکاران‌مان در حوزه سرمایه‌گذاری خطرپذیر است. دلیل دیگر ما از در پیش گرفتن این رویکرد، توسعه گستره تمرکز سرمایه‌گذاری‌های شرکت بود.

از این طریق توانستیم راهی را برای خود باز کنیم تا بتوانیم روی استارت‌آپ‌های حوزه‌های دیگر نیز سرمایه‌گذاری کنیم. بدین شکل که با محوریت سرمایه‌گذار خطرپذیر متخصص در یک حوزه، بتوانیم روی استارت‌آپ‌های سایر حوزه‌ها سرمایه‌گذاری کنیم.

رویکرد سومی که هیئت‌مدیره شرکت مدیریت ثروت ستارگان از ابتدا بر آن تأکید داشت، این بود که نیم‌نگاهی هم به مسائل بین‌المللی داشته باشیم و اگر در چچه یا روزنه‌ای باز شد،



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



سپیده اشرفی



Sepideh.ashrafi64@gmail.com



فاطمه طالبی پور



Fatima.pour@gmail.com

از اولین روز راه اندازی کارنگ می دانستیم که «زنان و نوآوری» یک مسئله و موضوع مهم است که سال هاست در اقتصاد کشور به دلایل مختلف، نادیده گرفته شده است. با همین رویکرد بود که صفحه زنان نوآور در کارنگ متولد شد و بدون وقفه طی ۹۰ شماره منتشر شده است. امسال که مطالبات زنان بیش از هر زمان دیگری در طول تاریخ معاصر در کشور مورد توجه افکار عمومی قرار گرفته اهمیت این صفحه برای کارنگ صدچندان شده است. خبرنگاران این صفحه فاطمه طالبی پور و سپیده اشرفی هستند.





چطور باید با چالش‌های
یک دنیای مردانه
روبه‌رو شد؟

زنان در یک دنیای تبعیض‌آمیز

موفقیت زنان آفریقایی تبار از سایر زنان دشوارتر است. اما در این میان زنان آفریقایی تبار خودساخته‌ای وجود دارند که به موفقیت‌های بزرگ دست می‌یابند. جانیس برایانت هاروید در سال ۱۹۵۲ در تاربورو، کارولینای شمالی در خانواده‌ای ۱۳ نفره به دنیا آمد و تا کلاس یازدهم را در مدرسه سیاه‌پوستان درس خواند. پدر و مادرش همواره او را به داشتن خلاقیت و بزرگ فکر کردن تشویق می‌کردند و به قول خودش، به او یاد می‌دادند «چگونه از هیچ، چیزهای زیادی درست کند».

او پس از گذراندن کالج تصمیم می‌گیرد کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کند. او ایده یک شرکت کاریابی را در سر می‌پروراند، در حالی که حتی پولی برای اجاره یک دفتر که بتواند از آدرس آن برای کار استفاده کند، نیز ندارد. هاروید ۹۰۰ دلار از مادرش قرض می‌گیرد تا با ۱۵۰۰ دلاری که داشته، یک اتاق از دفتر فروش فروشی در بورلی هیلز اجاره کند. یک دستگاه فکس می‌خرد و کار خود را آغاز می‌کند.

ACT-1 نام شرکت اوست که اکنون بزرگ‌ترین بنگاه کاریابی در جهان است. هاروید می‌گوید بسیاری از تکنیک‌های تعامل و جذب مشتری را وامدار آموزه‌های مادرش است: «او به ما بسیاری از اصول ساختن پول از هیچ را آموخت. نه تنها در مورد اینکه چگونه کسب‌وکارم را بسازم، بلکه درباره توسعه نیز به من خیلی چیزها آموخت.» ۴۰ سال از تأسیس این شرکت می‌گذرد و هاروید بی‌وقفه آن را توسعه داده و توانسته بازارهای داخلی آمریکا و سپس بازارهای جهانی را یکی پس از دیگری فتح کند و به ثروت بالایی دست یابد. اکنون شرکت او ۱/۱ میلیارد دلار فروش خالص دارد و دارایی خالص هاروید طبق گزارش فوربس، ۴۲۰ میلیون دلار است.

او معتقد است یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت شرکت او، این است که متقاضی کار را در مرکز توجه قرار می‌دهد. هاروید می‌گوید: «وقتی برای شناسایی استعدادها با شرکت‌ها کار می‌کنیم، این بدان معناست که هر فردی که به دنبال شغل می‌گردد در کانون توجه ماست. افراد را مانند قطعاتی پویا برای تکمیل پازل کارفرمایانی که به دنبال نیرو هستند، می‌بینیم و مدل تفکر ما باعث شده که بتوانیم رشد کنیم».

چالش‌های راه‌اندازی کسب‌وکار برای زنان

سارا هوشیار

بنیان‌گذار برند زیوا



زنان نوآور
INNOVATIVE
WOMEN

شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

شروع کردن مهم‌ترین چالش برای زنان است

فهیمه فرهنگند

بنیان‌گذار آموزشگاه زبان انگلیسی باتیس



واضح است که کار کردن مخصوصاً کارهایی که بخشی از آن کارگاهی انجام می‌شود، در ایران برای آقایان راحت‌تر است و من نیز چالش‌هایی به واسطه جنسیت‌م داشتم. با توجه به اینکه کارهای خرید ورق‌ها و کارگاه‌ها، همه مردانه هستند و فضای مردانه بر آن حاکم است، چالش‌ها بیشتر نیز می‌شود. ابتدای کار برایم خیلی سخت بود، ولی با مشورت با استادان کار و افراد اهل فن، توانستم مسیر را بیایم و آن را با توان زنانه خود پیش ببرم و خدا را شکر تا الان توانسته‌ام کار را به انجام برسانم.

من در درجه اول به همه خانم‌ها توصیه می‌کنم که علاقه خود را بشناسید و در راه‌اندازی و ادامه کسب‌وکار عنصر علاقه را دست‌کم نگیرید. عمر ما کوتاه‌تر از آن است که علاقه خود را نادیده بگیریم و کاری را که دوست نداریم، انجام دهیم و هدف‌هایمان را کنار بگذاریم. ریسک کنید و نترسید؛ وقتی قدم‌های اولیه را بردارید، مسیر برای شما هموار می‌شود.

نکته دیگر اینکه، تعلل نکنید! اگر علاقه خود را می‌دانید، زودتر شروع کنید. هر چقدر زودتر شروع کنید، حسرت کمتری دارید و احتمال موفقیت‌تان بالاتر می‌رود.

کاری که من انجام می‌دهم، کار کاملاً جدیدی است و شبیه آن تاکنون انجام نشده است. البته هر یک از محصولات زیوا یک اثر هنری محسوب می‌شود. اگرچه فرش متریاال اصلی بسیاری از هنرهای تزئینی است و کسانی هستند که با فرش و فلز کار می‌کنند و زیور فرش می‌سازند، ولی ایده‌هایی که من در ترکیب فرش و فلز اجرا می‌کنم، کار را متفاوت می‌کند. هدف من این است که با الهام از نقش مایه‌های فرش محصولات کاربردی پدید آورم و منبع این ایده‌ها، تجسم کردن نقش مایه‌های فرش در کاربری‌هایی جز فرش زیر پاست. من به دنبال لذت مشتری، از بدیع بودن و دیدن فرش و نقش مایه‌های فرش در جایی هستم که توقعش را ندارد.

مشکل اصلی کسب‌وکار ما مجوزهای قانونی است که فرایند اخذ آن بسیار زمان‌بر و فرسایشی است. از سوی دیگر هزینه‌های چاپ کتاب بسیار بالاست که این شامل هزینه‌های تصویرسازی و طراحی نیز می‌شود. اگر حمایت‌های دولتی را در این خصوص داشته باشیم، بخش زیادی از دغدغه ما کم می‌شود. من به خاطر ستم نیز بسیار به مشکل برمی‌خوردم. اکثر مجوزها را فقط به افراد بالای ۳۰ سال می‌دهند که دقیقاً نمی‌دانم به چه دلیلی این قانون گذاشته شده است؟ آرزوی من این است که همه بچه‌های کشور از فرصت‌های یکسان آموزشی برخوردار باشند. حالا که روش و متریاال آموزشی‌مان را امتحان کردیم و به مفید بودن آن مطمئن شدیم، وقت آن رسیده که با گسترش این کتاب‌ها و روش آموزشی، اینها را برای تقویت زبان به همه بچه‌های ایران عرضه کنیم و در مراکز آموزشی بسیار بیشتری این روش را تدریس کنیم. به این منظور هم‌اکنون در حال رایزنی با آموزش و پرورش هستیم. ما متریاال آموزشی را فقط محدود به زبان روزمره نکرده‌ایم و بر اساس آخرین تئوری آموزشی دنیا، مباحث علوم، فناوری، ریاضیات، هنر و تفکر خلاق را هم در کتاب‌ها ارائه داده‌ایم. علاوه بر این، بخشی از کتاب‌ها معطوف به ارزش‌های زندگی اجتماعی مانند احترام به پدر و مادر یا طبیعت است و در خصوص نهادینه شدن این ارزش‌ها، کلاس‌ها را به صورت دوره‌ای به این امور اختصاص می‌دهیم و علاوه بر ظاهر کلاس‌ها،

تمارین و مباحث نیز پیرامون این ارزش‌ها طراحی می‌شود و این باعث منحصربه‌فرد شدن کار می‌شود. من طی این چند سال فعالیت فهمیدم که هیچ چیزی آنچنان کامل نمی‌شود که بگوییم دیگر بهتر از این نیست. اگر صبر کنیم تا ایده‌آل رخ بدهد، احتمالاً هرگز شروع نمی‌کنیم. اگر شروع کنید، می‌توانید کار را به ۱۰۰ درصد برسانید.

خودباوری زنانه چیزی که به آن نیاز داریم!

نسیم توکل

رئیس هیئت مدیره عرش گستر و

مدیرعامل قطعه آزمون

چیزی که در مورد سال‌های ۸۳، ۸۴ در خاطرم هست، این است که این قدر تعداد زنان در بازار کم بود که به چشم می‌آمد. اگر به نمایشگاهی می‌رفتم و زنی را می‌دیدم، یا منشی بود یا کمک حسابدار و نمی‌دیدید زنی کار تخصصی انجام دهد. در حال حاضر در واحد تولید عرش گستر نیمی از نیروی انسانی‌مان را زنان تشکیل می‌دهند. در فنی، مهندسی فروش، مهندسی خرید و کنترل کیفیت هم همین‌طور است. نیمی از رزومه‌هایی که برای ما فرستاده می‌شود، متعلق به خانم‌هاست، حتی برای تخصصی‌ترین موقعیت‌های شغلی. در حالی که آن زمان اصلاً این‌طور نبود. حتی می‌دیدید خانمی فوق‌لیسانس الکترونیک دارد، ولی در بخش فروش فعالیت می‌کند. علتش کمبود اعتمادبه‌نفس بود، اما طی این سال‌ها خودباوری زنان بیشتر شده است.

چرا خودباوری نداشتیم؟ زیرا دختران ما از نظام آموزشی به این طرف چشم‌اندازی برای توسعه فردی کاری‌شان نداشتند. انتهایش کنکور بود و بعد هم ازدواج. اینکه من کسب‌وکار راه بیندازم یا در فلان موقعیت شغلی قرار بگیرم، اصلاً در تخیلات و رؤیایهایشان هم مطرح نبود. بعدتر به واسطه الگوسازی و دوره‌ها و تغییراتی که در جامعه ایجاد شد و تلاش‌های دولت قبلی، این روند تغییر کرد. علتش هم این است که حکومت نیز به کار خانم‌ها نیاز دارد، زیرا نیمی از جمعیت را زنان تشکیل می‌دهند و حکومت برای رشد اقتصادی پایدار به کار کردن زنان نیازمند است.

معتقدم در کنار خودباوری زنان باید زیرساخت‌ها و مسیر را هم برای آن‌ها هموار کرد تا این شکاف جنسیتی که در فضای کسب‌وکار به‌خصوص در حوزه نوآوری می‌بینیم زودتر و بهتر برطرف شود.



نوآوری در یک حوزه خاص که انسان باید محور آن باشد

سمیرا اسادات رسولی

بنیان گذار کلینیک دلوین

رویکرد هیجان مدار بر پایه هیجانات است و هیجانات را سیستم های راهنمایی برای وجود ما می داند که تغییرات آنها نشان دهنده تغییری در حال و هوا و نیازهای ماست. هر هیجانی نشان از تغییری در نیاز ما می دهد و این هیجانات مانند چراغ چک یک اتومبیل، آلام های وجودی ما هستند؛ آنها نه تنها علایم مزاحمی نیستند، بلکه به بهزیستی ما نیز کمک می کنند و ما را به سیستم ناخود آگاه مان وصل می کنند. این روش نسبت به درمان های خود آگاه، مؤثرتر و عمیق تر است.

من نیاز به این روش درمانی را در مراجعان حس کردم، چون این رویکرد بر اساس همدلی و نوع دوستی شکل گرفته است و اساسش دیده شدن و پذیرفته شدن همه انسان ها در هر شرایط و احوالی است. از آنجا که سبک زندگی و تربیت بسیاری از خانواده ها در شرایط و مشغله های کنونی، موجب نادیده انگاشتن افراد شده است، به نظرم این روش کارآمدتر می رسد. در زندگی امروزی کمتر توجهی به روح انسانی افراد می شود و اغلب انسان ها را با دستاوردهای مطلوب جامعه قضاوت می کنند. این روش پاسخ مناسبی برای نیاز دیده شده انسانی است.

نوآوری این رویکرد در این است که مبتنی بر تجربه لحظه اکنون است؛ یعنی ما تکلیفی به مراجع نمی دهیم و هرچه رخ می دهد در همان جلسه است. ما به عنوان جراح روحانی از آن یاد می کنیم. ضمن اینکه در این مدل از درمان، ممکن است مراجعه کننده برای یک مشکل بیاید، اما همه جوانب زندگی او بهبود می یابد و برخورد انسانی و هم تراز بودن درمانگر با مراجعه کننده در طول درمان - به جای دانای کل بودن درمانگر - این روش را متمایز می کند. به علاوه دوره های گروه درمانی و زوج درمانی با این روش، بر اساس پژوهش هایی که صورت گرفته، بسیار مؤثر هستند.



رؤیای بزرگ کردن یک کسب و کار هنری

سارا اسقای

بنیان گذار کسب و کار دیلانس

بسته بندی کارهای سرامیکی بسیار سخت است. ما محصولات را در چندین لایه بسته بندی می کنیم تا مطمئن شویم سالم به دست همه می رسد. البته این کار هزینه بر است، اما برای سالم رسیدن بسته ها به دست مشتریان، چاره دیگری وجود ندارد. همان طور که گفتید، ارسال محصولات شکستنی مخصوصاً به کشورهای دیگر، یکی از چالش های بزرگ کار ماست.

نحوه ارائه محصولات و بسته بندی یکی از مهم ترین بخش ها است. ممکن است بعضی ها فکر کنند پروسه فروش با خرید مشتری پایان می یابد، اما به نظر من با خرید مشتری، این ارتباط تازه آغاز می شود و ما باید با راضی نگه داشتن مشتریان بتوانیم آنها را حفظ کنیم و از آنها مشتریان وفادار بسازیم. امسال برنامه ما برای توسعه کسب و کار جدی تر است تا هم بتوانیم پاسخگوی تمام سفارش ها باشیم و هم قدرت کافی برای صادرات داشته باشیم.

دیلانس از ترکیب دو کلمه دیزاین و بالانس گرفته شده است که تقابل تعادل و طراحی است و در واقع از یکی از عناصر دیزاین که تعادل است، می توان از جزء به کل رسید. هنر اصیل ایرانی هویتی چند هزار ساله دارد. این هنر نباید فراموش شود. درست است که به جلو حرکت می کنیم، اما می توان با تلفیق سنت و مدرنیته این هنر را به روز کرد. همیشه دلم می خواست

کسب و کار با تمرکز بر صنایع دستی جنوب کشور

نیلوفر عیدی زاده

بنیان گذار کسب و کار توپیزه

حدود ۱۰۰ تا ۱۵۰ سربافنده و بافنده جنوبی با توپیزه همکاری می کنند و این موضوع یکی از معنابخش ترین جنبه های این کسب و کار است. بعد از معرفی شدن حصیربافی، مخاطبان از آن بسیار استقبال کردند. واقعیت این است که ما تبلیغات خاصی هم نکردیم، یعنی برای تبلیغ صفحه خود پولی به کسی ندادیم. انگیزه اصلی و اولیه ما حمایت از بافندگان بود. آن زمان که ما شروع کردیم، خود جنوبی ها هم علاقه زیادی به حصیر نداشتند. اکثر بافندگان ما را زنان بالای ۶۰ سال تشکیل می دادند و این هنر در معرض فراموشی بود. اما با معرفی این کار و گسترش شبکه ارتباطی ما در سراسر ایران، جوانان نیز به این کار جذب شدند. الان تعدادی از بافندگان ما زیر ۲۲ سال سن دارند. در واقع خود آن ها مدام پیگیر هستند که سفارش های جدیدی بگیرند و کار کنند. مخصوصاً که بسیاری از این خانم ها سرپرست خانوار هستند و از این طریق می توانند درآمد معقولی به دست بیاورند.

در حال حاضر توپیزه مغازه ای برای فروش حضوری در میدان نقش جهان اصفهان دارد و از طریق سفارش گرفتن از پلتفرم اینستاگرام، محصولات خود را به سراسر ایران ارسال می کند و البته قصد دارد بخش فروش اینترنتی خود را قوی تر کند. ما کار خودمان را از اینستاگرام

این هنر را به شکل مدرن عرضه کنیم. در مسابقه های بین المللی طراحی در این حوزه هم بارها شرکت کرده ام و همیشه در توضیحات تأکید می کنم که این یک هنر اصیل ایرانی با رویکردی مدرن است.

می خواهم با بزرگ کردن کسب و کار، روی مدیریت برند تمرکز بیشتری داشته باشم. چون وقتی کسب و کار بزرگ می شود، چالش های بزرگ تری هم پیش رویش قرار می گیرند و تمرکز بیشتری روی بیزینس پلن لازم است.



شروع کردیم و احساس می کنم یکی از دلایل موفقیت ما، زمان بندی مناسب بود. کارمان در اردیبهشت ۱۳۹۷ شروع شد و در آن زمان این قدر کسب و کار از اینستاگرام برای فروش محصول استفاده نمی کردند. فروش محصولات حصیری جنوب ایران نیز برای بار اول اتفاق می افتاد. این موضوع کمک کرد تا کار ما دیده شود و البته اینفلوئنسرهایی بودند که از کار ما حمایت کردند. رفته رفته مردم با این جنس کالاها آشنا شدند و این کارها در گالری های مختلف راه پیدا کرد.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

معرفی



داستان آریانا

این ترس را کنار بگذارید

«ترس از شکست» یکی از عوامل بازدارنده زنان برای ورود به عرصه های بالای مدیریتی است. این عامل در عرصه سیاست بزرگ تر و تأثیرگذارتر نیز می شود. اما آریانا هافینگتون به سرسختی و نهراسیدن از شکست در عرصه زندگی و کار معروف است. آریانا هافینگتون ستاسیناپولوس در ۱۵ ژوئیه ۱۹۵۰ در آتن به دنیا آمد.

او برای ادامه تحصیل در رشته اقتصاد به دانشگاه کمبریج رفت و تا مقطع کارشناسی ارشد تحصیل کرد. در طول تحصیل، فروشگاهی در لندن راه اندازی کرد ولی همزمان به نویسندگی نیز پرداخت. در سال ۱۹۷۴ پس از تلاش فراوان برای راضی کردن ناشران، توانست اولین کتاب خود را با نام «The Female Woman» چاپ کند و در سال ۱۹۸۰ به آمریکا مهاجرت کرد. او به صورت منظم به تحلیل های سیاسی می پرداخت و در تلویزیون برنامه ای برای دفاع از این عقاید داشت. او شبکه خوبی در بدنه سیاسی محافظه کاران برای خود ساخت، ولی بعد از مدتی مواضع خود را تغییر داد و لیبرال شد. او در انتخابات فرمانداری کالیفرنیا شرکت کرد و موفق نشد؛ اما در همان سال یکی از پرفروش ترین کتاب های سال را نوشت.

آریانا مادر دو فرزند است و در سال های ابتدایی، به صورت افراطی کار می کرد تا زمانی که روزی در دفتر کارش از فرط خستگی بیهوش شد و از ناحیه صورت آسیب دید. او از آن روز مبلغ نظریه تعادل میان کار و زندگی است، اگرچه کماکان پرتلاش است و اعتقاد دارد انجام همزمان چندین کار، کارایی انسان را تقویت می کند.





درباره گیل کوزیارا

درخشش در ورزش و کسب و کار

گیل کوزیارا بودرو در سال ۱۹۶۰ در آمریکا به دنیا آمد. این دختر بعدها در شمار ۱۰ زن قدرتمند جهان جای گرفت. گیل طی دوران تحصیل خود در کالج جامع چیکوپی در ماساچوست، عضو تیم بسکتبال بود و در آن دوران تیمش تموت بیگ گرین دو بار قهرمان ایالت شد. او یکی از بازیکنان برجسته تیم بود که بیشترین امتیازات را برای تیم کسب کرد و رکوردهای امتیازگیری و پرتاب را جابه‌جا کرد. برخی از رکوردهای گیل هنوز برای سایر دختران، دست‌نیافتنی است. او سه سال بهترین بازیکن لیگ بود و توانست عنوان بهترین شوت‌زن آمریکا را به دست آورد.

زندگی منظم و پرتلاش ورزشی، موجب شد گیل در کار نیز درخشان و موفق ظاهر شود. او در سال ۱۹۸۹ از مدرسه بازرگانی دانشگاه کلمبیا با رتبه عالی فارغ‌التحصیل شد. پس از اتمام تحصیل کارش را در شرکت Anthem آغاز کرد و مدتی در آن شرکت بود. در سال ۲۰۰۲ به عنوان رئیس صلیب آبی ایلینوی انتخاب شد و کارش را در زمینه مراقبت‌های بهداشتی توسعه داد.

در می‌۲۰۰۸، او معاون اجرایی یونایتد هلث‌کر، بزرگترین شرکت بیمه ایالات متحده شد. از ژانویه ۲۰۱۱ تا نوامبر ۲۰۱۴، به عنوان مدیر اجرایی این شرکت کار کرد که به ۴۵ میلیون مشتری با درآمد ۱۲۰ میلیارد دلار خدمات رساند. در سال ۲۰۱۵، چندماه پس از کناره‌گیری از سمت مدیر اجرایی، یک شرکت مشاوره کسب و کار و استراتژی مراقبت‌های بهداشتی را تأسیس کرد و مدیرعامل آن شد.

در ۶ نوامبر ۲۰۱۷، گیل کوزیارا بودرو به عنوان مدیرعامل شرکت Anthem انتخاب شد که اکنون دومین شرکت بزرگ آمریکایی با یک مدیرعامل زن است.

او در سال ۲۰۲۰ دهمین زن قدرتمند در دنیای کسب و کار معرفی شده است.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

رؤیاهایی برای روزهای گشایش...

زینب جعفریان

مدیر و بنیان‌گذار کسب و کار «کافه خونگی»

اول کار، شیرینی درست می‌کردیم و هدیه می‌دادیم. گاهی هم تنها پول مواد اولیه را می‌گرفتیم. این کار تجربه‌هایمان را دوچندان کرده است. رسیدن به طعم‌های بسیار، از خلال همین سخت کار کردن حاصل شد. گاهی روی کارها نامه‌ای می‌گذاشتیم که با خط نستعلیق بود و مهر پایین کار، عطر قهوه داشت. شروع جدی کافه خونگی با آمدن کرونا بود. کار را از تیرماه ۹۹ شروع کردیم. روزهای سخت کرونا ما را دلسرد نکرد. با عطر و طعم‌ها زندگی می‌کنیم. همان زمانی که پک‌های برخی محصولات را برای کافه‌ها می‌فرستادیم، یک بار سفارش یک کیلو کوکی گرفته بودیم. فقط یک کیلو پز کوچک داشتیم و برای اینکه بتوانیم آن را تحویل دهیم، شب تا صبح بیدار مانده بودیم. سفارش‌ها به‌مرور بیشتر شد و اکثر شب‌ها ناچار می‌شدیم بیدار بمانیم تا یک تازه به دست مشتری برساند. کمی بعد هم‌سر هم‌زن ایستاده خرید و این آغاز سفارش گرفتن چیزکیک بود.

اینستاگرام در توسعه کارمان بسیار مؤثر بوده و اگر بسته بماند، کارمان امکان توسعه نخواهد داشت. فراموش نمی‌کنم که فشار کرونا و کمک اینستاگرام بود که باعث شد کافه خونگی دیده شود. نکته مهم دیگر، محصولات پدرم است. پدر، کار عرقیات خانگی انجام می‌دهد. بعد از فوت مادرم، پدر کارش را توسعه داد و حالا پای گلاب خانگی تولیدشده پدرم به کارهای کافه خونگی کشیده شده است. گلاب یکی از اصلی‌ترین مواد تولید کیک‌های کافه خونگی است و اصالت آن حالا با گلاب ساخته‌شده توسط پدرم، دوچندان شده است. طعم‌سازی کافه خونگی با گلاب خانگی و خالص انجام می‌شود و یکی از اهداف من این است که اگر روزگاری کافه‌ای راه بیندازم، با همین گلاب، معجون‌های بهشتی تولید کند. البته که این روزها اوضاع کسب و کار به دلایلی که همه می‌دانیم بسیار سخت شده و بسیاری از این رویاها را فعلاً نمی‌توان عملی کرد.

پوشاک، قاچاق و موانع نوآوری در یک صنعت قدیمی

مرسده حیدری

هم‌بنیان‌گذار خانه طراحان مد خلاق

ما برای تأثیرگذاری درست از ابتدا می‌بایست در زمینه‌های مختلفی وارد می‌شدیم تا بتوانیم همه نیازهای یک طراح لباس که قرار است در بازار کار تولید پوشاک فعال باشد، تأمین کنیم. به همین دلیل در بخش‌های گسترده‌ای وارد شدیم و همین امر باعث می‌شود نتوانیم میزان درستی را برای وسعت بازار تخمین بزنیم. اما برای حضور در این بازار و پیشرفت باید به همین گستردگی پای‌بند باشیم و سعی داریم با برنامه‌ریزی بلندمدت در همه این شاخه‌ها، سهم بازار و طبعاً تأثیرگذاری بیشتری داشته باشیم. به طور مثال ما در سال ۱۴۰۰ همکاری خودمان را با دانشگاه آزاد واحد تهران غرب رسمی کردیم تا بتوانیم به تعداد بیشتری از هنرجوها دسترسی داشته باشیم. در فشن اینسایدر در ابتدا ۲۰۰ مخاطب داشتیم و طی پنج ماه به ۱۵۰۰ مخاطب رسیدیم.

اولین مانع بزرگ این است که ارگان‌های دولتی، نگاه حمایتی به کسب و کارهای نوپای صنعت پوشاک ندارند و مسیر اخذ مجوزها آنچنان پیچیده است که بیشتر به سنگ‌اندازی پیش پای کسب و کار شبیه است تا کمکی برای شکوفایی. اگر هم تسهیلات، امکانات و حمایت‌هایی در این صنعت وجود داشته باشد، معمولاً به کسب و کارهای قدیمی‌تر اختصاص پیدا می‌کند و کسی از کسب و کارهای جوان حمایت نمی‌کند. در حالی که طراحان جوان علاوه بر داشتن خلاقیت، با مشکلات روز مشتریان و بازار پوشاک بیشتر آشنا هستند و می‌توانند تحول زیادی رقم بزنند و کارایی داشته باشند.

همواره قاچاق کالا بزرگ‌ترین ضربه را به صنعت طراحی لباس و تولید پوشاک می‌زند. وقتی تولیدکننده متوجه می‌شود که با صرف هزینه و زمان کمتر می‌تواند یک لباس را وارد کشور کند، دیگر زمانی برای پیش تولید و طراحی لباس مناسب صرف نمی‌کند.

ترس از محدودیت‌ها برای یک کسب و کار کوچک بالاخره واقعی شد!

راحله رسولی

بنیان‌گذار برند خوش‌کنک

وجه تمایز کار ما خلق مزه و آموزش آن است. خیلی از مخاطبان و مشتریان ما از شهرها یا کشورهای دیگر هستند و امکان دریافت مزه‌های خوش‌کنک برایشان فراهم نیست. در چنین مواردی دست به کار می‌شویم و طرز تهیه این خوشمزجات را برای این مشتری‌ها آموزش می‌دهیم.

شاید ابتدا خیلی‌ها به من خرده می‌گرفتند که فوت و فن کارهایم را نگویم اما بعد متوجه شدم این مسئله در خیلی از برندهای خارجی و کسب و کارهای خانگی، در دوران کرونا اتفاق افتاده است. بسیاری از برندها فوت و فن کارهایشان را در فضای مجازی ارائه می‌دادند و همین مسئله اعتماد مخاطب را به این برندها بیشتر می‌کرد.

خیلی از محصولات خوش‌کنک فصلی هستند. لواشک و ترشک تابستان‌ها آماده می‌شوند. پاییز که می‌آید، قدری سفارش‌ها کمتر می‌شود تا محصول جدیدی به مشتری عرضه شود. تبلیغات در پیچ‌های پرطرفدار هزینه زیادی دارد و هیچ وقت سراغش نرفته‌ام. اما ۸۰ درصد مخاطبانمان از ابتدا با ما بوده‌اند و محصولات جدید ما را امتحان می‌کنند. خیلی از مشتری‌هایمان ثابت هستند و به ما و محصولات خوش‌کنک اعتماد دارند. مشتری‌ها خودشان برای خوش‌کنک تبلیغ می‌کنند. طعم را می‌چشند و وقتی به مزه‌های خوش‌کنک وفادار شدند، تعریفش را برای دیگران می‌کنند. این برایم از هر تبلیغی باارزش‌تر است.

قبلاً به این فکر می‌کردم که اگر محدودیت در این فضا بیشتر شود، باید چه راه ارتباطی دیگری با مشتری پیدا کنم. این ترس حالا بیش از هر زمان دیگری با محدودیت اینستاگرام جدی شده و ضررهای زیادی به ما زده است. با این حال فکر می‌کنم خوش‌کنک روزنه امیدی است برای حال خوب. هم برای من، هم برای مخاطبان.





یک چالش بزرگ

زنان کمتر مذاکره می کنند

برای زنان مذاکره کردن از جانب خود همواره سخت است و البته مذاکره از جانب دیگران و دفاع از حقوق آنان، برای زنان آنچنان سخت نیست، شاید این سخت بودن مذاکره از جانب خود، به دلیل این است که گاهی خواسته زنان برای خودشان واضح نیست یا به احساس قدرت، عادت ندارند. گاهی نیز حین مذاکره احساسی می شوند و نمی دانند

نتیجه ایده آل برای آنها چیست.

در ابتدا باید بدانیم مذاکره راهی برای حل مشکلات و برطرف کردن موانع است، اما بسیاری از افراد مذاکره را میدان قدرتی برای امتیاز گرفتن می دانند. مقاله اخیر «هاروارد بیزینس ریویو» در حوزه مهارت های مذاکره، به نکات جالبی اشاره می کند. این مقاله شامل توضیح درباره موانعی است که موجب کم شدن سرعت پیشرفت شغلی زنان می شود. این موانع در دو دسته قرار می گیرند. اول نگاه خود زنان، چون گزینه زنان برای سپاس گزاری و سکوت باعث می شود آنها فراتر از انتظار دیگران تلاش کنند و به درخواست های اضافی، نه نگویند! دوم نگاه جامعه است؛ زنانی که به صراحت نه می گویند یا نگاه بلندپروازانه دارند، از سمت جامعه پرخاشگر محسوب می شوند. مشکلاتی که موجب گریز از مذاکره برای زنان می شود، عبارت است از:

عدم شبکه سازی در کارهای تیمی، پذیرش شغل هایی میان شغل تمام وقت، پذیرش موقعیت های همه کاره و نامحسوس و دوری از موقعیت واقعی شغلی. در مسیر ارتقای شغلی، زنان در بسیاری از مواقع به توان خود واقف اند و برنامه و نقشه راه درستی را برای انجام شغل بالاتری که مدنظر دارند، ترسیم کرده اند. اما در جلسات مذاکره، وقتی موقعیتی پایین تر به آنان پیشنهاد می شود، زنان فقط پذیرش یار د یک پیشنهاد را معقول می شمارند و مذاکره برای کشف راه حل جدید را حق خود نمی دانند و در بسیاری از مواقع از موقعیت شغلی مناسب خود دور می مانند.

این مقاله به زنان پیشنهاد می دهد که نفس مذاکره را برای یافتن راه حل بپذیرند. از قضاوت های جامعه برای رسیدن به موقعیتی که لایق آن هستند، نهراسند. کارها را سازمانی و تیمی انجام دهند و همواره کارهای نامحسوس را بین تیم



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

نوآوری در صنعت نشر و راهکارهای پیش روی ناشران

سمیه محمدی

مدیر انتشارات آریانا قلم

وضعیت اقتصادی مردم و اقتصاد نشر به نظم چالش اصلی است. اینکه قیمت ها ثابت ندارند و هر بار باید ببینید که قرار است با چه قیمتی کتاب را تولید کنید. چیزی که برای افراد بسیاری مشهود است، مسئله قیمت کاغذ است و البته درباره سایر نهاده ها مثل مرکب، چسب و چیزهای دیگر مرتبط با تولید کتاب هم وضعیت همین طور است. در بی ثباتی قیمت، هم این موضوع هست که هر بار نمی دانید با چه قیمتی باید کتاب را تولید کنید و هم اینکه اصلاً نمی دانید مواد اولیه مورد نیازتان موجود است یا نه. این به نظر من چالش اصلی است.

ما مثلاً وقتی می خواهیم کتابی را تجدید چاپ کنیم، متوجه می شویم مواد اولیه ای که در چاپ قبلی به کار برده بودیم، موجود نیست یا اگر باشد، باید با قیمت های بالا تهیه کنیم و این نیاز به محاسبات مجدد دارد. از طرف دیگر، باید در نظر بگیریم که آیا مشتری توان پرداخت چنین هزینه ای برای کتاب را دارد یا خیر. این مسئله اقتصادی و بی ثباتی قیمت نهاده های تولید کتاب چالش اصلی است. درست است که قوانینی که وزارت ارشاد وضع می کند و ایجاد محدودیت ها و ممیزی های کتاب بسیار آزاردهنده است، اما دغدغه اصلی به نظر من مسئله اقتصادی است که البته همه کشور با آن دست به گریبان است. اگر کتاب را نوعی کالا بدانیم، می پذیریم که مثل هر کالای دیگر مقتضیات و مخاطبان خاص خود را دارد؛ از این رو با توجه به گروه مخاطبان، باید برنامه بازاریابی کتاب را تدوین کرد. در کتاب های تخصصی تر که مخاطبان خاص تری دارند، ممکن است جلسات نقد و بررسی مفید باشد و به برقراری ارتباط اولیه بین کتاب و مخاطبان منجر شود و افراد متوجه شوند که این کتاب پاسخگوی نیازشان است یا نه.



توانمندسازی زنان در حوزه کسب و کار و چالش های آن

فرناز مجیدی

مؤسس مرکز کارآفرینی پله به پله

در روزهایی که در ایونت های مختلف شرکت می کردم، مردان زیادی را می دیدم که سخنرانی می کردند و الگو بودند و در همه ایونت ها زنان حضور بسیار کم رنگی داشتند. این در حالی بود که من و تیم همکارانم در شرکت توسط خانمی مدیریت می شدیم که بسیار بیشتر از آن سخنرانان مرد که روی سن ایونت ها می درخشیدند، دانش و مهارت داشت. ولی او هرگز اعتماد به نفس سخنرانی در این ایونت ها را نداشت و همیشه فکر می کرد کمتر از بقیه می داند. این سؤال در ذهن من ایجاد شد که چرا این گونه است؟

آمار نشان می دهد هم بنیان گذاران در ۸۸ درصد از استارت آپ های موفق مردان هستند. این مسئله از منظر اقتصادی و اجتماعی بسیار نگران کننده است و نشان می دهد زنان بایستی در این حوزه توانمندتر شده و این بخش مهم از جامعه با اعتماد به نفس بالا به فعالیت های نوآورانه و سودآور بپردازند. ما سه دسته مخاطب داریم؛ کسانی که به دنبال راه اندازی کسب و کار خودشان هستند، کسانی که در پی یافتن شغلی مناسب اند و کسانی که اکنون کار دارند یا شغل خودشان را مدیریت می کنند و در پی ارتقا هستند. ما یک مسیر کامل را برای سفر مشتری طراحی کرده ایم. در ابتدای ورود افراد توسط روان شناسان ما ارزیابی می شوند و نتیجه این استعدادسنجی آنها را به مسیر های مناسب تری در آموزش راهنمایی می کند. ما شغل ها و رشته های مختلف را به آنها معرفی می کنیم و بعد از آن دوره های آموزشی را شروع می کنیم. در این دوره ها نیز نوآوری داریم و دوره ها پروژه محور هستند. افراد در طول دوره توسط پشتیبان و منتور همراهی می شوند. بر اساس امتیازی که در دوره کسب کرده اند، بورسیه می شوند و هزینه دوره به آنها بازگشت داده می شود.



تلاش هایی در صنعت بزرگ فین تک

فرنگیس ربیعی

مدیرعامل ایران درگاه

ما در تلاشیم با بهره گیری از تجربه فعالیت در حوزه پی تک و زیرساخت های توسعه داده شده خود، محصولات اشتراکی نوینی بر پایه فناوری هوش مصنوعی، پردازش تصویر، مدیریت مالی و ریسک و برخی خدمات لایه میانی کسب و کارها از جمله هوش تجاری ارائه دهیم که مکمل مناسبی برای خدمات کنونی باشد. علاوه بر هدف گذاری های حوزه کسب و کار، یکی از دغدغه های اصلی ما تلاش برای نقش آفرینی در بهبود فضای تعاملی فعالان اکوسیستم فین تک است. چراکه یکی از مسائل مهم اکوسیستم فین تک، تمرکز در پایتخت و عدم وجود اتحاد در بین فعالان سطوح مختلف اکوسیستم برای مطالبه گری عمومی است و در صورتی که برای تغییر این فضا تلاش نشود، فضای رقابت و نوآوری سالمی در این حوزه باقی نمی ماند و مطالبه گری به جای تأثیر سیستمی، جای خود را به بستر تأمین منافع فردی خواهد داد. در راستای این اهداف، با همکاری نهادها و سایر بخش های مرتبط اکوسیستم غیرمتمرکز فین تک در تلاشیم تا با راه اندازی یک هاب فین تک، فضایی تعاملی و مثبت مبتنی بر رشد پذیری ایجاد کنیم. ایران درگاه با هدف خلق تجربه کاربری رضایت بخش در فرایند پرداخت، برای مشتریان کسب و کارها با اخذ مجوز پرداخت یاری از بانک مرکزی در حوزه ارائه خدمات پرداخت یاری آغاز به کار کرد. ما در ابتدا با هدف گذاری بخش های مختلفی از مشتریان شروع به کار کردیم و با برنامه ریزی پیوسته برای بهینه سازی محصول و خدمات متناسب با کسب و کارها کوشیدیم تا همگام با تغییر نیازها، خدمات کاربردی تری از درگاه پرداخت آنلاین، به کسب و کارها ارائه دهیم. در همین راستا راهکارهای پرداخت الکترونیکی جهت فروشگاه های زنجیره ای فیزیکی را به سبد خدمات اضافه کردیم.





درباره جودی فاکنر

تلفیق ریاضیات و سلامت

جودی فاکنر توانست ارتباط کارایی بین ریاضیات و کامپیوتر و پزشکی خلق کند و رتبه دوم زنان خودساخته آمریکا را کسب کرد. او در اوت ۱۹۴۳ در گرینفیلد متولد شد. پدرش، لوئیس، یک داروساز و مادرش، دل، مدیر انجمن پزشکان داوطلب بود. والدین فاکنر باعث شدند که جودی علاقه زیادی به مراقبت‌های بهداشتی پیدا کند. او در نیوجرسی بزرگ شد و مدرک لیسانس ریاضیات را از کالج دیکنسون و مدرک کارشناسی ارشد در علوم کامپیوتر را از دانشگاه ویسکانسین - مدیسون دریافت کرد. جودی دریافت بود که حفظ درست اطلاعات بهداشتی و مراقبتی و درمانی بیماران می‌تواند تأثیرات مهمی را بر بیماران و صنعت پزشکی داشته باشد. به همین دلیل در سال ۱۹۷۹ شرکت «ایپیک سیستم» را در زیرزمینی در ویسکانسین تأسیس کرد. این شرکت با سرمایه‌گذاری ۷۰ هزار دلاری دوستان و خانواده آغاز به کار کرد که روی نرم‌افزارهای پرونده پزشکی کار می‌کرد. ایپیک از سوابق پزشکی بیش از ۲۵۰ میلیون بیمار پشتیبانی می‌کند و توسط مراکز پزشکی برتر مانند جان هاپکینز و مایو کلینی استفاده می‌شود. روش جالب جودی، نظم و تکرار کار در بلندمدت است که در کسب و کارهای داده، این یکی از مهم‌ترین اصول است. رویکرد دیگری که فاکنر را از سایر رقبا متمایز ساخت، این بود که او هرگز وارد فرایندهای سرمایه‌پذیری از مؤسسات دولتی نشد و شرکت را همواره با سرمایه خصوصی پیش برد. در واقع، فاکنر به این واقعیت می‌بالد که ایپیک اصیل است. آنها هرگز شرکت دیگری را تصاحب نکرده‌اند و سهم خود را نیز به شرکتی نفروخته‌اند.

فاکنر، اکنون مدیرعامل شرکت ۳/۸ میلیارد دلاری (۲۰۲۱) است و مالک ۴۷ درصد آن است. در سال ۲۰۱۳، فوربس او را «قدرتمندترین زن در حوزه مراقبت‌های بهداشتی» نامید و در فهرست میلیاردرهای جهان در سال ۲۰۲۰، با دارایی خالص ۵/۵ میلیارد دلار قرار گرفت. در سال ۲۰۱۶، فاکنر قراردادی را امضا کرد که به موجب آن، ۹۹ درصد از دارایی‌های خود را به امور بشردوستانه اختصاص داد.



صادرات با تمرکز بر محصولات چرمی

مینا و نیلوفر جوان

تولیدکننده محصولات چرمی برند جوان

ما اکنون کارگاهی داریم که مستقیماً ۱۰ نفر در آن مشغول به کار هستند و محصولاتمان را به صورت آنلاین در سایت و کانال اینستاگرامی به مشتریان سراسر ایران می‌فروشیم. چندین فروشگاه نیز به صورت عمده در تهران و شهرستان‌ها خریدار کارهای ما هستند و این محصولات را در گالری‌ها و فروشگاه‌های خودشان عرضه می‌کنند. همچنین صادرات محصولاتمان به کشورهای چک، امارات، عمان، انگلیس و کانادا انجام می‌شود. این صادرات گاهی به صورت فروش آنلاین در سایت‌های خارجی است و گاهی هم گالری‌ها به صورت حضوری در این کشورها محصولات ما را عرضه می‌کنند.

اولین چشم‌انداز ما وسعت و گسترش کار و معرفی بیشتر محصولات خاص چرم جوان به مشتریان و فروش بیشتر است. اما آرزویی که در سر داریم، این است که این رونق باعث شود زنان بیشتری را با این هنر آشنا کنیم و به آنان آموزش دهیم تا کسانی که به دنبال یک شغل و درآمد پایدار هستند، بتوانند این حرفه را برای خود انتخاب کنند و با توجه به بازاری که برای این محصولات وجود دارد، درآمد مناسبی نیز کسب کنند. به طور کلی گسترش کسب و کار چه به لحاظ تعداد همکاران و چه از نظر آموزش‌هایی که به سایر زنان می‌دهیم تا بتوانند تحولی در مسیر زندگی‌شان ایجاد کنند، برایمان بسیار مطلوب است. در زمینه فروش نیز می‌خواهیم صادراتمان را افزایش دهیم و محصولاتمان را به صورت مستقیم در خارج از کشور به فروش برسانیم و مشتریانمان را در سطح جهان گسترش دهیم.

نوع کار مجموعه ما خاص و منحصر به فرد است. کیف‌های تولیدی ما از ترکیب چرم و چوب و فلز ساخته می‌شوند. این کیف و کفش‌ها با استفاده از طرح‌های سنتی و بافت‌های اصیل روی چرم و همچنین نقش اشعار فارسی روی محصولات، تزئین می‌شوند.



یک علاقه، به یک کسب و کار تبدیل شد

ریحانه فراهانی

خالق برند ناحیلا

ناحیلا برند ساخت چیزهای کوچک با همان مینیاتوری است. از کودکی به دنبال زمان خالی می‌گشتم تا کار دستی درست کنم و از زمانی به بعد، به چیزهای کوچک علاقه‌مند شدم. ۱۵ سالم بود که کمدم را جایی برای خلق چیزهای کوچک کردم. اتفاقی که همه چیزهای مینیاتوری را در خود داشت. به مرور برای این اتاق کوچک، چیزهایی را درست می‌کردم. در درس حرفه‌وفن باید با ارمه‌مویی تخت درست می‌کردیم و من از همانجا تختی کوچک برای اتاق کمدم درست کردم. طی دوسال بعدش، وسایل دیگری را به آن مجموعه اضافه کردم. از همان‌جا علاقه به چیزهای کوچک در من قوت بیشتری گرفت. کم‌کم یاد گرفتم جست‌وجوی بیشتری در اینترنت کنم و با نمونه‌های مینیاتوری آشنا شدم. متوجه شدم که ژاپنی‌ها خالق چیزهای کوچک و مینیاتوری هستند. دوست داشتم همه چیزم را می‌فروختم، سفری به ژاپن می‌کردم و یکی از آن خانه‌ها را برای خودم به ایران می‌آوردم. البته با هنر بیگانه نبودم و تا زمان دانشجویی به واسطه نواختن ویولون، تدریس می‌کردم. از همان ابتدا دل در گروی سبک کلاسیک داشتم و مینیاتور، این علاقه‌ام را تقویت می‌کرد. دخترخاله‌ای داشتم که روی زندگی و علاقه من تأثیرگذار بود. علاقه این دوست دوران بچگی‌اش به چیزهای کوچک، روی شکل‌گیری ناحیلا اثر گذاشت. چند سال بعد هم همین دخترخاله تصویری از عروسک‌های پارچه‌ای به نام تیلدا که فقط دو چشم داشتند، برایم فرستاد تا دوباره عشق به چیزهای کوچک در من قوت بگیرد. در سه سال اول هیچ ابزاری نداشتم و همه کارهایم را با دست درست می‌کردم. همین‌هم در آهسته شدن سرعت پیشرفت ناحیلا تأثیر داشت. مهم‌ترین سختی‌ها، چالش‌هایی است که بیشتر کسب و کارهای اینستاگرامی با آن مواجه هستند و از عدم اطمینان به پایداری این پلتفرم در ایران نشأت می‌گیرد.

شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

آنها شغل اجدادی‌شان را به یک کسب و کار نوآور تبدیل کرده‌اند

مهسا والهه عبدلی

بنیان‌گذاران برند «می‌شین»

قصه مزرعه می‌شین از جایی کلید خورد که کرونا باعث شد خواهران عبدلی مدتی به مزرعه روستایشان بازگردند. لمس خاک ماندگارشان کرد. تصمیم گرفتند پیشه خانوادگی‌شان، یعنی کشاورزی را از سر بگیرند. دست به مزرعه بردند و محصولات را با عشق معرفی کردند. محصولات، ارگانیک و طبیعی بودند و مشتری بسیاری داشتند. اما مشکل انتقال و رساندن به دست مشتری برای برخی محصولات مثل انجیر وجود داشت. همین هم شد که برخی محصولات مثل انجیر را به شکل مربا عرضه کنند. به مرور این محصولات بیشتر شد و مخاطبان متنوع‌تری پیگیر روزمرگی‌های مزرعه شدند.

خانواده عبدلی در این مزرعه زندگی می‌کنند، اما اصل کار بر عهده خواهران عبدلی است. الهه و مهسا اهل رضوان‌شهر هستند و چند سالی است دوباره به روستایشان بازگشته‌اند. الهه عبدلی، خواهر کوچک‌تر مزرعه است و متولد ۱۳۷۶. معماری خوانده اما بعد از چند سال آن را کنار گذاشته است. می‌گوید رشته‌ای نبوده که آن قدر عشق در آن داشته باشد که بخواهد کارش را هم به سمت آن ببرد. دانشگاهش در شهر دیگری بود و به مرور با تمام کردن تحصیلات، مهارت‌هایی را هم کسب کرد و مدتی در تهران مشغول به کار شد. چند سالی از محل زندگی‌اش دور بود و کرونا او را به خانواده بازگرداند. در این مدت عشق به هنر را از لابه‌لای تحصیل در معماری یافته بود و بیشتر به آن پرداخت. عکاسی، طراحی چهره و بسیاری چیزهای دیگر را تجربه کرد. عکاسی در او ریشه کرد. صفحه‌ای هم داشت که عکس‌هایش





لیداهادی

سردبیر بيمه دیجیتال

سال چمدان‌های بسته در انتظار!

قرار بود سال دانش‌بنیان‌ها باشد. آنها که آورده‌ای نداشتند جز دانش و قرار بود ارزشی خلق نکنند غیر از دانش. قرار بود سال نوآوران باشد. آنها که فرو ریختن دیوارهای بلند سنت‌زده صنعت بیمه را در سر داشتند و قول داده بودند به خلق ارزشی بزرگ در صنعتی که سال‌هاست با همه ادعاهایش، در بیرون‌زدن از پیله حتی ابریشمی خود نیز بازمانده است. اما چه شد؟ اگر بخواهیم واقع‌بین باشیم، بیمه در سال دانش‌بنیانی‌اش با همه نوآوران و دانش‌ورانش گرفتار حاشیه‌هایی از جنس نظارت و حاکمیت شد. نظارتی که با به‌یدک کشیدن عبارت هوشمند به‌دنبال خود می‌خواست زمینه‌ساز اتفاقی بزرگ در صنعت باشد، اما بر خلاف انتظار همه بهانه‌بازی شد در دور شدن تمامی آنهایی که به نبود انحصار، حداقل در این یک حرکت بزرگ، دل سپرده بودند.

اکوسیستم نوآوری بیمه کشور اولین سال قرن جدید را در چالش تفهیم تفاوت نظارت هوشمند با ورود به لایه کسب‌وکار و مفهوم دقیق انحصارگرایی به نهاد ناظر طی کردند و چنان برای این بازی بزرگ جنگیدند که در نهایت تنظیم‌گر بزرگ عقب کشید و نوآوری را از مسیری دیگر در پیش گرفت؛ در تأسیس یک مرکز نوآوری ملی در پیکره اصلی بیمه مرکزی، اتفاق شایسته‌ای که اگر نخواهیم گرفتار پیش‌دوری‌ها و قضاوت‌های هرچند بحق شویم، می‌توان آن را نقطه عطف بزرگی برای نوآوران صنعت دانست. ولی رسیدن به این نقطه برای صنعت بیمه به چه قیمتی به دست آمد؟ آنهایی که همه‌جان خود را برای رسیدن به این نقطه تفاهم با نهاد ناظر گذاشتند، امروز در آخرین

روزهای سال نه دیگر جانی برای

نوآفریدن دارند و نه امیدی برای

بازتابیدن. فقط چمدان‌های

بسته است و انتظار رسیدن

آن ایمیل تأیید نهایی و

خرید بلیت طیاره آهنی

و پهن کردن سفره

داشته‌هایشان

هرچند کوچک‌تر

ولی باعزت‌تر در

سرزمینی دور یا

نزدیک.

من نیز علاقه داشتم محصولی خلق کنم که نظر و ایده خودم باشد. این بود که به سمت تولید این محصولات به صورت محدود رفتم و پس از استقبال مخاطبان، تولیدات را بیشتر و متنوع‌تر کردم.

من از طرح‌های کاشی، نگارگری، مینیاتور و نقوش فرش برای تولید محصولات مختلف استفاده می‌کنم و این طرح‌ها را با چاپ سابمینییشن انجام می‌دهم. در ابتدای کار، به صورت دستی طرح‌ها را پیاده می‌کردم و سپس به سمت چاپ رفتم. در حقیقت قلم‌فلزی اولین کسب‌وکاری بود که این طرح‌ها را روی کوسن و رانر و رومیزی پیاده کرد و سرمشق سایر کسب‌وکارها در این زمینه شد و کم‌کم این بازار گسترش یافت.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

آن اضافه شود. داشتن یک سایت برای عرضه محصولات آماده فروش در کنار گالری، پله بعدی برند ریس است. بیشترین چالش در ابتدای کار این برند، فعالیت در یک شهر کوچک است. آموزش دختران برای رسیدن به مرحله حرفه‌ای، مهم‌ترین چالش برند ریس بود. اما ریس یک برند اینستاگرامی است و خواه‌ناخواه بخشی از چالش‌های هم به دلیل فعالیت در این فضا است. از جمله چالش‌های اینستاگرام برای برند ریس این است که علاوه بر وقتی که برای آموزش و سفارش گرفتن می‌گذارند، باید محتوای مناسب هم برای پیج تولید کنند. آن هم در شرایطی که این روزها خیلی از معادلات این شبکه اجتماعی دگرگون شده است.



چرخه معیوب کسب‌وکار در ایران و چالش‌های آن

سعیده سروش‌فر

خالق برند «قلم‌فلزی»

من با سرمایه بسیار ناچیزی کارم را آغاز کردم. البته به دلیل رشته تحصیلی و تجربه‌هایی که داشتم، از همان سرمایه به صورت بهینه استفاده کردم. سرمایه اولیه من کمتر از یک میلیون تومان بود و البته تا مدت‌ها همه درآمد را صرف خود کار می‌کردم. قدم به قدم کار عکاسی و معرفی محصولم در شبکه‌های اجتماعی و همچنین ارائه به گالری‌ها را پیش بردم.

متأسفانه بازار به صورت محسوس در حال کوچک شدن است و هر سال چندین گالری تعطیل می‌شوند یا فروش‌شان را محدود می‌کنند. به همین دلیل کسب‌وکارها ناچار به تعدیل نیرو می‌شوند یا هزینه زیادی برای توسعه و طراحی محصولات جدید اختصاص نمی‌دهند. همین امر آنها را از حضور در بازارهای جهانی محروم می‌کند و این چرخه معیوب نه‌تنها به رشد کسب‌وکار نمی‌انجامد، بلکه موجب زوال آن نیز می‌شود. مخصوصاً در مورد کسب‌وکارهایی که خلاقه هستند و نمی‌خواهند فقط برای بقا بجنگند، این اتفاق در حال رخ دادن است. در فعالیت‌های هنری جنگیدن برای بقا، واقعاً برای هنرمند عذاب‌آور است.

طرح‌های سنتی ایرانی پر از رنگ و لعاب زیباست که همه چشم‌ها را خیره می‌کند، اما این طرح‌ها دیگر در معماری یا طراحی داخلی خانه‌های ما جایی ندارد. از طرفی خود

شروع با اینستاگرام و بلاتکلیفی بعد از آن...

سما وفایی

بنیان‌گذار کسب‌وکار ریس

کار برند ریس در دوران کرونا شروع شد و بهترین بستر برایشان اینستاگرام بود. مردم در آن زمان بیشتر به سمت خرید آنلاین می‌رفتند و از طرفی هم، تمام محصولات ریس دست‌باف و ساخته‌شده با چوب و نخ‌های پنبه است. انگار مردم در دوران کرونا بیشتر از قبل به سمت مواد طبیعی رفتند و همین بهانه خوبی بود تا ریس بتواند برخی خلأها را پر کند. استقبال بالای مردم از محصولات هم این مسئله را تأیید می‌کرد.

ریس در زبان تالشی به معنای نخ است و برند ریس به واسطه استفاده از نخ مکرومه یا کاموا این نام را انتخاب کرده است. کار ریس با مکرومه و نیدل پانچ آغاز و به مرور قلاب‌بافی و گلدوزی هم به آن اضافه شده است.

برند ریس حالا پنج حوزه مربوط به کارهای نخی را انجام می‌دهد. یکی از اهداف من برند این است که زنان بیشتری مشغول به کار شوند و در هر یک از این حوزه‌ها کار کنند و رفته‌رفته برند ریس بتواند سفارش عمده تولید و عرضه کند. هدف دیگر هم داشتن یک گالری است که در کنار محصولات ریس، هنر چوب و دیگر محصولات صنایع دستی هنرمندان دیگر هم به

را در آن منتشر می‌کرد. در مدت کرونا به همراه خواهرش مهسا، قدری جدی‌تر به آن فکر کردند. همین بهانه‌ای شد تا به سمت کشاورزی بروند. مهسا، خواهر بزرگ‌تر مزرعه است و دانشجوی دکترای محیط زیست. او هم مثل الهه مدتی در شهر دیگری بود، درس می‌خواند و کار می‌کرد. کرونا و دورکاری او را به مزرعه بازگرداند. لمس خاک و بودن در مزرعه، او را هم مثل الهه پاگیر مزرعه کرد. خانواده می‌شین چهار نفره است اما تلاش برای عرضه محصول دست همین دو خواهر است.

کارشان را با بازگشت به مزرعه شروع کردند و عکس‌ها را در صفحه قدیمی اینستاگرام گذاشتند که دست بر قضا بازخوردهای خوبی هم از آن گرفتند. می‌گویند کشاورزی شغل اجدادی‌شان است و اجدادشان هم برنج می‌کاشتند. مزرعه می‌شین از همین جا کارش را آغاز کرد. پدر مزرعه از قدیم با ذوق بود و درخت‌های مختلفی می‌کاشت. عکاسی صفحه می‌شین هم با تصویر همین دست‌نشانده‌های پدر آغاز شد. اولین محصول‌شان مربای انجیر بود. قصه‌اش از اینجا شروع شد که محصولات انجیر باب میل مخاطبان بود و درخواست ارسال می‌کردند. اما امکان ارسال آن به دلیل ثرش شدن وجود نداشت. برای همین فکری به ذهن خواهران می‌شین افتاد که انجیر مزرعه را به شکل مربا به دست مخاطب برسانند.

می‌گویند شاید اگر ابتدای کار سرمایه داشتند، می‌توانستند با ظرف‌های باب میل خودشان محصولات را ارائه دهند. این را هم اضافه می‌کنند که زندگی در شهرهای کوچک امکان تنوع در بسته‌بندی محصول را به آنها نمی‌دهد. در نهایت مربای انجیر با یک شیشه ساده و مواد اولیه‌ای که در خانه موجود بود، تولید و روانه صفحه اینستاگرام می‌شین شد. طعم مربای خانگی و تداعی خاطرات مادر بزرگ برای مشتریان در کنار ارگانیک بودن محصولات، آدم‌های بیشتری را به سمت می‌شین کشاند. محصول بعدی ترشی بادمجان شکم‌پر با محصولات ارگانیک باغ می‌شین بود. مهسا می‌گوید سرمایه اصلی‌شان درخت‌هایی بوده که در مزرعه داشتند. برخی ابزارهای کوچک را گرفتند و دل به مزرعه دادند تا آبادتر شود. حال خودشان هم در کنار مزرعه، بهتر شد.





چطور از رویاهای بزرگ
به داشتن حداقل‌ها و
تاب‌آوری رضایت دادیم؟

خدا حافظ نوآوری قشنگ!

یکی از بزرگ‌ترین تورم‌هایی که دنیا به خود دیده، در حکومت رایش آلمان، یعنی پس از جنگ جهانی اول اتفاق افتاد. در ماه آگوست ۱۹۱۴ هر دلار آمریکا با چهار مارک و بیست فینینگ آلمان مبادله می‌شد. اما در سال ۱۹۲۳ هر دلار آمریکا معادل ۴/۲ تریلیون مارک بود. مردم سال‌ها فکر می‌کردند این تورم موقتی است و به‌زودی تمام می‌شود، اما پس از ۹ سال متوجه وخامت اوضاع شدند و از هر طریقی تلاش کردند پول خود را حفظ کنند. کار به جایی رسید که در پاییز ۱۹۲۳ کارخانه‌های آلمان دستمزد کارگران را روزانه و قبل از شروع کار به آنها می‌پرداختند. کارگران هم‌سران‌شان به کارخانه می‌رفتند و حقوق را به آنها می‌دادند تا به بازار بروند و خرید کنند. مردم به این نتیجه رسیده بودند

که هر چیزی بخرند از نگره داشتن پولی که روز بعد ارزشش نصف می‌شود، بهتر است.

شاید برخی بگویند عجب نوآوری‌ای! عجب فکری! در شرایط سخت و فشار زیاد است که جامعه شکفته می‌شود! اما واقعاً اینکه دغدغه انسان حفظ ارزش پولش از راه‌های مختلف، حتی نوآورانه باشد، به معنای شکستگی جامعه است یا شکافتگی تاروپود جامعه؟ ما حاصل فشارهای غیرمنطقی، نوآوری‌های زشت هستند! اینکه کسب‌وکاری مجبور شود کیفیت محصولش را پایین بیاورد، دستمزد نیروهایش را کاهش دهد یا حتی... قشنگ نیست!

وقتی فکرها به جای خلق به سمت حفظ بقا می‌روند، نوآوری معنی واقعی‌اش را از دست می‌دهد. در چنین شرایطی نوآوری به تاب‌آوری تبدیل می‌شود. در چنین جامعه‌ای نه تنها نوآوری به معنای واقعی و زیبایی آن نمود پیدا نمی‌کند، بلکه به بدترین و زشت‌ترین شکل خود درمی‌آید. پس به جای توجیه شرایط، تفاوت بین نوآوری زشت و زیبا، شکستن و شکافتن و نوآوری و تاب‌آوری را بدانیم.

بازار خارجی و داخلی را با هم از دست داده‌ایم!

فرنوش عبدلی

بنیان‌گذار برند «نوشن»

خبر خوبی که اخیراً در یک پیمایش جهانی خواندم، این است که بیش از ۹۰ درصد بازار طراحی جواهرات اکنون در دست زنان است و این آمار کاملاً برعکس ۲۰ سال پیش است. پس زنان توانسته‌اند خودشان را در این بازار ثابت کنند و مسیر برای ورود و درخشش سایر خانم‌ها هموار است و البته این اتفاق بسیار لذت‌بخش است. توصیه می‌کنم در درجه اول خودتان را بشناسید و برای دل سایرین و مد روز، دست به کاری نزنید و کاری را نیز به خاطر محدودیت‌هایی که اطرافیان می‌سازند، کنار نگذارید. فقط اگر خودتان را بشناسید، مسیر درست را می‌یابید. دوم اینکه صبور و سخت‌کوش و عمیق باشید. هزار مسیر کوتاه راه به جایی نمی‌برد. مسیرهای بلند را با پشتکار و باور ادامه دهید تا نتیجه بگیرید.

متأسفانه در چند سال اخیر نه تنها به سمت چشم‌انداز حرکت نکردیم، بلکه به عقب برگشتیم. ما بسیاری از مشتریان خارجی را از دست دادیم، زیرا برخی ارسال‌ها به کشورهای خارجی متوقف شد. سایت‌هایی که محصولات

کار و تکاپو در حوزه کتاب و فرهنگ کتاب‌خوانی

رضوان خرمیان

نویسنده و بانی برگزاری مجموعه رویدادهای کتابخوره‌ها

گسترش کتاب‌خوانی و تسری شوق آشنایی با دنیای کتاب، چشم‌انداز اصلی کتابخوره‌هاست. در همین مسیر، تولید محتوای جانبی مثل ویدئو و پادکست از جلسات برگزارشده را در دستور کار قرار دادیم تا بتوانیم آثار ماندگارتری برای مخاطبان تولید کنیم. در رابطه با کتاب‌فروشی هم به دنبال توسعه مکانی هستیم و البته همیشه با وسواس به دنبال فروش کتاب‌هایی بودیم که والدین بتوانند با خیال راحت آن را برای فرزندان‌شان تهیه کنند. دوست داریم هر کسی، به‌خصوص در حوزه کودک و نوجوان به دنبال کتاب خوب است، ما را بشناسد.

اگر آثار قبلی من در حوزه کتاب نبود، نمی‌توانستم موفق به اجرای طرح و جذب حامی شوم، اما زمانی که به دنبال حامی طرح می‌گشتم، یک مترجم و مؤلف بودم که مؤسسات می‌توانستند با بررسی رزومه یا یک جست‌وجو در اینترنت من و آثارم را بشناسند؛ بنابراین مسیر من در ترویج کتاب‌خوانی هموارتر بود. هموارتر از بسیاری

از مروجان امروزی که فقط مروج هستند و همین باعث می‌شود مسیر دشوارتری را برای اجرای ایده‌ها با سرمایه اولیه اندک داشته باشند.

در ابتدا دوره‌ها برای مخاطبان رایگان بود و من فقط مبلغی برای برگزاری و هماهنگی دوره‌ها از حامی مالی دریافت می‌کردم، پس از چندی متوجه شدم می‌شود به این مسیر به‌عنوان یک مسیر درآمدی نیز نگریست و مخاطب نیز با جدیت این دوره‌ها را دنبال می‌کند.

نکته قابل ذکر اینکه همراهان قدیمی ما که قبلاً نوجوان بودند، اکنون دانشجوی هستند و خودشان گروه‌های خوبی از کتاب‌خوان‌ها ساخته‌اند و به نحوی مسیر کتابخوره‌ها را گسترش دادند.



پیش‌بینی کرده بودم که ممکن است اینستاگرام به چنین سرنوشتی دچار شود!

نگار حسین‌زاده

بنیان‌گذار برند «انگار»

اگر بخوام هویت خودم را در یک کلمه بگویم، طراح هستم. دوست دارم با این نام هویت بگیرم و شناخته شوم، اما «طراح» در فرهنگ ما شناخته شده نیست. وقتی می‌گویم طراح میلمان هستم، می‌گویند یعنی دقیقاً چه کاری می‌کنی؟ من از فرهنگی غنی مثل ایران انتظار بیشتری دارم تا عنوان طراح بیشتر از اینها جا افتاده باشد. حتی حق و حقوقی هم به‌عنوان طراح برابمان قائل نیستند. کاری که اغلب برندها می‌کنند، جست‌وجوی طرح و کپی آنهاست. در حالی که طراحی خیلی کار حرفه‌ای است. برندها باید طرح مورد نظر خود را به جای کپی کردن، به یک طراح بسپارند. برخی طراحان به دلیل نبود کار در زمینه طراحی، به ناچار سراغ طراحی داخلی یا کارهای متفرقه می‌روند. حتی برندهای خوب میلمان هم اسمی از طراح‌شان نمی‌آورند. تلاشی که من به‌منظور برند کردن عنوان «طراح» برای خود دارم، بیشتر به این خاطر است که بتوانم نشان دهم پشت تمام طرح‌ها، یک فکر طراح‌گونه وجود دارد؛ در بسیاری مواقع طرح اولیه کارها را در اینستاگرام می‌گذارم تا مخاطب مسیر خلق طرح نهایی را به‌وضوح مشاهده کند و به این باور برسد که پشت هر طرح، سال‌های متوالی تلاش پنهان است. برند انگار در اینستاگرام شکل گرفته و رشد کرده است.

معتقدم شکل گرفتن هویت برند با اینستاگرام، حس مجازی و غیرواقعی بودن را می‌دهد. خودم هم به دنبال این هستم که به برند هویت واقعی‌تری بدهم. از ابتدا پیش‌بینی می‌کردم به واسطه طرح‌هایی مثل صیانت، هر لحظه ممکن است این همه کسب‌وکار اینستاگرامی از بین برود.

از این‌رو به همه توصیه می‌کردم باید یک آینده‌گری و جایگزینی برای اینستاگرام داشته باشند تا در صورت لزوم به سمت آن بروند. داشتن یک محیط مختص تولید و فروش، ایده بعدی انگار است. جایی که مخاطب روند تولید را ببیند و بتواند خرید کند. هویت برند انگار هم بر اساس همین ایجاد حس در مخاطب و روایت یک قصه از خلق محصول است.





درباره آن ماری سوئینی

قدرتمند در دنیای بازی و فیلم

← آن ماری سوئینی، عضو ارشد هیئت مدیره شرکت لگو و عضو هیئت مدیره نتفلیکس است. او در ۴ نوامبر ۱۹۵۷ در کینگستون نیویورک به دنیا آمد.

← او دانش آموز باهوش و موفقی بود و توانست با مدرک لیسانس از کالج نیوراشل فارغ التحصیل شود و پس از آن مدرک کارشناسی ارشد در رشته آموزش را اخذ کرد و بلافاصله وارد شرکت وایاکام شد و کارش را در یکی از شرکت‌های بزرگ رسانه آوانگارد در بخش توسعه بین الملل آغاز کرد و بیش از ۱۲ سال در آن شرکت بود. پس از آن سه سال در شبکه فاکس بود و بعد وارد دیزنی شد.

← درخشش آن سوئینی باعث شد نامش به عنوان یکی از افراد مطرح شرکت دیزنی در سراسر جهان شنیده شود. حضور او در دیزنی بیش از ۱۸ سال طول کشید.

← او با مدیریت یکی از شبکه‌های دیزنی آغاز کرد و در نهایت ۹ سال مدیر گروه اصلی رسانه‌های دیزنی بود. در طول فعالیتش توانست بزرگ‌ترین شبکه کابلی دنیا را تأسیس کند که تاکنون پیشرفت فوق العاده‌ای داشته است.

← کیفیت مدیریت آن سوئینی چنان درخشان بود که بعد از خروج از دیزنی، به عنوان مدرس مدیریت در UCLA و هاروارد مشغول به تدریس فنون مدیریت شد. او پس از ۳۴ سال فعالیت تصمیم گرفت به صورت مستقل به تولید محتواهای سینمایی بپردازد که در این بخش نیز موفق بود.

← او بارها به عنوان مادر شاغل قدرتمند در دنیا معرفی شده و سی و چهارمین زن قدرتمند جهان در سال ۲۰۱۴ شناخته شده است.



فارغ از قضاوت اطرافیان کاری را که دوست دارید انجام دهید

نداهاشمی

بنیان‌گذار کارگاه-گالری

ساخت زیورآلات طلا و نقره

توصیه من به زنان این است که فارغ از رشته تحصیلی و رتبه کنکور و قضاوت اطرافیان، مسیری را انتخاب کنند که به آن علاقه‌مند هستند و هرگز از طی کردن این مسیر خسته نشوند و به تلاش‌شان ادامه دهند. اجازه ندهند رؤیاهای‌شان زیر بار قضاوت‌های جامعه از بین برود و توانایی‌های خود را نادیده بگیرند.

من در ابتدا از اتاق خانه‌ام شروع به کار کردم. محصولات را می‌ساختم و در گالری‌های مختلف می‌فروختم، بعد از چندی تصمیم گرفتم با یکی از دوستان به صورت اشتراکی کارگاهی راه‌اندازی کنیم و توانستیم اولین کارگاه شخصی را افتتاح کنیم. پس از مدتی تصمیم به توسعه گرفتیم و با دو نفر دیگر از دوستان مان کارگاه را توسعه دادیم. در حقیقت همیشه با همراهی هم توانستیم کار را گسترش دهیم. من با سرمایه شخصی شروع کردم که بسیار اندک بود. البته در مسیر آموزش، هم مهارت‌های خوبی کسب کردم و هم با شبکه‌سازی توانستم دوستان همکارم را بیایم. همین باعث شد بتوانم از همراهی همه استفاده کنم.

من سعی دارم در کارهایی که طراحی می‌کنم، علاوه بر زیبایی و ظرافت کار، معنا و مفهومی را انتقال دهم که مشتری علاوه بر زیبایی، معنا، انرژی و احساسات نهفته در آن اثر را نیز درک کند. مادر همه زیورآلاتی که تولید می‌کنیم، می‌کشیم مفهوم خاصی را به مخاطب نمایش دهیم و این یکی از مزیت‌های ماست.

در بخش کارگاهی هم سعی داریم علاوه بر ساختن محیطی دوستانه و امن برای سازندگان طلا و جواهر، شرایط منعطفی برای همکاری تعریف کنیم تا دوستان هنرمند با خیال آسوده‌تری با ما همکاری کنند.



بازار بزرگ و فرصت‌ها زیاد است اما موانع زورشان بیشتر است!

مژده بابادی

خالق برند مژده سرامیک

در درجه اول خودم را در این کسب‌وکار کشف کردم. من به مجسمه‌سازی علاقه داشتم اما به دلیل اینکه گرافیک بازار کار و درآمد بهتری داشت، به سمت گرافیک رفتم، اما با زندگی کارمندی خوشحال نبودم. اگرچه زندگی کارمندی ثبات درآمد و خیال راحت به ارمغان می‌آورد، اما خلق آزادانه محصولات و برنامه‌ریزی آزادانه‌تر هدیه کسب‌وکار شخصی است و تأکید می‌کنم من اینها را به عنوان برتری یک سبک زندگی به سبک دیگر نام نمی‌برم، اینها صرفاً روش‌هایی برای امرار معاش است. کسب‌وکار شخصی صبوری زیادی می‌طلبد. ترکیب علاقه من به علاوه امکاناتی که داشتم و استقبالی که اخیراً از محصولات سفارشی سفال اتفاق افتاده، باعث شد سرامیک‌سازی را انتخاب کنم.

بازار سفال و سرامیک بسیار گسترده است و کسب‌وکارها در دو مسیر مختلف با هم رقابت می‌کنند؛ فروش حضوری و فروش آنلاین. در فروش آنلاین هزینه تبلیغات و تولید محتوا برای همه کسب‌وکارها وجود دارد، اما در فروش حضوری، وقتی یک هنرمند تازه وارد بازار می‌شود، باید بتواند گیفت شاپ‌ها و کتابفروشی‌ها را راضی کند تا محصولات او را در معرض نمایش قرار دهند و این فروشگاه‌ها به صورت امانی محصولات را در معرض نمایش می‌گذارند و پس از سه ماه با کسر حدود ۴۰ درصد، فقط پول محصولات فروخته‌رفته را تسویه می‌کنند. این مدل فروش باعث می‌شود که برنامه‌ریزی سخت‌تر باشد، اما پس از شناخته شدن در بازار کم‌کم همین فروشگاه‌ها محصولات را کلاً می‌خرند یا به صورت سفارشی پیش خرید می‌کنند. پس لازم است اگر شخصی به سراغ این کسب‌وکار می‌آید، این روند را در برنامه‌ریزی مالی خود ببیند. من سعی دارم مستمر کار کنم تا بتوانم جایگاه خودم را در بازار تثبیت کنم و فروش خوبی داشته باشم.



تولید یک کسب‌وکار در روزهای سخت و ادامه دادن و به پیش رفتن...

ناهد تراپی

خالق برند «آرتیشو»

یک روز وقتی مادرم را به همراه پدر از بیمارستان مرخص کرده بودم، تصادف سختی کردم. در همان مدتی که خانه‌نشین شده بودم، کمی به سمت علاقه‌مندی‌ام رفتم. همیشه آرزو داشتم یک فودکورت حرفه‌ای در یک مرکز خرید داشته باشم. تصمیم گرفتم یک پیچ اینستاگرامی راه بیندازم تا فریاد بزنم که هنوز زنده‌ام، مدام در اینترنت می‌گشتم و پیج‌های ایرانی و خارجی بسیاری را می‌دیدم. محصولاتی را که می‌توانستم ارائه دهم، روی کاغذ نوشتم. از خواهرم که عکاس حرفه‌ای بود کمک گرفتم تا از محصولات عکس بگیرد. پشتوانه همسرم را هم داشتم. هرچند همیشه از این می‌ترسیدم که دیگران به او برچسب بزنند «با این همه تجربه و تحصیلات، آشپزی می‌کنی؟»

با واکر راه می‌رفتم. تا یک محصول درست کنم و عکس بگیرم چند روز از درد دست و کمر از پایم افتادم. اما احساس می‌کردم دنیای تازه‌ای برایم شروع شده است. همه تصور می‌کردند پیچ آرتیشورا می‌باشد برای سرگرم شدن و انگیزه گرفتن من است و شاید کسی تصور نمی‌کرد یک راه درآمدزایی برای چندین نفر شود.

به مرور درباره اینستاگرام مطالعه کردم تا تولید محتوای درست داشته باشم. اول کار، آشنایان سفارش محصول می‌دادند و شاید کار برای آرتیشو چندان جدی نبود. اما کم‌کم غریبه‌ها هم به من اعتماد کردند. همیشه تلاش کرده‌ام بهترین مواد را برای محصولاتم استفاده کنم. شاید ابتدای کار قدری از سود کم کردم اما دنبال اعتبار، ماندگاری و ارائه کار باکیفیت بودم. تلاش کردم کارهایم را از کلیشه‌های موجود خارج کنم. سبک کار هر کسی امضای او است اما در همین حوزه هم بسیاری از افراد دنبال کپی کردن کارها هستند. البته که فعلاً وضعیت اینستاگرام همه کسب‌وکارهای شبیه ما را دچار بلاتکلیفی بزرگی کرده است.





الیه ادیبی

بنیان گذار کسب و کار زیکفام

اوضاع این روزهای کسب و کارهای زنانه خوب نیست

کار من در پیچ اینستاگرامی، آموزش ساخت صابون‌های دست‌ساز و فروش لوازم مورد نیاز این کار است. معمولاً این طور بود که بسیاری مواد اولیه را از ما می‌خریدند و در خانه محصول شان را درست می‌کردند و از طریق پیچ اینستاگرام‌شان می‌فروختند. در واقع کاری که ما می‌کردیم، به اشتغال‌زایی نیز منجر می‌شد. درست است تعداد فالوئرهای این افراد کم بود، اما باز هم فروش داشتند. تمام فروش من به اینستاگرام وابسته بود و راه دیگری برای فروش نداشتم. در حال حاضر همان طور که من تحت تأثیر این اتفاق قرار گرفته‌ام، آنها هم از این وضعیت آسیب دیده‌اند. هیچ فروشی ندارند و حتی بعضی‌ها برای اینکه از وی‌پی‌ان استفاده می‌کنند، پیچ اینستاگرام‌شان پریده و زحمت چندین ماهه‌شان بر باد رفته است. بسیاری از مشتریان قدیم تماس می‌گیرند و می‌گویند دو، سه هفته است که اصلاً نمی‌توانند به اینستاگرام وصل شوند که محصول‌شان را بفروشند یا مواد اولیه سفارش دهند. ما به طور متوسط هفته‌ای ۸۰، ۹۰ سفارش داشتیم که الان نهایتاً هفته‌ای ۲۰ سفارش داشته باشیم. هم به خاطر اینکه خیلی‌ها دسترسی ندارند که بخواهند سفارش دهند، هم به این خاطر که کسب و کارشان خوابیده و با خود فکر می‌کنند چیزی را که می‌سازند، اصلاً کجا باید بفروشند. خودمان هم دو کارگر داشتیم. یکی‌شان مجرد بود که مجبور شدیم به او بگوییم این ماه نیاید. کارگری را که متأهل بوده نگه داشته‌ایم. ادمین پیچ‌مان هم خانمی بود که دو بچه داشت و همسرش نمی‌توانست خرج خانه را بدهد. هم خودش صابون درست می‌کرد و می‌فروخت، هم ادمین پیچ بود و بابت آن حقوق می‌گرفت. این چندماه چون او هم دسترسی به اینستاگرام نداشت و اصلاً دیگر نیازی به ادمین نیست، نتوانستیم به او حقوق بدهیم!

یک کار دلی که به یک کسب و کار جدی تبدیل شد

مرجان مردی‌ها

بنیان گذار برند کورال

برند کورال در بخشی از بیوی اینستاگرام خود عنوان دوستدار محیط‌زیست را نوشته است. دلیل این مسئله استفاده از دورریزها برای درست کردن خمیر پاییه‌ماشه است. دورریزهای کاغذ، روزنامه یا شانه تخم‌مرغ به جای تبدیل به زباله، به یک مجسمه هنری تبدیل می‌شود که هم حالت کاربردی دارد و هم تزئینی است.

اینکه تصویری در ذهن داشته باشیم و ابتدا به شکل دوبعدی ظهور پیدا کند و در نهایت به حجم سه‌بعدی تبدیل شود، شگفت‌انگیز است. من کارهای هنری مختلفی انجام داده‌ام، اما وقتی وارد این کار شدم حس کردم فعالیت بسیار متفاوتی است. به اعتقاد من، تمایز کار هر هنرمند، شخصی‌سازی کارهاست که می‌تواند تبدیل به امضای هنرمند شود. کم‌اینکه برند کورال هم تلاش کرده به سبک و روش خودش آثارش را بسازد. مجسمه آذردخت به‌عنوان یکی از این کارهای شخصی‌شده دختر پاییز و شرقی است. یک مثال دیگر کارهای شخصی‌شده، مجسمه دختری است که پرتقال در دست دارد و باز هم نمادی از پاییز

زنان باید نترسند و به دنبال علایق خود بروند

زهرا حیدری

بنیان گذار برند «ایران کارا»

به خاطر سبک زندگی و کمبود فضا و تنوع پوشش و اکسسوری شخصی، این روزها استقبال بسیار گسترده‌ای از نظم‌دهنده‌های پارچه شده است. این محصولات به علت حمل و نگهداری راحت با زندگی امروزی همخوانی دارد. اما اولین مشکل این است که در سازمان‌های مختلفی که ثبت برند می‌کنند یا مجوز صادر می‌کنند، هیچ سرفصل و دسته‌بندی برای نظم‌دهنده وجود ندارد و این کار را بسیار دشوار می‌کند. ما مجبور شدیم سرفصل نظم‌دهنده را وارد فرایندهای اداری این سازمان‌ها کنیم تا بتوانیم مجوز ثبت برند بگیریم. البته ما در زمینه شناساندن محصول به مشتری هم این سد را پیش رو داشتیم که با تلاش ۱۰ ساله توانستیم تا حدودی این محدودیت را رفع کنیم.

مشکل دیگر اینکه هیچ‌گونه حمایت خاصی از مشاغل انجام نمی‌شود و حتی برای دریافت یک وام اندک نیز، هیچ امتیازی برای ما قائل نمی‌شوند. اینکه من به عنوان یک خانم محصولاتی که مشتری آن اکثراً خانم‌ها هستند، طراحی می‌کنم، بسیار به کسب و کارم کمک کرده؛ اما مشکل بزرگ آنجاست که در تولید صنعتی و عمده‌فروشی، فضا آنچنان مردانه است که من بسیاری از مشتریانی را که عادت به معامله با مردان دارند، از دست می‌دهم؛ آنها وقتی متوجه می‌شوند که صاحب اصلی کار یک خانم است، کلاً از معامله منصرف می‌شوند. از زنان تقاضا دارم به دنبال کاری که به آن علاقه‌مندید، بروید. خیلی از خانم‌ها فقط به دنبال استقبال و نیاز بازار می‌روند و چون علاقه‌ای به آن ندارند، مسیر را تا انتها پیش نمی‌روند. اگر علاقه داشته باشند، خلاقیت نیز رخ می‌دهد و موفق می‌شوند. دوم اینکه از موانع نترسند و بدانند روزی دهنده خداست.



همه چیز به یکباره تغییر کرد؛ اما تغییر بد و به ضرر کسب و کارها

نگار حسینی

بنیان گذار بلانش

ما در بلانش محصولات آرایشی بهداشتی طبیعی، فاقد هرگونه نگهدارنده و ماده شیمیایی می‌فروشیم. فروشگاه ما از ابتدای شکل‌گیری یعنی سال ۹۵، روی پلتفرم اینستاگرام راه‌اندازی شد. بهتر است بگویم با سرمایه محدودی که آن زمان داشتیم، این بهترین اتفاقی بود که می‌شد برایمان بیفتد. گویی از ابتدا در سرتاسر ایران بلکه جهان به‌رایگان شعبه داشتیم و این برای کسب و کار نوپای ما عالی بود. بر همین اساس و با وجود اینکه پس از شش، هفت سال کار تعداد قابل توجهی مشتری وفادار داریم، همچنان بخش زیادی از فروش از طریق اینستاگرام انجام می‌شد.

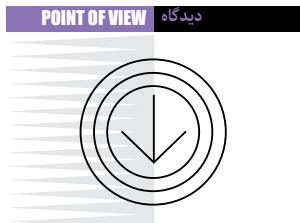
تحلیل اجمالی حدود یک ماه اخیر می‌گوید ما حدود ۷۵ درصد از فروش‌مان را از دست داده‌ایم. البته جدا از فیلتر بودن اینستاگرام، شرایط جامعه به قدری ملتهب است که به گمانم خرید، آن هم خرید محصولات آرایشی - بهداشتی اولویت مردم نیست. این است که مشتری‌های وفاداری که برای خرید به اینستاگرام وابسته نبودند هم کمتر سفارش ثبت می‌کنند. حتی گاهی عده‌ای از مشتریان می‌گویند خجالت می‌کشند در چنین شرایطی نگران پوست‌شان باشند.

بیش از تأثیر بر فروش، فیلترینگ اینستاگرام روی برنامه‌های توسعه‌ای ما اثر منفی گذاشت. برنامه اعطای نمایندگی به چند شهر داخلی و دو شهر خارجی معلق شد. کارگاه‌های آموزشی‌مان که باید از طریق اینستاگرام اطلاع‌رسانی و پیگیری می‌شدند، امکان برگزاری نیافتند. برنامه‌ای برای جذب چند نیرو و ایجاد چند دپارتمان جدید برای توسعه بلانش داشتیم که همگی مسکوت ماندند.

ما در بلانش معتقدیم نباید تسلیم شد. همه تلاش‌مان را برای بازگرداندن پلتفرم اصلی کارمان یعنی اینستاگرام می‌کنیم. سایت بلانش هم به‌زودی راه‌اندازی می‌شود. باید بگویم بسیار آسیب‌دیده‌ایم، به‌ویژه از لحاظ میزان درآمد، اما ناامید نیستیم. اینجا خاورمیانه است و ما هر روز ناچاریم برنامه‌های جایگزین داشته باشیم.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



مینا حاجی

دبیر تحریریه عصر تراکنش

سخت‌تر از تمام سخت‌های قبلی!

چشم‌اندازی بلندمدت برای خود تعیین کنند و به‌منظور کاهش ریسک، تنوع را در کسب‌وکار خود جدی بگیرند. در شرایطی که کسب‌وکارها با قطعی اینترنت یا رشد چند ده هزار تومانی دلار در یک ماه مواجه هستند، دیگر نمی‌شود تمام تخم‌مرغ‌ها را در یک سبد چید.

در سال ۱۴۰۱ شاید کلمه مشترکی که به‌دفعات، از زبان مدیران کسب‌وکارها شنیدیم، کلمه «ناامیدی» بود. به‌نظر می‌رسد با مبهم‌بودن شرایط آینده و در صورت عدم تعیین تکلیف، این حس در سال ۱۴۰۲ چندین برابر شود؛ چالشی اساسی که در پی آن مهاجرت نیروهای متخصص را به‌دنبال دارد؛ نقطه‌ای بحرانی که می‌تواند نقطه شکستی برای کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ باشد. اما همان قدر که از ناامیدی‌ها شنیدیم، از امید همین مدیران ناامید نیز شنیدیم و اینکه چاره‌ای جز ادامه‌دادن ندارند.

باید به حرکت در مه ادامه داد، حتی اگر بدانیم سال‌ها مجبور هستیم به حرکت در این مه ادامه دهیم. اما نکته اساسی در این است که در این شرایط باید بیش از هر زمان دیگری روی تاب‌آوری شخصی و کسب‌وکاری خودمان کار کنیم.



درست است که چند سال اخیر، سال‌های سختی برای صنعت فناوری‌های مالی کشور بود؛ از غده سرطانی نظام کارمزد و دیگر مسائل رگولاتوری و تحریم‌ها گرفته تا کرونا و اتفاق‌های اجتماعی و تورم و مسائل پیرامون ارز هر کدام به‌نوعی نفس این صنعت را برید؛ اما هر جور که فکر می‌کنم، امسال یک‌طور دیگری سخت بود. سخت‌تر از تمام سخت‌های قبلی!

ما در این سال بیشتر از همیشه در وضعیت عدم آگاهی از آینده به سر بردیم. در تمام طول سال و به‌خصوص در شش ماه دوم آن وقتی با مدیران شرکت‌های بزرگ و کوچک صنعت فین‌تک کشور صحبت می‌کردیم، همه از تلاش‌هایشان برای بقا می‌گفتند و اینکه چگونه باید تاب بیاورند. اینکه با رویش قارچ‌گونه مسائل و مشکلات، چقدر روشن نگه‌داشتن چراغ کسب‌وکارها سخت‌تر از همیشه شده است.

به نقطه‌ای رسیده‌ایم که نه نیروی کار و نه کارفرما، دیگر کار کردن را در کشور به‌صرفه نمی‌دانند؛ ولی با این حال بسیاری از حرکت نایستاده و ادامه داده‌اند. مصداق بارز قورباغه‌ای شده‌ایم که در دیگ آب روی آتش، آهسته‌آهسته در حال پخته‌شدن است و اگر همین روند را ادامه دهیم، احتمالاً سال آینده دوباره در همین نقطه می‌ایستیم و می‌گوییم: «یقیناً ۱۴۰۲ از هر سال دیگری سخت‌تر بود!»

شرایط کنونی کسب‌وکارها دقیقاً مصداق حرکت در مه است و ظاهراً این مه، حالا حالاها تمام‌شدنی نیست و نمی‌شود از آن به این زودی‌ها عبور کرد. از آنجایی که کسب‌وکارها نمی‌توانند تن به سکون دهند، به‌ناچار باید با همین سرعت آهسته به حرکت ادامه دهند و تاب‌آوری در مه را بیاموزند. با استمرار شرایط کشور برای سال ۱۴۰۲ به نظر می‌رسد کسب‌وکارها دیگر نمی‌توانند به‌دنبال رشد هیجانی باشند و باید به فکر رشدی متعادل باشند. از طرف دیگر باید با فرض استمرار شرایط فعلی،



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

بیکاری و از بین رفتن کسب‌وکارها خطر بزرگی است

زهرا شبانی

بنیان‌گذار کسب‌وکار یوکابد

اسم کاری که انجام می‌دهم، قیطان دوزی است. سبد درست می‌کنم و در پیچ اینستاگرام به فروش می‌رسانم. کل فروش من از طریق اینستاگرام بود. دو ماه پیش می‌خواستم سایدی راه بیندازم که برایش خیلی هزینه کردم، اما این روزها به اختیار خودم فعالیتیم را کنسل کرده‌ام و دایرکت‌هایم را چک نمی‌کنم. به‌طور کلی می‌توانم بگویم با وجود اینکه در زمان تغییر فصل مشتری‌هایم بیشتر می‌شدند، تعداد سفارش‌هایم به ۱۰ درصد گذشته رسیده است.

تصمیم داشتم بعد از راه‌اندازی سایت، کارگاه را گسترش دهم و نیروی کار بیشتری داشته باشم که در بخش‌های مختلف مثل آماده‌سازی و بسته‌بندی کمک کنند که کنسل شد. فیلتر بنگ اینستاگرام حتی به کسی که من از آن نخ و کاغذ بسته‌بندی می‌خریدم هم آسیب زده، چون دیگر خریدی ندارم و آنها هم اینستاگرامی بودند.

در کل سه نفر بودیم که در این مدت نه خودم کار کرده‌ام، نه بچه‌ها آمده‌اند. قرار بود با راه‌اندازی سایت تعدادمان بیشتر هم بشود، ولی قبل از راه‌اندازی سایت این اتفاق افتاد. فکر نمی‌کنم در حال حاضر کسی از نظر شرایط روحی آمادگی شروع به کار داشته باشد.

لااقل من این‌طور هستم. به‌نظر نمی‌رسد که مردم هم روحیه خرید داشته باشند. نمی‌دانم در آینده چه اتفاقی می‌افتد، ولی اگر اینستاگرام فیلتر بماند، کاری نمی‌توان کرد. من می‌خواستم سایت را هم از طریق اینستاگرام راه بیندازم و تبلیغ کنم. تمام مراحل تبلیغ و ارائه محصول در اینستاگرام بود.

مجموع این شرایط، کار کردن را برای فروشگاه‌ها و کسب‌وکارهایی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند تقریباً غیرممکن کرده است. البته که تلاش داریم در همین شرایط سخت هم مسیری برای ادامه دادن پیدا کنیم اما انگیزه‌ها از همیشه کمتر شده است!



اوضاع کسب‌وکارهای اینستاگرامی امسال فاجعه بود!

عاطفه هاشمی منفرد

بنیان‌گذار برند روچ منفرد

کار ما فروش محصولات سوزن دوزی بود. با چندین زن روستایی در سیستان و بلوچستان کار می‌کردم. ما سایت هم داریم، ولی آن قدر که روی اینستاگرام فروش داشتیم، در سایت نداشتیم. شاید بتوانم بگویم ۹۰ درصد فروش من از طریق اینستاگرام بوده که الان کلاً تعطیل شده است.

هیچ کدام از زنانی که با من کار می‌کردند، دیگر کاری ندارند. فقط هم مسئله فیلتر اینستاگرام نیست. نیروهای من در روستاهای سیستان و بلوچستان هستند. من از طریق واتس‌آپ با آنها در ارتباط بودم و می‌گفتم هر سفارش را با چه رنگی و چطور بدوزند و مشتری چه چیزی خواسته است. الان در آن منطقه کلاً اینترنت را قطع کرده‌اند و من با آنها ارتباطی ندارم. هر از گاهی به آنها اس‌ام‌اس می‌دهم و حال‌شان را می‌پرسم. از آنجا که فروش درستی نداریم، نیروهایم را هم کم‌کم از دست داده‌ام. کسانی که تا یک ماه پیش درآمد کمی از این طریق داشتند، الان فقط نان خشک و آب می‌خورند. خودم کارمندم و حقوقم را که می‌گیرم، بدون اینکه آنها کاری داشته باشند، برایشان مبلغی را واریز می‌کنم که لااقل زنده بمانند.

بسیاری از مردم از طریق اینستاگرام درآمد داشتند و همین افراد از پیج‌های دیگر خرید می‌کردند. حالا آنها هم کسب‌وکارشان تعطیل شده و دست‌شان خالی است و نمی‌توانند خرید کنند. پول دست مردم نیست. حتی چند روزی یکی از دوستان غرفه‌ای کنار دریاچه چیتگر اجاره کرد و از روی محبت اجناس ما را هم گذاشت که اگر مردم خواستند، بتوانند بخرند. من سایت را راه‌اندازی کردم و با

اینکه هیچ درآمدی نداریم، هزینه بزرگی برای سایت کرده‌ام. ولی چطور به مردم بگویم از طریق سایت خرید کنند؟ اینستاگرامی نیست که بخواهم سایت را در آنجا تبلیغ کنم.





درباره رویکرد کارنگ

چرا کسب و کارهای اینستاگرامی؟

از روز ابتدایی آغاز به کار کارنگ، زمانی که داشتیم برای صفحات مختلف برنامه‌ریزی می‌کردیم، به کسب و کارهای اینستاگرامی نگاه ویژه‌ای داشتیم و تجارت اجتماعی را مهم می‌دانستیم؛ به‌خصوص از این جهت که افرادی با سرمایه‌های اندک، بی‌سروصدا و ادعا و تنها با کمک توانمندی و خلاقیت خود توانسته بودند کسب و کاری راه بیندازند و به ساده‌ترین شکل ممکن محصول خود را به دست مشتریان‌شان برسانند. حالا همین کسب و کارها با سنگ بزرگی که حاکمیت جلوی پایشان گذاشته، مواجه شده‌اند.

حاکمیتی که وقتی آنها بیکار بودند، سرمایه‌ای برای شروع کار نداشتند یا در بخش‌های مختلف کسب و کارشان به مشکل می‌خوردند، نه آنها را دیده بود، نه دست یاری به سویشان دراز کرده بود. در کشوری که همواره بر سر آمار بیکاری‌اش حرف و حدیث فراوان است و دولت مدام وعده کاهش نرخ بیکاری با کمک پول پاشی می‌دهد، این آدم‌ها کار خود را پیش برده و چشم به هیچ وعده‌ای ندوخته بودند.

امروز برخورد حاکمیت با این افراد که به جای غر زدن، بی‌توقع کار کوچکی راه انداخته‌اند یا از موضع طلبکار است که اصلاً چرا روی پلتفرمی که ماقبولش نداریم، حساب کرده‌اید یا رویکرد منفعلانه دارد و می‌گوید برای برقراری امنیت چاره‌ای جز انجام این کار نداشته و معلوم هم نیست اوضاع این پلتفرم به حالت عادی برگردد یا نه. اما آیا تأمین امنیت می‌تواند از رهگذر ایجاد ناامنی در تأمین نیازهای اولیه عده کثیری بگذرد؟

در روزهایی که کوچک و بزرگ اکوسیستم نوآوری به دلیل اختلالات اینترنت و فیلترینگ پلتفرم‌های صدای کسب و کارهای بزرگ بیش از کوچک‌ترها شنیده می‌شود. کسانی که به واسطه داشتن صنف می‌توانند مشکلات خود را به گوش حاکمیت برسانند؛ هرچند به نظر می‌رسد گوش‌ها برای شنیدن هر صدایی بسته است. به همین دلیل در این مقطع زمانی، کسب و کارهای کوچک و مشکلات آنها برای کارنگ اهمیتی مضاعف دارد.

رؤیای جهانی شدن در روزگار محدودیت‌ها

سپیده عظیمی

خالق کسب و کار کیک و شیرینی

بازار خوراکی جات یک بازار جهانی است و بالطبع آموزش آشپزی، کیک و دسر نیز در تمام جهان متقاضیانی دارد، مخصوصاً که این آموزش‌ها تجربه‌محور هستند و نوع آموزش ربطی به فرهنگ و حتی زبان کشورها ندارد. همین امر باعث می‌شود استادان حوزه آشپزی بازار بسیار بزرگی پیش رو داشته باشند. من با چندین آموزشگاه آشپزی در دوی نیز مذاکره کرده‌ام تا آموزش‌هایم را در سطح بین‌المللی نیز گسترش دهم. نوع کیک و شیرینی‌هایی که در ایران تولید می‌شود برای کشورهای همسایه بسیار جذاب است. البته از سهم بازار خودم اطلاعی ندارم، اما ورک‌شاپ‌ها و هنرجویان آنلاین زیاد هستند. به لحاظ درآمدی نیز درآمد شخص من بالاتر از کسانی است که در رشته من شغل ثابت و استخدامی دارند.

دوست دارم کسب و کارم جهانی شود. به دلیلی که پیش‌تر گفتم، مطمئن هستم که می‌توانم کسب و کارم را جهانی کنم و این آموزش‌ها را به تمام افراد در دنیا ارائه دهم. من برای آموزش دیدن خودم و به‌روز نگه‌داشتن سرفصل‌های آموزشی‌ام، از طریق شبکه‌های اجتماعی با استادان مطرح دنیا در ارتباط هستم و می‌دانم این کسب و کار به‌راحتی در سطح جهان قابل توسعه است. استقبال مخاطبان و زمینه رشد این کار در جهان بسیار

چرا باید روی کار خودمان

تمرکز کنیم و به پیش برویم

زهرا غفوری

بنیان‌گذار کلبه مهرسان



زیاد است و منع بین‌المللی برای ورود به بازار جهانی وجود ندارد، اما مشکل اصلی رسیدن به این چشم‌انداز درون خود کشور است. فیلترینگ و محدودیت‌های شبکه اجتماعی نه‌تنها فروش محصول و خدمات را تحت الشعاع قرار می‌دهد، بلکه گردش اطلاعات مفید و آموزش‌های به‌روز و طرح سؤالات و ارتباطات کاری با استادان مطرح جهان را نیز از بین می‌برد و همه برندسازی که سال‌ها برای آن زحمت کشیده بودیم نیز بلااستفاده شده است. بماند که از ابتدای طرح فیلتر شبکه‌های اجتماعی، من حتی هزار تومان درآمد نداشته‌ام.



اولین توصیه من داشتن تمرکز است؛ از این شاخه به آن شاخه نپرید و در یکی از حوزه‌هایی که دوست دارید یاد آن توانمند هستید، به شکل متمرکز پیش بروید و همان کار را انجام دهید. از نظرات و حرف‌های دیگران نهراسید و اگر هدفی دارید، همه زمان و انرژی خود را صرف آن کار کنید تا نتیجه بگیرید. بعد از اولین نتیجه‌ها کم‌کم افراد با شما همراهی می‌شوند.

بسیاری از دوستان گالری‌دار هستند که طی سال‌ها کار توزیع صنایع دستی را انجام می‌دهند و بالطبع هزینه‌های زیاد و محدودیت نمایش محصولات در یک گالری باعث می‌شود هم مبلغ سربار بیشتر شود و هم تنوع محصولات برای کسانی که خرید عمده یا جزئی دارد، کاهش یابد.

نوآوری در کلبه مهرسان بدین ترتیب است که یک فروشنده در شهرستان به خاطر سقف مبلغ خرید عمده از یک گالری مجبور است تنوع کار فروشگاهی را پایین بیاورد یا از خرید منصرف شود. گاهی هم به دلیل نیاز به هماهنگی بسیار زیاد با گالری‌های مختلف هزینه و زمان زیادی را صرف می‌کند؛ اما فروشنده در خرید از کلبه مهرسان، با هر بار خرید عمده می‌تواند از میان کارهای ۵۰ تولیدکننده، با یک بار مذاکره و هماهنگی و هزینه جابه‌جایی محصولات مورد علاقه خود را سفارش دهد. به همین دلیل استقبال بسیار خوبی از این خدمت ما از طرف گالری‌داران و فروشندگان صنایع دستی رخ داده است. البته این نکته که من یکی از معدود زنانی هستم که بخش عمده صنایع دستی را انجام می‌دهم و ظرفیت‌های کار را در نظر می‌گیرم نیز می‌تواند در این استقبال مؤثر باشد. در ابتدای کار من در اتاق خودم کار می‌کردم، اما اکنون در یک واحد جداگانه محصولات صنایع دستی را نگهداری می‌کنم و تولید محتوا انجام می‌دهم.

چرخش تمرکز از استارت‌آپ‌ها به بیگ‌تک‌ها!

زینب دولتی

بنیان‌گذار مرکز نوآوری و توسعه

کسب و کارمدسا

مدسا مرکز نوآوری و توسعه کسب و کار تخصصی طراحی و تولید لباس است. ما در این مرکز با کسب و کارهای نوپا همراه می‌شویم تا با بهینه‌ترین مسیر به توسعه دست یابند. چند بخش مجزا و متفاوت برای ارائه خدمات به مشتریان داریم و بخش تولید لباس که برند شخصی من است نیز از فعالیت‌های مدسا است. در بخش مشاوره، همراه کسب و کارهای این حوزه هستیم و در هر کجای مسیر که باشند، به آنها خدمات ارائه می‌دهیم. مثلاً برای کسب و کارهای نوپا مشاوره مسیر و تعیین استراتژی و حتی خدمات مسیر تولید محصول ارائه می‌دهیم و برای کسب و کارهای بالغ‌تر، خدمات کمپین‌نویسی و تولید محتوای تصویری انجام می‌دهیم و به نمایش بیشتر محصولات تولیدشده توسط برندهای نوپا نیز کمک می‌کنیم.

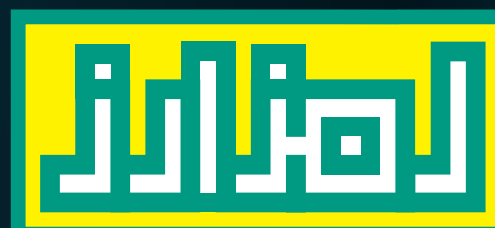
با توجه به اینکه کسب و کارهای نوپا و خلاق اکثراً با سرمایه کم و اندک شروع به کار می‌کنند، این بودجه محدود باعث می‌شود که استفاده حداکثری از همه پلتفرم‌های کم‌هزینه و رایگان یک امر گریزناپذیر باشد و اگر کسب و کارها به این فضا دسترسی نداشته باشند، به‌طور قطع، مسیر معرفی و گسترش آنها مختل می‌شود. فیلترینگ نیز باعث شده که طی چند ماه اخیر همه این کسب و کارها تحت فشار مضاعف قرار بگیرند. فشار قبلی و اولیه از جانب تورم و تغییر قیمت‌ها بود که به واسطه افزایش قیمت هرروزه دلار، رخ داده بود و همزمان فیلترینگ ضربه بسیار محکمی را به‌صورت مضاعف به کسب و کارها وارد کرد و باعث شد بسیاری از آنها تعدیل نیرو کنند، تولید محصولات جدید را متوقف یا به‌طور کلی کسب و کار را تعطیل کنند و این ضربه نه‌تنها کسب و کارها را تهدید می‌کند، بلکه نبض مد ایرانی را نیز متوقف می‌کند، چون همین کسب و کارهای خلاق و کوچک بودند که تنوع و رنگارنگی را به بازار تزریق کردند، چراکه تولیدکنندگان قدیمی و بزرگ بازار نتوانسته بودند نیاز متنوع بازار را پوشش دهند و این خلأ را پر کنند.



شماره ۹۰
۱۴۰۱ اسفند
سال دوم

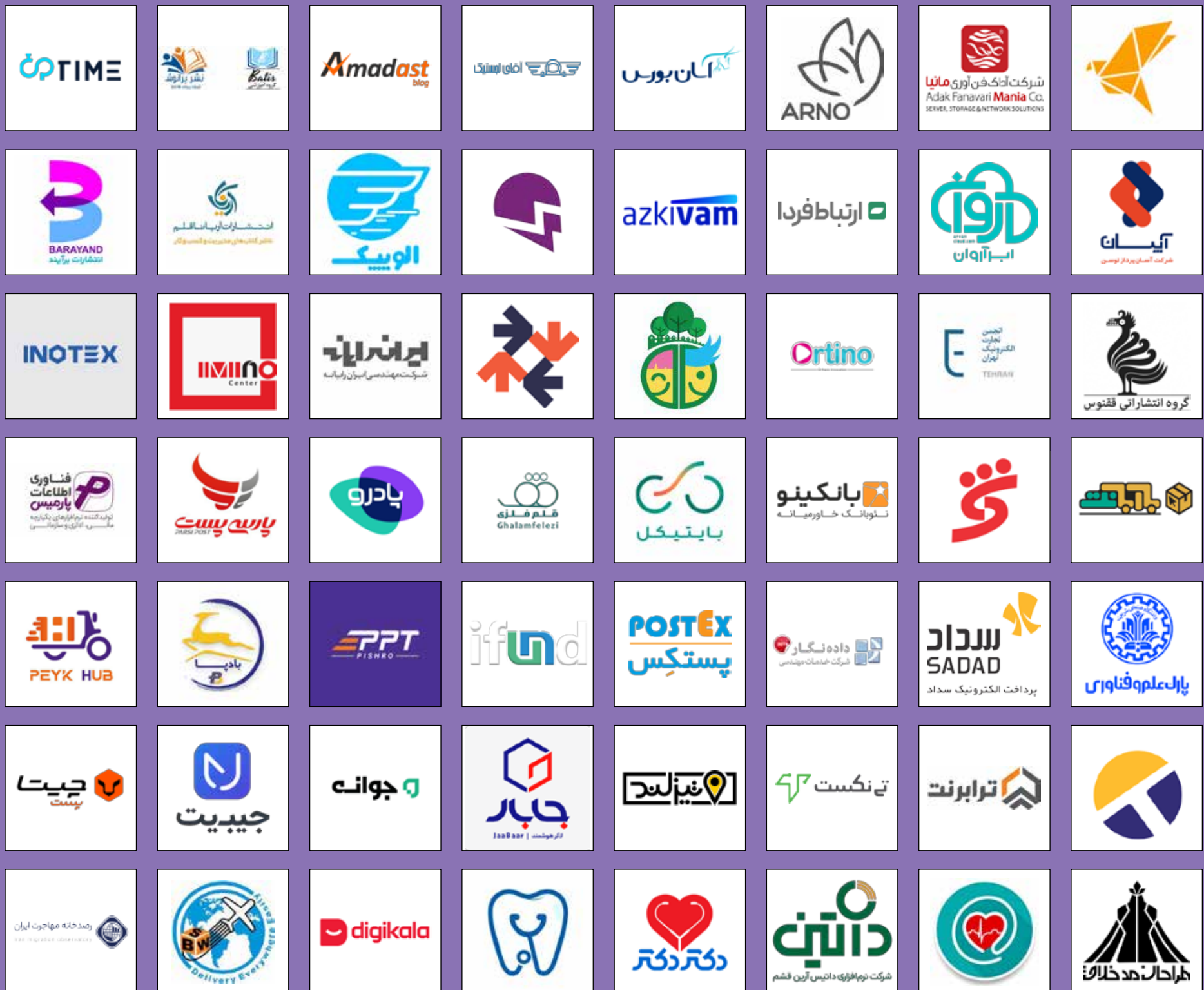


رسانه اکوسیستم رمزارز
بلاکچین و دارایی دیجیتال



کارنگ و کسب و کارهای ایرانی

در سال ۱۴۰۱ بیش از ۲۰۰ کسب و کار ایرانی را به روش های متنوع در کارنگ دیده ایم. از گزارش و مصاحبه و خبر گرفته تا اینفوگرافیک و تحلیل، تلاش کرده ایم محور اصلی محتوای کارنگ، کسب و کارهای نوآور ایرانی باشد. اعتقاد داریم که اکوسیستم وزیست بوم بدون تنوع و تکثر کسب و کارها شکل نمی گیرد و پایدار نخواهد بود. توجه به همین تنوع بازیگران اکوسیستم های نوآوری کشور رویکردی است که در کارنگ با جدیت آن را دنبال می کنیم. لوگو هایی که در این صفحه می بینید تنها بخشی از کسب و کارهایی است که در یک سال گذشته در کارنگ حضور داشته اند.





سال پرخیز: از طرح صیانت تا خاموشی اینترنت

نیمه اول سال ۱۴۰۱ خبرها حول محور طرح صیانت و خوش بینی بابت بسیاری طرح‌ها و پروژه‌های توسعه‌ای کسب و کار می‌گذشت. کسی خبر نداشت چه نیمه سختی از سال ۱۴۰۱ باقی مانده است!

COMMENT نظر



درباره یک خوش بینی

آیا دوباره امید ساختن به این فضا برمی‌گردد؟

این روزها آخرین وضعیت اکوسیستم نوآوری کشور را با کمی خوش بینی می‌توان اینگونه تعریف کرد که بعد از یک توقف پنج‌ماهه و ریزش اقتصاد آنلاین کشور، با وجود اینکه هنوز وضعیت اینترنتی و دسترسی آن برای مردم به شدت ناپایدار است، کسب و کارهایی که بخش عظیمی از بروز و ظهور آنها از طریق شبکه‌های اجتماعی است، در تلاش‌اند تا کاربران پراکنده خود را در این پلتفرم‌ها دوباره گرد هم آورند. کسب و کارهایی که متناسب با اندازه و تعداد کاربران‌شان رویکردهای متفاوتی را در این ماه‌ها داشته‌اند، اما برای بسیاری از آنها «سردرگمی» و «بلا تکلیفی» کلیدواژه‌های مشترکی در این رویکردها بوده است.

نمی‌توان از نظر دور داشت که فشارهای بسیاری به اقتصاد نیمه‌جان دیجیتال کشور وارد شده و احتمالاً بازبایی توان بخش خصوصی در این اقتصاد نیازمند اول تغییرات بالادستی گسترده در سیاست‌های اقتصادی- بین‌المللی کشور خواهد بود و بعد در ریل‌گذاری درست مسیر کسب و کارها توسط بنیان‌گذاران و مدیران آنها. در مورد نیازمندی اول تنها می‌توان امیدوار بود که برخلاف جریان اصلی و رویه‌ها و سیاست‌هایی که تا اینجا شاهد آنها بوده‌ایم، یک تغییر و تحول اساسی رخ دهد که جز «گشایش» اوضاع برای مردم و اقتصاد و جامعه نمی‌توان نامی بر آن نهاد.

آسیب‌های وارد شده به کسب و کارها کم نیستند. شاید باید خوش بین و امیدوار بود که در ابتدای سال آینده همان‌طور که این روزها خبرهای گشایش و بهبود اوضاع در زمینه روابط خارجی به گوش می‌رسد در زمینه سیاست‌گذاری داخلی به خصوص در حوزه اینترنت و تعاملات کسب و کاری مرتبط با آن هم شاهد تصمیم‌های عاقلانه و درست باشیم تا هم چرخ اقتصاد این بخش از کشور مجدداً به حرکت درآید و هم امیدها برای ماندن و ساختن و به پیش بردن نوآوری در کشور از وضعیت سقوط کرده فعلی خارج شود.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

فروردین
9

• اعطای تسهیلات ۱۷۰۰ میلیارد تومانی به استارت‌آپ‌ها با همکاری وزارت ارتباطات و پست بانک

17

• نیما نامداری مدیرعامل «کارنامه» شد

21

• نشست خبری ائتلاف «تاد» برگزار می‌شود
• انتخابات اتحادیه کسب و کارهای مجازی به تعویق افتاد

22

• طرح صیانت به صحن علنی مجلس بازمی‌گردد

23

• انتخابات اتحادیه کسب و کارهای مجازی ۱۹ اردیبهشت برگزار می‌شود
• شرکت شناسادر استارت‌آپ دکتر موتوری سرمایه‌گذاری کرد

24

• جلال رشیدی کوشکی، نماینده مجلس: کمیسیون جدیدی برای طرح صیانت تشکیل نمی‌شود

27

• طرح صیانت، به شورای عالی فضای مجازی ارسال شد

23

• شورای عالی فضای مجازی خواستار ایجاد مرورگر و موتور جست‌وجوی بومی شد

12

• کارگروه اقتصاد دیجیتال خواستار توقف فعال‌سازی سوئیچ آمیتیس شد

11

• طرح صیانت تا دو هفته آینده در دستور کار مجلس قرار می‌گیرد

7
تیر

• وزیر ارتباطات شایعه فیلترینگ اینستاگرام و واتس‌آپ را رد کرد
• هیئت عالی نظارت تصویب کرد: انتخابات اتحادیه کسب و کارهای مجازی برگزار می‌شود

31

• هشدار انجمن فین‌تک به ایجاد سامانه «آمیتیس» جدید بیمه مرکزی

31

• حرکت اول بودجه شتابدهی خود را ۱۰۰ درصد افزایش داد

24

• ساترا: مجوز رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر لغو نمی‌شود؛ به شرط رعایت قانون!

• درخواست ساترا برای تعلیق و فیلتر فیلیمو

29

• زارع‌پور درباره فعال شدن سیف‌مود مرورگرها گفت: صرفاً دسترسی به محتوای خشن و مستهجن محدود شد

• ورود سازمان بازرسی به موضوع تأخیر در برگزاری انتخابات اتحادیه کسب و کارهای مجازی

3
مرداد

• ویرگول ۴ میلیارد تومان سرمایه‌گرفت

6

• فعالیت سویچ آمیتیس متوقف شد

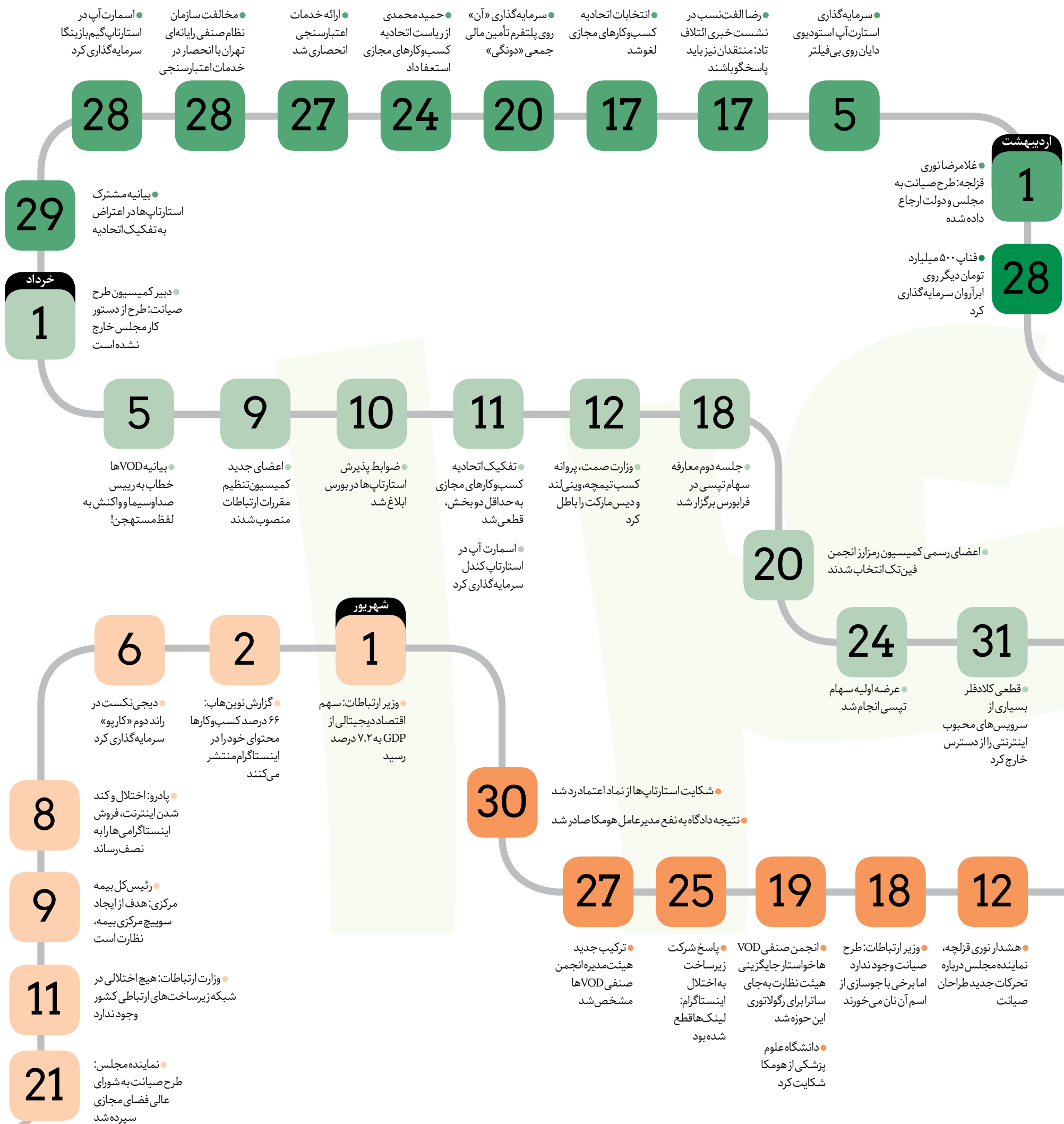
9

• حرکت اول در استارت‌آپ میاره سرمایه‌گذاری کرد

11

• تصمیم‌گیری درباره آمیتیس به کارگروه ویژه اقتصاد دیجیتال سپرده شد

• دور جدید سرمایه‌گذاری هلدینگ مکس روی استارت‌آپ خودرو ۴۵۰



18 ● نماینده مجلس:
فیلترینگ واتس‌آپ
و اینستاگرام کماکان
ادامه دارد

16 ● وزیر ارتباطات از احتمال دائمی شدن فیلتر
اینستاگرام خبر داد
● وزیر ارتباطات: از کسب‌وکارهایی که به پلتفرم‌های
داخلی مهاجرت کنند، حمایت می‌کنیم

12 ● درخواست رییس سازمان
نصر از رییس جمهور برای رفع
محدودیت‌های اینترنتی

11 ● وزیر اقتصاد: خسارات وارده
به کسب‌وکارهای مجازی
جبران می‌شود

10 رفع محدودیت موقت
واتس‌آپ در برخی
مناطق

9 ● هشدار رییس کمیته اقتصاد
دیجیتال به کسب‌وکارهای
اینترنتی

7 ● گزارش پادرو از کاهش ۷۵ درصدی فعالیت
فروشگاه‌های اینستاگرامی
● بیانیه انجمن تجارت الکترونیک درباره
محدودیت‌های اینترنت

6 ● هشدار وزیر ارتباطات به
کسب‌وکارها برای استفاده از
اینستاگرام

2 ● وبسایت ابرآروان از دسترس خارج شد
● بیانیه اعتراضی سازمان نظام صنفی رایانه‌ای
در خصوص قطع اینترنت

28 ● دهقانی فیروزآبادی
جانشین ستاری شد

22 ● سورنا ستاری، استعفا داد
● احمد فراهانی مدیرعامل
جدید اسمارت‌آپ شد

19 ● فعالان حوزه فاوا در نامه‌ای خواستار آزادی
فعالان بازداشت‌شده و رفع محدودیت
اینترنت شدند

20 ● گزارش ابر دراک از رشد
استفاده VPN در بازدید از
سایت‌های ایرانی

21 ● بیانیه انجمن سرمایه‌گذاری
خطرپذیر در رابطه با خسارت‌های
محدودیت اینترنت

25 ● بیانیه روزنامه‌نگاران علم و فناوری
در خصوص محدودیت‌های
اینترنتی

1 آبان
● معاون وزیر صمت:
آمارها درباره تعداد
کسب‌وکارها در
اینستاگرام دروغ است

7 ● نمایشگاه الکامپ
برگزار نمی‌شود

11 ● بلد تعطیل شد

15 ● تفکیک اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی نهایی شد
● حمید محمدی: سهام‌دار حاکمیتی نداریم

16 ● بیش از ۱۲۰۰ نفر
نامه نصر تهران درباره
رفع محدودیت‌های
اینترنت را امضا کردند

17 ● با حکم وزیر
ارتباطات: محمدامین
آقامیری جایگزین
صادق عباسی شاهکوه
در رگولاتوری شد

21 ● دبیر نصر تهران:
فیلترینگ و قطعی
اینترنت فروش
شرکت‌ها را ۵۰ درصد
کاهش داد

21 ● شاپرک: پایانه‌های
اینترنتی فاقد اینماد
از ۲۴ آبان ماه قطع
می‌شوند

19 ● شاپرک انتقال وجه
بین پرداخت‌یاری‌ها را
ممنوع کرد

16 ● رئیس جمهور:
با امن شدن فضا
محدودسازی اینترنت
متفاوت می‌شود

13 ● شهاب جوانمردی
از کمیسیون تنظیم
مقررات استعفا داد

8 ● رشد ۱۳۶ درصدی تپسی
در عملکرد هشت‌ماهه
با تحقق درآمد ۳۵۴٫۳
میلیاردی

6 ● مدیر روابط عمومی
دیجی کالا بازنداشت
شد

3 آذر
● شکایت صداوسیما
از مدیرعامل آپارات

29 ● دامنه بین‌المللی
ابرآروان از دسترس
خارج شد

24 ● افزایش سرمایه تپسی به
میزان ۱۱۰ درصد

● تحریم ابرآروان توسط
اتحادیه اروپا

23 ● کارگروه اقتصاد
دیجیتال خواستار لغو
الزام اینماد شد



گريزي از اين ماجرا نيست

تغيير خواسته و ناخواسته در يك اکوسيستم

اگر تقویمی که از مهم‌ترین اتفاقات و خبرهای سال ۱۴۰۱ را برای شما تدارک دیده‌ایم مرور کنید چیزی جز ناامیدی و بازگشت به شرایط نامطلوب اینترنت در ابتدای دهه نود دستگیرتان نمی‌شود. اما شاید در این میان و تحت تاثیر همین اجبارها و محدودیت‌های ناخواسته، بسیاری تغییرات درون اکوسیستم رخ دهد که گریزی از آن‌ها نباشد.

اما چیزی که در این میان اهمیت دارد، مخابره پیام است. اینکه بپنداریم به آخر خط رسیده‌ایم یک پیام خطرناک است. اینکه بترسیم و بهراسیم که هرچه بود انجام شده و دیگر امیدی باقی نمانده و هر جا کاری به سرانجام نرسیده، به این دلیل بوده که کاری بیش از این نمی‌شده انجام داد، پیام خوبی برای نسل‌های بعدی نیست. نباید فراموش کنیم که صدها هزار دانش‌آموز دبیرستانی و دانشجوی ترم‌های ابتدایی دانشگاه‌ها منتظرند وارد فضای کسب‌وکار شوند. نباید مدام فکر کنیم و تکرار کنیم هرچه بود ما بودیم و دیگر بیش از این نمی‌توان کاری کرد. چه کسی می‌داند شاید نسل بعدی کسب‌وکار اقتصاد نوآوری با تلاش و ممارست و البته سخت‌جانی بیشتر، خیلی بیشتر از آنچه تا اینجا این زیست‌بوم آمده، جلو برود. البته همه اینها باعث نمی‌شود آرزو کنیم ای کاش موانع آن‌قدر کمتر می‌بود که هم دستاوردهای نسل فعلی بیش از این بود و هم آن‌ها که در راهند با امیدواری بیشتری پا در این مسیر می‌گذاشتند. هرچه هست این زیست‌بوم در حال پوست‌انداختن است.

از یک سو آن‌ها که از اواسط دهه ۸۰ یا اوایل دهه ۹۰ وارد این فضا شده‌اند، بعد از ۱۵، ۱۰ سال کار و تلاش و تکاپو کم‌کم به فکر خروج از این فضا هستند. کسانی که برخی از آنها موفق شده‌اند از فضای نسبتاً مستعد و بکر اقتصاد دیجیتال کشور در این سال‌ها بهره ببرند و کسب‌وکار بزرگ بسازند، برخی هم کسب‌وکارها متوسط دارند و عده بسیاری هم موفق نشده‌اند ایده‌ای را که برای آن زحمت کشیده‌اند، به سرانجام برسانند؛ هر یک به طریقی در حال ترک این فضا هستند.



تقویم

CALENDAR

شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



ماهنامه تخصصی صنعت بیمه و اینشورتک ایران



کارنگ در یک سال گذشته نگاه ویژه‌ای به صنعت لجستیک نوآوران ایران داشته است. کسب و کارها، استارت‌آپ‌ها و چهره‌های تأثیرگذار این صنعت را هر هفته معرفی کرده و تلاش داشته‌ایم در خلال این گفت‌وگوها مهم‌ترین چالش‌ها و فرصت‌های این بازار بزرگ را بررسی کنیم. ما در کارنگ معتقدیم تزریق نوآوری به لجستیک کشوری از مهم‌ترین مسیرهای بزرگ کردن اقتصاد و ایجاد کسب و کارها و مشاغل جدید است. منیره شاه حسینی، همکار پرتلاش مان دبیر بخش لجستیک کارنگ است.



منیره
شاه حسینی



M_shah1358
@yahoo.com





تعارض میان رستوران‌ها

واپلیکیشن‌ها

رگولاتوری لجستیک مهم می‌شود

هیئت ناظر در سانفرانسیسکو به این رأی داده که اپلیکیشن‌های مربوط به تحویل کالا، در رابطه با اعمال هزینه‌های خود ملزم به رعایت سقف مشخص و دائمی باشند. استدلالی که در شکایت در مورد آن بحث شده، این بود که پاندمی کرونا باعث تغییرات اساسی در صنعت رستوران‌داری شده و ساختار آن را متحول کرده است. اکنون اپلیکیشن‌ها یک ضرورت برای این کسب و کارها به شمار می‌آیند و صرفاً یک گزینه لوکس و گران قیمت نیستند. این تحول در روش کسب و کار سبب شده است تا اپلیکیشن‌ها سودهای بی‌سابقه‌ای به دست آورند. به عنوان نمونه، اپلیکیشن دُرُدش (DoorDash) در طول مدت پاندمی کرونا ۲۵ درصد سود بیشتری کسب کرده است.

با این حال به دلیل اینکه قیمت‌های بیرونی افزایش پیدا کرده، اپلیکیشن‌های تحویل غذا دیگر در حالت رقابتی قرار ندارند و مشتریان به دنبال اپلیکیشن‌هایی هستند که هزینه کمتری برای آنها داشته باشد. ولی حتی وقتی مشتریان از طریق اپلیکیشن‌های تحویل غذا برای انجام یک معامله بهتر، سفارش خود را انجام می‌دهند، قیمت آنها هنوز مصنوعی است. زیرا هزینه‌ای که پرداخت می‌شود، فقط برای غذا نیست و بخشی از آن همچنان به اپلیکیشن‌ها مربوط می‌شود.

زمانی که در دُش در فیلادلفیا با محدودیت در سقف هزینه‌ای که از رستوران‌ها می‌تواند بگیرد مواجه شد، برای پاسخ به این سقف، «عوارض رگولاتوری» را به هزینه‌های مشتریان اضافه کرد.

اما همان‌طور که food & wine متذکر شده، چنین سقف‌هایی می‌تواند به این منجر شود که اپلیکیشن‌های دلیوری برای جبران درآمد از دست‌رفته، هزینه بیشتری از مشتری دریافت کنند.

به دلیل جایگاهی که اپلیکیشن‌های تحویل غذا برای خود تثبیت کرده‌اند، می‌توانند از مشتری‌ها هزینه اضافه‌تر دریافت کنند یا رستوران‌ها را به سمت افزایش قیمت‌ها سوق دهند. به دلیل سلطه آنها بر بازار، هر دو حالت ممکن است.

چرا باید بازار لجستیک را جدی بگیریم؟

محمد اتابکی

هم بنیان گذار سامانه مدیریت ناوگان

هوش مصنوعی آبتایم

جای رشد برای هوشمند شدن صنعت لجستیک در ایران بسیار زیاد و سهم بازار بالقوه و بالفعل نیز متفاوت است. اما به جرئت می‌توان گفت در بخش بهینه‌سازی لجستیک، ما خودمان را پیشرو در این صنعت می‌دانیم. لجستیک یک اصطلاح کلی است و بیشتر به زنجیره تأمین برمی‌گردد و شامل بخش‌های مختلف از جمله فرست مایل، مید مایل و لست مایل می‌شود. فرست مایل به بخش قبل از ارسال و تأمین یا جمع‌آوری کالا برمی‌گردد. مید مایل معمولاً بین انبار به انبار یا شهر به شهر ارسال کالا انجام می‌شود. لست مایل هم به آخرین لحظه تحویل کالا گفته می‌شود و جایی است که کالا به دست آخرین مصرف‌کننده (فروشنده یا مصرف‌کننده) می‌رسد.

کسی که کسب و کار اینترنتی دارد و کار لجستیک انجام می‌دهد، می‌داند حاشیه سود شرکت‌های حمل و نقل کالا چندان زیاد نیست و علت آن نیز وارد نشدن فناوری به این حوزه است و اگر شرکتی بتواند خدمات فناوری را به آنان ارائه دهد، بدون شک از آن سرویس استفاده می‌کند.

در همه جای دنیا هزینه نگهداری کالا در انبار، هزینه ناوگان، هزینه سوخت و همچنین هزینه دیر رسیدن کالا به دست مشتری بسیار بالاست.

اهمیت لست مایل دلیوری در بازار اینترنتی

بابک عقیلی نسب

مدیرعامل و هم بنیان گذار پستکس

پس از آنکه مدتی با شرکت‌های پستی و فروشگاه‌های اینترنتی کار کردیم، به این نتیجه رسیدیم یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های شرکت‌های پستی و

هر بخش بتواند بهبود پیدا کند، بهره‌وری بیشتری عاید شرکت می‌شود و حتی سنتی‌ترین کسب و کارها هم به این سمت تمایل پیدا خواهند کرد. آبتایم متناسب با هوش مصنوعی، برنامه‌ریزی‌هایی انجام می‌دهد و در فاز بعدی، مقاصد را به صورت خودکار و هوشمند بین راننده‌ها تقسیم می‌کند و به هر یک از راننده‌ها به طور مجزا می‌گوید که مقاصد خود را با توجه به بار ترافیکی چگونه انتخاب کنند و با چه ترتیبی حرکت کنند و راننده دغدغه‌ای بابت انتخاب مسیر برای چند مقصد نخواهد داشت. ضمن اینکه، امکان رهگیری آنلاین نیز به مشتری داده می‌شود.



کسب و کارهای اینترنتی، در بخش لست مایل دلیوری است. از آنجا که توزیع مرسولات توسط شرکت‌های پستی در ساعات محدود از شبانه‌روز انجام می‌شود و مشتری‌ها اغلب در آن ساعت از روز در منزل حضور ندارند و بسته برگشت می‌خورد، بنابراین تصمیم گرفتیم با شرکت گنجه، همکاری استراتژیکی را آغاز کنیم و لاکرهایی را در سطح شهر تعبیه کردیم تا مشتری این امکان را داشته باشد ظرف ۴۸ ساعت بدون محدودیت ساعت در شبانه‌روز بسته خود را از داخل لاکر بردارد.

پستکس اولین لاکرهای خود را در انبار شرکت کالارسان در پارک سوار بهیقه در میدان آرژانتین تهران نصب کرده است. می‌خواهیم تعداد نمایندگی‌های خود را به ۴۰۰ شعبه برسانیم. همچنین لانچ کردن چند مازول پیچیده را در دستور کار داریم. مثلاً سال گذشته استارت پست تلفیقی را به صورت محدود زدیم، اما در برنامه آینده آن را به صورت گسترده‌تر در کشور بسط خواهیم داد. همچنین برنامه داریم پست بیولوژیکی و فردی را گسترش دهیم و همچنین برای کاهش هزینه‌های جمع‌آوری و توزیع نمایندگان پستی، نشر و گسترش هوش مصنوعی مسیر یاب را برای سرعت بخشیدن به مسیرها در دستور کار داریم.

سال گذشته با استفاده از نرم افزار هوش مصنوعی آبتایم برای کوتاه کردن مسیر و سرعت بخشیدن به کار، توانستیم ۲۸ درصد از هزینه‌های خود را کاهش دهیم. به این معنا که توانسته ایم بیش از یک میلیون کیلومتر کاهش پیمایش مسیر و به تبع آن، کاهش مصرف حامل‌های سوخت را تجربه کنیم.

قیمت‌های پایین پست کار نوآورها را سخت کرده است

سعید ناسوتی

مدیرعامل شرکت پیشروپست

معمولاً شرکت‌های حمل و نقل درون شهری زیان‌ده هستند، چون فروشگاه‌های اینترنتی و اینستاگرامی و آنلاین‌شاپ‌ها می‌خواهند با قیمت پایین‌تر بسته را به دست مشتری برسانند و حاضر نیستند قیمت را افزایش دهند و شرکت‌های حمل و نقل نیز ناچارند نرخ را به اندازه‌ای که مشتری قبول کند، کاهش دهند و با هر قیمت که آنها بخواهند کار کنند.

اکثر شرکت‌های حمل و نقل درون شهری و پستی با تزریق سرمایه‌هایی که از طرف سرمایه‌گذاران خود داشته‌اند، توانسته‌اند خود را سر پا نگه دارند و گر نه تا الان به ورشکستگی کشیده شده بودند.

حتی در این صنعت، شرکت‌هایی وارد شده‌اند که با سختی‌های کار آشنایی نداشته‌اند یا تصور دیگری از وضعیت موجود داشته‌اند و بعد از مدتی مجبور شده‌اند کسب و کار خود را تعطیل کنند. البته بازدهی شرکت‌های بزرگی مانند تیپاکس که بیش از ۵۰ سال است در این عرصه حضور دارد، با شرکت‌های نوپا تفاوت دارد و مسلماً شرکت‌های نوپا به پول بیشتری نیاز دارند تا سر پا بمانند.

در حال حاضر یکی از مشکلات این بخش، انجام کار لجستیکی توسط شرکت پست جمهوری اسلامی با مبالغ غیرواقعی است. در واقع ارائه قیمت پایین توسط پست، امکان توسعه کار و حتی انگیزه کافی را از شرکت‌های مشابه ما سلب کرده است. زیرا معمولاً هر مبلغی که برای شرکت‌های حمل و نقل درون شهری برای ارسال بسته‌ها مقدور باشد، شرکت پست با نصف قیمت همان کار را انجام می‌دهد. نزدیک شدن قیمت‌های شرکت پست به مبلغ واقعی می‌تواند اوضاع را کمی بهبود بخشد، زیرا همه کسب و کارهای اینترنتی درصددند هزینه کمتری برای ارسال بسته‌های خود به دست مشتری پرداخت کنند.



تجارت اجتماعی

و نیازهای روبه رشدش...

پشوتن پورپزشک

مدیرعامل پادرو

بازار تجارت اجتماعی بزرگ است و روزانه شاهد سرمایه‌گذاری‌های عجیب و غریبی در این بازار در تمام دنیا هستیم. زمانی که کارمان را شروع کردیم، محصولات مشابهی وجود نداشت، اما امروز در جاهای مختلف روی چنین محصولاتی کار می‌کنند. این محصولات الزاماً شبیه پادروشاپ نیستند و بسته به منطقه‌ای که در آن هستند، نگاه و مسیر متفاوتی دارند.

قاعداً هنوز این بازار در کل دنیا بسیار جوان است و در اوایل موج توسعه خود قرار دارد. برای مثال، در چین حجم بازار تجارت اجتماعی سالانه ۳۶۰ میلیارد دلار است. حجم بازار تجارت اجتماعی در سال ۲۰۲۱ نزدیک به ۵۰۰ میلیارد دلار بوده که از این مقدار ۳۶۰ میلیارد دلار فقط در چین و ۳۶ میلیارد دلار آن در آمریکا در جریان است. فاصله چین با بقیه کشورها بسیار زیاد است و می‌توان گفت حدود یک دهه از بقیه کشورها جلوتر است. باقی‌مانده این عدد هم در کشورهای دیگر تقسیم شده است. در همه کشورها این بازار به سرعت رشد می‌کند و نرخ رشد آن هم عجیب است. برآورد می‌شود در دو یا سه سال آینده این بازار رشدی را تجربه کند که چند برابر رشد تجارت الکترونیک است و تا سال ۲۰۲۵ رشد ۲/۵ برابری را در دنیا خواهد داشت. این بازار جوان، جای کار بسیار دارد و ما در تلاشیم که در این بازار با هوشمندی حرکت کنیم، پیش‌رو باشیم و قدم به قدم ساختار توسعه را

طوری بچینیم که بیشترین بازده را داشته باشیم. بر این اساس، ما ابزاری را برای کمک به فروشنده‌های اینستاگرامی توسعه دادیم. با این ابزار به آنها کمک می‌کنیم فروش راحت‌تری را در اینستاگرام تجربه کنند. به این ترتیب محصول پادروشاپ تولید شد تا فروشندگان اینستاگرامی را قادر سازد فروشگاه خود را از طریق پادروشاپ به سادگی و به صورت اتوماتیک بسازند. به تعبیری دیگر، پادروشاپ عملاً یک فروشگاه‌ساز متصل به اینستاگرام است و امکان ساخت فروشگاه آنلاین مناسب برای شبکه‌های اجتماعی را در اختیار این فروشندگان قرار می‌دهد. فروشنده به راحتی می‌تواند با استفاده از پیج اینستاگرام خود، یک فروشگاه بسازد و امکانات و خدماتی مانند لینک اختصاصی، پرداخت امن، ارسال یکپارچه و مدیریت سفارش را یکجا دریافت کند.



فریلنسرها هم به دنیای لجستیک قدم خواهند گذاشت

صالح آچاک

مدیر برنامه ریزی و توسعه شرکت راه

آسمان آبی

شرکت‌های نوپای دانش‌بنیان، پلتفرم‌های اشتراکی مبتنی بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و حتی فریلنسرها یا همان آزادکاران این حوزه، به تدریج راه خود را برای فعالیت در این صنعت باز خواهند کرد و راهکارها و روش‌های سنتی، دیگر جایی در این صنعت نخواهد داشت. بنابراین پیش‌بینی من، افزایش بیشتر تازه‌واردها برای تسهیل در حمل‌ونقل کسب و کارهای کوچک مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی است. جایی که هنوز بازار این خدمات بکر است و نسل جوان امروز تحت تأثیر توانمندی‌های اینترنت و گوشی‌های هوشمند به دنبال تسریع در ارائه یا دریافت خدمات حوزه این صنعت هستند. اگرچه روش‌های آمارسنجی دقیقی برای اندازه‌گیری شاخص‌های لجستیکی وجود ندارد، با این حال روند رو به رشد خریدهای آنلاین، اپلیکیشن‌های حمل بار، فروش در قالب پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی، مؤید این واقعیت است که حجم کلی اقتصاد در این صنعت در حال رشد است. استفاده از فناوری‌های روز دنیا، یک الزام برای هر کسب و کار محسوب می‌شود. از ابتدای ورود من به شرکت راه آسمان آبی، تمام تلاش من و همکاران مجموعه، بهره‌برداری حداکثری از فناوری‌های اطلاعاتی و

ارتباطی به منظور افزایش کیفیت سرویس و ارتقای بهره‌وری شرکت بوده است.

طراحی و بهره‌برداری از سامانه جامع اختصاصی صدور بارنامه، ارائه خدمات تحت وب و اپلیکیشن هماهنگی با پیک‌ها و جمع‌آوری محموله‌ها از محل استقرار مشتریان، از آن جمله هستند.

همچنین شبکه دفاتر و همکاران این شرکت به سادگی قادر به ثبت، ارسال و دریافت داده‌های مربوط به بارنامه‌هاست و به آسانی امور مالی و عملیاتی را مدیریت می‌کند.

بیشتر مشتریان شرکت دارای کد اشتراک هستند و به راحتی می‌توانند درخواست‌های خود را از طریق وب‌سایت، اپلیکیشن و شبکه‌های اجتماعی به همکاران ما اعلام کنند تا آنها اقدامات لازم را برای جمع‌آوری بارها انجام دهند.



استفاده از ظرفیت اتوبوس‌ها

در جابه‌جایی کالا

آیدین نراقی

مدیرعامل شرکت کالارسان

پست اتوبوسی به معنای استفاده موثری از زیرساخت اتوبوسی کل پایانه‌های کشور برای جابه‌جایی بار یا بسته بین تمام شهرها و پایانه‌های کشور است. این پست به دلیل ایمن بودن، احتمال پایین آسیب‌دیدگی بار و سرعت جابه‌جایی بالا و انتقال کالا بدون محدودیت در وزن تا ابعاد حداکثر یک متر، خیلی زود مورد استقبال عموم قرار گرفت و از طرفی برای اتوبوس‌ها نیز جابه‌جایی مسافر به تنهایی درآمدزا نبود و ارسال بار برایشان درآمد بیشتر ایجاد می‌کرد. ضمن آنکه بحث جلوگیری از قاچاق کالا و موارد این‌چنینی مطرح بود. بنابراین استقبال دوجانبه باعث شد پست اتوبوسی خیلی زود مورد توجه قرار گیرد. مزیت ما در ارسال سریع کالا یا بار به دورترین نقاط کشور از طریق زیرساخت پایانه‌های مسافری اتوبوسی کشور است. به عنوان مثال، اگر بار یا کالایی در طول روز به ما تحویل داده شود و بخواهیم به شهرهای پرتدد و نزدیک، مشابه اصفهان برسد، ظرف پنج شش ساعت می‌توان بار را به مشتری تحویل داد. این نکته مثبتی است که مجموعه ما دارد. در حالی که وقتی بار یا بسته به شرکت‌های پستی دیگر تحویل داده می‌شود، بارها در انبار جمع‌آوری می‌شود و طی کلونی، تقسیم‌بندی

شده و حداقل دو روز طول می‌کشد به دست مشتری برسد. اما در شرکت کالارسان مرحله انبارداری و تقسیم بار را نداریم و بار با سرعت ارسال می‌شود.

کار دیگری که مطابق با فناوری روز دنیا انجام داده‌ایم، این است که در انبارها سیستم‌های هوشمندی مانند سیستم RFID و طرح‌های هولوگرام‌دار تعبیه کرده‌ایم و موقعی که بار از اپراتور یا سفیر تحویل گرفته می‌شود، هولوگرام روی بار نصب می‌شود و ارسال‌کننده کالا می‌تواند در هر مرحله متوجه شود بار او در چه مرحله‌ای قرار دارد.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

گزارش REPORT



در دنیای لجستیک

چه خبر است؟

هزینه‌های لجستیک

در حال افزایش

است

شاخص‌ها نشان می‌دهد فشار بر زنجیره تأمین، رکورد سخت‌ترین دوران خود را زده است. شرایطی همچون نابسامانی بازار، کاهش فضای انبار و کمبود بی‌سابقه بودجه، به هزینه‌های سرسام‌آور لجستیک منجر شده است.

آمار منتشرشده از مدیران لجستیک دنیا نشان می‌دهد، شاخص هزینه‌های لجستیک افزایش بی‌سابقه داشته است. منبع این گزارش توسط دانشگاه کلرادو و وابسته به چهار دانشگاه دیگر در ایالات متحده آمریکا است. در این گزارش از مدیران تدارکات،

در مورد موجودی، انبارداری و حمل‌ونقل، سؤال و نظرسنجی می‌شود.

این گزارش تأکید می‌کند جریان‌های مختلفی بر اقتصاد ایالات متحده آمریکا تأثیرگذار است و افزایش تورم در بخش لجستیک نیز باعث

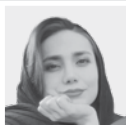
می‌شود تقاضا برای خرید و ارسال کالاها کاهش یابد.

عواملی همچون افزایش تقاضا، هزینه‌های متفرقه، قیمت زیاد انبارداری و حمل‌ونقل باعث شده هزینه‌های لجستیک سر به فلک بکشد.

مطابق این گزارش، ظرفیت انبارها، دچار افت شدیدی شده و قیمت انبار و فضای ذخیره به حداکثر میزان خود رسیده است. با این حال پیش‌بینی می‌شود هزینه‌ها در یک سال اخیر بسیار بالا باقی بماند. چالش‌های بعد از همه‌گیری کرونا باعث شده تأمین‌کننده و خرده‌فروش، مشتریان خود را برای پرداخت مبالغ قابل توجه آماده کنند.

زک راجرز، استادیار مدیریت زنجیره تأمین در ایالت کلرادو، درباره این مسئله توضیح می‌دهد: «احتمال تعدیل قیمت‌ها که بتواند بخش‌های دیگر اقتصاد را تسکین دهد، وجود دارد.»

راجرز می‌افزاید: «قیمت سوخت دیزل به ۶۴ درصد بالاتر از یک سال گذشته رسیده است و این افزایش قیمت می‌تواند چشم‌انداز حمل‌ونقل را مخدوش کند.»



فرینوش امامی



farinoosh.emamii@gmail.com



پیش بینی درباره بازار
تحويل غذا در هند

رشد ۷۰۰ میلیون
دلاری

بازار تحويل غذا در هند طی
سال های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۶ به
میزان ۷۱۶/۵۳ میلیون دلار رشد
خواهد کرد.

ریسرچ اند مارکت با بررسی
بازار دلیوری غذا در هند
پیش بینی کرده است این بازار طی
سال های ۲۰۲۲-۲۰۲۶ به میزان
۷۱۶/۵۳ میلیون دلار
رشد خواهد کرد. این
میزان برابر با نرخ رشد
مرکب ۲۸ درصدی در
دوره پیش بینی شده برای
این کشور خواهد بود. این
مرکز با تجزیه و
تحلیل جامع،
اندازه گیری و پیش بینی
بازار، روندها، محرک های

رشد و چالش ها و همچنین تجزیه و
تحلیل ۲۵ فروشنده به نتایج فوق
رسیده است.

عناصر تعیین کننده در
هدایت این بازار به نقل از این
گزارش عبارت اند از: افزایش مشارکت
بین رستوران ها و ارائه دهندگان
خدمات دلیوری غذا، هزینه ها و مزایای
عملیاتی برای رستوران ها. این تحلیل
که با تأکید بر وضعیت سفارش ها و
همچنین پرداخت ها انجام شده است،
تقاضای رو به رشد مصرف کنندگان
برای سفارش غذای راحت را به عنوان
یکی از دلایل اصلی رشد بازار تحويل
غذا در هند طی چند سال آینده
معرفی می کند.

این گزارش با بررسی سه حوزه
«اندازه بازار دلیوری»،
«پیش بینی بازار دلیوری» و «تجزیه و
تحلیل صنعت دلیوری غذا» به دست
آمده است. مطالعه حاضر با استفاده
از ترکیبی عینی از اطلاعات اولیه و
ثانویه داده های شرکت کنندگان کلیدی
در این صنعت انجام شده و علاوه بر
تجزیه و تحلیل تأمین کننده های
کلیدی، یک چشم انداز جامع از این
بازار و تأمین کننده ها به دست
می دهد.

آماري از يك صنعت بزرگ

مهدی خادمی مقدم

هم بنیان گذار سابق پیک هاب و فعال صنعت لجستیک

وقتی درباره زنجیره تأمین در یک کارخانه صحبت می کنیم، اولین بخش که یک کارخانه با آن درگیر است، بخش لجستیک آن است. در واقع لجستیک مواردی چون زنجیره تأمین، تأمین کنندگان، رساندن مواد اولیه به دست کارخانه، زنجیره تولید، مراحل انبار کردن، پردازش و توزیع کالاها بین شبکه های مویرگی تا هنگامی که به دست مصرف کننده نهایی برسد را در بر می گیرد.

اما چیزی که از بخش لجستیک مدنظر ماست، بخش حمل و نقل یا مرحله نهایی کار است و هنگامی که بسته نهایی به دست مصرف کننده می رسد، از دیدگاه ما لجستیک به حساب می آید. در حالی که وقتی چند کالا را از یک فروشگاه آنلاین مثل دیجی کالا سفارش می دهید، ممکن است کالاها از شهرهای دیگری به دست دیجی کالا برسد. در این صورت، در مرحله اول، بسته باید توسط تأمین کننده پست شود و به دست دیجی کالا در تهران برسد. دیجی کالا در بخش پردازش، آن کالاها را با خریدهای

لجستیک و رشد بی سابقه اش و همه عوامل دخیل در آن

علی رضایی

مدیرعامل تی نکست

لجستیک صنعت بسیار بزرگی است که از جابه جایی بار توسط کشتی، هواپیما و کامیون ها گرفته تا لوله های نفت و گاز، تاکسی های داخل شهر، اتوبوس، مترو و هر عملیاتی که به حوزه حمل و نقل و زنجیره تأمین کالا مربوط باشد، در بر می گیرد. صنعت پست در مقایسه با کارهای عظیمی که در این صنعت انجام می شود، درصد بسیار کوچک اما مهم و تأثیرگذاری دارد. به خصوص از زمان شروع همه گیری کرونا، به یکباره ذائقه خرید مردم و اعتمادشان به خریدهای اینترنتی، تلفنی و اینستاگرامی تغییر کرد و صنعت پست لجستیک دنیا با حجم بالایی از تقاضا از سوی مردم، فروشگاه ها و کسب و کارهای اینستاگرامی و اینترنتی مواجه شد. در ایران نیز تحول زیادی در این زمینه ایجاد شد و چشم اندازی که پیش بینی می شد سال ها طول بکشد صنعت لجستیک ایران به آنجا برسد، ظرف مدت زمانی کوتاه طی شد. البته از این رشد و جهش عجیب و غریب، کل دنیا متعجب است. چندی پیش که در یک کنفرانس آنلاین بین المللی پست لجستیکی شرکت کرده بودم، مدیر شرکت پست کانادا اعلام کرد رشد مورد انتظار این شرکت در توسعه زیرساخت ها همه ما را شوکه کرده، زیرا آماري که انتظار داشتیم تا سال ۲۰۲۹ به آن دست پیدا کنیم، در سال ۲۰۲۲ شاهدش هستیم. بنابراین بیراه نیست ایران نیز از این جهش بزرگ مستثنی نباشد و آنچه در ایران در رشد پست لجستیک تجربه کردیم، بی سابقه بوده است. در واقع دوران کرونا کمک بزرگی به اعتمادسازی و رشد زیرساخت های صنعت پست لجستیک و اقتصاد فناوری دنیا کرد. البته در حال حاضر شرایط رشد در این صنعت مانند دوران پیک کرونا نیست و به نظر می رسد مقداری افت کرده است.

دیگری که همزمان داشته اید، یکی کرده و سپس برای شما می فرستد. اگر کل آمار بازار اشتراکی (Market Share) سامانه های پستی را جمع بزنید، کمتر از ده درصد از کل بازار را تشکیل می دهند. یعنی بیش از ۹۰ درصد بازار لجستیک ایران در دو قسمت انجام می شود. یکی سیستم های سنتی مانند باربری ها که همچنان سنتی اند و هنوز به روز نشده اند و بخش عمده ای از آنان حتی سیستم و اتوماسیون ندارند. پست جمهوری اسلامی که به عنوان بازیگر اصلی در عرصه لجستیکی کشور شناخته می شود، در سال ۱۴۰۰، ۲۵۰ میلیون بسته را منتقل کرده، یعنی سهم این شرکت از کل ارسال ها حدود ۵ درصد بوده است. این در حالی است که آمار ارسال بار و بسته های پستی در سال ۱۴۰۰ به دلیل مسائلی همچون کرونا و تغییر فرهنگ رفتار مشتری بیش از دو برابر شده است. البته آمارهای داخلی در این بخش با آمارهای بین المللی کاملاً همخوانی دارد.

تعرفه های پستی بیشتر شد اما تغییری در کیفیت ارسال ندیدیم!

آرش دهبان

بنیان گذار و اجارو

بسیاری از محصولاتی که در فروشگاه های اینترنتی به فروش می رسند، جزء کالاهای لوکس نیستند و قیمت زیادی ندارند و قیمت آنها در بسیاری از موارد زیر ۲۰۰ هزار تومان است. حال تصور کنید که نیاز باشد خریدار برای خرید یک محصول ۱۰۰ هزار تومانی حدود ۴۰ تا ۵۰ هزار تومان هزینه پستی بپردازد. همان طور که پیش بینی می کنید احتمال اینکه از خرید اینترنتی صرف نظر کرده و کالای مورد نیاز خود را به صورت حضوری تهیه کند، بسیار بیشتر می شود. افزایش تعرفه های پستی باعث می شود فروشگاه های اینترنتی گزینه ارسال رایگان را حذف کرده یا مبلغ حداقلی آن را بسیار افزایش دهند.

از طرفی بسیاری از فروشگاه های اینترنتی، تولید کننده محصولی که به فروش می رسانند، نیستند و کالاهای خود را از تولید کننده های گوناگون تهیه می کنند.

برای مثال فروشگاه هایی که محصولات کشاورزی را به فروش می رسانند، باید محصولات را از کشاورزان تهیه کنند. در این موارد افزایش تعرفه های حمل و نقل از دو طرف روی قیمت تمام شده برای مشتری تأثیر می گذارد و مشتری هم باید محصول را گران تر بخرد و هم هزینه پستی بیشتری نسبت به قبل بپردازد. باید توجه داشته باشیم که پست یک شرکت خصوصی نیست و انتظار می رود با وجود بودجه ها و یارانه هایی که از دولت دریافت می کند، تعرفه های بسیار پایین تری نسبت به شرکت های خصوصی داشته باشد. پیش از این، دلیل استفاده اکثریت فروشگاه های اینترنتی از خدمات شرکت پست به قیمت مناسب تر آن برمی گشت. افزایش تعرفه های پستی نه تنها فروشگاه های اینترنتی را با مشکل مواجه می کند، بلکه تلاش چندساله برای توسعه فرهنگ خرید اینترنتی را به باد می دهد. در سال گذشته شاهد افزایش تعرفه های خدمات پستی به بهانه بهبود خدمات بودیم، اما متأسفانه تأثیر و تغییر چندانی روی کیفیت عملکرد خدمات مشاهده نشد.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



حمل و نقل شهری تحت
تأثیر فناوری های برقی

سیتی بایک در نیویورک

آنچه این روزها علاقه مندان به دوچرخه های الکتریکی را در نیویورک دور هم جمع می کند، نسل جدید دوچرخه های الکتریکی یک استارتاپ خلاق به نام «سیتی بایک» (Citi Bike) است. سیتی بایک اعلام کرده از هفته پیش رو در ایستگاه های به خصوصی دوچرخه های خود را برای استفاده در اختیار ساکنان نیویورک قرار خواهد داد. مکالمه جاری در خصوص استفاده از این دوچرخه ها دیگر بحث «کی» و «چرا» نیست. این دوچرخه ها به لطف سیتی بایک مورد بهره برداری قرار خواهند گرفت. آنچه حالا برای بقای این ایده و عدم شکست دوباره آن مورد توجه خواهد بود، کیفیت تجربه شهروندان نیویورک در استفاده از این دوچرخه هاست. سیتی بایک تمام تلاش خود را کرده تا هم در ظاهر و هم در عملکرد دوچرخه های خود را تا حد امکان از دوچرخه های تکراری و فعلی نیویورک متمایز کند. قاب دوچرخه با رنگ شیک نقره ای پوشانده شده و در میان دسته ها، یک صفحه ال سی دی قرار دارد. «لورا فاکس»، مدیر سیتی بایک می گوید در طول استفاده های آزمایشی از دوچرخه های این استارتاپ، عموم مردم جذب شان می شدند و با نگاه خود آنها را دنبال می کردند.

او ادامه می دهد: «چیزی که در همان ابتدای ظهور این ایده به ذهن ما خطور کرد، این بود که کسی نیست که از ایده دوچرخه سواری بدش بیاید. این مسافت های طولانی و کوتاهی ها برای آماده سازی محیط شهری برای دوچرخه سواران است که عموم مردم را از استفاده از آنها منصرف می کند. این ایده که دوچرخه برای حمل و نقل روزمره منفور است، واقعیت ندارد. نگاهی ساده به کشورهایی مانند هلند که به خوبی به حقوق دوچرخه سواران رسیدگی می کند و به آنها مسیر اختصاصی می دهد، گواه محبوبیت دوچرخه در صورت ایجاد ظرفیت است. ما با دوچرخه های برقی خواستیم کوتاهی های موجود را با ساده سازی روند سواری دوچرخه ها جبران کنیم.»

دوچرخه های سیتی بایک می توانند ۳۲ کیلومتر در ساعت سرعت بگیرند و با هر شارژ نیز ۶۰ کیلومتر را بیمایند.

در صنعت لجستیک با یک اپلیکیشن نمی توان کسب و کار راه انداخت!

سید علیرضا موسوی
مدیرعامل شرکت پرشیا اکسپرس

به طور قطع می توان گفت صنعت لجستیک در دنیا جزو ده صنعت برتر و پول ساز است. هر قدر خرید و فروش در بستر وب صورت گیرد و این دایره چه به دلیل قطع زنجیره کرونا و چه دلایل فرهنگی و زیرساختی گسترش یابد، صنعت لجستیک نیز صعود را تجربه می کند و سفره لجستیکی بزرگ تر شده و گسترش بیشتری پیدا می کند.

به خصوص تهران را باید یک کشور جداگانه در حوزه لجستیک در نظر گرفت، زیرا پتانسیل های این بخش در پایتخت قابل قیاس با شهرهای دیگر نیست و حجم کار بسیار متفاوت است. به جز شرکت های بزرگ مانند پست و تیپاکس که سهم عمده ای را بر عهده دارند، شرکت های کوچک تر مشابه پرشیا اکسپرس، جای زیادی برای کار دارند و ظرفیت این بازار آنچنان گسترده است که خیلی کارها را می توان در آن انجام داد.

ولی حوزه لجستیک چالش های مخصوص خود را دارد. در بسیاری از استارتاپ ها با یک نرم افزار و اپ می توان کسب و کار راه انداخت، اما در حوزه لجستیک ابعاد کار کمی متفاوت است و همین مسئله ورود سرمایه گذاران به این حوزه را با تردید مواجه می کند. چرا که بخش اعظمی از این سرمایه گذاری در بخش نیروی انسانی و وسیله نقلیه است. با توجه به اینکه چالش هایی برای گذران زندگی وجود دارد، نیروی انسانی بخش لجستیک نیز از نظر تأمین مالی با محدودیت هایی مواجه شده است. شاید اگر در این حوزه، شرکت هایی که خواهان رشد و رضایت مشتری و پرسنل هستند، تعاملات و توافقاتی بر سر قیمت و تعرفه با یکدیگر داشته باشند، بتوانند این چالش را تا حدود زیادی مرتفع سازند؛ زیرا اعتماد در این صنعت به راحتی به دست نیامده که بخواهد آنی از دست برود.

سرویس تحویل در روز بعد، بسته ها تا عصر آماده می شوند و روز کاری بعد، در فاصله صبح تا ظهر به گیرنده ها تحویل داده می شوند. در لینک اکسپرس در خوشبینانه ترین حالت، بسته ها دو ساعت و نیمه و در بدبینانه ترین حالت، ۱۸ ساعته به دست مشتری می رسد.

شرکت هایی که به صورت سنتی کار می کنند، به دنبال تحلیل داده های خود نمی روند و حتی بعضاً داده ها وارد کامپیوتر نیز نمی شود و محدوده های توزیع از پیش تعریف شده است. در این صورت ممکن است سفیر در یک روز ۱۵ بسته در محدوده خود داشته باشد و در روز دیگر ۱۰۰ بسته و یک روز بسته ها را زود برساند و روز دیگر به دلیل تعداد بسته ها دیرتر.



تبلیغات و توسعه را به زودی آغاز خواهیم کرد. در شروع کار، با ارسال روزانه ۸۰۰ مرسوله آغاز کردیم، اما هدف گذاری ما در افق پنج ساله آتی، رسیدن به ۲۰ درصد از سهم بازار کوریر سرویس است.



سنتی ها به تحلیل داده های لجستیک توجهی نشان نمی دهند

علی حسینی
مدیرعامل و هم بنیان گذار لینک
اکسپرس

صنعت لجستیک به خصوص در بخش دولتی چندان به روز نشده و مغفول مانده و بازیگران خیلی سنتی و قدیمی گردانندگان آن هستند. البته اخیراً با درک تغییرات بازار، شرکت پست جمهوری اسلامی نیز تصمیم گرفته نوآوری را وارد سازمان عریض و طویل خود کند. اما همان طور که می دانیم هر قدر یک سازمان بزرگ تر باشد، چابکی اش کمتر است و کمتر به فضای راه حل محور فکر می کند. پست با ارائه قیمت بسیار پایین، مشتریان خود را حفظ کرده است. در کل، بازار لجستیک بازار جذابی است و بازیگران جدی و نوآور در آن کمتر وجود دارد و اکثراً سنتی و دولتی هستند. ولی کلاً اوضاع اقتصادی به گونه ای است که انواع و اقسام فشارهای اقتصادی به کسب و کارها وارد می شود. علی الخصوص کسب و کاری مانند ما که رقیب دولتی دارد.

سرویس شرکت های پستی به روز، به دو بخش Same-Day و Next-Day Delivery تقسیم می شود. در سرویس تحویل در همان روز، قبل از ظهر سفارش ها ثبت می شود و بعد از جمع آوری عصر همان روز به گیرنده تحویل داده می شود. ولی در

روی هاب لجستیکی تمرکز کرده ایم

حسین علائی
مدیرعامل چیتا پست

هاب های لجستیکی در سرویس های کوریر سرویس تقریباً یک ویژگی دارند و آن هم نقطه تلاقی شهرها و شبکه ارتباطی ناوگان بین شهری و محلی است که سفارش ها توسط شبکه جمع آوری یا توزیع تحویل داده یا گرفته می شود. هاب ها معمولاً در مناطقی تأسیس می شوند که محل تمرکز شرکت های باربری است تا بتوان سرویس های بین شهری را ساپورت کرد. در چیتا پست این عملیات به این صورت است که این شرکت در هر شهر که هاب یا نماینده دارد به طور روزانه سفارش ها از طریق ابزارهای مختلف سفارش گیری نظیر اپلیکیشن چیتا پست یا سایت چیتا آنلاین یا نماینده ها و مشترکین سازمانی ای که ابزارهای سفارش گیری دیگری دارند، انجام می شود و توسط شبکه جمع آوری از محل مشترکین جمع آوری و به هاب تحویل داده می شود. مشترکین ناوگان بین شهری نیز سفارش ها را از شهر مبدأ به شهر مقصد یا به واسطه چند هاب و نقاط اتصال منتقل می کنند و در نهایت در شهر مقصد و نماینده هاب مقصد، فرایند لیست توزیع به درب منزل انجام می شود.

یکی از مواردی که منتظر تکمیل آن بودیم، اخذ مجوز از سازمان تنظیم مقررات در زمینه اپراتور پستی بود که در حال دریافت مجوز مربوطه هستیم؛ بنابراین فرایند



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم





تحويل ۱۵ دقیقه‌ای
در مکان‌های پرتراکم
سود دارد

سودآوری یا سودرسانی؟

استتلی لیم، استاد دانشگاه ایالتی میشیگان که متخصص زنجیره تأمین است، می‌گوید: «برای اینکه مدل درآمدی تحويل ۱۰، ۱۵ دقیقه‌ای کارآمد باشد، به تراکم جمعیت نیاز دارید. در مناطق حاشیه‌ای می‌توان به مشتریان خدمات‌رسانی کرد، اما این کار سودآوری نخواهد داشت.»

سرعت ارائه خدمات در خارج از متراکم‌ترین شهرهای ایالات متحده آمریکا مانند نیویورک یا محله‌هایی که این خدمات در شهرهای وسیع‌تر در آن جمع شده و انجام می‌شوند، هنوز مشخص نیست. اما در شهر پرجمعیت و شلوغ، فشار ناشی از کنترل و نظارت بر قوانین ممکن است نمایان شود. اعضای شورای شهر نیویورک علیه برنامه‌های تحويل فوری موضع گرفته‌اند و گفته‌اند

که این برنامه‌ها ممکن است قوانین شهری را زیر پا بگذارند. اداره ساختمان‌سازی نیویورک در همکاری با سایر سازمان‌های دولتی در حال کار کردن و کاوش در میان مناطق شهری مناسب به دنبال مکانی برای انبارهای کوچک است.

در این میان نگرانی‌هایی حول برنامه‌های تحويل کالا با ارائه تخفیف و تحت فشار قرار دادن کسب‌وکارهای کوچک محلی، نگرانی‌های دیگر در مورد ایمنی افراد تحويل‌دهنده کالا وجود دارد. منی‌رمیرز که برای دردش و سرویسی به نام ریلی کار می‌کند و سازمان‌دهنده اتحادیه کارگری‌ای برای حمایت از شرایط بهتر برای کارکنان برنامه‌های تحويل کالا است، می‌گوید که در سال گذشته دو بار در حین راندن موتور توسط یک ماشین به شدت آسیب دیده است و همچنان در مرحله فیزیوتراپی است. هرچه سفارش بزرگ‌تر باشد، احتمال خطر برای موتورسواران بیشتر است. طبق گفته او: «ما قوانینی برای حفاظت از موتورسواران نداریم.»

کیوکامرس و نیازمندی‌های آن در حوزه لجستیک

کاوه احسانی

مدیر لجستیک دیجی کالا

کوییک کامرس (تجارت سریع) در نتیجه یک خواسته یا انتظار از سوی مشتریان خرده‌فروشان آنلاین خلق شده است. مشتری‌ای که انتظار دارد بسته‌اش فوراً و ظرف ۴۵ دقیقه تا یک ساعت به دستش برسد. مفهوم کوییک کامرس امروزه در دنیا ترند شده و به نظر می‌رسد محدود به گروه‌های خاص کالایی، یعنی کالاهای پر مصرف مانند مواد غذایی و... باشد. مشتریان تمایل زیادی ندارند برای رسیدن کالایی که سفارش داده‌اند، صبر کنند و علاقه‌مندند کالای خود را بلافاصله بعد از ثبت سفارش دریافت کنند. البته این مدل از تجارت سریع، ارتباط زیادی نیز به تغییر نسل‌ها دارد. به این معنا که این انتظار بیشتر از سوی مشتریان نسل جدید تجارت الکترونیک وجود دارد و بازیگران کسب‌وکار کوییک کامرس باید بتوانند به این نیاز پاسخ دهند، وگرنه احتمالاً از چرخه کسب‌وکار خارج می‌شوند. بنابراین کوییک کامرس از اینجا شروع می‌شود که من چگونه می‌توانم کالای خود را به سریع‌ترین حالت ممکن (ماکزیمم یک ساعت) به دست مشتری برسانم. الان در دنیا این نوع تجارت ترند شده و برخی از استارت‌آپ‌ها حتی تعهد می‌دهند ظرف ده دقیقه سفارش مشتری را به دست او برسانند و به تعهد خود هم عمل می‌کنند. تیم دیجی کالا کار نوآورانه‌ای در این بخش انجام داده و مدلی از تجمیع اولیه و تجمیع نهایی (Presort /Sort) ایجاد کرده که در این مدل، تیم ما می‌تواند کالاهای یک سفارش را شناسایی کرده و در کنار

فول فیلمنت و نقش آن

در حمل و نقل کالا

مهدی مساوات

مدیرعامل و هم‌بنیان گذار روناد

به هر فرایندی که بعد از تأمین کالا تا لحظه تحويل به مشتری نهایی می‌تواند روی کالا اجرا شود، فول فیلمنت گفته می‌شود. فول فیلمنت صرفاً آماده‌سازی یا پردازش

هم قرار دهد. انجام تمام این مراحل، نتیجه یک معماری بسیار کارآمد نرم‌افزاری است که در تیم تکنولوژی دیجی کالا اتفاق افتاده است و این امکان را به ما می‌دهد که انتخاب کنیم چه آیتمی را پیک کنیم و چه آیتمی را به چه پیکری تحويل دهیم و در نهایت آنها را چگونه جمع‌آوری کنیم. در حال حاضر دیجی کالا بزرگ‌ترین مرکز سورتیشن ایران را در اختیار دارد و با ظرفیت اسمی ۱۹ هزار پارسل در ساعت می‌تواند مرسوله‌های مشتریان را سورت کند.



سفارش نیست. در واقع، کلمه‌ای که بتواند جان کلام را منتقل کند، «تحقق سفارش» است. برای تعریف دقیق فول فیلمنت یک مثال می‌زنم. فرض کنید شما یک غرفه فروشنده در پلتفرمی مثل باسلام دارید و به عنوان فروشنده با تأمین‌کننده کالا در ارتباط هستید و هر یک از کالاهای خود را نیز از یک شهر خریداری می‌کنید. کاری که شما می‌توانید انجام دهید این است که با تماس با تأمین‌کنندگان کالا در شهرهای مختلف، کالای آنها را به انبار روناد انتقال دهید. در روناد روی کالاها مهر و لیبل ورود الصاق می‌شود، ثبت می‌شوند، مغایرت‌گیری می‌شوند و در شلف قرار می‌گیرد و یک لایه بازرسی و کنترل کیفیت و کمیت روی آن انجام می‌گیرد. از زمانی که کالا در شلف چیده می‌شود، قابل سفارش توسط مشتری است و از آن زمان به بعد ترکیب کالاهای مختلف می‌تواند سفارش یک مشتری باشد و روناد سفارش‌های مشتریان را پردازش، بسته‌بندی و ارسال می‌کند. وقتی مشتری نهایی، بسته را تأیید و دریافت می‌کند، گفته می‌شود آن سفارش تحقق پیدا کرده است. کل اقدامات عملیاتی این قسمت از زنجیره لجستیکی، فول فیلمنت نامیده می‌شود.

ما بیشتر در لایه بهینه‌سازی فرایندها کار می‌کنیم. به دلیل شرایط تحریمی کشور، بر اساس فیدبک و دغدغه‌های دریافت‌شده از عملیات و مشتری، ایده‌پردازی می‌کنیم و در یک سری از فرایندهای خاص بیزینسی در مورد این موارد اقدام اجرایی و برنامه‌ریزی انجام می‌دهیم از جمله آن اقدامات این است که ما الگوریتم‌ها هوشمندی را در پتل یا در سامانه انبارداری روناد به وج آورده‌ایم.



پلتفرم‌ها و نقش آنها در آینده لجستیک هوشمند

سامان حبیب‌اللهی

بنیان‌گذار پلتفرم «آقای لجستیک»

وقتی پلتفرم‌ها شکل می‌گیرند، اتصال فوق‌العاده با پتانسیل بسیار بالا به وجود می‌آید که زمینه‌های اشتراکی بین فعالان این صنعت ایجاد می‌کند و بین عرضه‌کننده و تقاضاکننده‌ها شبکه‌هایی ایجاد می‌شود که باعث ایجاد یک ارزش مشترک می‌شود. این همکاری و مشارکت وقتی در قالب این پلتفرم‌ها تقویت می‌شود، به عنوان سازنده زیرساخت و مکانیسم هماهنگ‌کننده عمل می‌کند. به دلیل همگرا شدن صنعت با فناوری ما، در ارتباطات، تصمیم‌گیری‌ها و خدمات مشتریان بهبود ایجاد می‌شود. در نتیجه افزایش ثروت و تقاضای بیشتر خدمات برای طرفین جذاب می‌شود و اسکیل کردن و توسعه این صنعت قطعی می‌شود. در مورد کسب‌وکار ما نیز اگر بخواهیم مطابق اقتصاد مشارکتی یا اقتصاد دیجیتال عمل کنیم، باید منتظر باشیم بازار نیازهای خود را پیدا کند و درصد رفع چالش‌ها برآید. در کنار عناصر آفلاین، عناصر آنلاین نیز دیده می‌شود و تجربه خوبی به مشتری می‌دهد، زیرا نمی‌توان مشتریان را تنها در بخش آفلاین جست‌وجو کرد، بلکه در جهانی که همه چیز به هم متصل و مربوط است، شرکت‌ها نیز باید به هم متصل باشند. بنابراین اثر شبکه‌ای پلتفرم‌ها می‌تواند تجربه خوبی در اختیار مشتری قرار دهد، مشتریان یکدیگر را پیدا کنند و با هم تعامل داشته باشند، این بازار رونق پیدا کند و به مرور بهینه شود.

در واقع کار پلتفرم ایجاد تعادل در فضای عرضه و تقاضاست. مثلاً مدیرعاملی در اتاق جلسه نشسته و می‌خواهد قیمت حمل و نقل را روی قیمت تمام‌شده‌اش سرشکن کند؛ معمولاً در آوردن قیمت حمل و نقل و گرفتن استعلام از شرکت‌ها زمان زیادی لازم دارد. شرکت‌های حمل و نقل بلافاصله قیمت نمی‌دهند و مدت زمان هفت، هشت ساعته این کار طول می‌کشد. در حالی که از طریق پلتفرم در عرض ۳۰ ثانیه قیمت حمل و نقل یک کالا به بازرگان یا مشتری داده می‌شود.





ساخت بزرگ‌ترین بزرگراه
بدون سرنشین جهان

پهپادها؛ پرچمداران نوآوری در صنعت لجستیک

بریتانیا در حال ساخت بزرگ‌ترین بزرگراه بدون سرنشین خودکار جهان است. طول مسیر آسمان ۲۶۰ کیلومتر خواهد بود و پهپادها با شهرهایی از جمله آکسفورد و کمبریج در تماس‌اند. برای آنکه از هرگونه تصادفات هوایی پیشگیری شود و مشکلی در این زمینه به وجود نیاید، حسگرهای روی زمین، هواپیماهای بدون سرنشین را در زمان واقعی ردیابی و آنها را در طول مسیرشان، دور از هواپیماهای دیگر راهنمایی خواهد کرد.

پروژه اسکای وی بخشی از یک پروژه ۳۲۰ میلیون یورویی برای هوافضای بریتانیاست که باعث کاهش بودجه پهپادهای ارسال نامه و رها کردن آنها بدون سرنشین در اسکاتلند می‌شود. پهپادها در حال حاضر جان مردم را در سراسر جهان، با رساندن کمک‌های پزشکی به مکان‌های صعب‌العبور نجات می‌دهند و این یکی از دلایل محبوبیت این پرنده‌هاست. آنها کاربردهای متنوعی دارند که این بخش فعالیت آنها در زمینه سلامت، یکی از آنهاست. پهپادها همچنین در صنعت خرده‌فروشی و تحویل سریع مرسوله‌ها به کمک شرکت‌هایی چون آمازون آمده‌اند و برای این غول خرده‌فروش مزیت رقابتی ایجاد کردند.

برای نمونه این فناوری‌های انجمن پزشکی هند را برای رساندن واکسن به جوامع روستایی از طریق آسمان کمک کرده و در یک دوره‌ای بیش از ۳۰۰ آزمایش تحویل واکسن را در تالانگانا در هند تکمیل کرده‌اند.



در دنیا استاندارد برای انجام سرویس لجستیک تعریف می‌شود و بیزینس به شکل سرویس محور اداره می‌شود و یک وزارتخانه عملیات لجستیکی کشور را مدیریت می‌کند. به عنوان مثال، استاندارد غذا و دارو تعیین می‌کند که بر مبنای چه استانداردی شرکت‌های لجستیکی اجازه حمل‌دارو دارند. اما وظیفه‌ای برای حمل‌ونقل آن بر عهده ندارد. اما این سازمان وظیفه‌ای برای حمل‌ونقل آن بر عهده نمی‌گیرد و دخالتی در این امر ندارد. ما این فرهنگ را از ابتدا در مملکت خود نداشته‌ایم، نتیجه‌اش این می‌شود که بخش‌های مختلف لجستیک مانند جزایر عمل می‌کنند و وقتی یکپارچه نیستند، بهینه نیز نمی‌شوند. این فضای صنعت لجستیک در ایران است. جزایری که بهینه عمل نمی‌کنند!



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

دارد و کمتر مجموعه‌ای این امکانات را دارد. اما وقتی بحث نوآوری و پاسخگویی به این همه سلیقه و ارائه بیش از ۱۰۰ سرویس پیش می‌آید، پی می‌بریم انجام این کار از عهده یک مجموعه بزرگ و بالغ بر نمی‌آید که خودش به‌تنهایی آنها را پیاده‌سازی کند.

کاری که شرکت‌های بزرگ دنیا انجام می‌دهند این است که با تأسیس مراکز نوآوری، ایجاد این نوع سرویس‌ها را به بخش خصوصی و استارت‌آپ‌ها که خلاق‌ترند واگذار می‌کنند. زیرا این استارت‌آپ‌ها می‌توانند یک مزیت واحد کلان ایجاد کنند و شرکت پست، عملاً امکانات و زیرساخت‌های خود را با شرکت‌های خلاق و نوآور به اشتراک می‌گذارد تا هر کدام از آنها بسته به نیاز مشتری خود بتوانند پاسخگویشان باشند و جامعه بتواند نیاز خود را برآورده کند.



جزایری که دور از هم هستند و هریک کار خود را می‌کنند!

حسن دوست‌حقی

مدیرعامل شرکت لجستیکی

شتابان شمال

متأسفانه شرکت بزرگ بین‌المللی در ایران نداریم، زیرا از مفهوم لجستیک به‌درستی استفاده نشده است. برای داشتن چنین شرکتی باید گردش مالی نزدیک به چهار میلیارد دلار داشته باشیم. شاید به همین دلیل است که ما در کشور، شرکت بین‌المللی بزرگ لجستیکی به معنای واقعی نداریم. با اینکه شرکت شتابان شمال، در نوع خود شرکت بزرگ لجستیکی محسوب می‌شود، اما وقتی شرکت‌های بزرگ دنیا در کشورهای مختلف را مرور می‌کنیم، می‌بینیم در بین شرکت‌های بزرگ، حداقل پنج شرکت خدمات لجستیکی ارائه می‌دهند. به عنوان مثال، قدرت آمازون و المارت به لجستیک‌شان است. در حالی که در ایران، از میان شرکت‌های بزرگ، هیچ‌یک شرکت لجستیکی نیستند. در کشورهای دیگر، از همان ابتدا لجستیک را تقسیم‌بندی کرده‌اند و نهادهای کشاورزی و محصولات کشاورزی توسط یک سازمان تصمیم‌گیر اداره می‌شوند. در حالی که در ایران برای حمل‌گوش، یک سازمان تصمیم می‌گیرد و برای حمل کالاهای اساسی، یک سازمان و برای کارهای مختلف لجستیکی هر بخش در دست یک سازمان قرار دارد و با چندین وزارتخانه سروکار خواهیم داشت.

حتی بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین شرکت‌ها هم بی‌نیاز از نوآوری نیستند

محمدرضا قادری

رئیس مرکز نوآوری پست

با رشد فروشگاه‌های آنلاین و درخواست برای خرید اینترنتی، در پست لجستیکی میانه سالانه ظرفیتی بالغ بر ۲۰ میلیارد تن بار وجود دارد. زیرا بسیاری از کالاهایی که توسط این فروشگاه‌ها عرضه می‌شود، در همین رنج وزنی قرار دارند و باید برای ارسال بار آنها فکری کرد. پیش‌بینی می‌شود برای ایجاد چنین ظرفیت و زیرساختی نیاز به حداقل ۱۰ هاب لجستیک با حدود ۳۰ هزار سوله داریم. پراکندگی این هاب‌ها طوری است که فاصله هر نقطه از کشور تا این هاب‌ها کمتر از ۲۰۰ کیلومتر باشد. مرسولات پس از جمع‌آوری به این هاب‌ها می‌روند و در مقصد مجدداً توزیع می‌شوند؛ زیرا تفاوتی که بار معمولی با بار لجستیکی دارد این است که بار لجستیکی را به صورت door to door (درب به درب) باید جابه‌جا کرد و بارگیری و تخلیه نیز بر عهده پست لجستیک است.

واقعیت این است که در دنیای امروز تنوع سلیقه مشتریان بالا رفته و مشتریان نیاز دارند به صورت شخصی‌سازی شده سرویس‌های پستی را دریافت کنند. برآوردن این حجم از نیاز کار این شرکت نیست. شرکت پست شرکتی است که سرمایه و دفاتر زیادی در اختیار

انحصاری در کار نیست و همه می‌توانند با ما کار کنند!

مجید فغانی

مدیرعامل شرکت توسعه بازرگانی

پیش‌تاز راه و شهر

سیستم حمل‌ونقل ریلی بار و مسافر دارای محدودیت‌های خاص خود است. این محدودیت‌ها شامل محدودیت برخی شهرها در دسترسی به شبکه ریل و میزان ظرفیت جابه‌جایی قطارها در خطوط و ایضاً میزان ناوگان است. چرا که در شرایط حاضر ظرفیت ریلی از یک حدی فراتر نمی‌رود و سرمایه‌گذاری در آن مستلزم هزینه‌های هنگفت است. ظرفیتی که برای حمل بار توسط ریل وجود دارد، تماماً در انحصار شرکت ما قرار دارد و شرکت دیگری امکان ورود به این خدمات را ندارند، چرا که ظرفیت جابه‌جایی شبکه در حدی نیست که شرکت یا شرکت‌های دیگری در آن ورود کرده و سهمی شوند و برای ورود سایر شرکت‌ها باید سهمی از شرکت خود را به آنها اختصاص دهیم، وگرنه برای ما منعی برای ورود شرکت‌های دیگر وجود ندارد. در حال حاضر کل ظرفیت ۳/۳ درصدی حمل‌ونقل ریلی در بخش جابه‌جایی خرده‌بار از طریق شرکت ما ارائه می‌شود. در واقع این ما نیستیم که انحصار ایجاد کرده‌ایم، بلکه محدودیت‌های ظرفیت‌های کنونی شبکه ریلی این صنعت را در بخش خرده‌بار از فضای رقابتی دور کرده است. هرچند ما تلاش می‌کنیم با خودمان رقابت کنیم، یعنی هر روز باید از روزهای قبل بهتر عمل کنیم و شاخص ما در این رابطه میزان رضایت مشتری و اهداف تعیین شده در حوزه‌های تناژ و... است که با شاخص‌های منطقه‌ای و بعضاً بین‌المللی تعیین می‌شود.

با اپلیکیشن‌ها نیز توافقات خوبی انجام داده‌ایم. به عنوان مثال، نرم‌افزار ما یکی از بخش‌های نرم‌افزار تاپین (اپلیکیشن فروش خدمات پستی) است و بخش ریلی تاپین در این مجموعه را شرکت ما پشتیبانی می‌کند. نکته‌ای که وجود دارد این است که مشتریان ما در بازار کسب‌وکار خرده‌بار و توسعه فروش B2C، درصد هستند کالای خود را به صورت درب به درب از مبدأ به مقصد مورد نظر برسانند.





خرید جدید غول
خرده فروش

والمارت گیگ ورکر را خرید

والمارت با خریداری شرکت مدیریت گیگ ورکر (gig-worker)، لجستیک داخلی را دو برابر افزایش می دهد. سخنگوی والمارت روز پنجشنبه این خبر را از طریق اینسایدر تأیید کرد و افزود: «والمارت در حال خرید شرکت Delivery Drivers Inc (DDI) است.»

DDI شرکتی است که پشت پلتفرم والمارت اسپارک است؛ جایی که گیگ ورکر خرید و سفارش های خود را به مشتریان والمارت تحویل می دهد.

DDI از سال ۲۰۱۸ شرایط استخدام منابع انسانی، بیمه، حسابداری و پرداخت را برای هزاران نفر از پرسنل شرکت مدیریت گیگ ورکر برای برنامه والمارت اسپارک فراهم کرده است. خرید DDI آخرین اقدام از چندین اقدام والمارت برای ورود بیشتر به شبکه لجستیک داخلی است، از جمله خرید شرکت نرم افزار مدیریت فروشنده و لت سیستم در اوایل آگوست، برنامه تحویل همتابه همتای لست مایل «جوی ران» در سال ۲۰۲۰ و همچنین راه اندازی استارت آپ پارسل و تحویل همان روز در سال ۲۰۱۷.

به گفته سخنگوی این شرکت، خرید DDI ماه هاست که در حال انجام است و برای ساده کردن تجربه رانندگان در نظر گرفته شده است. این سخنگو در بیانیه ای گفت: «ما همیشه به دنبال راه هایی برای ایجاد تجربه بهتر هستیم و از رانندگان شنیده ایم کار از طریق دو شرکت برای پشتیبانی ایده آل نیست و ما مشتاقانه منتظر شنیدن بازخورد رانندگان هستیم.»

به گفته سخنگوی والمارت، پلتفرم اسپارک درایور به بزرگ ترین ارائه دهنده خدمات تحویل آنها تبدیل شده است که به ۸۴ درصد از خانواده های ایالات متحده در تمام ۵۰ ایالت در ۷۰۰۰ نقطه تحویل، خدمات ارائه می دهد.

حمل و نقل لوازم خانگی و وزن آن در صنعت لجستیک

نوید صفوی

مدیرعامل شرکت کالارسنان چاپار

تأثیر تحریم ها در کسب و کارهای لجستیکی این گونه بود که باب توسعه و سرمایه گذاری را برای بسیاری از کسب و کارهای تولیدی گشود و مدل کسب و کار در بازارها را تغییر داد. زمانی که در ایران تحریم وجود نداشت، تولید نیز آنچنان معنایی نداشت و همه چیز وارداتی بود و شرکت های اندکی که کار تولیدی داشتند، زنجیره لجستیکی کوچکی نیز داشتند؛ اما از زمانی که تحریم ها شروع شد، کسب و کارهای تولیدی نیز رونق گرفتند و به تبع آن، زنجیره لجستیکی آنان نیز قوت گرفت و بخشی از کار آنها به ما محول شد. به عنوان مثال، در حال حاضر زنجیره لجستیکی فروش B2C و فروش های اینترنتی شرکت های مادران و امرسان را عهده دار هستیم. جالب است بدانید حمل و نقل لوازم خانگی چیزی در حدود ۲۹ درصد از حمل خرده بار ما را تشکیل می دهد. همچنین سرویس ویژه ای نیز برای خریداران از سایت ها و اپلیکیشن های خارجی از جمله آمازون راه اندازی کرده ایم و کاربران می توانند امور مربوط به خرید، رهسپاری و تحویل دهی آن را به شرکت چاپار بسپارند.

بزرگ ترین دغدغه کسب و کارهایی که از طریق فضای مجازی خرید و فروش می کنند، ارسال و عودت وجه کالا و مدیریت مالی سیستم مالی خودشان است. شرکت های بزرگ معمولاً واحد لجستیک و واحد مالی برای حمل مرسولات خود را در اختیار دارند، ولی کسب و کارهای کوچک نیاز به ارزش افزوده ای دارند که از طریق شرکت های لجستیکی باید این خدمات را دریافت کنند و این وجه تمایز ما با شرکت های همکار ماست. ضمن آنکه ذات و ماهیت کالاهایی که عموماً ما حمل می کنیم، کالاهای سبک گران قیمت، مانند تجهیزات پزشکی، لوازم کامپیوتری و صنایع دستی است. کالاهایی که برای مشتری، مؤلفه سرعت و سلامت بار بسیار مهم است. ما همیشه سعی کرده ایم نیازهای مشتریان را به هر شکل پاسخگو باشیم. به همین دلیل از اوایل سال گذشته، سرویس اقتصادی چاپار را راه اندازی کردیم.

فیلترینگ و اختلال اینترنت و تأثیر آن

بر صنعت لجستیک کشور

وحید اسماعیلی

رئیس هیئت مدیره «تعارف»

رشد صنعت لجستیک در ایران به عوامل متعددی بستگی دارد. یکی از عواملی که فضای این صنعت را کمی سنگین کرده و فعالیت در آن را در شرایط سخت قرار داده، این است که نرخ جابه جایی مرسولات در این صنعت به تناسب تورم حاکم بر کشور رشد نکرده است. به عنوان مثال، از سه سال گذشته تا کنون تورم حدود هشت، نه برابر شده، در حالی که نرخ های لجستیک و به تبع آن، درآمد موتورسوارهایی سه سال اخیر حداکثر سه برابر شده است. متأسفانه بازار خدمات حمل و نقل بیشترین ضربه را از تورم خورده، زیرا مردم حاضر نیستند برای ارسال مرسولات خود هزینه بیشتری بپردازند و کشت بازار به گونه ای است که ناچار به پیشنهاد حداقل قیمت به کسب و کارها هستیم.

به نظر می رسد شرکت پست ایران که روزانه ۱/۵ میلیون مرسوله را اعم از نامه های اداری و... جابه جا می کند و چندان با کسب و کارها و فروشگاه های اینترنتی نیز مرتبط نیست، از فیلترینگ واتس آپ و اینستاگرام متضرر شده و حجم مرسولات آنان نیز یک سوم کاهش یافته است. حتی دیجی کالا که حدود ۹۰ درصد از بازار اینترنتی را در اختیار دارد، بعد از فیلترینگ حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد حجم مرسولاتش کاهش یافت و این نشان می دهد فیلترینگ تأثیر خود را بر همه بخش ها گذاشته و از این شرایط همه به نوعی متضرر خواهند شد؛ زیرا پرداخت هزینه های سرباری مانند اجاره انبار، نیروی انسانی، بیمه و... مستلزم این است که با تیراژی از مرسولات بخواهیم کار کنیم، وگرنه هزینه های سربار سرسام آور خواهد بود.

فعلاً فضای کسب و کارها مبهم است

و نمی توان برنامه ریزی کرد

مجید موسوی

مدیرعامل الوپیک

در شرایط فعلی حتی نوسان قیمت دلار نیز روی خرید مردم تأثیر دارد و از طرفی قطعی اینترنت و فیلتر شدن فضاهای مجازی مانند اینستاگرام و واتس آپ روی خرید مردم از فروشگاه های اینترنتی تأثیر گذاشته است. برآوردی که از آینده این کسب و کار می شود، با توجه به آیتم های متغیر و تأثیرگذار بر آن، مبهم است، اما با توجه به شرایط بی ثباتی که در حال حاضر بر کسب و کارهای اینترنتی حاکم شده، وقتی درآمدها به یکباره کاهش می یابد، گرداندن کار نیز با سختی های زیادی مواجه خواهد بود، چه رسد به اینکه بخواهیم به فکر توسعه کار باشیم. این شرایط تقریباً برای تمام کسب و کارهایی که به نوعی نوآور شده اند و با اینترنت سروکار دارند، سخت و دشوار شده و فعلاً راه گریزی از آن وجود ندارد.

البته ممکن است فعالیت های فروشگاه هایی که از طریق سایت و فضاهای مجازی و بازارهایی مانند باسلام و... فعالیت می کردند، اندکی کاهش یافته باشد، اما کسب و کارهای خانگی و کوچک که از طریق اینستاگرام امرار معاش می کردند، بیشترین ضربه را خورده اند. فعلاً نیز فضایی مشابه اینستاگرام وجود ندارد که این کسب و کارها و مردم به جایگزین کردن آن علاقه مند باشند. بر اساس آخرین برآوردهایی که انجام شده، در تهران روزانه ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار سفارش برای ارسال های Same Day و Next Day از طریق ارسال پست، زمینی و حتی هوایی از تهران به تهران و از تهران به شهرستان (مبداء تهران) در حال انجام است.

همچنین برآورد شده در بازار بر اساس تقاضا، حدود ۲۰۰ هزار ارسال در روز در تهران جابه جا می شود و در این تعداد، هم ارسال های تندمصرف و هم ارسال های همان روز انجام می شود و بر اساس این آمار، الوپیک به طور متوسط حدود یک دهم بازار تهران را پوشش می دهد.





با جذب سرمایه
۵۵ میلیون دلاری

گوبولت برای ساخت ناوگان کامیون‌های برقی آماده شد

شرکت لجستیک سبز «گو بولت» برای ساخت ناوگان کامیون‌های برقی، ۵۵ میلیون دلار سرمایه جذب کرد. گو بولت با جذب سرمایه ۵۵ میلیون دلاری، کل سرمایه خود را به ۱۶۲ میلیون دلار کانادا ارتقا داده است. این شرکت با وجود «حام خون» در بازار فناوری و افت شدید ارزش شرکت‌ها به دلایل اقتصادی و تورم، به ارزش بالاتری در مقایسه با بولت این است که ناوگان کامیون‌های برقی خود را گسترش دهد و روزی آن‌گونه که خودش ادعا دارد «کربن منفی» شود. یعنی نه‌تنها کربنی تولید نکند، بلکه به کاهش کربن در محیط زیست نیز کمک بکند.

«هایندریک برنابه» و «مارک آنگ» بنیان‌گذاران گو بولت هستند. سال ۲۰۱۷ آخرین روز کلاس‌های دانشگاه تورنتو بود و مارک آنگ ۲۲ ساله با مشکلی روبه‌رو شد. کسب‌وکار نوپای او به نام «سکند کلوزت» (که یک سرویس ذخیره‌سازی بود که در اختیار دانشجویان کالج قرار می‌گرفت) باید وسایل ۸۴ دانشجویان را از اتاق‌های مختلف خوابگاه تحویل می‌گرفت و تمام آنها را در روز بعد و قبل از نقل مکان دانشجویان به یک انبار منتقل می‌کرد. شرکت لجستیکی‌ای که سکند کلوزت استخدام کرده بود، با آنگ تماس گرفت و به او گفت که به قرار خود نمی‌رسد.

آنگ در این باره می‌گوید: «مدیرعامل شرکت لجستیکی صبح با من تماس گرفت و گفت متأسفم رفیق، تو خوش‌شانس نیستی!» با این اتفاق، او و هم‌بنیان‌گذارش تا ساعت چهار صبح کار کردند تا بسته‌ها را در سراسر شهر در جعبه‌ها قرار دهند. این تجربه آسیب‌زا بود، اما برای آنگ الهام‌بخش بود تا اکنون گو بولت، یک شرکت لجستیکی با خدمات کامل باشد که در ۱۰ شهر آمریکای شمالی فعالیت و بیش از ۱۰۰ میلیون دلار نیز گردش مالی دارد.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

موانع فعالیت پلتفرم‌ها در حمل‌ونقل جاده‌ای

محمد صدوقی

مدیرعامل ترابرننت

در صنعت حمل‌ونقل بار، صاحبان کالا، خدمت‌گیرنده اصلی و رانندگان، خدمت‌دهندگان اصلی محسوب می‌شوند. در این بین، جهت معرفی صاحب کالا و راننده به یکدیگر و صدور اسناد حمل، مشاغل نظیر باربری‌ها، متصدیان، پایانه‌ها، سالن‌های اعلام بار یا جارجی‌ها شکل گرفتند که این دورا به هم می‌رسانند.

این روش برای زمانی بوده که اینترنت و موبایل هوشمند وجود نداشته، اما از هنگامی که اینترنت فراگیر شد، اوضاع کمی تغییر کرد. ترابرننت با این هدف شکل گرفت که واسطه‌هایی را که نقش مؤثری ندارند، از میان رانندگان و صاحبان کالا بردارد و با صرف زمان و هزینه کمتر این دورا به هم برساند. مشابه همان کاری که در تاکسی‌های اینترنتی بین مردم و رانندگان رخ داده و ورود اسنپ و تپسی باعث کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل درون‌شهری شده است. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در این بخش این بود که برای حمل کالای بین‌شهری باید حتماً بارنامه کاغذی صادر می‌شد. همین امر باعث شده بود شرکت‌ها به‌راحتی نتوانند کار کنند، زیرا هدف پلتفرم این است که رانندگان از هر نقطه که بار قبلی را تخلیه می‌کنند، نزدیک‌ترین بار را دریافت کنند و راهی مقصد بعدی شوند و با ظرفیت خالی مسافتی را پیمایش نکنند تا به باربری رسیده و بارنامه کاغذی دریافت کنند. پیگیری‌های بسیار زیادی انجام شد، ولی کاری که قرار بود ابتدای سال ۱۳۹۶ انجام شود، از ابتدای سال ۱۴۰۱ صورت گرفت و از ابتدای سال جاری، بارنامه کاغذی از این چرخه حذف شد. این کاغذ حکم اوراق بهادار را داشت و سالانه حدود ۵۰ یا ۶۰ میلیارد تومان صرف این کاغذ می‌شد که خوشبختانه حذف شد.

البته هنوز هم پلتفرم‌ها اجازه صدور بارنامه را ندارند و مدت‌هاست پیگیر هستیم که سازمان راهداری بازارگاه‌ها را به‌عنوان شرکت حمل‌ونقل به رسمیت بشناسد و اجازه صدور را بدهد. با پیگیری‌های متعدد در ستاد تنظیم بازار مصوب شد که به شرکت‌های بازارگاهی نیز مجوز صدور بارنامه داده شود. با اینکه این مصوبه صادر شده، اما هنوز اجرایی نشده است. البته همان که بارنامه فیزیکی حذف شد، ما را خیلی جلو انداخت.



تفاوت لجستیک مدرن با پست سنتی نوآوری‌هایی که بازار را تغییر می‌دهند

مهناز علمایی

مدیرعامل اسپید

یکی از مواردی که وجه تمایز پست مدرن با پست سنتی است، این است که در پست مدرن، رفتار و خواسته‌های مشتریان مورد بررسی قرار می‌گیرد و با استفاده از دانش روز و فناوری، مباحث مالی، کنترل، مانیتورینگ و پشتیبانی مرسولات از طریق سامانه و به صورت اتوماتیک انجام می‌گیرد و تا حد زیادی از خطای انسانی جلوگیری می‌شود. حالا شما فکر کنید می‌خواستید ۵۰ عدد مرسوله با ارزش را با پیک سنتی به دست

مشتتری برسانید؛ مسلماً سازمان‌دهی این کار توسط پیک سنتی امکان‌پذیر نبود و کنترل مدیریت و گزارش‌دهی آن بسیار دشوار بود. در حالی که با پست مدرن امکان رصد مرسوله در تمام مراحل از طریق کامپیوتر از هر نقطه امکان‌پذیر است. به خصوص که در برخی کسب‌وکارها مرسولات ارزشمندی همچون لپ‌تاپ یا گوشی تلفن همراه یا عطرها و گران قیمت‌ها... باید به مشتری تحویل داده شود. جای خالی ابزار هوشمند در کسب و کارهای



زیربوم لجستیک پستی و فرصت‌های همکاری در این بازار

مجتبی نصیری

قائم‌مقام مدیرعامل پارسی پست

افق ما این است که یک شرکت کامل زنجیره تأمین باشیم که خدمات پستی و لجستیکی جامعی را در کشور ارائه دهیم. لجستیک پستی با لجستیک حمل‌ونقل تفاوت‌هایی دارند. اکثر شرکت‌های اینترنتی نیازمند لجستیک خرده‌فروشی یا پستی هستند و توسعه این مدل از لجستیک به توسعه تجارت الکترونیک کمک می‌کند. اصطلاح لجستیک در پست به خدمات پشتیبانی نیز اطلاق می‌شود و به خدمات قبل و بعد از شروع خدمات پستی برمی‌گردد. افق و چشم‌اندازی که در پارسی پست داریم، این است که با مهیا کردن زیرساخت‌های الکترونیکی به این سمت و سو حرکت کنیم. بخشی از این زیرساخت در بخش فروش سامانه آنلاین بازگام فراهم شده و بخشی دیگر در بخش‌های عملیاتی در حال انجام است و در حال تکمیل این زنجیره تا قسمت انبارداری یا مدیریت انبار هستیم و به‌زودی این بخش را نیز تکمیل خواهیم کرد. پارسی پست در حال حاضر خدمات متعارف و سریع را در برنامه خود دارد که بر اساس درخواست مشتری در زمان قبول مرسوله در نمایندگی‌ها انتخاب می‌شود. با توجه به اینکه در سال‌های گذشته واحدهایی در سطح استان‌ها با عنوان دفاتر پیشخوان خدمات دولت ایجاد شده و پروانه فعالیت این دفاتر بر اساس قانون توسط سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی صادر می‌شود، ما هم در برنامه‌های خود استفاده از این ظرفیت را قرار داده‌ایم و به‌زودی خدمات خود را از طریق این دفاتر عرضه خواهیم کرد. طبق تعهداتی که به سازمان تنظیم مقررات داریم، موظفیم در مراکز استان‌ها و شهرهای بالای ۲۵۰ هزار نفر جمعیت، خدمات پستی را ارائه دهیم و مرسوله‌های پستی مشتریان را پس از جمع‌آوری از طریق زیرساخت‌ها و امکانات پارسی پست به مقاصد و به دست گیرندگان مرسولات برسانیم. همچنین ارائه خدمات به شرکت‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی یکی دیگر از خدمات ما برای شرکت‌هایی است که حجم ارسال بالایی دارند. برای توسعه فعالیت‌های خود برنامه داریم نقاط دسترسی به خدمات خود را از طریق دفاتر پیشخوان و شبکه آنلاین افزایش دهیم. این ظرفیت در حال حاضر در سامانه ما وجود دارد و کسب‌وکارهایی که حجم ارسال بالایی دارند، می‌توانند اکانت پارسی پست را از طریق دفاتر مرکز تماس ما دریافت کنند.





تحويل ۱۵ دقیقه‌ای
در مکان‌های پرتراکم
سود دارد

سودآوری یا سودرسانی؟

سه موضوع دغدغه این روزهای ماست؛ یکی اینکه برای به دست آوردن رهبری بازار گوشه و بازار کلاسیک به شدت نیازمند سرمایه‌گذاری هستیم. البته قبل از کرونا با یک سرمایه‌گذار تا مرحله پیش قرارداد جلو رفتیم، اما با شروع کرونا سرمایه‌گذار رغبت به سرمایه‌گذاری در این حوزه را از دست داد. البته اگر فرصت دیگری برای سرمایه‌گذاری ایجاد شود، قطعاً استقبال می‌کنیم؛ به‌ویژه آنکه بادپا به حوزه فرابورس نیز ورود کرده است.

عدم وجود مدیریت یکپارچه شهری، دغدغه‌ای دیگر، نه تنها برای ما، بلکه برای مجموعه‌های کوریر سرویس درون‌شهری است که مجموعه‌های حمل‌ونقلی به واسطه این دوگانگی به شدت در عذاب هستند. متأسفانه اختلاف نظراتی میان اتحادیه حمل‌ونقل درون‌شهری و مدیریت حمل‌ونقل شهرداری تهران وجود دارد. البته مجموعه بادپا به دلیل اتصال به بدنه شهرداری، مشکلات کمتری دارد، زیرا اگر یک مجموعه مجوز حمل‌ونقل شهرداری را داشته باشد، اما متأسفانه اتحادیه این مجوز را کافی نمی‌داند و واحدها را مجبور به اخذ مجوز از اتحادیه صنف موتور و وانت‌بار شهرداری می‌کند. این فشار تا جایی پیش می‌رود که کسب‌وکارها را با اخطار پلمب تهدید می‌کنند و مجموعه‌های زیادی با این مشکل مواجه شده و دست‌وپنجه نرم می‌کنند.

مشکل دیگر ما این است که افراد زیادی بدون مجوز و بدون هماهنگی با بادپا روی شیشه یا سردر مغازه خود لوگوی بادپا را نصب کرده‌اند و با این لوگو اقدام به ارائه خدمات به شهروندان می‌کنند. پرونده‌های شکایتی زیادی از تخلفات این افراد به سمت ما آمده که دغدغه‌های ما را بیشتر کرده است. این را هم اضافه کنم که فقط شعب و نمایندگی‌های دارای کد، اجازه فعالیت از جانب ما را دارند و فهرست نمایندگی‌های مجاز در سایت بادپا یا از طریق شماره تماس ۸۲۸۲ قابل دسترسی است.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

صنف حمل‌ونقل قابلیت مدیریت متمرکز ندارد

مهدی اشرفی

مدیرعامل گلرنگ ترابر

محدودیت‌هایی که سرعت پایین اینترنت برای ما ایجاد کرده، باعث شده ارتباط نوپای کاربران اپلیکیشن پاتوقی با ما تحت تأثیر جدی قرار گیرد؛ زیرا ما با رانندگان جاده‌ای سروکار داریم که به خاطر نوع کار خود و تردد در جاده، ناچارند از اینترنت‌های همراه استفاده کنند و حتی صاحبان کالا بعضاً در جاهایی دور از مناطق شهری مانند شهرک‌های صنعتی مستقرند و ارتباطات آنها بیشتر مبتنی بر اینترنت موبایل است. وقتی اینترنت موبایل با کندی مواجه می‌شود، یا پهنای باند اینترنت به شدت کاهش می‌یابد، یا مسدود می‌شود، همان ارتباط نوپایی که ایجاد شده و راننده در حال عادت کردن به آن است، در سریع‌ترین زمان ممکن از بین می‌رود و به سمت ارتباط سنتی خود بازمی‌گردد. این صنف نیز به دلیل نوع رگولاتوری که در حمل‌ونقل وجود دارد، قابلیت مدیریت متمرکز ندارد و رشد و استمرار آن بستگی به این دارد که فضا به گونه‌ای فراهم شود که هر دو حوزه عرضه و تقاضا

به‌مرور در پلتفرم‌ها حضور یابند و به دلیل حفظ منافع خود در پلتفرم بمانند. با خصوصیتی که برای این جنس از کسب‌وکارها بیان شد، کوچک‌ترین اختلال در اینترنت یا در حوزه بسترهای آی‌سی‌تی می‌تواند تأثیرات شگرفی روی این حوزه داشته باشد.

با اینکه منافع پلتفرم برای راننده‌ها مسجل شده و شفافیت این بازار سبب حذف هزینه‌های غیرضرور واسطه‌گری شده، اما این تغییر هزینه‌بر و سخت است.

به دلیل اتفاقات اخیر و افت سرعت اینترنت تلفن همراه با مشکلات زیادی روبه‌رو شده‌ایم، اما با وجود تمام مشکلات و مهاجرت تعدادی از راننده‌ها به سیستم سنتی حمل‌بار، باز هم حدود ۱۰ هزار راننده فعال در پلتفرم پاتوقی مشغول به کارند.

ورود به بازار تندمصرف

با رویکرد بهینه‌سازی لجستیک

رضا مقصودی

مدیرعامل شرکت «پردازش داده نگار»

از اوایل سال ۱۴۰۰ به بازار FMCG وارد شدیم و همکاری خود را با گروه صنعتی گلرنگ (فروشگاه‌های افق کوروش) آغاز کردیم. هلدینگ هستی پارس، کار حمل‌ونقل بسته‌های فروشگاه‌های افق کوروش، هایپر فامیلی، سورنا و باغ میوه از مجموعه گروه صنعتی گلرنگ را انجام می‌دهد. ما در همکاری با این هلدینگ، سیستمی را بر پایه نرم‌افزار چاپک طراحی کردیم. به این نحو که با استفاده از الگوریتم‌های اختصاصی‌ای که برای این مجموعه نوشتیم و بر اساس لوکیشن‌های موجود، نرم‌افزاری اختصاصی برای حمل‌ونقل این مجموعه نوشتیم. اگر بخواهیم این نرم‌افزار را با نرم‌افزارهای مشابه موجود و در مقیاس بزرگ‌تر مقایسه کنیم، می‌توانیم اسنپ مارکت را مثال بزنیم. با این تفاوت که سفارش‌های اسنپ مارکت، صرفاً بر اساس تقاضا (On demand) است و مخصوص سفارش یک نفر طراحی شده، ولی در نرم‌افزار چاپک، هم سفارش‌های بر اساس تقاضا و هم سفارش‌های از قبل برنامه‌ریزی شده و هم ترکیب این دو پوشش داده می‌شود.

ضمن اینکه با این نرم‌افزار می‌توان چند آدرس پستی (سفارش) را همزمان با مسیرهای بهینه‌سازی شده به راننده ماشین یا موتورسیکلت نشان داد.

در حال حاضر تعداد ارسال‌ها به دلایل خروج از پاندمی، کاهش قدرت خرید مردم و افت سرعت اینترنت کاهش یافته، ولی با این وجود روزانه ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ راننده در این فروشگاه‌ها به‌طور میانگین بین ۲۰ تا ۲۵ هزار سفارش را به دست مشتریان می‌رسانند. البته مواقعی هم بوده که تعداد ارسال‌ها به ۵۰ هزار سفارش در روز رسیده است. در حال حاضر نیز با رستوران‌های زنجیره‌ای شیلا قرارداد بسته‌ایم و در حال استقرار نرم‌افزار در این مجموعه برای مجموعه رستورانی پیچیدگی‌های خاص خود را دارد، زیرا مؤلفه سرعت برای رستوران بسیار مهم است و یک راننده نمی‌تواند بیشتر از دو سفارش را با خود

حمل کند.

لجستیک و سگمنت‌های مختلف آن

آینده روشنی دارند اگر...

امیراحمد برکتین

مدیرعامل میاره

تقریباً سه ماه پس از تأسیس میاره، ۲۷ شرکت پیک آنلاین وارد بازار شدند. مهم‌ترین‌ها یکی الوپیک بود که در دی‌ماه سال ۹۵ لانچ شد و بعد هم اسنپ‌باکس که در مردادماه سال ۹۶ وارد عرصه شد. به این ترتیب رقابت در بازار بسیار جدی شد، ولی ما مدیریت ما متفاوت از الوپیک و اسنپ‌باکس بود. آنها در لجستیک لست‌مایل به سراغ تحویل بسته (Parcel Delivery) رفتند و ما روی هات دلیوری تمرکز کردیم و فقط هم به کسب‌وکارها سرویس ارائه می‌دادیم.

ما مدیریت امروز میاره ارائه خدمات دلیوری به کسب‌وکارهایی است که نیاز دارند بسته‌ها را در کمتر از یک ساعت تحویل مشتری دهند، حالا در هر حوزه‌ای که فعالیت می‌کنند. در اصل اسنپ‌باکس و الوپیک سرویس C2C دارند، در حالی که ما یک سرویس B2C هستیم. سال ۹۶ که اسنپ‌باکس و الوپیک وارد بازار شده بودند، ۲۵ شرکت دیگر تقریباً همگی ورشکست شدند و فقط میاره، الوپیک و اسنپ‌باکس در بازار ماندند.

همزمان زودفود ناوگان خود را برای دلیوری سفارش‌هایی که می‌گرفت، راه‌اندازی کرد و چهار پلتفرم شدیم. باز هم الوپیک و اسنپ‌باکس از لحاظ ماهوی بسیار با زودفود اکسپرس و میاره فاصله داشتند. از دور به نظر می‌رسید که همه‌مان در بخش لست‌مایل کار می‌کنیم،

اما هرکدام یک سگمنت را انتخاب کرده بودیم. به‌طور کلی صنعت آی‌تی همواره حکم گوشت قربانی را داشته است. چه در شرایط عادی که همه چیز مساعد بود و با رگولاتوری‌های عجیب‌وغریب مثل مسائل شاپرک و حوزه پرداخت مواجه می‌شدیم، چه در این شرایط. البته تأکید می‌کنم که ما هیچ‌وقت از نظر مفهومی، مشکلی با

دغدغه‌ها نداشتیم، اما مطرح کردن دغدغه باید با ارائه راه‌حل همراه باشد. مثلاً در کسب‌وکار ما امنیت شهروندان مطرح است و دغدغه‌ها کاملاً درست، اما آیا زیرساختی برای رفع آنها ارائه شده است؟ این مسئله همیشه مورد بحث بوده است.



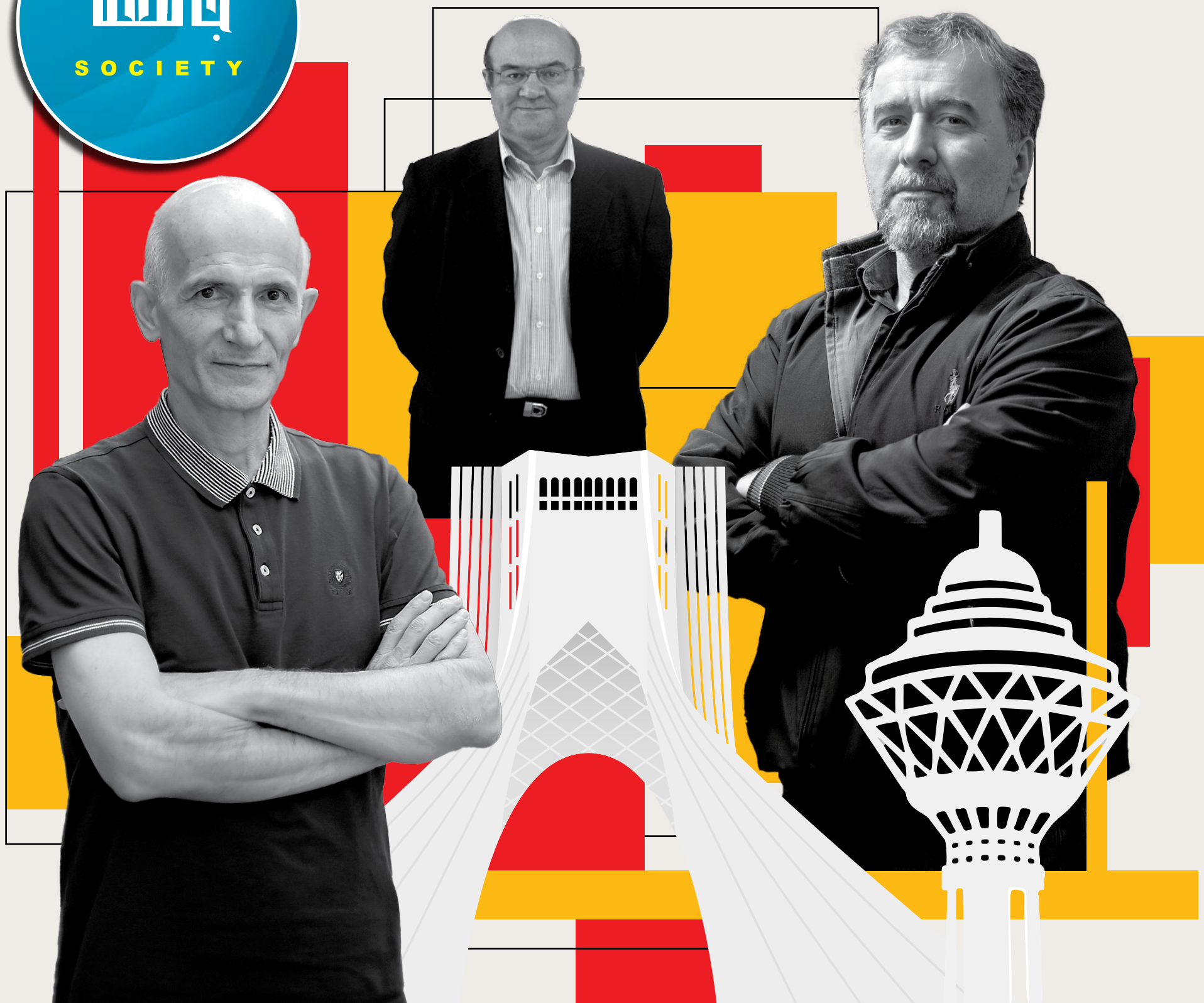


المیرا حسینی



elmirahosseini@gmail.com

صفحات «جامعه شناسی نوآوری» از اولین شماره کارنگ به عنوان بخشی از مانیفست این هفته نامه با تمرکز بر تحلیل رابطه «کسب و کارها و جامعه» منتشر شده اند. صفحاتی که در گفت و گو با جامعه شناسان و پژوهشگران اجتماعی تلاش دارد به رابطه متقابل اکوسیستم نوآوری و جامعه بپردازد. در سالی که حملات و نقدهای تندی به آنلاین ها در شبکه های اجتماعی وارد شد متوجه شدیم که چنین بحث هایی و گفت و گو میان کسب و کارها و جامعه چقدر می تواند نقش حیاتی در این زیست بوم بازی کند. المیرا حسینی، دبیر تحریریه کارنگ بار اصلی تولید محتوای این صفحات را بر عهده دارد.





بسیاری از کارآفرینان قبل از انقلاب
با حمایت‌های دولت رشد کردند

رابطه کسب و کارها و حاکمیت باید شفاف باشد

تئوری‌ها یا رهیافت‌های توسعه در دوره‌های مختلف تغییر کرده است. در دوره‌ای که صنعتگران رشد کردند، تقریباً می‌توان گفت هدایت توسعه اقتصادی دست دولت بود. در همه کشورها هم چنین بود. بعد از جنگ دوم جهانی نقش دولت در تمام کشورهای غربی اساسی بوده است. در کشور در حال توسعه، قطعاً دولت هدایت اقتصاد را انجام می‌داده است. منظورم این نیست که بخش خصوصی بی‌عرضه بوده، بلکه هدایتگری را دولت بر عهده داشته است. در توان و صلاحیت آن صنعتگران همین بس که دولت به شرکت‌های مختلفی وام داد و از آنها حمایت کرد، ولی برخی توانستند رشد کنند و سایرین از بین رفتند. این افراد فرهیخته و جهان‌دیده بودند و می‌توانستند کارخانه‌هایشان را اداره کنند، ولی بدون وام و کمک‌های دولتی نمی‌توانستند کارشان را راه بیندازند و گسترش دهند. آقای تهرانی‌چی که بنیان‌گذار ویتانا بود، از کارهای مختلفش برای من تعریف کرده که نشان می‌داد این فرد چقدر مبدع و مبتکر بوده است، ولی همین فرد به من گفت تا بانک توسعه صنعتی ۳۰ میلیون تومان وام به من نداد، نتوانستم کارخانه‌ام را راه بیندازم. مثال دیگر مهندس رهنما بود که کارخانه پلار را بنیان گذاشت و بسیار مبتکر و حتی مخترع بود؛ ولی نتوانست مثل کارخانه ارج رشد کند، زیرا آن حمایت‌ها را دریافت نکرد. پس همه این صنعتگران به هدایت و حمایت دولت نیاز داشتند. در صنایع سنگین نیز دولت باید وارد می‌شد. مثلاً کارخانه ذوب آهن در سال ۴۶ با سرمایه‌گذاری دولتی افتتاح شد. تا قبل از آن باید ورقه‌های آهن را از خارج وارد می‌کردیم و نوعی وابستگی به مواد اولیه داشتیم.

اقتصاد دیجیتال در جهان به‌تدریج از دهه ۱۹۹۰ رشد کرد. بعد از انقلاب فناوری و در دوره جهانی‌شدن، کشورهای غربی که مهد فناوری بودند، بهتر می‌توانستند از فناوری استفاده کنند و رقابت کمتری هم با آنها می‌شد. در نتیجه به سمت اقتصاد معرفتی یا

knowledge economy رفتند و اقتصاد کارخانه‌ای را به کشورهایی سپردند که به‌واسطه امکانات بهتر و کارگر ارزان‌تر می‌توانستند در این بخش رشد کنند. در نتیجه اقتصاد کارخانه‌ای در آسیای جنوب شرقی رشد کرد. کمی بعد کشورهای دیگر هم به سمت اقتصاد دیجیتال حرکت کردند. به نظر بسیاری، ما با نیروی جوانی که داریم باید ترکیبی از رهیافت‌های توسعه را داشته باشیم. لازم است به سمت استارت‌آپ‌ها برویم، زیرا این بخش نیروی جوان تحصیل‌کرده را به خدمت می‌گیرد. البته باید با ضابطه حرکت کنیم تا به اهدافمان برسیم. این بخش مشترکاتی با همان بخش خصوصی تولید کارخانه‌ای و فیزیکی هم دارد و آن اینکه به لحاظ قوانین باید مورد حمایت قرار گیرد و اولین اصل هم همان احترام به مالکیت خصوصی باشد. در غیر این صورت هر لحظه ممکن است از بین برود. در کنار این نیروی جوان و تحصیل‌کرده، ما مزیت نسبی نفت و پتروشیمی را هم داریم که نباید آن را نادیده بگیریم. متأسفانه در حال حاضر بستر قانونی رشد استارت‌آپ‌ها فراهم نیست.

اشکالی ندارد دولت از بخش خصوصی حمایت کند، ولی این امر باید شفاف باشد. تا زمانی که شفاف نباشد، امکان شایعه‌سازی وجود دارد. این مشکل در گذشته هم وجود داشت، ولی نه به این صورت. در آن زمان هم وقتی اتاق بازرگانی وزیری را دعوت می‌کرد، این‌طور تلقی می‌شد که اینها دارند با دولت معامله می‌کنند. البته همان‌طور که گفتم بخشی از این ارتباط اجتناب‌ناپذیر است، اما کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال باید به‌تدریج گروه قدرتمندی شوند و سندیکا‌های قوی بسازند تا بتوانند از حقوق خود دفاع کنند. آنها اگر قدرتمند بودند، نمی‌گذاشتند برای اینترنت این اتفاقات رخ دهد و جلوی پیش‌رو را می‌گرفتند. این نشان می‌دهد قدرتی ندارند که نمایندگان مجلس طرح صیانت را ارائه می‌دهند. بنابراین رهیافت‌های توسعه‌ای باید در جهت تقویت این کسب و کارها باشد، نه تضعیف‌شان.



استارت‌آپ‌ها می‌توانند مستقل از حاکمیت باشند؟

گفتاری از علی اصغر سعیدی، جامعه‌شناس و پژوهشگر حوزه تاریخ کارآفرینی در ایران



تجربه تلخ برخورد با صنعتگران موفق پیش از انقلاب

سرچشمه، کارخانه‌های تراکتورسازی و ماشین‌سازی و آلومینیوم‌سازی، هم صنایع خصوصی. بعد هم در دهه ۵۰ شاهد انفجار درآمدهای نفتی بودیم و طبعاً صنایع رشد چشم‌گیرتری داشتند.

سال‌ها پیش از انقلاب ۵۷، اختلافاتی هم میان بازاری‌ها و صاحبان صنایع به وجود آمده بود. در اوایل دهه ۴۰ اتاق صنایع و معادن تشکیل شد، زیرا این بخش می‌خواست از منافع خود دفاع کند. اتاق صنایع در ابتدا در کنار اتاق بازرگانی بود، ولی در سال ۱۳۴۸ اتفاقاتی افتاد که دولت این دو اتاق را در هم ادغام کرد. بعد از ادغام بازاری‌ها دست پایین را داشتند و دیگر هم در اتاق به شکل جدی حضور نیافتند. از طرفی بخشی از این بازاری‌ها که واردکننده بودند، از صنعت ضربه خوردند، زیرا کارخانه‌های صنعتی در ابتدا با ایجاد انحصار و جلوگیری از واردات پا گرفتند و به وجود آمدند. در این میان صادرکنندگان افراد روشن‌تری بودند و بعضاً وارد صنعت هم شدند. البته حرف‌هایی زده می‌شود که دولت به این واردکنندگان اجازه نداد وارد صنعت شوند و آنها که وارد شدند، وابسته بودند، ولی این تحلیل‌ها خام و آبیکی هستند. تحلیل درست این است اینها از قشر بازاری فرهیخته‌تر و جهان‌دیده‌تر بودند، در نتیجه مورد حمایت واقع شدند که البته آن حمایت هم دائمی نبود.

خلاصه صنعتگران دست بالا را در اتاق گرفتند که باعث شد هم بازاری‌ها علیه اینها متحد شوند و هم روشنفکران. این اتفاقات در آستانه انقلاب رخ داد. وقتی انقلاب شد، فعالان صنعتی تا تیرماه ۵۸ تحت فشار بودند. با وجود اینکه امام خمینی مخالف مصادره بود، فشار نیروهای چپ باعث شد که او هم از آنها حمایت کند. تیرماه ۵۸ هم صنایع ملی و مصادره شدند. در واقع بیشتر از اینکه واقعاً مردم از این افراد بدشان بیاید، ایده‌های روشنفکران بود که در جامعه منتشر می‌شد. البته برخی اعتقاد دارند که ایران به شکل تاریخی رویکرد ضد سرمایه داشته و باید این مسئله را از نگاه تاریخی دید که به نظر من تا حدی درست است.

در دوره رضاشاه و بعد از آن که صنعت و طبقه کارگر به وجود آمد، زمینه برای ایده‌های چپ فراهم شد، زیرا ایده چپ به دنبال عدالت است و نیروی اصلی‌اش هم کارگران هستند. اینها در دوران رضاشاه قدرت مانور نداشتند، ولی بعد جنبش‌های کارگری شکل گرفتند که اتفاقاً مانع از رشد سرمایه و سرمایه‌گذاری بودند. اما بعد از کودتای سال ۳۲، وضعیت تغییر کرد و صنایع رشد کردند. کارگران هم سندیکای خود را داشتند. اما همیشه ترس از نیروی چپ هم در دولت وجود داشت و هم در سرمایه‌داران و

این روزها کسب و کارهای بخش خصوصی، به‌ویژه آنها که در اقتصاد دیجیتال فعالیت دارند، هم از سوی حاکمیت و هم از طرف مردم تحت فشار قرار گرفته‌اند و در شرایط بحرانی قرار دارند. آخرین بحران بزرگی که برای کارآفرینان ایرانی پیش آمد، به بعد از سال ۵۷ برمی‌گردد که کارخانه‌های این کارآفرینان به‌عنوان عاملان رژیم سابق مصادره شد. اکثر افرادی که اموال‌شان در آن دوره مصادره شد، از صنعتگران مدرن بودند. پیش از بررسی سرنوشت آنها، باید در ابتدا ببینیم که اینها چگونه رشد کردند. اگر به تاریخ معاصر بنگرید، درمی‌یابید که رشد این گروه از نیمه‌های دهه ۳۰ آغاز شد که شروع به احداث کارخانه‌های مختلف کردند. این کارخانه‌ها بیشتر در حوزه صنایع بادوام بودند. البته چند کارخانه پیش از آن هم احداث شده بود، ولی گروه صنعتگران مدرن از نیمه‌های دهه ۳۰ وارد بازار شدند. به همین موازات نگرش روشنفکران نیز نسبت به این افراد تغییر کرد. اگرچه عمدتاً این افراد از بازار بودند (به غیر از صنعتگرانی که مهندس بودند و خاستگاه بازاری نداشتند، مثل خانواده ارجمند که شرکت ارج را بنیان نهادند یا مهندس رهنما که شرکت پلار را ایجاد کرد) مثل برخوردار، لاجوردی‌ها و... تا پیش از این، نظر روشنفکران چپ به‌ویژه چریک‌های فدایی، مثل بیژن جزنی به بازاری‌ها مثبت بود و آنها را در رده بورژوازی ملی قرار می‌دادند که با دکتر مصدق ارتباط داشتند و در شرایطی که لازم بود، بازار را تعطیل می‌کردند. ولی از نیمه دهه ۳۰ به بعد تحلیل روشنفکران از این افراد تغییر کرد و این صنعتگران را وابستگان به غرب می‌دانستند که پای امپریالیست‌ها را به میان کشیده‌اند و جامعه را مصرف‌زده کرده‌اند. چنانچه کتاب‌های جلال آل احمد چون «ارزیابی شتابزده» و «غربزدگی» را بخوانید، بخشی از این نظرات را خواهید دید. در دهه ۴۰ صنعتگران در حال رشد روزافزون بودند. دوره طلایی اقتصاد ما همان دوران صنعتی‌شدن بود، به‌ویژه پس از اصلاحات ارزی که عالی‌خانی وزیر اقتصاد شد، صنایع بسیار رشد کردند؛ هم صنایع دولتی مثل سازمان گسترش، شرکت مس



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



چه شد که بعد از آن همه امید و وعده به اینجا رسیدیم؟

سال رونق دوباره کهنه‌فروشی!

که از نزدیک در این پنج سال در لایه‌های مختلف اجرایی اقتصاد نوآوری ایران کار کرده، با کمال تأسف باید بگویم که در کنار همه آن بدبینی‌ها در سال‌های اخیر، با تغییر کاربری بدیهی‌ترین ابزار شکل‌دهی استارت‌آپ‌ها، یعنی اینترنت، حالا دغدغه، نه بهبود کیفیت، بهبود قوانین، رشد نمایی و بلوغ در بین مدیران، که مسئله بقاست! حتی آنهایی که با خوش‌شانسی یا با مدیریت صحیح از دره مرگ سال‌های اول کسب‌وکارشان رد شده‌اند، حالا برای زنده‌ماندن در بازار یک‌طرفه موجود می‌جنگند. اگر برسید آیا راه‌اندازی استارت‌آپ

هنوز هم ممکن است برای جوان ایرانی جذاب باشد، حتماً پاسخ خواهم داد همچنان بلی. اما نه با امید رونق بازار در آینده، بلکه همان‌طور که احتمالاً پیامکش برای شما هم آمده، به هوای گرفتن ویزای استارت‌آپی فلان‌جا و جست‌وجوی رؤیا در جایی که جنگ برای بهبود کیفیت است، نه بقا!

دوستانی دارم که همچنان امیدوارانه در لایه هیئت‌عامل‌های همان هلدینگ‌های معزز مشغول برگزاری دوره‌های آموزشی در حوزه اقتصاد نوآوری هستند. از آنجایی که فایل‌های ارائه معمولاً پنج سال پیش ساخته شده‌اند و لزومی هم بر تغییر محتوایشان حس نشده، این دوستان همچنان کارگاه‌هایشان را با شعری از مولانا آغاز می‌کنند: شعری که پیشنهاد می‌کنم در اوضاع و احوال فعلی ویرایش کنند:

نوبت کهنه‌فروشان در نگذشته متأسفانه
نوفروشانیم و این هم وضع بازار ما!

اصل شعر: نوبت کهنه‌فروشان درگذشت
نوفروشانیم و این بازار ماست

در روزگار اوج رونق کسب‌وکارهای نوآورانه در ایران، پنج سال پیش شاید، که شتاب‌دهنده‌ها و وی‌سی‌ها و مراکز رشد و فرشتگان سرمایه‌گذار (!) و انواع و اقسام مدل‌های حمایت از استارت‌آپ‌ها روز‌به‌روز متنوع‌تر می‌شدند و از دولت و حاکمیت تا هلدینگ‌های خصولتی و شرکت‌های خصوصی تصمیم می‌گرفتند با انگیزه‌های متفاوت بخشی از سرمایه‌شان را به خطر بیندازند و روی یک تیم جوان ریسک کنند هم حتی، چندان نمی‌شد به نتیجه مدیریت شتاب‌زده بخش اعظمی از اکوسیستم امیدوار بود. از آنجایی که مفاهیم جدید معمولاً در جغرافیای ما کارکردهای متفاوتی از آنچه در دنیا هست، دارند، پدیده اکوسیستم استارت‌آپی هم در بسیاری از موارد، به جای تغییر مدل‌های سنتی کسب‌وکار، شکل دادن بازارهای جدید و تمرکز بر نسل نوی مشتریان و نیازهایشان، ابزاری برای پول‌شویی، نمایش و آمارسازی و بقای مدیران ارشد سازمان‌ها شد. نتیجه هم چیزی بود که در پایان دهه شمسی گذشته دیدیم؛ موجی از سرخوردگی و بدبینی به مفهوم کسب‌وکار استارت‌آپی از سوی نیروهای فنی و مدیران میانی این تیپ کسب‌وکارها و بسته‌شدن و محوشدن یکی یکی صف طولانی سرمایه‌گذاران در مدل‌های مختلف.

همه اینها در شرایطی رخ دادند که چهارچوب‌های حداقلی برای شکل‌گیری یک کسب‌وکار در کشور فراهم بود. با وجود قوانین فرسوده و سیر کند تطبیق با شرایط جدید در لایه رگولاتوری، به واسطه پررنگ شدن نقش معاونت علمی و توجه به زیرساخت‌ها این دلخوشی نزد بازیگران اکوسیستم وجود داشت که در یک چشم‌انداز نه‌چندان دور رونق سراغ این بازار هم خواهد آمد. امسال اما در اسفندماه ۱۴۰۱، به‌عنوان کسی

ارتباط هستند، اتفاقاً بیشتر به چشم می‌آیند؛ مثلاً مردم توجه چندانی نمی‌کنند که شرکت فولاد مبارکه یا ذوب آهن یا گل‌گهر و چادرملو که بیشترین درآمدهای کشور را دارند، چه کارهایی می‌کنند که به نظرم اگر قرار باشد مردم و روشنفکران تحلیلی از کسب‌وکارها ارائه دهند، باید نگاه‌شان به این ساختارها باشد؛ ولی یقه کسب‌وکارهای کوچک را می‌گیرند.

امروزه حتی اتاق بازرگانی که نماینده بخش خصوصی است، کوچک به حساب می‌آید. تا بخش خصوصی بزرگ نباشد، نمی‌تواند روی سیستم‌های دولتی تأثیر بگذارد. حتی در مجلس در تلاش اند قانون اتاق‌های بازرگانی را تغییر دهند و تعداد نماینده‌های دولتی را بیشتر کنند تا نظارت بیشتری در این زمینه اتفاق بیفتد. همین بخش خصوصی را با بخش خصوصی قبل از انقلاب مقایسه کنید؛ حداقل در آن دوره افرادی داشتیم که با وجود وابستگی، وارد مجلس می‌شدند و نمایندگی بخش خصوصی را می‌کردند و مورد احترام بودند. بسیاری از قوانینی که در حال حاضر وجود دارد مثل قانون سرقفلی، ناشی از همان دوره‌ای است که فرد قدرتمندی مانند عبدالحسین نیک‌پور رئیس اتاق بازرگانی بود و وزرا به اتاق پاسخگو بودند. این چیزی است که در اتاق بازرگانی بعد از انقلاب نمی‌بینیم که نشان‌دهنده کوچک و ضعیف بودن اتاق است. قوی شدن این بخش با قدرت پیدا کردن و بزرگ شدن بخش خصوصی اتفاق می‌افتد.

تا وقتی بخش خصوصی کوچک است، قدرتی ندارد و باید با نمایندگان مجلس و سایر بخش‌های حاکمیت در ارتباط باشد تا بتواند کارش را پیش ببرد. به نظر من بخش خصوصی در ایران با ساختاری که شکل گرفته، توان رشد ندارد، مگر اینکه استارت‌آپ‌ها بتوانند تغییراتی را ایجاد کنند و رشدی داشته باشند که اینها هم محدود هستند. چنانچه بنیادهای بزرگ وارد این عرصه شوند، این استارت‌آپ‌های کوچک بلافاصله از بین خواهند رفت. بالاخره استارت‌آپ‌ها به سرمایه احتیاج دارند و این سرمایه در غرب توسط سرمایه‌گذاران خطرپذیر تأمین می‌شود.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



سعی می‌کردند آن را کنترل کنند. در نهایت نفعی که از سرمایه‌داران داشتند، باعث مصاحبه‌ها در سال ۵۸ شد.

تجربه استارت‌آپ‌ها و تقویت دوباره بخش خصوصی مستقل

بعد از انقلاب بخش خصوصی بسیار ضعیف رشد کرد تا به دوران استارت‌آپ‌ها رسیدیم. استارت‌آپ‌ها توانستند رشد خوبی را تجربه کنند، اما تا شرکت‌های دولتی، شبه‌دولتی و خصولتی راهی طولانی دارند. قدرت اقتصادی در دست بنیادها و نهاد‌های مختلف است.

پس از انقلاب هدف اجرای عدالت و رسیدگی به محرومان و مستضعفان وجود داشت. متعاقب آن، بنیادهایی مانند بنیاد مستضعفان تشکیل شدند. سپس آنها که برای اجرایی‌سازی برنامه‌های خود به سرمایه نیاز داشتند، به امام نامه می‌نوشتند. ایشان هم به آقای موسوی ارجاع می‌دادند و او نیز کارخانه‌های مصادره‌ای را بین این بنیادها تقسیم می‌کرد. بنیاد مستضعفان بخشی به نام هژبر داشت که تمام شرکت‌های هژبر یزدانی را در یک بخش آورده بود. این بنیادها برای حمایت‌های اجتماعی‌شان به سرمایه‌گذاری نیاز داشتند. ستاد اجرایی فرمان امام هم زمین‌ها و خانه‌هایی را که مصادره می‌شد، تحت اختیار خود داشت. کم‌کم ساختاری اقتصادی به وجود آمد که در آن به شش‌ستا هم از این کارخانه‌های مصادره‌ای می‌دادند، زیرا دولت نمی‌توانست سهم سه درصدی اش را به شش‌ستا بپردازد. برای همین است که امروز می‌بینیم ۳۰ درصد بازار بورس در اختیار شش‌ستاست، ولی نمی‌تواند آن را کنترل کند.

وقتی فناوری‌های جدید وارد عرصه جهانی شدند، شرکت‌های بزرگ قابلیت همگام‌شدن با این فناوری‌ها را نداشتند و شرکت‌های کوچک به وجود آمدند. زیرا کار در این حوزه به نیروی جوان و چابکی نیاز داشت که این کارخانه‌های بزرگ فاقد این دو ویژگی بودند. طبیعتاً برخی از این شرکت‌های فناور برای پیشبرد کارهایشان لازم بود با حاکمیت در ارتباط باشند. به نظرم کار در ایران با جایی که ساختار حقوقی نهادینه شده دارد، فرق می‌کند. مثلاً آغاز کار اوبر در آمریکا با مدل شکل‌گیری اسنپ و تپسی در ایران متفاوت است. اینها باید برای کارشان نهادها و ذی‌نفعان مختلف مانند تاکسیرانی و اتحادیه آژانس‌ها را راضی می‌کردند. این روابط و اتفاقات شفاف هم نیست، ولی آنچه مسلم است این است که بزرگ شدن این شرکت‌ها هم از نوع تفکرشان و ورودشان به دنیای فناوری نشئت می‌گیرد و هم ناشی از ارتباطاتی است که توانسته‌اند برقرار کنند. اینکه کم‌وبیش شنیده می‌شود بعضی از اینها به نحوی وابستگی دارند (در نظر داشته باشید که برخی هم کاملاً روی پای خود ایستاده‌اند و هیچ‌گونه وابستگی ندارند). می‌توان گفت اجتناب‌ناپذیر و بالاجبار است.

به نظرم آن رویکرد تاریخی مخالفت و نفرت از سرمایه و سرمایه‌دار هنوز هم در جامعه ما باقی مانده و در بزنگاه‌های تاریخی مثل امروز خودش را نشان می‌دهد و توقعات مختلفی را به وجود می‌آورد. البته در مواردی نیز ممکن است رقبایشان شایعاتی را علیه آنها منتشر کرده باشند. این کار سابقه تاریخی هم دارد. در گذشته بعضی از شرکت‌ها اطلاعات غلطی می‌دادند و شایعه‌سازی می‌کردند مثل دشمنی روغن قو و روغن شاه‌پسند. اینها در دهه ۳۰ در تبلیغات‌شان هم با یکدیگر دعوا داشتند. در این شرایط، شرکت‌های کوچکی که مردم روزانه با آنها در





چرا حاکمیت‌ها باید از فرصت توزیع‌کنندگی اینترنت
بهنرو بیشتر استفاده کنند؟

اینترنت و شکل جدید حکمرانی در جهان

عالم مجازی و اینترنت موبایلی در همه عرصه‌ها تأثیر انقلابی داشته و هر جا که رسیده، رویدادهای جدید پدید آورده و خصیصه‌های دگرگون‌کننده داشته است. به عنوان مثال یک خصیصه‌اش توزیع‌کنندگی است. شاهد آن هم علم است که تحت تأثیر اینترنت قرار گرفته است؛ به محض اینکه اینترنت وارد عرصه علم شد، انقلاب پنجم علم را رقم زد که انقلاب رسانه‌ای (Media Revolution) نامیده می‌شود. این را در کتاب «گاه و بی‌گاهی دانشگاه در ایران» به تفصیل توضیح داده‌ام که چطور اینترنت انقلاب پنجم علم را رقم زد. بر اثر این انقلاب، دانش توزیع‌شده به وجود آمد که مدام بازتوزیع و بخش‌بخش می‌شود و آن نظم قبلی علم و آن الگوی شجره‌ای جاییش را به الگوی شبکه‌ای داد. علم در این شبکه پیچ‌وتاب می‌خورد؛ سلسله‌مراتب‌های رشته‌ای در علم در هم ریخته و یکی از علل گسترش میان‌رشته‌ها و ترارشته‌ها در چند دهه گذشته، اینترنت و دنیای مجازی بوده است.

اینترنت در علم انحصارها و مونوپل‌ها را شکسته و رابطه برج عاجی قدیم دانشگاه را از بین برده است. مسیر علم به طور خطی و یک‌طرفه از دانشگاه به بیرون آن نیست. در بیرون از دانشگاه، مراکز تحقیق و توسعه و مراکز نوآوری، پارک‌ها و شهرک‌های علمی و حتی گروه‌های کوچک تولید علم و نوآوری وجود دارند که همه اینها به سبب ظهور اینترنت بسط و گسترش یافته‌اند. در گذشته اعضای هیئت علمی وظیفه داشتند که علم را از دانشگاه به جامعه ببرند. هنوز هم این وظیفه بر گردن دانشگاه هست، اما جامعه کنش خلاقانه‌تری دارد و به شکل‌های مختلفی در تولید و مبادله علم درگیر است. در اصل محدوده‌های انحصاری نخبگانی به هم ریخته و هر جا که اینترنت قدم گذاشته، الیت از گروه‌های انحصاری خارج شده و پدیده عامه خلاق را به وجود آمده است. برگردیم به بحث اصلی و خصایص دگرگون‌ساز اینترنت. اگر به طور خاص به علم پزشکی نگاه کنیم، متوجه تغییرات آن در چند سال اخیر می‌شویم. اینترنت پنج تغییر عمده در دنیای پزشکی ایجاد کرده که من از آن تحت عنوان ۵P یاد می‌کنم. یکی اینکه پزشکی Predictive شده، یعنی پیش‌نگرانه عمل می‌کند.

نه اینکه با چیزی مواجه شود و بعد عکس‌العمل نشان دهد. دومی Predentive است به معنای پیشگیری. الان بیشتر تکنیک‌ها روی پیشگیری از بیماری‌هاست تا معالجه به معنای سنتی آن و پروسه درمان. مسئله سوم Personalized شدن است، یعنی پزشکی شخصی‌سازی شده و در مورد یک بیمار خاص شیوه‌های درمان دنبال می‌شود و خود بیمار نسبت به گذشته آگاهی‌های بیشتری دارد. خود پزشک هم کمک می‌کند تا اطلاعات بیمار افزایش یابد و به او راهنمایی می‌دهد. کلاً یکی از آثار اینترنت شخصی‌سازی زندگی در وجوه مختلف است که در عرصه پزشکی نیز اتفاق افتاده است. این در حالی است که در گذشته سازمان‌های بزرگی بودند که برای مردم کار می‌کردند و بایستی به آن سازمان‌ها مراجعه می‌کردیم و خودمان را با آنها تطبیق می‌دادیم، اما امروزه اپلیکیشن‌ها این امکان را دارند که همه چیز را برای خودتان شخصی‌سازی کنید. پزشکی همچنین Partnership شده، یعنی مشارکتی است و نهایتاً Psycho-Cognitive شده، یعنی روانی-شناختی شده است.

در همین سیستم حکمروایی هم اینترنت خاصیت دگرگون‌ساز داشته است. همان خصیصه توزیع‌کنندگی در اینجا هم هست و اینترنت در اینجا نیز توزیع قدرت کرده است. این بسیار مهم است. من این را در مجله آسمان (شماره ۵۴، ۲۰ مرداد ۹۲) تحت عنوان «ریز قدرت در شهر» بحث کرده‌ام. اینترنت ریز قدرتی ایجاد کرد و به دلیل توانایی ارتباطی و اطلاعاتی در مقیاس جهانی و سرعت و سیالیتی که وجود دارد، قدرت را بین شهروندان توزیع کرد. تأثیر اینترنت در نظام‌های حکمروایی و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... باعث شده تا حکمروایی با ذی‌نفعان کثیر مطرح شود. مدلی از حکمروایی در دنیا در حال رشد است با عنوان Multistakeholder governance. یعنی جمعیت کثیری از ذی‌نفعان وجود دارد که من حکومت باید با در نظر گرفتن آن ذی‌نفعان حکمروایی داشته باشم و با مشارکت آنها و شنیدن حرف آنها سیاست‌گذاری کنم. اینترنت با آن خصیصه توزیع‌کنندگی که گفتم، این را تبدیل کرده به multi stakeholders governance plus.

حاکمیت، کسب و کارها و اینترنت: یک رابطه ناقص!

گفتاری از مقصود فراستخواه، جامعه‌شناس درباره ارتباط زیست انسان امروزی و اینترنت؛ درباره اینکه چرا جامعه‌ای که زندگی در فضای اینترنت را درک کرده، نمی‌توان به دوران ماقبل از آن برگرداند



نمی‌توان از عقربه زمان آویزان شد!

مطالعات جامعه‌شناختی و روان‌شناختی می‌گویند نمی‌توان تجربه آدم‌ها، رؤیاها و احساسات‌شان را از آنها گرفت. ما می‌توانیم دست و دهان آدم‌ها را ببندیم و محدودیت‌های گسترده ایجاد کنیم، ولی نمی‌توانیم احساسات، رؤیاها و تخیلات‌شان را از آنها بگیریم. اینترنت فرصتی ایجاد کرد تا هر تخیلی در آن واحد قابل ابراز و انتقال باشد. من در حد مطالعاتی که دارم، می‌گویم مردمی که تجربه جدیدی از زندگی را با یک فناوری شروع کردند، نمی‌توان آنها را از این تجربه بازداشت. همین کار عامل مناقشات فراوان می‌شود و نارضایتی‌ها و شکاف‌هایی که در پی آن ایجاد می‌شود، دوباره خودش را بروز می‌دهد. انسان می‌خواهد زندگی کند و تا زمانی که این امکان را دارد، همه چیز خوب پیش می‌رود، اما به محض اینکه اجازه ندهیم زندگی کند، آن را تبدیل به مقاومت کرده‌ایم. سال‌ها پیش که به‌تازگی مسئله گشت ارشاد جدی شده بود، دختری پایان‌نامه‌ای را با ما انجام داد که نتیجه‌اش این بود: بچه‌هایی که بیرون می‌آیند و لباس‌های متفاوتی می‌پوشند، قصدشان مقاومت نیست، بلکه می‌خواهند آن‌طور که دوست دارند زندگی کنند، فقط همین. وقتی با آن مواجه می‌شویم و جلوییش را می‌گیریم، سبک زندگی عادی‌اش را به مقاومت تغییر می‌دهیم. قبلاً سیاست ابراز وجود و هویت بود، با دخالت ما تبدیل به سیاست آزادی، رهایی و مقاومت می‌شود.

تصور من این است که ما نمی‌توانیم از عقربه زمان آویزان شویم. نمی‌توانیم ماهیت فناوری را پس بزنیم، ما با اشیاء زندگی نمی‌کنیم، بلکه آنها نحوه اندیشه و زندگی ما را هم تغییر می‌دهند. وقتی گوتنبرگ دستگاه چاپ را اختراع کرد، نسخه‌های کتاب مقدس تکثیر شد و به دست مردم افتاد. نتیجه‌اش این بود که نظام اصلاح دینی به وجود آمد و گفته شد هرکسی می‌تواند کشیش خودش باشد. زیرا مردم می‌توانستند خودشان کتاب مقدس را بخوانند. قبلاً نسخه‌ها معدود بود و دست عده‌ای خاص و مردم می‌گفتند تفسیر را فقط آنها می‌دانند. اما وقتی کتاب مقدس چاپ شد و در دست مردم افتاد، به شکلی طبیعی در مردم این تفکر پدید آمد که همه می‌توانند کتاب مقدس را بخوانند و با خدای خود ارتباط برقرار کنند.

اینکه بخواهید تغییرات را برگردانید یا مانع بروز آن شوید، مانند این است که خود را از عقربه زمان بیاویزید تا حرکت نکند. این تنش و مناقشه ایجاد کرده و ما را ناکارآمد و

بی‌معنا می‌کند. مثلاً من به‌عنوان پدر نمی‌توانم برای اینکه می‌خواهم فرزندم آن‌طور که مایل‌ام بزرگ شود، از او فناوری را دریغ کنم، بلکه باید الگوی تربیت‌م را تغییر دهم. فناوری خاصیت رهایی‌بخش دارد و برای همین است که سیستم پدرسالار دیگر پاسخگوی نیازهای فرزندان ما نیست. درست است که فناوری آثار مخرب نیز دارد و فرشته‌گون نیست و آثار مخربش در همه‌جای دنیا مورد بحث قرار می‌گیرد، اما این به این معنا نیست که ما فناوری و خاصیت رهایی‌بخش و توزیع‌کننده‌اش را نادیده بگیریم و حاشا کنیم. در واقع فناوری نظم دنیا را تغییر داده است.

احساس سرکوب دیجیتال را تقویت نکنیم!

به گمان بنده، اصولاً حاکمیت در ایران همواره در فهم



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



وقتی همه چیز روی هوا بود!

توصیف تصویری سال ۱۴۰۱

نوآوری کشور می‌دانم. سالی که همه چیز در آن معلق و پادرها و بی‌ثبات بود و کسب‌وکارها یک روز بعد خود را هم نمی‌توانستند پیش‌بینی کنند، برای من تجسم چنین تصویری است. پس سخن را کوتاه می‌کنم و دعوت می‌کنم برای چند دقیقه به این عکس خیره شوید و سال ۱۴۰۱ را دوباره مرور کنید!

من عباس عین‌علی دبیر صفحه سلامت و گزارش‌های ویژه کارنگ هستم. از من خواسته شده بود درباره سال ۱۴۰۱ در حوزه کسب‌وکارها چیزی بنویسم. واقعیت این است که این عکس را که سردبیر مجله برای من ارسال کرده بود، مناسب‌ترین توصیف از سالی که گذشت برای اکوسیستم استارت‌آپی و



KARANG

کارنگ

جامعه

SOCIETY

شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

عالم مجازی هستند که می‌توانند B۲B، B۲C، C۲C و... باشند. این مدل‌های ارتباطی کسب‌وکاری بر اساس اینترنت شکل گرفته‌اند. این کسب‌وکارهای مبتنی بر اینترنت، شکل زندگی ما را عوض کرده‌اند. همین تاکسی‌های اینترنتی مانند اسنپ را در نظر بگیرید؛ امروز آژانس‌های شهرهای ما کجا هستند؟ این کسب‌وکارها ابتکار عمل شهروندان را افزایش داده‌اند و کیفیت‌شان نیز بالاتر از نمونه‌های سنتی است، زیرا سیستم ارزیابی و پاسخگویی وجود دارد و رقابت در این فضا شکل گرفته است. در مجموع می‌بینید این کسب‌وکارها اوضاع زندگی ما را دگرگون کرده‌اند. یکی از ویژگی‌های این مدل کسب‌وکارها این است که مهارت پایه شده‌اند. ما در گذشته لیسانسی می‌گرفتیم و پشت میز یک اداره می‌نشستیم و می‌گفتیم کارمند هستیم؛ اما در کسب‌وکارهای اینترنتی ما نیازمند مهارت و روزآمد کردن مهارت‌های خود هستیم. در این مدل از کسب‌وکارها، الگوریتم‌ها حرف آخر را می‌زنند، در حالی که در کسب‌وکارهای سنتی تنها چهار عمل اصلی مصرف داشت، یکی از مواردی که در مورد تأثیر حضور کسب‌وکارهای اینترنتی می‌بینیم، آن است که قدرت محاسباتی (Computation Power) شهروندان افزایش پیدا کرده است. پس این کسب‌وکارها واقعاً حیات اقتصادی و مدل زندگی ما را دگرگون کرده‌اند.

به خاطر دارم در سال ۲۰۰۰ کتابی منتشر شد به نام «تکاپوی ۲۰۰۰» نوشته پاتریشیا ابردین و جان نسبیت. تکاپوی ۲۰۰۰ توضیح می‌دهد که سال ۲۰۰۰ و هزاره سوم چه ویژگی‌هایی دارد؟ ۱۰ ویژگی را بیان می‌کند که یکی از ویژگی‌هایش این است که زنان قدرت بیشتری پیدا می‌کنند که یکی از علت‌هایش کسب‌وکارهای الکترونیکی بودند. می‌گوید چون قبل از ۲۰۰۰ اقتصاد صنعتی و کارخانه‌ای بود، زنان ابتکار عمل کمتری داشتند، ولی بر اثر کسب‌وکارهای مبتنی بر اطلاعات و دانش‌بنیان و اینترنت در حال رشد، آینده دنیا به سمت مشارکت اقتصادی بیشتر زنان می‌رود.

به این مورد اشاره کردم تا بگویم یکی از ویژگی‌های کسب‌وکارهای مبتنی بر اینترنت، زنانه کردن اقتصاد است. یکی دیگر از ویژگی‌ها، محلی - جهانی بودن آنهاست که باعث می‌شود تنوع بیشتری پیدا کنند. این کسب‌وکارها هویت‌های فرهنگی بیشتری را می‌توانند بازنمایی کنند. این کسب‌وکارها با شایستگی پیش می‌روند، نه با مدارک رسمی. در کسب‌وکارهای اینترنتی خلاقیت حرف اول را می‌زند و پیشبرد آن نیازمند مدل‌های متنوعی از هوش است. این کسب‌وکارها خودخلاق (Self-invented) هستند. یکی دیگر از ویژگی‌های آنها، مهاجرت‌پذیری بالایشان است که می‌توانند جاهای مختلف کار کنند، انعطاف‌پذیر هستند، مشتری‌مدارند و برخلاف آموزش‌های دیگری که در فارغ‌التحصیلان آن نرخ بالای بیکاری را شاهد هستیم، در آموزش‌های مرتبط با کسب‌وکارهای الکترونیکی نرخ بیکاری در حدود صفر است. همچنین ساعات کار کمتر و بهره‌وری بالاتری دارند و بسیار ویژگی‌های مثبت دیگر. تنها یک مشکل دارند. می‌دانید آن چیست؟ حیات آنها در دست حاکمیت است! چشم اسفندیار این کسب‌وکارها این است که بسیار زیرساخت‌پایه هستند و وابسته به زیرساخت‌های کلان. اگر در کشوری این زیرساخت‌ها فراهم نشود، یک گروه کسب‌وکاری کوچک هم نمی‌تواند راه بیفتد. متأسفانه همین هم نقطه ضعف بزرگ ملی ماست. حاکمیت در ایران در شاخص زیرساخت‌ها، دسترسی به اینترنت، پهنای باند و سرعت اینترنت در دنیا رتبه بسیار پایینی دارد و واقعاً در این مورد عقب هستیم. چرا؟ زیرا از ابتدا به اینترنت نگاه منفی داشتیم.

تحول رسانه‌ای مشکل داشته است. از مطبوعات گرفته تا ویدئو، ماهواره و اینترنت. حاکمیت همواره با مطبوعات مشکل داشت و می‌خواست آن را کنترل کند. زمانی هم که ویدئو آمد، به خاطر دارم ممنوع شد، در حالی که همه داشتند. بعد هم که ماهواره به ایران رسید، آن را قدغن کردند و دیش‌های ماهواره را جمع می‌کرد، در حالی که همه خانواده‌ها ماهواره داشتند. حالا هم که به موضوع اینترنت رسیدیم. اصولاً کارنامه حاکمیت که نمی‌توانیم آن را گم و گور کنیم، نشان می‌دهد که در درک تحول رسانه عقب بوده و درک همه‌جانبه، کل‌نگر و دوراندیشانه نداشته و در عوض فهمی بسته و تک‌بعدی و نزدیک‌بینانه از این موضوعات داشته و رویکردش بسیار متجسسانه و محتسبانه بوده و در این مسیر انواع تنش‌ها را ایجاد کرده است. در حالی که اکثر کسانی که ماهواره یا ویدئو داشتند، مردمی عادی بودند و اصلاً حساسیت سیاسی نداشتند و فقط می‌خواستند زندگی کنند. این اقدامات باعث شد آنها تبدیل به کسانی شوند که حساسیت سیاسی پیدا کرده‌اند. امروز هم که به موضوع اینترنت رسیدیم.

این نوع نگاه ما که نتوانسته‌ایم تحول فناوری را درک کنیم و فقط آن را تهدید دانسته‌ایم و خودمان را کنترل‌کننده این محیط در نظر گرفته‌ایم، نمی‌تواند برای جامعه ما پایداری ایجاد کند. آن رابطه دو سر بردی که شما گفتید، در اینجا ایجاد نمی‌شود. در مورد مطبوعات دیدیم که فله‌ای روزنامه‌ها بسته می‌شدند و چند روزنامه دیگر به شکل زنجیره‌ای ایجاد می‌شدند. پس نمی‌توان جلوی رسانه را گرفت، زیرا بخشی از تغییر فناوری و ارتباطات جامعه است. در مورد ویدئو و ماهواره نیز ناموفق بودیم. پس باید متوجه شده باشیم که نمی‌توان با کنترل، آن بازی دو سر برد را ایجاد کرد و پایدار نیز نخواهد بود. چرا پایدار نیست؟ زیرا به شکاف حاکمیت و ملت می‌انجامد و این شکاف بار کجی است که من سال‌هاست گفته‌ام به منزل نمی‌رسد و باید آن را حل کنیم. با این برخورد غلطی که در مورد اینترنت داشته‌ایم که بخشی از زندگی مردم بود، این شکاف را عمیق‌تر کرده‌ایم. شاید در پاسخ بگویند که ما داریم کنترل می‌کنیم و اگر نکنیم، چه و چه می‌شود، ولی فراموش می‌کنند که این موضوع کنترل‌پذیر نیست. ما امروز با ایران شبکه‌ای مواجه‌ایم و این‌طور نیست که بتوانیم با کنترل جلوی این شبکه را بگیریم. ایران شبکه‌ای در دنیای شبکه‌ای قرار دارد و شهروند و سیاست ما هم شبکه‌ای است. نمی‌توان جلوی آن را گرفت. آثار آن می‌ماند و به مقاومت، نارضایتی و عقده‌های چرکین تبدیل می‌شود و شکاف را شدیدتر می‌کند. باید بپذیریم که الگوی حکمرانی بر اثر اینترنت تغییر کرده و ما باید خودمان را با این دنیای جدید و دسترسی‌های شهروندان آگاه تطبیق دهیم. اگر شهروند مشارکت می‌خواهد، به او بدهیم؛ اگر اینترنت شفافیت ایجاد می‌کند، مراقب اعمال خود باشیم؛ زیرا دیده می‌شویم؛ اگر پاسخگویی می‌خواهد، این روش را در پیش بگیریم. الان احساس در حال انتشاری در بخش بزرگی از جامعه وجود دارد که نامش احساس سرکوب دیجیتال است.



چشم اسفندیار

کسب‌وکارهای نوآور در ایران

همان تأثیر دگرگون‌سازی که در مورد اینترنت گفتم، در حوزه کسب‌وکار هم مؤثر بوده است. کسب‌وکارهای الکترونیکی که کالا یا خدمت را از طریق URL‌ها و پورتال‌ها با تنوع الگوها ارائه می‌دهند، کسب‌وکارهای



هر مهارتی
به شکوفایی نیاز دارد

چرا متخصصان ما مهاجرت می کنند؟

مهاجرت پدیده‌ای جهانی و امری بدیهی است. مهاجرت صرفاً امری نیست که امروز برای بشریت اتفاق افتاده باشد، بلکه روندی تاریخی است و معمولاً تمدن‌ها و فرهنگ‌های متفاوت همه با این پدیده به‌نوعی عجین هستند. اینها بدیهیات است و بحثی بر سر آن نداریم، اما آیا مهاجرتی که در ایران اتفاق می‌افتاد با مهاجرت در کشوری مثل آلمان به هم شبیه هستند و هردو ذیل همان روند مهاجرت جهانی نیروهای متخصص قرار می‌گیرند؟

یک مثال ساده بر اساس تجربه زیسته خودم می‌زنم که قابل تعمیم‌دادن نیز هست. مثلاً ما در دانشگاه‌های ایران پدیده‌ای به نام مهاجرت داریم که از آن با عنوان brain drain یا فرار مغزها یاد می‌شود که اساتید یا دانشجویان برتر در حوزه‌های مختلف به اروپای غربی و آمریکا و بعد هم به کانادا یا استرالیا مهاجرت می‌کنند. اما پرسشی که اینجا وجود دارد این است که آیا برعکس این مورد اتفاق می‌افتد؟ منظورم بازگشت دانشجویان و اساتید ایرانی که رفته‌اند، نیست؛ آیا از سایر کشورهای دنیا برای کار، تحصیل یا آموزش به ایران مهاجرت می‌کنند؟ مثل اینکه از ترکیه، اروپا یا آمریکا اساتید یا نیروهای متخصصی برای کار یا تحصیل به ایران بیایند. مشاهدات من در این ۱۰ سالی که در ایران زندگی می‌کنم، می‌گوید ما اساساً زیرساخت‌های جذب نیرو را در این ۴۰ و چند سال از بین برده‌ایم.

وقتی وارد فرودگاه دوی می‌شوید، اولین چیزی که توجه‌تان را جلب می‌کند، این است که از ۱۷۰ ملت در آنجا کار می‌کنند. یکی سیک هندی است و عمامه سیاه دارد، دیگری مسلمان است، آن یکی چینی است و یکی هم اروپایی. این نشان می‌دهد که در اینجا مدیریت بر اساس تخصص شکل گرفته و مبنای حضور این افراد علایق ایدئولوژیک نیست. روند به این صورت است که در بازار دادوستد جهانی این فرد تخصصش را وسط گذاشته و فرودگاه دوی هم با ارائه مبلغی به‌عنوان درآمد، این تخصص را می‌خرد. ولی چنین نگاهی به جامعه و انسان امروز در مدیریت کشور تابو است و حتی نمی‌توان آن را تصور کرد.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

امکان اندیشیدن به آینده

گفتاری از سید جواد میری، جامعه‌شناس درباره مهاجرت نیروی متخصص و وضعیتی که استارت‌آپ‌ها با آن روبه‌رو هستند



مهاجرت ایرانی‌ها نه پدیده‌ای طبیعی که مسئله‌ای سیاست‌گذارانه است!

بباید نگاهی به مسیر یک حوزه در دوران معاصر داشته باشیم. استارت‌آپ‌ها در ایران در دوره‌ای رشد کردند و به آنها بها داده شد. بعد زمانی می‌رسد که حاکمیت اینترنت را قطع می‌کند؛ اینترنتی که مبنای فعالیت این کسب‌وکارهاست. نه اینکه به علت اعتراضات این کار را کرده باشد، بلکه می‌خواهد به این سمت حرکت کند و تفکر مدیران این است که اینترنت و فضای باز و آزاد محل مدیریت‌شان و مدیریت آنها مبتنی بر تضییق و فیلترینگ اخبار و فضای آزاد است. طبیعی است که در چنین فضایی کسب‌وکارهای نوآور دیجیتال و استارت‌آپ‌ها ضربه می‌خورند و با سد روبه‌رو می‌شوند. حتی کلاس‌های دانشگاهی و روند



تحصیل هم مختل می‌شود. مثلاً ما یکسری کلاس‌ها و سمینارها داشتیم که بین‌المللی بودند. در حال حاضر دسترسی به همه اینها قطع شده است. این هم مسئله موقتی نیست و قرار است در ادامه هم چنین باشد. از من سنی گذشته و می‌گویم

نمی‌خواهم مهاجرت کنم، ولی جوانی که در حال تحصیل و علم‌آموزی است، این‌طور فکر نمی‌کند. او می‌خواهد در کلاس‌ها و سمینارهای بین‌المللی به صورت غیرحضورى شرکت کند و این امکان از او گرفته شده است.

مهاجرت پدیده‌ای فرهنگی، تاریخی و جزئی از وجود انسان‌ها یا می‌توان گفت طبیعت ثانویه انسان‌هاست، اما چیزی که در ایران اتفاق می‌افتد، جنبه سیاست‌گذارانه بسیار جدی دارد. افراد احساس می‌کنند که به بن‌بست رسیده‌اند. این را در مورد مردم ایران بسیار می‌بینید، به‌خصوص در جوانان و میانسالان بسیار مشاهده می‌شود که می‌گویند اینجا جای زندگی نیست. این بسیار تفکر خطرناکی است. من در فیلیپین بوده‌ام که شرایط زندگی در آن ۱۰۰ مرتبه حتی از امروز ایران دشوارتر بوده، اما در فکر فیلیپینی‌ها این نبود که اینجا جای زندگی نیست. ولی این تفکر در ایران در حال رشد است.



ساخت وهستی اجتماعی ایرانیان

نمی‌توان گفت چنین تفکری فردی و موضوعی روان‌شناختی است، زیرا افراد مختلف در دهک‌های اقتصادی گوناگون این‌گونه می‌اندیشند. وقتی این تفکر در جامعه اپیدمی و پاندمی می‌شود، نشان می‌دهد که این نگاه ریشه در ساخت و هستی اجتماعی ما ایرانیان پیدا کرده است. چرا این‌طور شده؟ بخشی را می‌توان تاریخی در نظر گرفت و گفت از زمان مواجهه ایرانیان با اروپایی‌ها و فرنگیان، تصویری از فرنگ در ذهن ایرانیان شکل گرفت که این روند از زمان فتحعلی‌شاه که ارسال دانشجویان به خارج از کشور اتفاق افتاد تا به امروز به انحاء گوناگون تکرار شده است. اما بخش مهم‌تری که می‌گوید زندگی در ایران دیگر جایی ندارد، نیاز به تأمل جدی دارد که نشان می‌دهد برخی از مؤلفه‌های بنیادین زندگی معاصر در جامعه ما دچار اختلال شده یا فقدانش به شکلی جدی حس می‌شود. یکی از آن مؤلفه‌ها تکثر و تنوع و پذیرش سبک‌های زندگی متنوع است. طبق قاعده ظروف مرتبطه ممکن است کسی درآمد بالایی هم داشته باشد، ولی به همین دلایل ایران را جایی مناسب زندگی نداند. از حدود قرن شانزدهم میلادی با کتاب «اوتوپیا»ی توماس مور آرام‌آرام ژانری در اروپا شکل می‌گیرد و افراد در مورد این مفهوم شروع به اندیشیدن می‌کنند؛ مفهوم اتوپیا به معنای جای مطلوب. بماند که پادشاه انگلستان توماس مور را به خاطر تفکراتش گردن می‌زند، اما این ژانر کم‌کم در اروپا شکل

می‌گیرد. فارغ از اشکالاتی که به آن وارد است، یک نقطه کانونی در این سنت فکری وجود دارد که در اروپا و بعد هم در آمریکا بسط می‌یابد و آن این است که انسان اروپایی در باب آینده‌اش می‌اندیشد و امکان و ظرفیت اندیشیدن در باب آن چیزی که امروز نیست ولی امکان خلقش فردا هست، شکل می‌گیرد. این نشان‌دهنده جامعه‌ای پویا و زنده است که دائماً خودش را بازسازی و بازآفرینی می‌کند. تقریباً حدود ۵۰۰ سال است که این روند را به صورت متواتر در این جوامع می‌بینید. اما همزمان وقتی به جامعه ایران برمی‌گردید، تفکر در باب آینده و ریخت و مورفولوژی و بنیان و هستی امر جمعی ما در آینده مغفول مانده است. جایی هم که در این باره اندیشیده‌ایم یا به‌نوعی خواسته‌ایم بدیلی داشته باشیم، به مشکل خورده‌ایم؛ مثلاً گفت‌مان حکومت اسلامی به‌مثابه یک امکان در باب بازسازی آینده‌مان بوده، اما یکی از اشکالات عمده آن چیزی که محقق شده، این است که در این بیش از ۴۰ سال، دیگری را کامل نفی کرده و امکان‌هایی را که دیگری‌ها ممکن است بتوانند در هستی اجتماعی ما بازآفرینی کنند، به تابو تبدیل کرده و امکان تفکر در باب تکثر و تنوع به‌مثابه یک تهدید بالقوه و بالفعل تلقی می‌شود. اگر دانشجویی، استادی یا کسی که در حوزه‌ای تی کار می‌کند، شخصیت یا شاکله هویتی‌اش با چیزی که من شاکله هویتی تراز می‌دانم، همخوانی نداشته باشد، قدرت و ظرفیت این وجود ندارد که از ظرفیت دانش و مدیریتش بهره‌بریم.



کجای منطق ما اشکال دارد؟

مدیریت هنر بهره‌گیری از منابع و ظرفیت‌های جامعه به صورت احسن است، نه اینکه اگر قرار است فردی را استخدام کنم باید ۱۰۰ درصد شبیه به من باشد و اگر شکل من نبود، باید حذف شود. اگر با این روند بخواهیم پیش برویم، آن هم در این دنیای بسیار حساس‌بگر که بر اساس بنیان‌های راسیونالیسم شکل گرفته، بازنده خواهیم بود. در حال حاضر دولت‌ها کوچک‌ترین منابع خود که هیچ، منابع حریفان و دشمنان خود را نیز احصا کرده‌اند و به این فکر می‌کنند که چطور نقطه قوت دیگران را به نقطه ضعف تبدیل کرده و بعد از آن برای ارتقای خود استفاده کنند.

ولی حاکمیت ما ۴۵ سال گفته آمریکا شیطان بزرگ و دشمن اصلی ماست و نمی‌تواند به این سؤال پاسخ دهد که چطور بیشتر کسانی که طی این مدت مهاجرت کرده‌اند، به سمت آمریکا رفته‌اند، ولی از آن طرف آمریکایی‌ها به ایران نیامده‌اند. این نشان می‌دهد که جایی از منطق ما اشکال دارد.

حوزه سلامت یکی از مهم ترین حوزه های اکوسیستم نوآوری کشور در سال های اخیر بوده است. حوزه ای که اگرچه هنوز با مشکلات و موانع زیادی در زمینه تنظیم گری مواجه است اما بسیاری اعتقاد دارند در سال های آینده رشد زیادی را تجربه خواهد کرد. از ابتدای راه اندازی کارنگ صفحه سلامت از بخش های اصلی این رسانه بوده است. عباس عین علی که دبیر بخش گزارش های ویژه کارنگ است، در ماه های گذشته حوزه سلامت را هم به شکل ویژه پوشش خبری داده و با کارآفرینان و کسب و کارهای این حوزه ارتباط تنگاتنگی داشته است.



عباس عین علی



abbas.einali@gmail.com





درباره «رون»

گوگل اطلاعات پزشکی

بسیاری از افراد برای مدیریت اطلاعات پزشکی و درک وضعیت بیماری یا سلامتی خود، به گوگل یا وب ام‌دی مراجعه می‌کنند که هیچ‌کدام برای تأیید یا ارائه اطلاعات به‌روز مفید نیستند. «رون» قصد دارد این شرایط را با ارائه یک پلتفرم آموزشی پزشکی که اطلاعات موجود در آن توسط پزشکان، بیماران و مراقبان تأمین می‌شود، تغییر دهد. رون با جمع‌آوری و دسته‌بندی اطلاعات در مورد شرایط به‌خصوص هر فرد، به بیماران و مراقبان اطمینان می‌دهد که منبع دقیق و معتبری در اختیار دارند.

روهان راماکریشنا که جراح مغز و اعصاب است، همراه با مدیر سابق بخش شراکت خلاق پینترست، ویکرام باسکاران و آرون رانگاناتان وارد فضای فناوری سلامت شدند تا معنای کسب اطلاعات پزشکی را دوباره ابداع کنند. باسکاران و رانگاناتان متوجه شدند که جست‌وجوی اطلاعات در مورد شرایط عزیزان‌شان دشوار است. پس از مطرح کردن ایده‌شان با راماکریشنا، رون متولد شد.

رون قرار است در مورد شرایط پزشکی وخیم، اطلاعات تأییدشده از نظر پزشکی را به مراقبان و بیماران ارائه دهد. برای شروع، آنها فقط اطلاعات مربوط به گلیوبلاستوم، نوعی تومور مغزی را ارائه می‌دهند و ۲۰۰ کاربر فعال دارند. این شرکت امیدوار است کار خود را گسترش دهد و به زوال عقل و سرطان‌های کودکان نیز بپردازد.

این شرکت با وجود اینکه کمی بیش از یک سال از عمرش می‌گذرد، در دور اول تأمین سرمایه‌اش توانسته ۷/۵ میلیون دلار جذب کند. این کسب‌وکار همچنین ۱۱ سرمایه‌گذار فرشته و چهار مشاور دارد.



پلتفرم‌ها و آینده نظام سلامت

نیمافاضلی

مدیرعامل دکتردکتر



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

حاکمیت باید نگاه بین‌المللی به فضای کسب‌وکار داشته باشد

محمد یارسا

بنیان‌گذار و مدیرعامل آمیتیس



ما نه به‌عنوان پلتفرم واسط، بلکه به‌عنوان حلقه‌ای از زنجیره سلامت و درمان در جامعه، واقعاً و صادقانه وظیفه خود می‌دانیم که در این باره نقش‌آفرینی کنیم و سطح آگاهی مخاطب را ارتقا بخشیم. این روزها تیم تولید محتوای مجله دکتردکتر مانند گذشته سخت مشغول کار است و خصوصاً بر حوزه آسیب‌های روحی-روانی و مراقبت‌های پس از حادثه، تمرکز ویژه‌ای دارد، به امید اینکه بتوانیم کمکی کرده باشیم.

چالش جهانی کرونا در سراسر دنیا باعث رشد پلتفرم‌های حوزه سلامت شد. رشد انفجاری این حوزه نگاه‌های زیادی را به خود جلب کرد و چه‌بسا شکل صعودی نمودارهای رشد، بسیاری را به اشتباه انداخت. آغاز همکاری من با دکتردکتر با فروکش کرونا و بالطبع واقعی‌تر شدن فضای کسب‌وکار مصادف بود. یعنی من زمانی عهده‌دار این مسئولیت شدم که رشدها اتفاق افتاده بود و حالا باید برای ماندگاری مخاطب کار می‌شد. تا اندازه‌ای تغییر رفتار کاربر در دوره کرونا باعث شد این اتفاق بیفتد. تا قبل از کرونا بازار سلامت دیجیتال سهم چند دهم درصدی از اقتصاد سلامت را داشت، اما با همین رشدهایی که در دوره کرونا اتفاق افتاد، می‌شود گفت امروز دو درصد از اقتصاد سلامت، دیجیتال شده است. عامل دیگری هم که در این امر تأثیرگذار شد، اجرایی شدن نسخه الکترونیک در کشور بود.

طبیعتاً ما هم از کانال‌های سوشال مدیا دچار آسیب شدیم که سعی کردیم از طریق دیگر کانال‌های ارتباطی آن را جبران کنیم. این استراتژی تا حد زیادی آسیب‌پذیری ما را نسبت به محدودیت‌های اخیر کم کرد، ولی در هر حال یک کسب‌وکار پلتفرمی که بر بستر اینترنت کار می‌کند، حتی چند ساعت اختلال اینترنت هم برایش ضررهایی را به همراه دارد.

از آغاز بحران کرونا تا به امروز همواره کسب‌وکارهای گردشگری سلامت تحت فشار و در معرض خطر نابودی قرار داشتند. در پی اتفاقات اخیر و بسته‌شدن راه ارتباطی ما با مخاطبان خارج از کشور، ورودی کسب‌وکار ما به عدد صفر رسید؛ مطلقاً صفر. انگار حاکمیت هیچ تصویری از کسب‌وکارهای بین‌المللی ندارد. برای راه‌اندازی کسب‌وکاری مانند کسب‌وکار گردشگری سلامت، می‌بایست تفکر بین‌المللی داشت. اما فقط پنج درصد این تفکر به سیاستی که بنیان‌گذاران اتخاذ می‌کنند، بستگی دارد. ۹۵ درصد باقی‌مانده به نگاه بین‌المللی و رفتار حاکمیت با این بازار مربوط است.

وقتی نگاه بین‌المللی به کسب‌وکار بین‌المللی وجود ندارد، یعنی بود و نبود این کسب‌وکار اصلاً اهمیت ندارد. یعنی حاکمیت به هیچ‌وجه دلش نمی‌خواهد گردشگر سلامت به ایران بیاید. یعنی نمی‌خواهد این درآمد دلاری و ارزآوری برای کشور اتفاق بیفتد. این را می‌شود به‌خوبی از رفتار حاکمیت فهمید.

راه ارتباطی کسب‌وکار ما با مخاطبان مان از طریق پلتفرم‌های اینستاگرام و واتس‌آپ بود. به لحاظ فنی هم وب‌سایت ما روی سرورهای خارجی قرار داشت. پس از اتفاقات اخیر تمام زیرساخت‌های ما دچار اختلال شد. ارتباط ما با مخاطبان مان قطع شد و طی این مدت به صفر مطلق رسیدیم. از حمایت‌های رنگارنگ آقایان که در دوره کرونا حرف از آن می‌زدند، هیچ‌چیزی به کسب‌وکار ما نرسید؛ حتی یک احوالپرسی ساده. نه وزارت بهداشت و نه وزارت گردشگری هیچ‌کدام. برای شرکت گردشگری سلامت که مانند ما مجوز بند ب گرفته، سرپا نگه‌داشتن یک کسب‌وکار در چنین شرایطی اصلاً امکان‌پذیر نیست. این است که درصدد تعطیلی شرکت هستیم.

سلامت و کودکان

یک بازار بکر که

فرصت‌های زیادی دارد

رضا حسامی‌فرد

مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار گهواره

قطعی اینترنت ۱۳۹۸ ضربه بسیار بدی بود. درست در همان دوران بود که ما یکی از طلایی‌ترین دوره‌های رشد مان را تجربه کردیم. تقریباً ماهانه ۳۰ درصد رشد داشتیم تا اینکه به آبان رسیدیم و در پی قطع و خاموشی اینترنت این رشد متوقف شد و این ماجرا برای ماه‌های زیادی هم ادامه پیدا کرد. ضرری که در آبان ۱۳۹۸ تجربه کردیم، واقعاً سخت بود، اما در دوره کرونا شکل نیاز متفاوت شد. خانواده‌ها شرایط قرنطینه را تجربه نکرده بودند و این نیاز ما را بر آن داشت تا در اپلیکیشن یک بخش ویژه برای کرونا ایجاد کنیم. کرونا آسیب‌چندانی برای ما به همراه نداشت، اما در ماه‌های اخیر یکی از مهم‌ترین کانال‌های ارتباطی و مارکتینگ ما یعنی اینستاگرام مسدود شده است. بیش از ۹۰۰ هزار کاربر داشتیم که از مطالب آموزشی این صفحه استفاده می‌کردند. قاعدتاً برای چنین صفحه‌ای هم زحمت زیادی کشیده و هم هزینه‌های بسیاری شده است.

حدود ۹ میلیون کودک در بازه سنی صفر تا شش سال داریم که خانواده‌ها به‌طور متوسط سالانه بین یک تا یک‌ونیم میلیون تومان برای آموزش‌های مرتبط با این سن هزینه می‌کنند. مهم‌ترین کار گهواره تدوین و طبقه‌بندی مطالب آموزشی باکیفیت است. با توجه به این تغییر نگرش والدین و حساسیت آنها نسبت به پرورش کودکان، همیشه سهم آموزش‌ها و در واقع سهم این بازار حفظ شده است. فکر می‌کنم این بازار کم‌کان رشد کند. گهواره هم می‌کوشد تا روز به‌روز بر روند رشد خود بیشتر متمرکز شده و بخشی از دغدغه‌های پدران و مادران برای تربیت و پرورش فرزندان‌شان را تأمین کند. پدر و مادران امروزی تلاش زیادی برای افزایش کیفیت فرزندپروری خود دارند و این مسئله را به‌صورت جدی پیگیری می‌کنند. بسیاری از مسائلی که امروز درگیر آن هستیم، حتی در نسل قبل وجود نداشته است. مثلاً برخی فناوری‌ها مثل AR و VR برای کودکان چقدر و با چه هدفی باید استفاده شود؟



ایران به قبرستان آزمایشگاه‌های مرده تبدیل شده است

احسان علیزاده

مدیر کسب و کار کولایف

ایران به قبرستان تجهیزات آزمایشگاهی تبدیل شده و این کسب و کار باید تجمیع شود. از طرفی نمی‌خواهیم هویت آزمایشگاه‌ها را از آنها بگیریم و موجودیت‌شان را به خطر بیندازیم. با آزمایشگاه‌های فرانچایز، کوپرندینگ یا برند مشترک ایجاد می‌کنیم، یعنی مشتری نهایی با مراجعه به آزمایشگاه‌های موجود از خدمات یکپارچه کولایف بهره‌مند می‌شود. سعی می‌کنیم هویت بصری یکسانی داشته باشیم. حتی در تلاش هستیم در طراحی فضای داخلی این آزمایشگاه‌ها، فضای فنی را کم و فضای پذیرش را بیشتر کنیم. این کارها برای تجربه بهتر خدمات آزمایشگاهی است که قبلاً تأثیر آن را در فضای بانکی کشور تجربه کرده‌ایم. یکی از مهم‌ترین خدمات ما به آزمایشگاه‌ها، انجام تحقیقات بازار محلی و افزایش ترافیک مراجعه‌کنندگان به آزمایشگاه است.

مثل هر نوآوری و فناوری پیشروی دیگر که ساختارهای گذشته را برنمی‌تابد، ما هم با رگولاتور دچار چالش شده‌ایم. اساساً ذات رگولاتور این است که همواره چند گام از نوآوری عقب‌تر است، اما با تلاشی که کردیم توانستیم قانون‌گذار را با خود همراه کنیم. تسهیلاتی برای ما قائل شدند و البته مطالبات دیگری هم داشتیم که تاکنون محقق نشده‌اند. در قوانین ابلاغی معاونت درمان وزارت بهداشت اصلاً شبکه آزمایشگاهی تعریف نشده بود، اما در مذاکرات فشرده با معاونت درمان توانستیم ذیل تبصره ۲ ماده ۶ آیین‌نامه تأسیس آزمایشگاه‌های پزشکی، شبکه آزمایشگاهی را رسمیت ببخشیم.

در ایران سالانه ۴۸۵ میلیون تست انجام می‌شود که به دو بخش تست‌های سرپایی و بستری تقسیم می‌شود. انجام این تست‌ها حدود ۳۰ هزار میلیارد تومان ارزش ایجاد می‌کند.



باید اهمیت حوزه سلامت در اقتصاد کشور برای سیاست‌گذاران روشن شود!

دکتر علی یزازی

بنیان‌گذار طب مد توریزم

مانند هر کسب و کار آنلاین دیگری که در فضای بین‌المللی فعالیت دارد، تأثیر این اتفاقات روی کسب و کار ما هم کاملاً محسوس است. فقط طی همین ماه‌های اخیر قریب به چند میلیارد تومان خسارت به کسب و کار ما وارد شد. اینترنت مختل است، شبکه‌های اجتماعی مسدود است، در نتیجه ما نمی‌توانیم مدارک را برای بیماران مان آپلود کنیم. آنها هم نمی‌توانند مدارک‌شان را روی سایت ما بارگذاری کنند. از آغاز اتفاقات اخیر اکثر بیماران قراردادهایمان را لغو کرده‌اند.

هر چقدر هم در مشاوره‌ها سعی می‌کنیم شرایط کشور را امن نشان دهیم و تضمین کنیم که سفر سلامت خواهند داشت، باز هم موفق نمی‌شویم. نه فقط از اروپا، بلکه آنهایی هم که از کشورهای همسایه می‌خواستند به ایران بیایند، برنامه‌هایشان را لغو کرده‌اند. متأسفانه عده‌ای سعی می‌کنند در این شرایط، تصویر ناامنی از ایران را ارائه دهند، چه در داخل و چه در خارج از کشور. وقتی ما چنین سیگنال‌های منفی را منتشر می‌کنیم، چه انتظاری داریم که بیماران رغبت ورود به ایران داشته باشند.

بیمارانی داشتیم که قراردادهایمان را آغاز کرده بودند. حتی در بحث ناباروری بعضی از بیماران مصرف دارویشان را هم آغاز کرده بودند، اما با بروز این شرایط همه آنها برنامه درمان‌شان را لغو کردند. در مجموع می‌توانم بگویم طی

سلامت شبیه فین‌تک چهار، پنج سال پیش است همین قدر مستعد رشد!

آرش برجی خانی

مدیرعامل هلثیو

در حال حاضر سه حوزه بسیار ترند هستند. یکی حوزه لایف‌استایل و سبک زندگی است که به‌شدت در آن استارت‌آپ‌ها رشد‌های خوب را تجربه می‌کنند، زیرا مردم پس از پاندمی به سمت لایف‌استایل و زندگی بهتر رفته‌اند. بخش دیگر ترکیبی از جمع‌آوری داده، هوش مصنوعی و خدمات آنلاین است که به‌شدت جذاب است. از آنجا که سلامت، به‌خصوص پزشکی علمی تجربی است و با یادگیری اتفاق می‌افتد و با داده بیشتر بهتر می‌شود، این ترکیب در حوزه سلامت راهگشا خواهد بود؛ کافی است این ویژگی یادگیری را به هوش مصنوعی بیفزایید و بتوانید داده‌های خوبی را جمع‌آوری کنید. حوزه دیگر هم بخشی است که تجهیزات پزشکی و سلامت را قابل استفاده در خانه (home in use) می‌کند، این حوزه‌ها ترند و بسیار جذاب هستند و آینده صنعت سلامت را شکل می‌دهند و بسیاری از حوزه‌های دیگر سلامت را دچار تحول می‌کنند. صنعت سلامت ۱۰ سال دیگر بسیار متفاوت از امروز خواهد بود.

وضعیت صنعت سلامت در حال حاضر مثل وضعیت صنعت فین‌تک در چهار، پنج سال گذشته است. همان چالش‌های رگولاتوری را دارد، همان رشد‌های خوب را تجربه

همین چند هفته حدوداً ۶۰ درصد از ورودی‌هایمان را از دست داده‌ایم. باید بپذیریم که حوزه سلامت یکی از حوزه‌هایی است که می‌تواند اقتصاد کشور را به‌خصوص در منطقه شکوفا کند. باید با این ذهنیت به این حوزه مهم اقتصادی نگاه و برای آن تصمیم‌گیری کرد. فعلاً چنین رویکردی به این حوزه دیده نمی‌شود و این مایه تأسف است و باید زودتر برای آن چاره‌ای اندیشید.



خواهد کرد و همان متحول کردن بسیاری از خدمات در حوزه سلامت را به دنبال خود خواهد داشت؛ خصوصاً در بخش‌هایی که امروز برای ما چالش است، مثل چالش‌هایی که مردم در تعامل با پزشک و مراکز درمانی دارند و آن حال خوبی که باید در خدمت گرفتن داشته باشند، دریافت نمی‌کنند. از معطل شدن گرفته تا نحوه برخورد و عدم دسترسی و... تا چهار، پنج سال آینده صنعت سلامت بسیار باکیفیت‌تر خواهد بود. ما ابتدای راه شکل دادن به اکوسیستم صنعت سلامت نوآور در کشور هستیم.



گزارش REPORT



مزایای متاورس
برای پزشکی از راه دور

مسیریک آینده

با همکاری فناوری‌های جدید، مانند بلاکچین، سلامت دیجیتال و همکاری مراکز درمانی با بیمارستان‌های مجازی؛ پزشکان این اختیار را پیدا می‌کنند که بسته‌ها و برنامه‌های درمانی یکپارچه‌تری ارائه دهند.

استفاده از فناوری‌های واقعیت افزوده و واقعیت مجازی، ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی را قادر می‌سازد تا تجربیات و نتایج بیمار را افزایش دهند. به عنوان مثال، اکیوین، یک فناوری مدرن، به ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی اجازه می‌دهد تا به‌راحتی رگ‌های بیماران را مشاهده کنند و از فناوری ای آر استفاده کنند. یکی دیگر از مزایای متاورس برای پزشکی از راه دور این است که این روند جدید همکاری بین متخصصان مراقبت‌های بهداشتی را تسهیل می‌کند. توانایی به‌اشتراک‌گذاری فوری اطلاعات بین متخصصان مراقبت‌های بهداشتی امکان شناسایی سریع‌تر علل بیماری را فراهم می‌کند.

در این مرحله، همچنین باید این واقعیت را در نظر بگیریم که متاورس به احتمال زیاد فرصت‌های جدیدی را به دانش‌آموزان و کارآموزان ارائه می‌دهد که می‌توانند بدن انسان را در یک محیط آموزشی امن و واقعیت مجازی بررسی کنند. اکنون به کمک فناوری‌های نوین، مفهوم جفت‌دیجیتالی برای انسان هم قابل ساختن است.

همزاد یا جفت یا دوقلوی دیجیتال شما یک نسخه گرافیکی از خود شماست. این مفهوم پیش‌تر برای مهندسان و طراحان صنعتی به کار می‌رفت، اما امروز به کمک پیشرفت فناوری‌های نو، ساخت نسخه دیجیتال انسان ممکن شده که شامل تمام اطلاعات بیولوژیکی و روانی ماست. این اطلاعات در کالبد آواتار دیجیتال مادری متاورس قابل زیست است و این امکان را برای پزشکان فراهم می‌کند که در هر زمان و مکان به یک نسخه از ما دسترسی داشته باشند.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



تفاوت خواسته ها و
روش های نسل زد چگونه
سلامت دیجیتال را تحت
تأثیر قرار می دهد؟

نسل زد و هدایت سلامت دیجیتال

بر کسی پوشیده نیست که نسل زد به روش های کاملاً متفاوتی نسبت به نسل های گذشته به مراقبت های بهداشتی خود می پردازند. درگیری با فناوری یکی از دلایل اصلی این تفاوت است. آنها نسبت به نسل های قبلی، بیشتر پذیرای مراقبت های از راه دور هستند. این نسل به دنبال راحتی بیشتر است؛ چراکه ظرفیت فناوری را در این باره درک کرده است. طولانی شدن زمان انتظار در مطب پزشک برایش بی معناست و با کمک راهکارهای فناوریانه مراکزی را انتخاب می کند که کمترین زمان ممکن برای انتظار را داشته باشند. بر اساس مطالعاتی که توسط سولوشن ریچ انجام شده، یافتن راه هایی برای برقراری ارتباط با نسل زد (در حالت های ترجیحی آنها) می تواند به حفظ و رشد صنعت سلامت دیجیتال کمک کند. نسل زد اغلب به عنوان «بومیان دیجیتال» نامیده می شوند. آنها به سختی دنیای بدون گوگل را به یاد می آورند. در حالی که نسل های قدیمی تر بیشتر به رابطه با پزشک خود پایبند هستند و از پزشک خود مشاوره می جویند، نسل های جوان تر احتمالاً ابتدا سؤالات سلامتی خود را در گوگل جست و جو می کنند. گجت های پوشیدنی همچنان به محبوبیت خود ادامه می دهد و نسل زد به طور چشم گیری بر سلامت و تندرستی فناوری محور تمرکز می کنند. اگرچه نسل زد بیشتر از نوجوانان با قدرت خرید محدود تشکیل شده، اما آنها علاقه زیادی به گجت های پوشیدنی دارند. این نسل روند محور است و می خواهد پروسه سلامت خود را در چارت ها ببیند. این تفاوت ها در کنار هم می تواند برای متصدیان بازار سلامت دیجیتال چراغ راه باشد تا با پذیرش خواسته های نسلی، محصولات جسورانه ای را تولید کنند. در عین حال که تعامل نسل های گذشته با این نسل سخت به نظر می رسد، اما نقش آنها در ایجاد روندهای مختلف انکارناشدنی است. صراحت نسل زد در بیان خواسته هایش، نیازهای شفافی را بروز می دهد که می تواند تعیین کننده سرنوشت هر صنعتی باشد.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

به فهرست شرکت کنندگان الکامپ نگاهی دوباره بیندازید!

زهرا کلاهدوز

مدیرعامل شرکت فراپایش امین

داستان پیش روی ما در کشور این است که باید افراد را متقاعد کنیم که پایش دما را در محصولات حساس انجام دهند. پایش دمای محصولات حساس یک ضرورت است. پس از این مرحله است که ما امکان عرضه محصول را داریم تا وارد فاز رقابتی شویم و مزیت ها و ارزش های پیشنهادی محصول مان را ارائه دهیم. قدم اول پذیرش و احساس نیاز به این محصول است. ضعف در قانون گذاری و عدم وجود فرایندهای نظارتی درست، ضرورت پایش دما در زنجیره تأمین را به اندازه کافی تبیین نمی کند.

مشکل اساسی تر این است که در سیستم فعلی تولیدکننده و ناظر و مجری قانون یکی است. این اتفاقی است که برای مثال در سازمان انتقال خون در جریان است. به نظر ما خیلی واضح بود که سازمانی مانند انتقال خون یکی از مهم ترین سازمان هایی است که می بایست از پایش دمای مداوم استفاده کند و با توجه به مزیت های رقابتی فکر می کردیم با ما همکاری خوبی

داشته باشد، اما در کمال ناباوری این اتفاق نیفتاد. اینجای کار را حساب نکرده بودیم که سازمان انتقال خون پایش مداوم دما انجام نمی دهد و به کالیبراسیون های سالانه ماشین ها اکتفا می کند.

قوانین متزلزل و بی ثبات گمرکی ضررهای هنگفتی به ما وارد کرده است؛ هر روز یک قانون و تعرفه و محدودیت جدید. اولین مشتری ما شرکت فناوری بن یاخته های رویان است که روی بانک خون بند ناف کار می کند و ما باید به صورت ۲۴ ساعته به این شرکت سرویس ارائه بدهیم، چون پای داده های حیاتی در میان است، اما تنظیمات به شکل ناپایداری مدام عوض می شوند.

اگر اقتصاد دانش بنیان برای حاکمیت مهم است، نباید هر روز تبر بردارد و بر پیکر تحیف این کسب و کارها زخم بزند. بروند به فهرست شرکت کنندگان نمایشگاه الکامپ که برگزار هم نشد، نگاه کنند و ببینند امروز چند نمونه از این شرکت ها وجود دارد. دولت با شرکت های خصوصی حرف بزند که آیا این بخش از اقتصاد را می خواهد یا نه؟

چرا نوآوران سلامت چمدان به دست راهی کشورهای دیگرند؟

مریم توحیدی

بنیان گذار نانوبافت سازه

فناوری روز چه در تجهیزات پزشکی و چه در روش های پزشکی یکی از عوامل مهم اقتصاد سلامت است. کافی است نگاهی به کشورهای اطراف بیندازیم. ایران از لحاظ دانش و تحر و خوشنامی پزشکی به مراتب از دیگر کشورها برتر است، اما در حوزه های ارز آور مانند گردشگری سلامت این هند و ترکیه هستند که با تکیه بر فناوری و تجهیزات پزشکی گوی سبقت را از ما ربوده اند. علاوه بر مزیت های پزشکی موجود در کشور ما پتانسیل های اقلیمی بسیار بالایی داریم. کلاردشت، کیش و قشم بیشترین حجم اکسیژن را در هوا دارند و یکی از بهترین مناطق برای ریکاوری و فرایندهای پسادرمان هستند. اقتصاد سلامت، زنجیره ای از زیرساخت ها را نیاز دارد که هر کدام از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند. اگر تجهیزات روز را در اختیار داشته باشیم، اما از لحاظ زیرساخت های سیاسی بستر لازم را برای ورود گردشگران سلامت مهیا نکنیم، سرمایه گذاری ها به هزینه تبدیل خواهد شد. یکی از

این زیرساخت ها هم استانداردسازی و کنترل کیفی فرایندهاست که متأسفانه مغفول مانده است. ارزآوری این بخش از اقتصاد بر کسی پوشیده نیست، ولی ما در رگولاتوری و هماهنگی دستگاه های ذی ربط نقص داریم. الان که با کاهش شدید ارزش پول ملی مواجه هستیم، بهترین موقعیت است که این بستر ارزآور را تسهیل کنیم. سیاست گذاری درست در این مسیر ما را از اتکا به نفت و خام فروشی بی نیاز خواهد کرد. تشریفات گسترده و قوانین دست و پاگیر انگیزه تولیدکنندگان را می کشد. زمان پارامتری است که در سازوکارهای اداری کوچک ترین اهمیتی به آن داده نمی شود. همین می شود که اکثر هم کلاسی های من چمدان به دست راهی کشورهای مختلف هستند.



جلوی فناوری ایستادن یعنی محروم کردن مردم و هدر دادن سرمایه بخش خصوصی

محسن مقدم

مدیرعامل فیورگجت

چه بخواهیم و چه نخواهیم فناوری راه خود را خواهد رفت و ما نمی توانیم در برابر این مسیر مقاومت کنیم. گاه ممکن است با دانش کم و گاه ممکن است از سر غرض بخواهیم جلوی فناوری را بگیریم. دهه ۷۰ را به یاد بیاورید که اگر قرار بود یک آزمایش ساده قند خون بدهیم، چه مکافات داشتیم. امروز دستگاه های آفلاین مختلف در دسترس افراد است. این گام اول فناوری بود که این دستگاه ها را در اختیار افراد گذاشت. گام دوم هم آنلاین کردن این دستگاه هاست. در گام سوم هم پردازش تجمیعی داده ها اتفاق می افتد و عوامل غیر انسانی با پایش و پیش بینی، تشخیص و تجویز خواهند کرد.

نهاد های حاکمیتی مانند سازمان تجهیزات پزشکی باید به استارت آپ ها فرصتی بدهند تا با عرضه محصول به یک جامعه محدود بتوانند مطالعه بالینی انجام دهند. باور کنید برای این کار هیچ سازوکاری فراهم نشده و ما مجبوریم برای انجام تحقیقات مستقیماً با پزشک تعامل کنیم. پزشکان هم به این سادگی تن به همکاری نمی دهند. آنها منافع خود را دارند و حاکمیت هم قوانین سخت گیرانه خود را و بین این دو مسیر، برای نوآوری هایی که در حال وقوع است، کانال مجزایی ایجاد نشده است.

اگر این راه را باز نکنیم، صرفاً باید واردات انجام دهیم و فناوری،

امکان بروز و مسیر یابی خود را از دست خواهد

داد و فرصت ارائه محصولات نوآورانه در حوزه

سلامت به بازار از دست خواهد رفت. چالش

دیگر چالشی است که من خود آن را تجربه کردم؛

متأسفانه فضایی مانند دلار ۴۲۰۰ تومانی که

قرار بود برای صنعتگران و تولیدکنندگان تسهیل

شود، به فرصتی برای افراد فرصت طلب و سودجو

تبدیل شد.

فضای استارت آپی نیز همین مختصات

را دارد. حاکمیت حمایت های

خوبی از برخی شتاب دهنده ها

می کند اما متأسفانه

گاهی این شرکت ها عنوان

شتاب دهنگی را

به عنوان پوششی برای

سایر فعالیت های

اقتصادی خود به کار

می گیرند!



همه دلایلی که باعث شد کسب و کار ما شکست بخورد

آیدین پرنیان

بنیان گذار «مدلین»

از سویی دیگر، تحلیل شخصی من این است که این مدل کار استارت‌آپی با شرایط اقتصادی ما در ایران همخوانی ندارد. آن چیزی که از مدل تأمین سرمایه و توسعه استارت‌آپ‌ها در فضای رقابتی مثلاً آمریکا الگو گرفته بودیم، در فضای غیررقابتی، کند و اقتصاد دولتی ما جواب نمی‌داد و ما باید روش دیگری پیدا می‌کردیم. به نقطه‌ای رسیده بودم که باید از اول شروع می‌کردیم و رویکردمان را تغییر می‌دادیم، ولی من دیگر انرژی شروع کردن از صفر نداشتم. کلاً استارت‌آپ‌های نوپای ما هم خیلی کم شده بودند. راستش را بخواهید، به نظرم اوضاع خیلی ناامیدکننده است، زیرا شانس کسب و کارها بسیار کم و ریسک‌شان بالاست. به جایی رسیدم که دیدم چیزی که ما در اکوسیستم ارائه می‌دهیم، در واقع یک حباب است یا وقتی به جلو پیش می‌رویم، بیشتر شبیه به سراب است.

همه کسانی که در اکوسیستم هستند، از رسانه گرفته تا شتاب‌دهنده و... تلاش خود را کردیم، ولی اتفاقی که باید نیفتاد، به نظرم فضایی سمی ایجاد شده و انگشت اتهام هم سمت شتاب‌دهنده‌ها بود. نمی‌خواهم از شتاب‌دهنده‌ها دفاع کنم، ولی در واقع این اتهام‌زنی‌ها انداختن تقصیر گردن این‌و آن بود؛ درحالی که کل سیستم، سیستم اشتباهی بود و برای فضای ما مناسب نبود. ما توانستیم یک مدل بومی متناسب با سازوکارها و محدودیت‌های خودمان خلق کنیم. من شخصاً روی تیم‌هایی سرمایه‌گذاری کردم، ولی به نتیجه نرسیدم. زیرا سرمایه‌گذاری ریسک بالایی به همراه دارد. سرمایه‌گذاری که باید سعی کند دانشش را افزایش بدهد و حوزه را بفهمد، بیشتر کار نمایشی انجام می‌دهد. به طور کلی ما در اکوسیستم مصداق طبل توخالی هستیم. سرمایه کل اکوسیستم سلامت با تمام استارت‌آپ‌ها، به اندازه بودجه ساخت یک بیمارستان ما نمی‌شود. بعد ما در این فضا می‌خواهیم درباره چه چیزی صحبتی کنیم؟



چرا استارت‌آپ‌های حوزه سلامت راحت می‌میرند؟!

امین یزدان دوست

هم‌بنیان‌گذار استارت‌آپ مجیکاردیو

دو دلیل عمده ما را مجبور کرد با وجود نیاز بازار و مزایای رقابتی که ذکر شد، فعلاً فعالیت‌های استارت‌آپ را متوقف کنیم. مهم‌ترین عامل اتفاقات اخیر است و عامل بعدی هم عدم جذب سرمایه که عامل اول بر عامل دوم تأثیر زیادی دارد. طی مرحله دوم جذب سرمایه برای مجیکاردیو، با ۱۰۷ سرمایه‌گذار خطرپذیر، صندوق سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذار فرشته و... جلسه داشتیم. وقتی فضای اقتصادی بی‌ثبات شود، ریسک سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد و تقریباً مفهومی مانند سرمایه‌گذاری خطرپذیر بی‌معنی می‌شود. اینترنت زیرساخت ماست و قطعی و اختلال در اینترنت ضررهای سنگینی به کسب و کارهای نوآور می‌زند. بحث سلامت شوخی ندارد. نمی‌توان اینترنت را گاهی قطع و گاهی وصل کرد. چیزی که در محدودیت‌های اخیر نادیده گرفته شده، همین موضوع سلامت دیجیتال است و نشان می‌دهد که تصمیم‌گیران، درکی از این موضوع ندارند. فرض کنید بیماری در شرایط بد است و گجت ما هم این دیتا را ارسال می‌کند؛ تا اینجا مشکلی نیست و دیتا در حال ارسال است، اما اختلال اینترنت این داده را به دست پزشک نمی‌رساند و اعلان‌هایی که باید پزشک دریافت کند و

بر اساس آن در لحظه دستورالعمل‌هایی را برای بیمار تجویز کند، اتفاق نمی‌افتد و این یعنی نارضایتی بیمار و پزشک از محصول ما. هرچند مشکل از ما نیست، اما همیشه حق با مشتری است. این شرایط موجب شد نتوانیم مرحله دوم سرمایه را عملیاتی کنیم. از طرفی برای تولید این دستگاه نیز به استاندارد CE اروپا نیاز داریم که دریافت این مجوز هم هزینه زیادی دارد. در حالی که حجم بازار دستگاه‌های تجهیزات پزشکی در دنیا چیزی در حدود ۴۲۳/۸ میلیارد دلار است و سهم این بازار در کشور ما در حدود ۱/۳ میلیارد دلار است.



تجربه راه‌اندازی استارت‌آپ سلامت خارج از تهران

حمید فتوحی

بنیان‌گذار استارت‌آپ سوژین

پست اتوبوسی به معنای استفاده مویرگی از زیرساخت اتوبوسی کل پایانه‌های کشور برای جابه‌جایی بار یا بسته بین تمام شهرها و پایانه‌های کشور است. این پست به دلیل ایمن بودن، احتمال پایین آسیب‌دیدگی بار و سرعت جابه‌جایی بالا و انتقال کالا بدون محدودیت در وزن تا ابعاد حداکثر یک متر، خیلی زود مورد استقبال عموم قرار گرفت و از طرفی برای اتوبوس‌ها نیز جابه‌جایی مسافر به‌تنهایی درآمدزا نبود و ارسال بار برایشان درآمد بیشتر ایجاد می‌کرد. ضمن آنکه بحث جلوگیری از قاچاق کالا و موارد این‌چنینی مطرح بود. بنابراین استقبال دوجانبه باعث شد پست اتوبوسی خیلی زود مورد توجه قرار گیرد.

مزیت ما در ارسال سریع کالا یا بار به دورترین نقاط کشور از طریق زیرساخت پایانه‌های مسافربری اتوبوسی کشور است. به عنوان مثال، اگر بار یا کالایی در طول روز به ما تحویل داده شود و بخواهیم به شهرهای پرتدد و نزدیک، مثلاً اصفهان برسد، ظرف پنج شش ساعت می‌توان بار را به مشتری تحویل داد. این نکته مثبتی است که

مجموعه ما دارد. در حالی که وقتی بار یا بسته به شرکت‌های پستی دیگر تحویل داده می‌شود، بارها در انبار جمع‌آوری می‌شود و طی کلونی، تقسیم‌بندی شده و حداقل دو روز طول می‌کشد به دست مشتری برسد. اما در شرکت کالارسان مرحله انبارداری و تقسیم بار را نداریم و بار با سرعت ارسال می‌شود. کار دیگری که مطابق با فناوری روز دنیا انجام داده‌ایم، این است که در انبارها سیستم‌های هوشمندی مانند سیستم RFID و طرح‌های هولوگرام‌دار تعبیه کرده‌ایم و موقعی که بار از اپراتور یا سفیر تحویل گرفته می‌شود، هولوگرام روی بار نصب می‌شود و ارسال‌کننده کالا می‌تواند در هر مرحله متوجه شود بار او در چه مرحله‌ای قرار دارد.



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

بررسی REVIEW



بازار مراقبت‌های
بهداشتی خانگی

محرك‌ها، فرصت‌ها و چالش‌ها

بازار مراقبت‌های خانگی یکی از بازارهای جذاب آینده اقتصاد سلامت است. این حوزه از سلامت می‌تواند شکل مؤثری از مراقبت را فراهم سازد و تجربه دوره کرونا هم اثربخشی آن را نشان داده است.

← محرك‌ها: رشد سریع جمعیت سالمندان و

افزایش بروز بیماری‌های مزمن از آنجا که جمعیت سالخورده بیشتر مستعد ابتلا به بیماری‌های مزمن است، رشد این بخش از جمعیت باعث افزایش تقاضا برای مراقبت‌های بهداشتی و افزایش چشم‌گیر فشار بر دولت‌ها و سیستم‌های بهداشتی می‌شود که به نفع بازار مراقبت‌های بهداشتی خانگی است. مراقبت‌های بهداشتی خانگی، نیاز به حضور در بیمارستان و زمان و هزینه‌ای را که صرف رفت‌وآمد برای مراجعه به متخصصان پزشکی می‌شود، کاهش می‌دهد.

← فرصت‌ها: افزایش تمرکز بر سلامت از راه دور

پزشکان مراقبت‌های بهداشتی خانگی به دلیل امکانات تله‌مدیسن، حتی زمانی که از نظر فیزیکی در آنجا نیستند، همچنان می‌توانند تأثیر بگذارند. تله‌مدیسن این امکان را فراهم می‌کند تا بیمار به‌طور مداوم تحت نظر باشد و بحران‌های آینده قبل از وقوع آنها پیش‌بینی شود. نظارت از راه دور بیمار، خدمات پزشکی مجازی، بهداشتی و آموزشی همه در حوزه سلامت از راه دور گنجانده شده است.

← چالش‌ها: پوشش بیمه‌ای محدود/ نیروی انسانی

در اکثر کشورها خدمات مراقبت‌های بهداشتی خانگی تحت پوشش بیمه قرار نمی‌گیرند. بیمه‌ها هم برای تجهیزات مورد استفاده برای نظارت از راه دور، تله‌متری، توان‌بخشی یا نظارت چند پارامتری هزینه‌ای پرداخت نمی‌کند. همچنین پیش‌بینی می‌شود نیروهای کادر پزشکی و پرستاری متخصص که درمان‌های خاص را ارائه می‌دهند نسبت به پرستاران غیرمتخصص کمتر باشند و این بخش نیاز به تأمین نیرو خواهد داشت.



نگاهی به بازار تجهیزات پزشکی کودکان

آینده چگونه خواهد بود؟

طبق تحقیقات انتظار می‌رود ارزش بازار تجهیزات پزشکی کودکان تا سال ۲۰۳۰ به ۳۰ میلیارد دلار برسد. این بازار با داروها و درمان نوزادان سروکار دارد. این بازاری است که نوزادان را از بدو تولد تا ۲۱ سالگی درمان می‌کند. امروزه بسیاری از بیماران می‌توانند از طریق دستگاه‌های پزشکی زندگی کاملی داشته باشند. نوآوری و پیشرفت در بخش سلامت نتایج مثبتی را در زندگی بیماران به همراه دارد. حتی بیماری‌های مزمن نیز از طریق این دستگاه‌های پزشکی قابل کنترل هستند.

تجهیزات پزشکی بسیاری برای کودکان وجود دارد که از دوران نوزادی برای محافظت از نوزادان مورد استفاده قرار می‌گیرد. شیوع بیماری‌های کودکان توجه را به بازار تجهیزات پزشکی کودکان معطوف کرده است. نیاز به درمان این بیماری‌ها در سنین پایین به کودکان کمک می‌کند تا زندگی سالمی داشته باشند. بیماری‌هایی مانند سل، سرفه، آسم، لوسمی، آبله مرغان، لایم و ذات‌الریه از بیماری‌های شایع کودکان هستند. این بیماری‌های عفونی سالانه جان بیش از ۸۰ هزار کودک زیر پنج سال را می‌گیرد. نیاز به کنترل چنین بیماری در مراحل اولیه زیاد است. با توجه به این عوامل، تقاضا برای بازار تجهیزات پزشکی کودکان در حال افزایش است. همه‌گیری کووید ۱۹ به تغییرات غیرمنتظره در صنایع جهانی منجر شد. همچنین بازار تجهیزات پزشکی کودکان در این مدت با چالش‌هایی مواجه شد. تعداد مراجعه‌کنندگان به پزشکان اطفال در این دوره کاهش یافته است. محدودیت‌ها و قرنطینه‌ها درمان‌های کودکان را به تعویق می‌اندازد. همچنین زنجیره تأمین داروهای بازار اطفال تحت تأثیر این همه‌گیری قرار گرفته است.

با این حال، تحقیقات در صنعت تجهیزات پزشکی کودکان در این دوره افزایش یافته است. تحقیقات بیشتر در بازار تجهیزات پزشکی کودکان به تغییرات مطلوب بسیاری در بازار درمان کودکان خواهد انجامید. نوآوری و راه‌اندازی درمان‌های جدید برای رشد کلی بازار مفید خواهد بود.



سلامت
HEALTH

شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

هدف بسیاری از سرمایه‌گذاران تصاحب استارت‌آپ است!

رضا هاشمی‌زاده

بنیان‌گذار استارت‌آپ وت‌وینگ

من عاشق این حوزه هستم و بیشتر روش بوت‌استرپ را در پیش گرفته‌ام و حاضرم هر روز و هر ساعت در این مسیر فعالیت کنم. نگهداشت این استارت‌آپ، در میان مدت و بلندمدت برای من خیلی مهم است، ولی به گزینه‌هایی مانند مهاجرت و دیگر موارد فکر می‌کنم. راستش را بخواهید با شرایط موجود، امید چندانی به رشد و توسعه استارت‌آپ و پیشرفت در حوزه نوآوری استارت‌آپ ندارم.

من شاید در این شرایط به کمتر کسی پیشنهاد ورود به حوزه استارت‌آپ را بدهم، ولی همیشه به کسانی که در این رابطه با آنها حرف می‌زنم، می‌گویم که راجع به این حوزه مطالعه کنید و فناوری‌های جدید را بشناسید؛ چراکه تحول دیجیتال و نوآوری اتفاق خواهد افتاد و بسیار خوب است که ما آن را تا حد زیادی بشناسیم و به عنوان دامپزشک، حداقل این تحول و استفاده از فناوری نوظهور را بپذیریم. ما به صورت بوت‌استرپ کار می‌کنیم. در گذشته دو پیشنهاد جدی از سوی سرمایه‌گذاران داشتیم و مذاکراتی هم کردیم، اما هدف آنها بیشتر تصاحب استارت‌آپ بود، نه سرمایه‌گذاری! چراکه به‌ازای مبالغ خیلی پایین، درصدهای بالا پیشنهاد می‌کردند.

جهان در حال تغییر سلامت و همه محدودیت‌های ما!

پویا بهیاد

مدیرعامل دنتای

حدس من این است که خیلی زود کسب‌وکارها دچار تحولات بزرگی خواهند شد؛ یعنی تا دو دهه دیگر شاهد

هر دو پیشنهاد از جانب صندوق سرمایه‌گذاری بود که به رشد استارت‌آپ منجر نمی‌شد. در حال حاضر در اکوسیستم‌های استارت‌آپی، سرمایه‌گذاران رغبتی برای سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌های سلامت یا دامپزشکی ندارند و دلیلش بازدهی کمتر نسبت به بازارهای دیگر است. به نظر من، چیزی به نام «اکوسیستم استارت‌آپی» اساساً وجود ندارد و اکوسیستم استارت‌آپی یک موجود مرده است و منابع مالی که تزریق می‌شود یا گزارش‌هایی که از سرمایه‌گذاری برخی صندوق‌ها می‌شنویم، مانند تنفس مصنوعی برای آن مرده است، چون چرخه خروج اصلاً اتفاق نمی‌افتد که برای سرمایه‌گذاران جذاب باشد تا بخواهند روی یک استارت‌آپ سرمایه‌گذاری کنند.



جهانی متفاوت خواهیم بود. تغییراتی که انقلاب‌های صنعتی را شکل داد، این بار هم شکل جهان را عوض خواهد کرد. در گذشته ۹۰ درصد افراد کشاورز بودند و حالا ۱۰ درصد کشاورز هستند. چنین تغییری در تمام حوزه‌ها رخ خواهد داد. می‌گویند پزشکی نابود خواهد شد، اما باید بگویم قبل از آن برنامه‌نویسی به مفهومی که امروز آن را می‌شناسیم، از بین خواهد رفت. به نظر من ما ناگزیر از این تغییرات هستیم، اما به تبع آن نیازهای جدید و مشاغل جدیدی شکل خواهد گرفت.

من همین چند روز پیش یک پوزیشن شغلی جدید با عنوان «پرامپت انجینیرینگ» دیدم. یعنی شما اگر برنامه‌نویسی باشی که با پت جی‌پی‌تی و کار کردن با آن آشنا باشی، می‌توانی این شغل را انتخاب کنی. یعنی باید بدانی که در گفت‌وگو با هوش مصنوعی از آن چه بخواهی که خروجی بهتری تحویل بگیری. یعنی اگر تا دیروز کسی با پایتون و جاوا اسکریپت کد می‌زد، امروز همه نگاه‌ها به پت جی‌پی‌تی است. شاید خیلی‌ها بگویند ایران برای کسانی که درآمد ارزی دارند، بهشت برین است؛ چراکه درآمدشان دلاری و مخارج‌شان ریالی است.

نگهداشت چنین شرکتی که بتواند نیروهایش را در بدترین شرایط حفظ کند، کار ساده‌ای نیست؛ چراکه تمام دغدغه‌ها از جنس درآمد نیست. ما سعی کرده‌ایم هیچ کس را از دست ندهیم، اما تنها عاملی که افراد را از ما جدا کرده، مهاجرت است که مهم‌ترین عامل مهاجرت هم ناامیدی است. نبود یک تصویر روشن از آینده برای یک جوان ۲۲ یا ۲۳‌ساله با استعداد، به تنهایی انگیزه بالایی برای مهاجرت ایجاد می‌کند. تمام سرویس‌های بین‌المللی به روی ما قطع است.

بازار سلامت ایران: رشدی همسوبا جهان با تفاوت‌های خاص!

سحر پزندوار

هم‌بنیان‌گذار «ایواسا»

راه‌اندازی استارت‌آپ در ایران با مشکلات بسیاری روبه‌روست. بر اساس تجربه‌ای که به دست آوردم، فضای کار اشتراکی سبب می‌شود با دوستانی آشنا بشویم که هم هزینه‌های اضافه را به شرکت تحویل نمی‌کند و هم تجربه همکاری با همه آنها فراهم می‌شود. فکر می‌کنم برای کار کردن در این سطح و ورود به حوزه استارت‌آپی بهترین گزینه، کار اشتراکی با افراد مناسب است که هم تجربه‌های مشترک داشته باشند و هم تفاوت فعالیت‌های ما باعث شود چیزهای بیشتری بیاموزیم. تنها عیب فضای کار اشتراکی، شلوغی بیش از اندازه است که گاهی اوقات پیش می‌آید. هرچند این شلوغی یک مزیت به شمار می‌رود، ولی گاه نیاز به فضای آرام‌تری داشتیم که در دسترس ما نبوده است.

بازار سلامت دیجیتال در دنیا، بازار بسیار جدیدی است که به سرعت در حال رشد است. ما با هدف و چشم‌اندازی که در دنیا وجود دارد، همسو هستیم، ولی تفاوت عمده‌ای در ایران وجود دارد. از اختلالات اینترنت گرفته تا مشکلات حاکمیت، موانعی وجود دارد که رسیدن به استانداردهای مورد نیاز و رشد سلامت دیجیتال را در کشور مختل می‌کند. آمار نشان می‌دهد که دنیا به سوی آنلاین شدن خدمات پزشکی پیش می‌رود و کرونا این فرایند را تسهیل کرده؛ ولی عملاً این اتفاق بدون اعتمادسازی در بین مردم به وجود نمی‌آید و این پرسش مطرح است که آیا پزشک می‌تواند دقت تشخیص را در ویزیت آنلاین داشته باشد یا خیر؟! همین موضوع و اختلالات شدید اینترنتی، باعث شده درصد ناچیزی از ویزیت آنلاین را نسبت به ویزیت حضوری داشته باشیم. این پیش‌نیاز برای ایواسا وجود دارد، چون قرار است سیستم‌های آنلاین را بهینه کند.





عصر تراکشت

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران



نصایح سلیمی جرونی نشین تا می‌توان با بهتر از خود

سلیمی جرونی شاعر سده نهم ه.ق. و معاصر شاعران نامداری چون جامی، مکتبی شیرازی، شمس‌الدین لاهیجی و شاه‌داعی شیرازی بوده است. گویا از ساکنان بندر جرون یا گمبرون (بندرعباس کنونی) بوده، اما آگاهی اندکی از زندگی وی در دست است. تنها اثر باقیمانده از او مثنوی «شیرین و فرهاد» است که به پیروی از نظامی سروده است. وی «منبع‌الاطوار» را نیز به تقلید از مخزن‌الاسرار نظامی سروده که نسخه‌ای از آن در دست نیست. همچنین تنها نسخه مثنوی شیرین و فرهاد وی در مجموعه خصوصی بنیاد مارتین بودمر در ژنو نگهداری می‌شود.

ز نادان عاقل آن به کوگریزد
که از او جز سیه‌رویی نخیزد

ز داناگر رسد صد جور بهتر
که نادان‌د دهد صد بدتر زر

پُبر از مرد جاهل تا توانی
که با او هست ضایع زندگانی

مکن هم‌صحبتی با هیچ جاهل
که خوش‌زد این مثل آن مرد کامل

که با نا‌جنس صحبت داشت یک دم
اگر جَنّت بود باشد جهنم

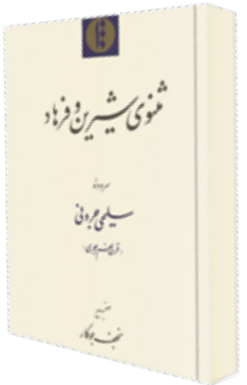
اگر خواهی که هرگز نبودت بد
نشین تا می‌توان با بهتر از خود

سخن بشنوز دانا تا که بتوان
مبین نادان که با‌دا مرگ نادان

تو شیرینی شنو این پند شیرین
که دانا‌یان پیشین گفته‌اند این

که با نا‌جنس منشین و میامیز
بود تا سعیت از نادان بهره‌یز

که یک نادان برانگیزد از آن گرد
که صد دانا نیارد چاره‌اش گرد



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

کاش مشکل چقدر ریخته بود

در گذشته مجبور نبودیم مثل قاضی‌ها، جمع حقوق و عیدی و سنوات مان را یک طرف بگذاریم و خرج‌ها را طرف دیگر و به هر دوشان بگوییم: خودتان مشکل‌تان را با همدیگر حل کنید و من را قاطی مسئله نکنید

ما بچه بودیم، این روزها اوج روزهای خوشحالی مان بود. خب اگر یادتان بیاید آن‌روزها این خبرها نبود که تا تقی به توقی بخورد، مدرسه‌ها تعطیل شود و طفل معصوم‌های سابق و اژدها‌های امروز بمانند خانه و آتش بسوزانند.

۱



عبدالله
مقدمی
@moghaddamy0007

حالا اما شب عید است و یار از من و شما خیلی چیزها می‌خواهد. من و شما هم مانده‌ایم و ۱۸ میلیون ریال وجه نقد رایج مملکت و این فکر که ای خدا! چه می‌شد ما هم سطح دغدغه‌مان همان چغندر پخته بود؟ یعنی حاضر بودیم تک‌تک میوه و سبزی فروشی‌های سطح شهر را شخم بزنیم. اصلاً خودمان چغندر می‌کاشتیم. در عوض مجبور نبودیم مثل قاضی‌ها، جمع حقوق و عیدی و سنوات مان را یک طرف بگذاریم و خرج‌ها را طرف دیگر و به هر دوشان بگوییم: خودتان مشکل‌تان را با همدیگر حل کنید و من را قاطی مسئله نکنید.

۲

رفته‌است چنان بهای کالا بالا
دستم‌نرسیده مدتی بر کالا
عیدی‌نده امسال زمانه! چون که
از عیدی سال قبل دارم حالا

۳

اما تا چشم باز می‌کردیم، معلم‌جان مان با یک کوه پیک شادی وارد می‌شد و شادی را از دماغ‌مان بیرون می‌کشید. اما این دلیل نمی‌شد که ما باز هم از ذوق لباس نو، میوه‌ها و آجیل‌های خوشمزه، مهمانی بازی‌های شب عید و کلی چیزهای باحال دیگر بیرون بیاییم. فقط کمی دماغ‌مان سوخته می‌شد، اما نه در آن حد.

۴

اما حالا چه؟ مدرسه از یک ماه قبل از عید عملاً توق‌ولق است. بچه‌ها یا در طول سال لباس دارند یا کلاً از بیخ ندارند یا در طول سال هر هفته خانه عمه و خاله و دایی و عمو می‌روند یا به‌کل نمی‌دانند این جماعت چه جور

۵

اما حالا از انتظارات یار شاعر که بگذریم، بیایید به دغدغه‌های خودش فکر کنیم. تصور بفرمایید روزگاری بوده که کل فکر و ذکر شب عید طرف چغندر پخته یارش بوده است. یعنی این بشر عجیب و غریب نه به اجاره‌بهای سال آینده فکر می‌کرده، نه به میزان افزایش حقوق، نه به تورم سال جدید و نه به... هیچی هیچی! همه غم آن بزرگوار چگونگی تأمین محموله چغندر پخته برای یارش بوده که این قدر مهم بوده که برایش شعر گفته!

۶

همین حالا که من دارم این متن را برای شما می‌نویسم، کمتر از دو هفته به عید نوروز مانده است. آن‌وقت‌ها که

شب‌نوشته‌های یک بچه‌نوآور! (۷۷)

کارگران مشغول کارند؛ به کجا چنین شتابان؟

صبح زود با این خیال خوش از رختخواب برخاستم تا به سفارش بزرگان عمل کنم که می‌گویند: «سحرخیز باش تا کامروا شوی»؛ دست و صورت را شسته و نشسته نیم‌لقمه‌ای گاز زدم و گازش را گرفتم تا به اتوبوس برسم. توی مسیر آنگاه که در خط ویژه از کنار خودروهای چند ۱۰۰ میلیونی مانده در ترافیک می‌گذشتیم، جایی در ذهنم قند آب می‌شد که جایی از آنها در حال سوختن است، چراکه این همه پول داده‌اند تا خودروی شخصی برانند، اما اسیر ترافیک هستند و من با یک پرداخت خرد چندغازی چنین شتابان از کنارشان می‌گذرم و کسی نیست پیرسد: «به کجا چنین شتابان؟»



مهران امیری
mehranamiri@gmail.com

و بخار آب را که در هوا محو می‌شود، نگاه می‌کنم؛ انگار این بار خودم از خودم می‌پرسم: «به کجا چنین شتابان؟» ولی ما چنان شتابان هم نبودیم؛ آهسته و پیوسته می‌رفتیم و می‌آمدیم. با برویج به این امید که یک روزی بتوانیم نان و ماست خودمان را بخوریم، دور هم نشستیم تا هرچه توان و فهم و پیشینه کاری و فکر نوآورانه داریم، بریزیم یک‌جا و کاری راه بیندازیم و اگر شد یک گیر و گره از کار دیگران باز کنیم و ۱۰۰ تا گره هم از زندگی خودمان. برای همین با خل بازی‌های کامیار کنار می‌آییم، بدخلقی‌های سامان را به جان می‌خریم، ترس از پیگیری و حساب‌کشی‌های فریبا بریامن خوشایند است، گیر دادن‌های سمیرا را می‌پسندیم، پرگویی‌های محمد را دوست داریم؛ و گفتن ندارد که همه گروه شیفته و واله من، این مدیر برجسته و بی‌همتای خودشان هستند. اما هر روز صبح درست روبه‌روی همین کتری آب جوش و شامگاه توی صف اتوبوسی که دیگر تندرو نیست، کم‌کم به این فکر هستم که به‌جای سیخونک زدن به بچه‌ها، سرم را بالا کنم و فریاد بزنم: «آقا نریز! جان مادر تن سنگ نریز! کارگران مشغول کارند. به کجا چنین شتابان؟»

خیر سرمان کسب و کار نوپای نوآور خودمان را داریم و من در جایگاه مدیر و برنامه‌ریز باید بیشتر از دیگران تلاش کنم و مراقب همه‌چیز باشم تا کارها بر پایه برنامه پیش برود و کارمان رونق بگیرد و فلان و بهمان. اما امروز هم مانند خیلی روزهای دیگر همزمان با رسیدن به محل کار، انگار یکی توی صورتم کوبید و تازه آن‌وقت از خواب بیدار شدم؛ پس در همان ثانیه‌هایی که پله‌ها را شمرده و نشمرده بالا می‌رفتم و از راهرو می‌گذشتم، قیافه آن راننده نشسته در پراید چند ۱۰۰ میلیونی در مقابلم پدیدار شد که نه با نیش‌خند، بلکه قهقهه‌زنان می‌گفت: «شما کلاً روه‌مرفته روزانه چقدر کاسب هستید؟ اصلاً کاسب هستی؟ سر صبح و ناشتا ما رو توی ترافیک گذاشتی و خودت رو کشتی تا به اینجا برسی؟ به کجا چنین شتابان؟» تا زمانی که بچه‌ها برسند و کار رسمی روزانه آغاز شود، یک ساعتی وقت هست، ولی تا اینجای روز کامروا نشده‌ام و از سحرخیز بودن تنها صف طولانی اتوبوس نصیبم شد و شیرینی آب شدن چیزی در جایی از ذهنم برای سوختن یک جای دیگران هم چندان شیرین و ماندگار نبود. حالا کنار کتری آب روی چهارپایه نشسته‌ام