



کارنگ

۹۰

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
نوم
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
۶۴ صفحه
۶۰ هزار تومان



تحلیل یک رابطه
**استارت‌آپ‌ها
و حاکمیت**

سال زنان و اینترنت

سال ۱۴۰۱ را اگر بخواهیم در دو کلمه خلاصه کنیم چیزی جز این تیتیر 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 را دگرگون 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 می‌کردم پشت هر بدی، موقعیت بدتری هم نهفته است و باید ذهن و تن را آماده کرد برای پشت سر گذاشتن مصائب دنباله‌دار این خاک عزیز؛ آن هم به امید همان بانگ جرسی که در گوش همه ما پیچیده و ما را به رفتن و همیشه رفتن فرامی‌خواند.

۱۴۰۱ اما نحس‌تر و سرتق‌تر از این حرف‌ها بود. سالی بود که برای انقراض همه کرگدن‌های روی زمین به اندازه کافی در انبان خودش شعبده و شگفتی داشت. شگفتی‌هایی از جنس تلخکامی و بی‌أس و نتوانستن! ما سال سختی را پشت سر گذاشتیم. سالی پر از بهت‌های 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 می‌خواهم ببینم در سال ۱۴۰۲ به عنوان آدمی معمولی که دانش و تخصص و علاقه‌اش رسانه و روزنامه‌نگاری و نوآوری است، می‌تواند کار و زندگی‌اش را بکند و لذت ببرد و شاد باشد و پرانگیزه! این یک هدف ساده، به شیوه انشانویسی‌های دبستان است که من برای تحققش لحظه‌شماری می‌کنم. و هیچ امید و آرزویی برای دیگرانی که می‌شناسم و نمی‌شناسم، ندارم؛ جز اینکه این امکان برایشان میسر باشد که آدم‌هایی معمولی، اما شاد و سرزنده و امیدوار باشند! به همین سادگی... به همین سختی!

آن‌ها که در مطبوعات دستی دارند، می‌دانند که برخی آدم‌ها برای خود نشانه‌ها و موتیف‌هایی دارند که معمولاً در نوشته‌ها یا رسانه‌های مختلف خود آن‌ها را به کار می‌گیرند. از همین روست که استفاده از این نشانه‌ها و آیکون‌های خاص یا حرف‌زدن درباره آن‌ها همیشه با خطر گرت‌برداری‌های ناشیانه روبه‌روست.

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

می‌خواستم بنویسم در سالی که گذشت بزرگ‌ترین تغییر حرفه‌ای و شخصی من این بود که از کرگدن بودن استعفا دادم، اما دیدم قبلش باید بابت اینکه خودم را کرگدن می‌دانستم از میرفتاح اجازه می‌گرفتم. حالا با اجازه ایشان باید بگویم که ما را اگرچه به سخت جانی خود این قدر گمان نبود، اما دیگر واقعاً کم آورده‌ایم. 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 بزرگ‌ترین ضربه



رضا جمیلی
سردبیر



@rezajamili

راهکار عبور از انسداد

و چرخه‌های ناامیدی

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

ایرانی. نظریه‌پرداز با حساسیت تاریخی به توصیف سه دوره تاریخی مبادرت می‌ورزد و می‌کوشد تجربه‌های زیسته کنشگران هر دوره را قابل فهم کند و نشان دهد که چگونه در دل جامعه ایرانی توانایی‌های بالقوه‌ای برای تداوم زندگی حتی در شرایط عسرت تاریخی و انسدادهای 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، پنجره‌ها برای گفت‌وگو بسته می‌شوند، پل‌های ارتباطی از بین می‌روند، دیوارهای بی‌اعتمادی بلندتر می‌شوند و حوزه‌های مدنی ضعیف‌تر، همچنین فضایی از ناامیدی بر اذهان سنگینی می‌کند و اعتمادبه‌نفس اجتماعی تهدید می‌شود. اما جامعه ایرانی از نفس نمی‌افتد. قابلیت‌های تمدنی و فرهنگی سبب می‌شود که عوامل اجتماعی با تنوع بخشیدن به شیوه‌های عمل خود، صورت‌های 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 خلاقیت‌های متعدد می‌زنند، فضای واسط به وجود می‌آورند، روزنه‌هایی برای گفت‌وگو می‌گشایند و برای توسعه پایدار ایران، ظرفیت‌سازی و برای جامعه ایرانی، توانمندسازی می‌کنند.

نام‌هایی که فراستخواه در کتاب خود به عنوان کنشگران مرزی ذکر می‌کند، طیفی شامل میرزا حسین سپه‌سالار، امین‌الدوله، زین‌العابدین تقی‌اف، محمد بدایع‌نگار،

مجدالملک سینکی، میرزافتحعلی آخوندزاده، میرزاآقا تبریزی، مؤیدالممالک، مرتضی قلی صنیع‌الدوله، علی‌اکبرخان داور و سیدحسن تقی‌زاده است؛ تصور می‌کنم این فهرست در امروز ایران شامل همه آن‌هایی است که در سال‌های گذشته در مرزهای اقتصاد نوآوری ایران فعال بوده‌اند و تلاش کردند در ریچه‌ای جدید به روی ایرانی‌ها باز کنند؛ حتی اگر شکست خورده‌اند. تصور می‌کنم در این شرایط سخت این وظیفه‌ای تاریخی است که با درک چالش‌های 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 شکست‌خوردگان تاریخ در سال‌های گذشته بوده است. تاریخ ما به ما می‌گوید 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 امین‌الضرب؟ انتخاب‌های 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 پرسش‌هایی است که در روزهای پایانی سال ذهن برخی از ما را به خود مشغول کرده؛ برای آن‌هایی که در حوزه اقتصاد نوآوری فعالیت می‌کنند، در شرایطی که بازار یأس و ناامیدی سکه است، چگونه می‌توان از آینده صحبت کرد؟ در شرایطی که راهکار مشخصی وجود ندارد و انسداد حاکم شده و در شرایط آچمز قرار گرفته‌ایم، چه انتخابی درست است؟ چه انتخابی نادرست و کدام انتخاب بی‌تأثیر؟ افراد زیادی به راهکاری برای کنش در شرایط انسداد فکر کرده‌اند که یکی از آنها آقای دکتر فراستخواه است که در سال‌های گذشته مطالعات منسجمی در زمینه تاریخ ایران داشته است. او از در پیچه‌ای متفاوت به تاریخ نگاه کرده و به جای تمرکز بر آسیب‌ها رد کسانی را جست‌وجو کرده که به‌نوعی شکست‌خوردگان تاریخ بوده‌اند. اگر به مثابه فعالان حوزه تکنیکال در بازار سرمایه باور کنیم که بازار خودش را تکرار می‌کند، می‌توانیم بگوییم تاریخ هم خودش را تکرار می‌کند؛ در این تکرارها وظیفه افراد تأثیرگذار این است که در بزنگاه‌ها دست به انتخاب‌های 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 نظریه‌ای ایرانی است که فراستخواه آن را از مطالعات تاریخ معاصر ایران به دست آورده و توسعه داده است. کنشگر مرزی عاملی انسانی است که می‌کوشد در فاصله میان محدودیت‌های ساختاری ایران، امکان‌هایی جدید کشف یا حتی خلق کند؛ کنشگر مرزی در مرزهای میان دولت و جامعه در تردد است؛ بین دیوان حکومتی و ایوان اجتماعی رفت‌وآمد می‌کند.

محدودیت‌های جامعه مدنی، به‌صورت مانعی جدی بر سر راه توسعه ایران درآمده؛ اما پس‌زمینه‌های فرهنگ و تمدن ایرانی و بومیایی خاص زیر پوست این جامعه، موجب شده نوع کاملاً متفاوتی از کنشگران به عرصه بیابند که وجه مشترک همه آنها پیگیری طرح تغییر است. نظریه کنشگر مرزی کوششی است برای عبور از سرمشق فقدان و نگاه یک‌سویه آسیب‌شناختی در فهم مسائل جامعه



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



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

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو
نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور
سایت: راضیه مینایی
شبکه‌های اجتماعی: محمد قربانی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
وب‌سایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی
نگار قانونی: عباس عین‌علی
ترانه احمد دوست، منیره شاه‌حسینی
زهره دودانگه
ویراستار: یلدا شایسته‌فر



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 هر چه تا امروز خمیردندان دیده اید، دور بریزید و این یکی را در بیاید. 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 هادر 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 گیری 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 هر چه رود رویش نایستد. راستش را بخواهید، به نظرم از ریز تدریج مشکلات مملکت در همه ارکان از همین جا آب می خورد.



شماره ۹۰
۱۳ 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؟

نئوبانک ها را خواهیم داشت و شاهد رونمایی از محصولات جدید با عنوان نئوبانک خواهیم بود. این سه سال غیر از چند نئوبانک که با جدیت توانستند مشتری جذب کنند، تقریباً همه محصولاتی که به عنوان نئوبانک ظاهر شدند، بیشتر پاسخ به مُد نئوبانکی بودند. سال جدید قطعاً نئوبانک های کشور خدمات جدیدی را به سبد محصولات شان اضافه خواهند کرد. در سال ۱۴۰۱ ورود برخی نئوبانک ها به BNPL ورود دلچسبی برای مشتریان بود.

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 روند های صعودی است. همان طور که امسال در بخش خصوصی سرمایه گذاری هیجان انگیزی روی نوآوری ندیدیم و حتی شاهد تعطیلی بی سروصدا

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.

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 رمزرها 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 هر چند 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 واقعیتهایی 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 خو گرفته 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 دست و پنجه نرم می کند، زمانی برای رسیدگی به موضوعات نوآورانه و فناورانه 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



مینا والی
مدیر مسئول

@mina_vali



راضیه مینایی



Raziye.minaei995@gmail.com



المیرا حسینی

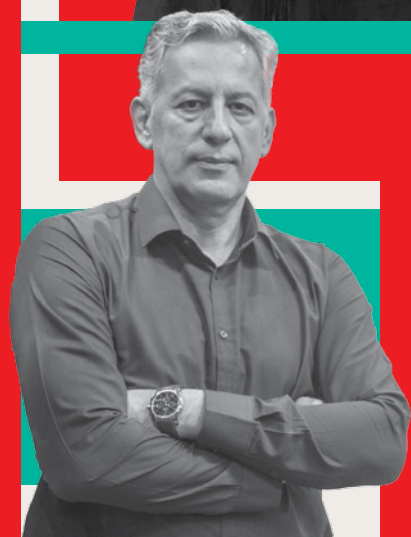
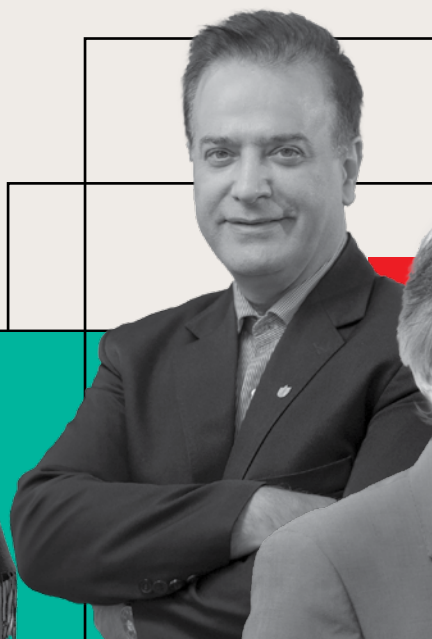


elmirahosseini@gmail.com

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 گفت‌وگوها هستند.

کسب و کار

BUSINESS





یک سال مالی بحرانی

از نگاه من سال ۱۴۰۲ می تواند سال محدود شدن یا از میان رفتن شرکت های نوپا باشد و شرکت هایی که توان مالی کمتری دارند. شاید بتوان این سال را سال شروع تجمیع و به هم پیوستن شرکت ها دانست که برای مدیریت هزینه های خود در کنار یکدیگر قرار می گیرند.

البته تنها نمی توان گفت کسب و کارهای کوچک و نوپا از این وضعیت آسیب می بینند و در معرض نابودی قرار دارند، بلکه این وضعیت به همان میزان هم می تواند برای شرکت های خیلی بزرگ که ورودی درآمدی شان کاهش می یابد، چالش برانگیز و خطر آفرین باشد، زیرا دیگر نمی توانند از پس هزینه های خود برآیند و ممکن است به مشکلات اساسی بر بخورند.



اشکان امیرزاده
ایراهمی
مدیرعامل آداک فن آوری مانیما و عضو هیئت مدیره نصر تهران



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

کاهش نوآوری

به نظرم در سال آینده بسیاری از کسب و کارهای کوچک از بین خواهند رفت و ما به شدت ادغام کسب و کارها را شاهد خواهیم بود، به این معنی که کسب و کارهای بزرگ، کسب و کارهای کوچک و متوسط را به طور کامل می خردند، زیرا این دسته از کسب و کارها آن قدر گرفتار خواهند شد که ترجیح می دهند توسط یک شرکت بزرگ تر خریداری شوند.

همچنین فکر می کنم سرعت ورود محصولات جدید به بازار کند شود که علتش نیز کمبود نقدینگی شرکت ها است و ورود سرمایه گذاران جدید هم بسیار محدود خواهد بود. از آنجا که شرکت ها مجبورند امور روزانه شان را بگذرانند و محصولات موجود خود را مدیریت کنند، احتمالاً از بودجه تحقیق و توسعه خود می کاهند و در نتیجه سرعت ورود محصول جدید به بازار نیز کاهش می یابد.



امیرحسین
کارآگاه
مدیرعامل شتاب دهنده پرسپرسز

قوی سیاه

آزاد معروفی

مدیرعامل لاوان ارتباط و دبیرکل
سازمان نصر کشور



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 اتمامی که دولت ممکن است در ایجاد شبکه ملی اطلاعات و ایجاد زیرساخت های بیشتر یا فیلترینگ بیشتر داشته باشد یا موضوعاتی چون نرخ ارز و مسائل تحریمی. واقعاً پیش بینی آن قدر پیچیده است که نمی توان به سادگی درباره سال آتی صحبت کرد. کسری بودجه دولت هم یک طرف مسئله است. البته یکسری از شاخص ها نیز کورسوی امیدی ایجاد می کنند؛ مثل اینکه حوزه اقتصاد دیجیتال وارد برنامه هفتم توسعه شده است. با توجه به اینکه طی این سال ها حوزه آی تی برخلاف بیشتر بخش ها و صنایع به جای رکود و نزول رشدی بیش از ۷ درصد را تجربه کرده، این امید ایجاد می شود 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 بخش های دیگری هم گره خورده است. از آنجا که چشم انداز خوبی به طور کلی برای اقتصاد کشور تصور نمی شود، معلوم نیست اقتصاد کلان چه تأثیراتی بر حوزه آی تی می گذارد و این کار پیش بینی را دشوار می کند. اگر صنعت دیگری بود، می شد با اعداد و ارقام راجع به آن صحبت کرد ولی حوزه آی تی پیچیده تر است. من امید دارم ولی پیش بینی یک قوی سیاه است. نمی توانیم 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.

فراموش شدن نوآوری و اشتیاق برای توسعه

سارا راد

هم بنیان گذار ابر دراک

از نگاه من سال آینده همین اندک امید باقی در اقتصاد دیجیتال و فضای اقتصاد نوآوری هم از بین خواهد رفت و مسیرهای توسعه ای به بن بست می رسند. از بین رفتن



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

تجارب سال های اخیر ابر دراک نشان داده که افراد تشنه یادگیری که عمدتاً افراد ممتاز و نیروهای متخصص اند، خواهان کسب تجارب 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 پیش تر افراد با مدارک دکتری و ارشد سودای مهاجرت داشتند، امروز نیروهایی انسانی با مدرک لیسانس کشور را ترک می کنند و حتی وارد مقاطع تحصیلی بالاتر هم نمی شوند.

در خصوص توسعه کسب و کار هم باید بگویم در سال آینده برای کسب و کارها سال تلاش برای بقاست، نه پیشرفت و توسعه. شرایط کشور از نظر اقتصادی به گونه ای شده که کسب و کارها از جمله استارت آپ ها نمی توانند از قبل برای توسعه خود برنامه ریزی کنند. این شرایط برنامه ریزی را به سمت رفع نیازهای موجود و تلاش برای پایداری می برد و پارامترهای تلاش برای نوآوری و توسعه محصول و بازار را حذف می کند. از بین رفتن امید، سرمایه گذاران را هم با تردید مواجه و آنها را از سرمایه گذاری بر بخش هایی اکوسیستم منصرف یا محتاط خواهد کرد.

آینده حوزه های زیرساختی که اینترنت پایه اساسی کسب و کارشان است، در حاله ای از ابهام قرار دارد و بازار ایران برای این نوع کسب و کارها از قبل هم کوچک تر شده و سرویس هایی که به جهانی شدن شان امید داشتیم، به انزوا کشیده می شوند. از نگاه من، صاحبان کسب و کار، نوآوران و کارآفرینان در سال ۱۴۰۲ عینک واقع بینی خود را به چشمان شان نزدیک تر خواهند کرد. در واقع آنها به اقدامات کم ریسک متمایل شده و مفاهیم نوآوری و اشتیاق برای توسعه را به فراموشی می سپارند.

رونق سرمایه گذاری شرکتی

احمد واشقانی فراهانی

مدیرعامل اسمارت آپ

فکر می کنم برای سال آینده سرمایه وی سی ها به سمت بازارهای پایدار و در حال رشد می رود و با توجه به وضعیت اقتصادی ایران، احتمال اینکه وی سی ها افزایش سرمایه جدی داشته باشند، واقعاً کم است.

با در نظر گرفتن این گزاره، احتمالاً نهادها یا شرکت های سنتی سرمایه خود را وارد بازار استارت آپی کنند. همچنین نیمه دولتی ها مانند بانک ها و امثالهم به احتمال بسیار زیاد به صورت دستوری وارد این بخش می شوند. اهالی صنعت نیز به واسطه مشوق های دولتی و ابزارهای دولتی مثل اعتبار مالیاتی و امثالهم وارد این بازار می شوند. در سال آینده، بخش هایی وارد بازار می شوند که در شرایط رکود تورمی ایران و با وجود کاهش توانمندی خرید مردم، کمکان بازارهای بزرگ و جذابی باشند و جریان مالی مطلوبی داشته باشند؛ احتمالاً شرکت هایی از جنس صنایع غذایی، دارویی و حوزه سلامت که نیازهای اولیه جامعه را پوشش می دهند. با شناخت این پرسونا، ما می فهمیم باید نیاز و نگاه این سرمایه گذاران مرتفع شده و به آنها پاسخ داده شود. اگر واقعاً این مجموعه ها به دنبال اهداف اقتصادی - نه صرفاً ویترین - باشند، احتمالاً روی بخش های مختلف خود یا روی تکمیل زنجیره ارزش شان سرمایه گذاری خواهند کرد. به این معنی که روی استارت آپ هایی سرمایه گذاری می کنند که ارزش سرمایه گذاری کردن شان از هزینه R&D و توسعه بازار و دسترسی به مخاطب جدید بیشتر باشد و باعث افزایش جریان مالی یا کاهش بخشی از هزینه های شان شود.

به عنوان مثال توسعه داخلی ابزارهایی برای مدیریت خط تولید شاید برایشان چند ۱۰ میلیارد تومان هزینه داشته باشد، ولی بتوانند با ۱۰ میلیارد تومان سرمایه گذاری روی یک استارت آپ، این موضوع را حل کنند. بنابراین با چنین منطق اقتصادی که هزینه سرمایه گذاری پایین تر از هزینه توسعه و R&D باشد و در راستای دستیابی به اهداف جدید، احتمالاً اقدام به سرمایه گذاری خواهند کرد. البته تأکید می کنم آن دسته که هدف اقتصادی دارند.

مخاطب اینها که هستند؟ زمانی که درباره هزینه - فایده و مقایسه هزینه ای میان تحقیق و توسعه داخلی یا سرمایه گذاری روی کسب و کار صحبت می کنیم، احتمالاً استارت آپ های کوچک یا حداکثر متوسط مد نظر باشند؛ کوچک ترها با محصول رقابتی و میان رده ها با محصول و دسته مشتری های جذاب رویشان سرمایه گذاری انجام می شود. به واسطه اینکه هر کدام از این مجموعه ها برای سرمایه گذاری یکسری خط آستانه دارند که اگر این آستانه بالاتر از ارزش گذاری استارت آپ باشد، وارد نمی شوند. بنابراین احتمال ورود صنایع به استارت آپ های بزرگ کم است.



ظهور لندتک‌های کریپتویی

با توجه به حوزه کاری مان، حس مان این است که سال آینده یکسری از فین تک‌ها، خصوصاً لندتک‌ها می‌توانند در فضای کریپتو نیز دیده شوند. در سالی که گذشت صرافی‌های رمزآرزی به شکل قارچی زیادی 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 دنبال هستیم. کار جذابی است که چون کاربران از آن استقبال می‌کنند، طبیعتاً کسب و کارها 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، رمزآرزه‌ها در ایران هاپ 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 کنسرسیوم‌هاست 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 می‌طلبید 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 کنسرسیوم‌ها 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 مصرف‌کننده‌هایی 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 سلف‌آستادی 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 سبب 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 کسب و کارها داشته باشد و از حجم اقدامات سلبی و آنی رگولاتور کاسته خواهد شد.

راهی جز ایجاد کنسرسیوم‌ها 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 کسب و کارهای 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 سبب کسب و کار خود بکاهند و مقداری از هزینه‌هایشان را کاهش دهند. مخصوصاً در حوزه امنیت همیشه با این مسئله مواجهیم که چرا شرکت‌های اینترپرایز 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 پرنرنگ‌تر 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 آئی تی افزایش یابد. به علاوه سرمایه‌گذاری در این بخش از سوی سرمایه‌گذاران کمتری انجام می‌پذیرد، ولی مبالغ بالاتر خواهند رفت. معتقدم 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 کسب و کارهای فین تک‌ها 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 سازمان شان 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 مالی شان ممکن است چنین اتفاقی را رقم بزنند. شاید بتوان گفت به طور کلی آمیخته شدن کسب و کارها و پارتنرشپ به موضوعی بسیار جدی بدل خواهد شد و نوع جدیدی از توسعه کسب و کار 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 کسب و کارشان خارج از ایران فعالیت کند و حتی مشتریانش نیز محدود به بازار داخلی نباشند. این امر نیازمند آن است که توسعه‌ای جدی در مهارت‌های کسب و کاری 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.



شماره ۹۰
۱۴ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



مجیدی صفری
مدیرعامل بابینکل





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.

زنان نوآور

INNOVATIVE WOMEN





چطور باید با چالش‌های یک دنیای مردانه روبه‌رو شد؟

زنان در یک دنیای تبعیض آمیز

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 تاربرو، 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 قانون 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



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

شروع کردن مهم‌ترین چالش برای زنان است

فهیمه فرهمند

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 داشته‌ام. 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 ترسید؛ 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 دیدم و از 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 سنم 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 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 چندسال 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 خاطر 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 نمی‌دیدم 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 می‌دیدم 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 رؤیاهایشان 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 به خصوص در حوزه نوآوری می‌بینیم زودتر و بهتر برطرف شود.





داستان آریانا

این ترس را کنار بگذارید

«ترس از شکست» یکی از عوامل بازدارنده زنان برای ورود به عرصه‌های بالای مدیریتی است. این عامل در عرصه سیاست بزرگ‌تر و تأثیرگذارتر نیز می‌شود. 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، فروشگاه‌های در لندن راه‌اندازی 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 تحلیل‌های سیاسی می‌پرداخت و در تلویزیون برنامه‌ای برای دفاع از این عقاید داشت. او شبکه خوبی در بدنه سیاسی محافظه‌کاران 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 پرفروش‌ترین کتاب‌های سال را نوشت.

آریانا مادر دو فرزند است و در سال‌های ابتدایی، به صورت افراطی کار می‌کرد 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 می‌کند.



این هنر را به شکل مدرن عرضه کنیم. در مسابقه‌های بین‌المللی طراحی در این حوزه هم بارها شرکت کرده‌ام و همیشه در توضیحات تأکید می‌کنم که این یک هنر اصیل ایرانی با رویکردی مدرن است.

می‌خواهم با بزرگ کردن کسب‌وکار، روی مدیریت برند تمرکز بیشتری داشته باشم. چون وقتی کسب‌وکار بزرگ می‌شود، چالش‌های بزرگ‌تری هم پیش رویش قرار می‌گیرند و تمرکز بیشتری روی بیزینس پلن لازم است.



رؤیای بزرگ کردن یک کسب‌وکار هنری

سارا اسقایی

بنیان‌گذار کسب‌وکار دیلانس

بسته‌بندی کارهای سرامیکی بسیار سخت است. ما محصولات را در چندین لایه بسته‌بندی می‌کنیم تا مطمئن شویم سالم به دست همه می‌رسد. البته این کار هزینه‌بر است، اما برای سالم رسیدن بسته‌ها به دست مشتریان، چاره دیگری وجود ندارد. همان‌طور که گفتید، ارسال محصولات شکستنی مخصوصاً به کشورهای دیگر، یکی از چالش‌های بزرگ کار ماست.

نحوه ارائه محصولات و بسته‌بندی یکی از مهم‌ترین بخش‌هاست. ممکن است بعضی‌ها فکر کنند پروسه فروش با خرید مشتری پایان می‌یابد، اما به نظر من با خرید مشتری، این ارتباط تازه آغاز می‌شود و ما باید با راضی نگه داشتن مشتریان بتوانیم آنها را حفظ کنیم و از آنها مشتریان وفادار بسازیم. امسال برنامه ما برای توسعه کسب‌وکار جدی‌تر است تا هم بتوانیم پاسخگوی تمام سفارش‌ها 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، می‌توان از جزء به کل رسید. هنر اصیل ایرانی هویتی چند هزار ساله دارد. این هنر نباید فراموش شود. درست است که به جلو حرکت می‌کنیم، اما می‌توان با تلفیق سنت و مدرنیته این هنر را به‌روز کرد. همیشه دلم می‌خواست

کسب‌وکار با تمرکز بر صنایع دستی جنوب کشور

نیلوفر عیدی زاده

بنیان‌گذار کسب‌وکار توپزه

حدود ۱۰۰ تا ۱۵۰ سربافنده و بافنده جنوبی با توپزه همکاری می‌کنند و این موضوع یکی از معنابخش‌ترین جنبه‌های این کسب‌وکار 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 جنوبی‌ها هم علاقه زیادی به حصیر نداشتند. اکثر بافندگان ما را زنان بالای ۶۰ سال تشکیل می‌دادند و این هنر در معرض فراموشی بود. اما 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 آن‌ها مدام پیگیر هستند که سفارش‌های جدیدی بگیرند و کار کنند. مخصوصاً که بسیاری از این خانم‌ها سرپرست خانوار هستند و از این طریق می‌توانند درآمد معقولی به دست بیاورند.

در حال حاضر توپزه مغازه‌ای برای فروش حضوری در میدان نقش جهان اصفهان دارد و از طریق سفارش گرفتن از پلتفرم اینستاگرام، محصولات خود را به سراسر ایران ارسال می‌کند و البته قصد دارد بخش فروش اینترنتی خود را قوی‌تر کند. ما کار خودمان را از اینستاگرام

نوآوری در یک حوزه خاص که انسان باید محور آن باشد

سمیرا اسادات رسولی

بنیان‌گذار کلینیک دلون

رویکرد هیجان‌مدار بر پایه هیجانات است و هیجانات را سیستم‌های راهنمایی برای وجود ما می‌داند که تغییرات آنها نشان‌دهنده تغییری در حال و هوای نیازهای ماست. هر هیجانی نشان از تغییری در نیاز ما می‌دهد و این هیجانات مانند چراغ چک یک اتومبیل، آلام‌های وجودی ما هستند؛ آنها نه تنها علایم مزاحمی نیستند، بلکه به بهزیستی ما نیز کمک می‌کنند و ما را به سیستم ناخودآگاه‌مان وصل می‌کنند. این روش نسبت به درمان‌های خودآگاه، مؤثرتر و عمیق‌تر 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 احساس دیده شدن و پذیرفته شدن همه انسان‌ها در هر شرایط و احوالی است. از آنجا که سبک زندگی و تربیت بسیاری از خانواده‌ها در شرایط و مشغله‌های کنونی، موجب نادیده انگاشتن افراد شده است، به نظرم این روش کارآمدتر می‌رسد. در زندگی امروزی کمتر توجهی به روح انسانی افراد می‌شود و اغلب انسان‌ها را با دستاوردهای مطلوب جامعه قضاوت می‌کنند. این روش پاسخ مناسبی برای نیاز دیده‌شده انسانی است.

نوآوری این رویکرد در این است که مبتنی بر تجربه لحظه اکنون است؛ یعنی ما تکلیفی به مراجع نمی‌دهیم و هرچه رخ می‌دهد در همان جلسه است. ما به عنوان جراحی روانی از آن یاد می‌کنیم. ضمن اینکه در این مدل از درمان، ممکن است مراجعه‌کننده برای یک مشکل بیاید، اما همه جوانب زندگی او بهبود می‌یابد و برخورد انسانی و هم‌تراز بودن درمانگر با مراجعه‌کننده در طول درمان - به جای دانای کل بودن درمانگر - این روش را متمایز می‌کند. به علاوه دوره‌های گروه‌درمانی و زوج‌درمانی با این روش، بر اساس پژوهش‌هایی که صورت گرفته، بسیار مؤثر هستند.

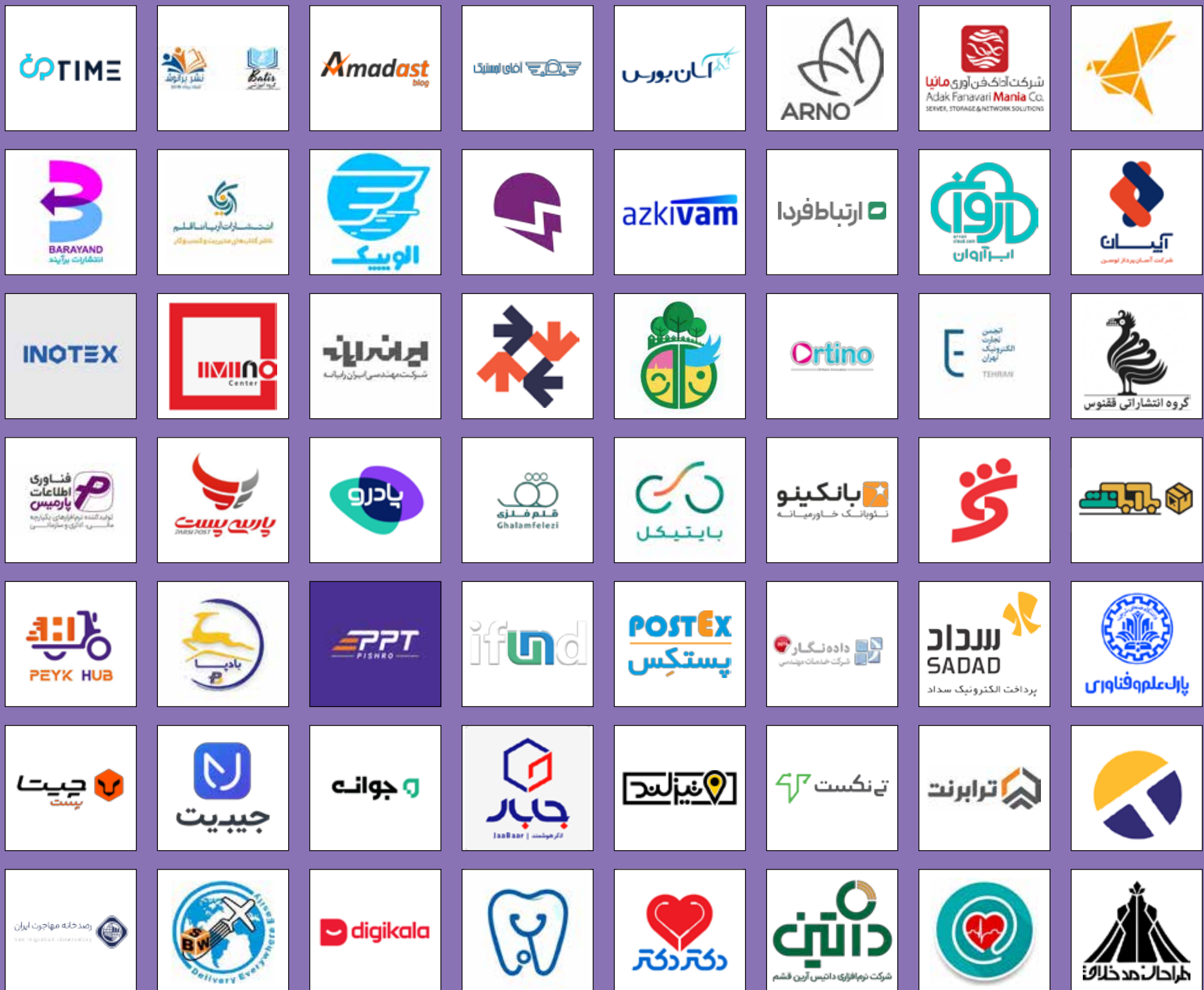


شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم



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 راسخ 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. لوگوهایی که در این صفحه می بینید تنها بخشی از کسب و کارهایی است که در یک سال گذشته در کارنگ حضور داشته اند.







درباره یک خوش بینی

آیا دوباره امید ساختن به این فضا برمی گردد؟

این روزها آخرین وضعیت اکوسیستم نوآوری کشور را با کمی خوش بینی می توان اینگونه تعریف کرد که بعد از یک توقف پنج ماهه 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 شبکه های اجتماعی است، در تلاش اند تا کاربران پراکنده خود را در این پلتفرم ها دوباره گرد هم آورند. کسب و کارهایی که متناسب با اندازه و تعداد کاربران شان رویکردهای متفاوتی را در این ماهها داشته اند، اما برای بسیاری از آنها «سردرگمی» و «بلا تکلیفی» کلیدواژه های مشترکی در این رویکردها بوده است.

نمی توان از نظر دور داشت که فشارهای بسیاری به اقتصاد نیمه جان دیجیتال کشور وارد شده و احتمالاً بازیابی توان بخش خصوصی در این اقتصاد نیازمند اول تغییرات بالادستی گسترده در سیاست های اقتصادی - بین المللی کشور خواهد بود و بعد در ریل گذاری درست مسیر کسب و کارها توسط بنیان گذاران و مدیران آنها. در مورد نیازمندی اول تنها می توان امیدوار بود که برخلاف جریان اصلی و رویه ها و سیاست هایی که تا اینجا شاهد آنها بوده ایم، یک تغییر و تحول اساسی رخ دهد که جز «گشایش» اوضاع برای مردم و اقتصاد و جامعه نمی توان نامی بر آن نهاد.

آسیب های وارد شده به کسب و کارها کم نیستند. شاید باید خوش بین و امیدوار بود که در ابتدای سال آینده همان طور که این روزها خبرهای گشایش و بهبود اوضاع در زمینه روابط خارجی به گوش می رسد در زمینه سیاست گذاری داخلی به خصوص در حوزه اینترنت و تعاملات کسب و کاری مرتبط با آن هم شاهد تصمیم های عاقلانه و درست باشیم تا هم چرخ اقتصاد این بخش از کشور مجدد 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

سال پرخبر: از طرح صیانت تا خاموشی اینترنت

نیمه اول سال ۱۴۰۱ خبرها حول محور طرح صیانت و خوش بینی بابت بسیاری طرح ها و پروژه های توسعه ای کسب و کار می گذشت. کسی خبر نداشت چه نیمه سختی از سال ۱۴۰۱ باقی مانده است!

فروردین

9

- اعطای تسهیلات ۱۷۰۰ میلیارد تومانی به استارت آپ ها با همکاری وزارت ارتباطات و پست بانک

17

- نیما نامداری مدیرعامل «کارنامه» شد

21

- نشست خبری ائتلاف «تاد» برگزار می شود
- انتخابات اتحادیه کسب و کارهای مجازی به تعویق افتاد

22

- طرح صیانت به صحن علنی مجلس بازمی گردد

23

- انتخابات اتحادیه کسب و کارهای مجازی ۱۹ اردیبهشت برگزار می شود
- شرکت شناسا در استارت آپ دکتر موتوری سرمایه گذاری کرد

24

- جلال رشیدی کوشکی، نماینده مجلس: کمیسیون جدیدی برای طرح صیانت تشکیل نمی شود

27

- طرح صیانت، به شورای عالی فضای مجازی ارسال شد

23

- شورای عالی فضای مجازی خواستار ایجاد مرورگر و موتور جست و جوی بومی شد

12

- کارگروه اقتصاد دیجیتال خواستار توقف فعال سازی سوئیچ آمیتیس شد

11

- طرح صیانت تا دو هفته آینده در دستور کار مجلس قرار می گیرد
- کمپین اعتراض به اختلال در اینترنت، مرز ۱۱ هزار امضا را رد کرد

7

- وزیر ارتباطات شایعه فیلترینگ اینستاگرام و واتس اپ را رد کرد
- هیئت عالی نظارت تصویب کرد: انتخابات اتحادیه کسب و کارهای مجازی برگزار می شود

31

- هشدار انجمن فین تک به ایجاد سامانه «آمیتیس» جدید بیمه مرکزی

31

- حرکت اول بودجه شتابدهی خود را ۱۰۰ درصد افزایش داد

24

- ساترا: مجوز رسانه های صوت و تصویر فراگیر لغو نمی شود؛ به شرط رعایت قانون!

- درخواست ساترا برای تعلیق و فیلتر فیلیمو

29

- زارع پور درباره فعال شدن سیف مود 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

- ویرگول ۴ میلیارد تومان سرمایه گرفت

6

- فعالیت سویچ آمیتیس متوقف شد

9

- حرکت اول در استارت آپ میاره سرمایه گذاری کرد

11

- تصمیم گیری درباره آمیتیس به کارگروه ویژه اقتصاد دیجیتال سپرده شد

- دور جدید سرمایه گذاری هلدینگ مکس روی استارت آپ خودروه ۴۵

● سرمایه‌گذاری
استارت‌آپ استودیوی
دایان روی بی‌فیلتر

● رضا الفت‌نسب در
نشست خبری ائتلاف
تاد: منتقدان نیز باید
پاسخگو باشند

● انتخابات اتحادیه
کسب‌وکارهای مجازی
لغوشد

● سرمایه‌گذاری «آن»
روی پلتفرم تأمین مالی
جمعی «دونگی»

● حمید محمدی
از ریاست اتحادیه
کسب‌وکارهای مجازی
استعفاداد

● ارائه خدمات
اعتبارسنجی
انحصاری شد

● مخالفت سازمان
نظام صنفی رایانه‌ای
تهران با انحصار در
خدمات اعتبارسنجی

● اسمارت‌آپ در
استارت‌آپ‌گیم‌بازینگا
سرمایه‌گذاری کرد

اردیبهشت
1
● غلامرضا نوری
قزلقه: طرح صیانت به
مجلس و دولت ارجاع
داده شده

28
● فناپ ۵۰۰ میلیارد
تومان دیگر روی
ابزاروان سرمایه‌گذاری
کرد

5

17

17

20

24

27

28

28

29

● بیانیه مشترک
استارت‌آپ‌ها در اعتراض
به تفکیک اتحادیه

خرداد
1

● دبیر کمیسیون طرح
صیانت: طرح از دستور
کار مجلس خارج
نشده است

5

● بیانیه VODها
خطاب به رییس
صداوسیما و واکنش به
لفظ مستهجن!

9

● اعضای جدید
کمیسیون تنظیم
مقررات ارتباطات
منصوب شدند

10

● ضوابط پذیرش
استارت‌آپ‌ها در بورس
ابلاغ شد

11

● تفکیک اتحادیه
کسب‌وکارهای مجازی
به حداقل دو بخش،
قطعی شد

12

● وزارت صمت، پروانه
کسب تیمچه، وینی‌لند
و دیس مارکت را باطل
کرد

18

● جلسه دوم معارفه
سهام‌تپسی در
فرابورس برگزار شد

20

● اعضای رسمی کمیسیون رمزارز انجمن
فین‌تک انتخاب شدند

24

● عرضه اولیه سهام
تپسی انجام شد

31

● قطعی کلادفلر
بسیاری از
سرویس‌های محبوب
اینترنتی را از دسترس
خارج کرد

شهریور
1

● وزیر ارتباطات: سهم
اقتصاد دیجیتال از
GDP به ۷.۲ درصد
رسید

2

● گزارش نوین‌هاب:
۶۶ درصد کسب‌وکارها
محتوای خود را در
اینستاگرام منتشر
می‌کنند

6

● دیجی‌نکست در
راند دوم «کارپو»
سرمایه‌گذاری کرد

30

● شکایت استارت‌آپ‌ها از نماد اعتماد رد شد
● نتیجه دادگاه به نفع مدیرعامل هومکا صادر شد

27

● ترکیب جدید
هیئت‌مدیره انجمن
صنفی VODها
مشخص شد

25

● پاسخ شرکت
زیرساخت
به اختلال
اینستاگرام:
لینک‌ها قطع
شده بود

19

● انجمن صنفی VOD
ها خواستار جایگزینی
هیئت نظارت به جای
ساترا برای رگولاتوری
این حوزه شد

18

● وزیر ارتباطات: طرح
صیانت وجود ندارد
اما برخی با جوسازی از
اسم آن نان می‌خورند

12

● هشدار نوری قزلقه،
نماینده مجلس درباره
تحركات جدید طراحان
صیانت

8

● پادرو: اختلال و کند
شدن اینترنت، فروش
اینستاگرامی‌ها را به
نصف رساند

9

● رئیس‌کل بیمه
مرکزی: هدف از ایجاد
سویج مرکزی بیمه،
نظارت است

11

● وزارت ارتباطات: هیچ اختلالی در
شبکه زیرساخت‌های ارتباطی کشور
وجود ندارد

21

● نماینده مجلس:
طرح صیانت به شورای
عالی فضای مجازی
سپرده شد

● دانشگاه علوم
پزشکی از هومکا
شکایت کرد

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

و اپلیکیشن‌ها

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 دُردش (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 دردش 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 ازدست‌رفته، 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

هم‌بنیان‌گذار سامانه مدیریت ناوگان

هوش مصنوعی آپتایم

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 حمل‌ونقل 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 هم‌بنیان‌گذار 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. آپتایم 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 بیهقی در میدان آرژانتین تهران نصب کرده است. می‌خواهیم تعداد نمایندگی‌های خود را به ۴۰۰ شعبه برسانیم. همچنین لانچ کردن چند ماژول 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 نرم‌افزار هوش مصنوعی آپتایم برای کوتاه کردن مسیر و سرعت بخشیدن به کار، توانستیم ۲۸ درصد از هزینه‌های خود را کاهش دهیم. به این معنا که توانسته‌ایم 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 پیشرو پست

معمولاً شرکت‌های حمل‌ونقل درون‌شهری 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 حمل‌ونقل نیز ناچارند نرخ را به اندازه‌ای که مشتری قبول کند، کاهش دهند و با هر قیمت که آنها بخواهند کار کنند.

اکثر شرکت‌های حمل‌ونقل درون‌شهری و پستی با تزیق سرمایه‌هایی که از طرف سرمایه‌گذاران خود داشته‌اند، توانسته‌اند خود را سر پا نگه دارند و گرنه 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 حمل‌ونقل درون‌شهری 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...

پشتون پورپزشک

مدیرعامل پادرو

بازار تجارت اجتماعی بزرگ است و روزانه شاهد سرمایه‌گذاری‌های عجیب‌وغریبی 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 پادرو شاپ نیستند و بسته به منطقه‌ای که در آن هستند، نگاه و مسیر متفاوتی دارند.

قاعدتاً 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 قدم‌به‌قدم ساختار توسعه را طوری بچینیم که بیشترین بازده را داشته باشیم.

بر این اساس، ما ابزاری را برای کمک به فروشندگانی اینستاگرامی توسعه دادیم. با این ابزار به آنها کمک می‌کنیم فروش راحت‌تری را در اینستاگرام تجربه کنند. به این ترتیب محصول پادرو شاپ تولید شد تا فروشندگان اینستاگرامی را قادر سازد فروشگاه خود را از طریق پادرو شاپ به‌سادگی و به‌صورت اتوماتیک بسازند. به تعبیری دیگر، پادرو شاپ عملاً یک فروشگاه‌ساز متصل به اینستاگرام است و امکان ساخت فروشگاه آنلاین مناسب برای شبکه‌های اجتماعی را در اختیار این فروشندگان قرار می‌دهد. فروشندگانی که 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، به‌تدریج 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 تازه‌واردان برای تسهیل در حمل‌ونقل کسب‌وکارهای 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 حمل‌بار، 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 کسب‌وکار محسوب می‌شود. از ابتدای ورود من به شرکت راه آسمان آبی، تمام تلاش من و همکاران مجموعه، بهره‌برداری حداکثری از فناوری‌های اطلاعاتی و

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 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 دو جانبه 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، 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

ارتباطی به منظور افزایش کیفیت سرویس و ارتقای بهره‌وری شرکت بوده‌است.

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 به‌سادگی قادر به ثبت، ارسال و دریافت داده‌های مربوط به بارنامه‌هاست و به‌آسانی امور مالی و عملیاتی را مدیریت می‌کند.

بیشتر مشتریان شرکت دارای کد اشتراک هستند و به‌راحتی 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.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

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.



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 شده‌است.

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

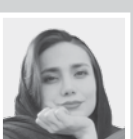
می‌شود تقاضا برای خرید و ارسال کالاها کاهش یابد.

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 به‌حداکثر 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.»



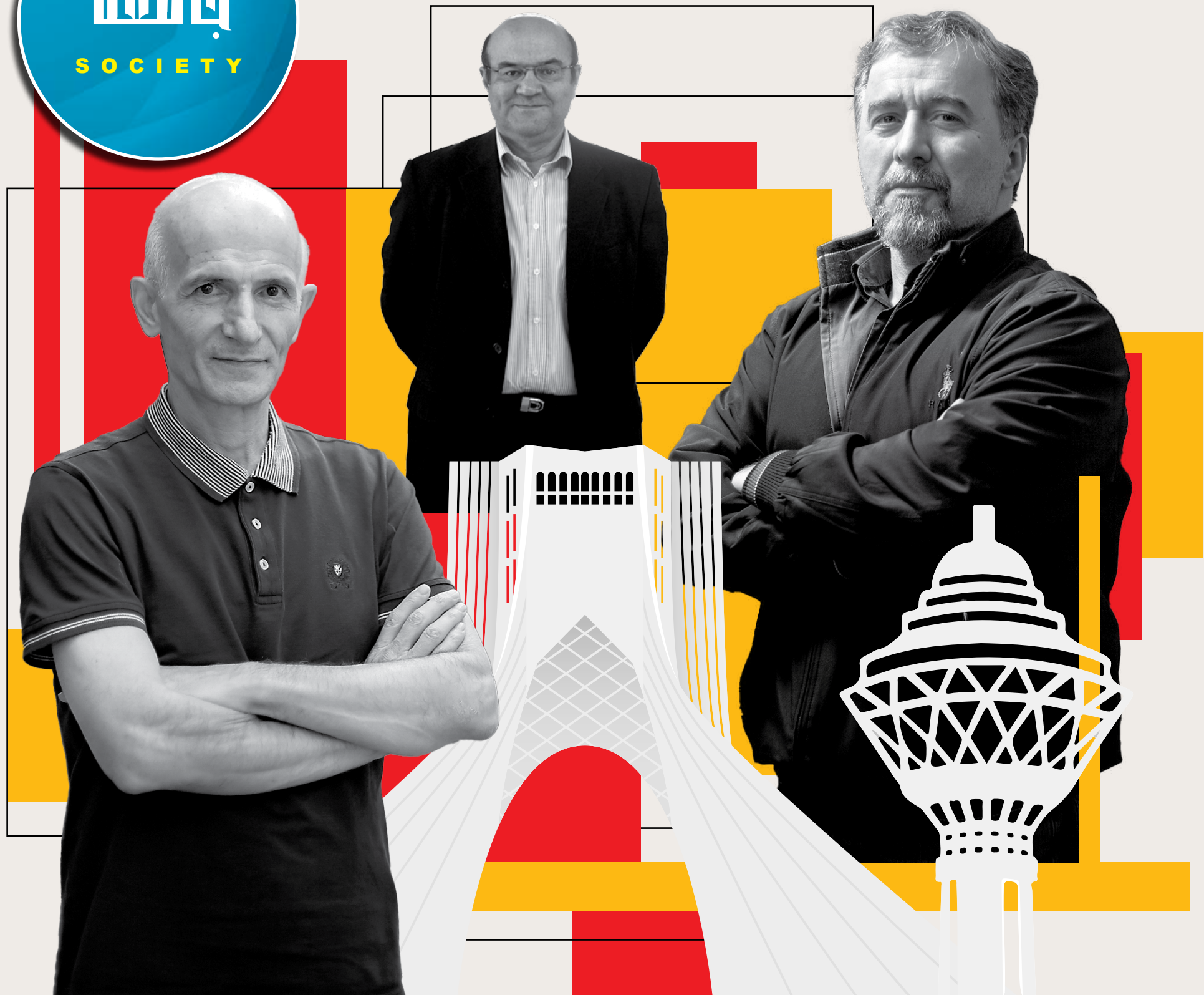
فرینوش امامی

farinoosh.emamii@gmail.com



المیراحسینی

 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. المیراحسینی، 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 کشورهای 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 مختلفی 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 به تدریج از دهه ۱۹۹۰ رشد کرد. بعد از انقلاب فناوری و در دوره جهانی شدن، 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 به واسطه 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 تحصیل کرده را به خدمت می‌گیرد. البته باید با ضابطه حرکت کنیم تا به اهدافمان برسیم. این بخش مشتری‌کاتی 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 تحصیل کرده، 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 وزیر را دعوت می‌کرد، این طور تلقی می‌شد که اینها دارند با دولت معامله می‌کنند. البته همان طور که گفتم بخشی از این ارتباط اجتناب‌ناپذیر است، اما کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال باید به تدریج 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 آنها 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

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 بنگریم، درمی‌یابیم 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 «غریب‌دگی» را بخوانید، بخشی از این نظرات را خواهید دید. در دهه ۴۰ صنعتگران در حال رشد روزافزون بودند. دوره طلایی اقتصاد ما همان دوران صنعتی شدن بود، به‌ویژه پس از اصلاحات ارزی که عالی‌خان وزیر اقتصاد شد، صنایع بسیار رشد کردند؛ هم صنایع دولتی مثل سازمان گسترش، شرکت مس



شماره ۹۰
۲۱ اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

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 ابکی 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





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 بدبیهی‌ترین 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 زنده ماندن در بازار یک‌طرفه موجود می‌جنگند. اگر بپرسید آیا راه‌اندازی استارت‌آپ



ایمان جلیلی

سردبیر استدیو پناه کار

Iman.jalili@gmail.com

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 گذشته متأسفانه نوفر و شانیم و این هم وضع بازار ما!

اصل شعر: نوبت کهنه‌فروشان درگذشت نوفر و شانیم 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 نسل‌نوی 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 پرتنگ 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 چندان 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 سرقتی، 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 نفرتی که از سرمایه‌داران داشتند، باعث مصدوره‌ها 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 خصوصی 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 شش‌ستام از این کارخانه‌های مصادره‌ای می‌دادند، زیرا دولت نمی‌توانست سهم سه درصدی اش را به شش‌ستام 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 بالاچار 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 شایعانی 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



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 راماکریشناکه جراح مغز و اعصاب است، همراه با مدیر سابق بخش شراکت خلاق پینترست، ویکرام باسکاران و آرون رانگاناناتان وارد فضای فناوری سلامت شدند تا معنای کسب اطلاعات پزشکی را دوباره ابداع کنند. باسکاران و رانگاناناتان 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 و بیمه، 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

نیما فاضلی
مدیرعامل دکتر دکتر



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم

حاکمیت باید نگاه بین‌المللی به فضای کسب‌وکار داشته باشد

محمد یارسان
بنیان‌گذار و مدیرعامل آمیتیس



مانه به‌عنوان پلتفرم واسط، بلکه به‌عنوان حلقه‌ای از زنجیره سلامت و درمان در جامعه، واقعاً و صادقانه وظیفه خود می‌دانیم که در این باره نقش آفرینی کنیم و سطح آگاهی مخاطب را ارتقا بخشیم. این روزها تیم تولید محتوای مجله دکتر دکتر 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 چه بسا شکل صعودی نمودارهای رشد، بسیاری را به اشتباه انداخت. آغاز همکاری من با دکتر دکتر با فروکش کرونا و بالطبع واقعی‌تر شدن فضای کسب‌وکار مصادف بود. یعنی من زمانی عهد‌دار 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 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 به خوبی 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، هیچ چیزی 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 حسامی فرد
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 نظارت 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.

حدوداً 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 کماکان رشد کند. گهواره هم می‌کوشد تا روز به روز 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؟





مزایای متاورس برای پزشکی از راه دور

مسیریک آینده

با همگرایی فناوری های جدید، مانند بلاکچین، سلامت دیجیتال و همگرایی مراکز درمانی با بیمارستان های مجازی؛ پزشکان این اختیار را پیدا می کنند که بسته ها و برنامه های درمانی یکپارچه تری ارائه دهند.

استفاده از فناوری های واقعیت افزوده و واقعیت مجازی، ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی را قادر می سازد تا تجربیات و نتایج بیمار را افزایش دهند. به عنوان مثال، اکیوین، یک فناوری مدرن، به ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی اجازه می دهد تا به راحتی رگ های بیمار 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 مراقبت های بهداشتی را تسهیل می کند. توانایی به اشتراک گذاری فوری اطلاعات بین متخصصان مراقبت های بهداشتی امکان شناسایی سریع تر علل بیماری را فراهم می کند.

در این مرحله، همچنین باید این واقعیت را در نظر بگیریم که متاورس به احتمال زیاد فرصت های جدیدی را به دانش آموزان و کارآموزان ارائه می دهد که می توانند بدن انسان را در یک محیط آموزشی امن و واقعیت مجازی بررسی کنند. اکنون به کمک فناوری های نوین، مفهوم جفت دیجیتالی برای انسان هم قابل ساختن است.

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

همین چند هفته حدوداً ۶۰ درصد از ورودی هایمان را از دست داده ایم. باید بپذیریم که حوزه سلامت یکی از حوزه هایی است که می تواند اقتصاد کشور را به خصوص در منطقه شکوفا کند. باید با این ذهنیت به این حوزه مهم اقتصادی نگاه و برای آن تصمیم گیری کرد. فعلاً چنین رویکردی به این حوزه دیده نمی شود و این مایه تأسف است و باید زودتر برای آن چاره ای اندیشید.



باید اهمیت حوزه سلامت در اقتصاد کشور برای سیاست گذاران روشن شود!

دکتر علی بزاز

بنیان گذار طب مد توریسم

مانند هر کسب و کار آنلاین دیگری که در فضای بین المللی فعالیت دارد، تأثیر این اتفاقات روی کسب و کار ما هم کاملاً محسوس است. فقط طی همین ماه های اخیر قریب به چند میلیارد تومان خسارت به کسب و کار ما وارد شد. اینترنت مختل است، شبکه های اجتماعی مسدود است، در نتیجه ما نمی توانیم مدارک را برای بیمارمان آپلود کنیم. آنها هم نمی توانند مدارکشان را روی سایت ما بارگذاری کنند. از آغاز اتفاقات اخیر اکثر بیمارمان قراردادشان را لغو کرده اند.

هر چقدر هم در مشاوره ها سعی می کنیم شرایط کشور را امن نشان دهیم و تضمین کنیم که سفر سلامت خواهند داشت، باز هم موفق نمی شویم. نه فقط از اروپا، بلکه آنهایی هم که از کشورهای همسایه می خواستند به ایران بیایند، برنامه هایشان را لغو کرده اند. متأسفانه عده ای سعی می کنند در این شرایط، تصویر ناامنی از ایران را ارائه دهند، چه در داخل و چه در خارج از کشور. وقتی ما چنین سیگنال های منفی را منتشر می کنیم، چه انتظاری داریم که بیمارمان رغبت ورود به ایران داشته باشند.

بیمارانی داشتیم که قراردادشان را آغاز کرده بودند. حتی در بحث ناباروری بعضی از بیمارمان مصرف دارویشان را هم آغاز کرده بودند، اما با بروز این شرایط همه آنها برنامه درمان شان را لغو کردند. در مجموع می توانم بگویم طی

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

آرش برجی خانی

مدیرعامل هلثیو

در حال حاضر سه حوزه بسیار ترند هستند. یکی حوزه لایف استایل و سبک زندگی است که به شدت در آن استارت آپ ها رشد های خوب را تجربه می کنند، زیرا مردم پس از پاندمی به سمت لایف استایل و زندگی بهتر رفته اند. بخش دیگر ترکیبی از جمع آوری داده، هوش مصنوعی و خدمات آنلاین است که به شدت جذاب است. از آنجا که سلامت، به خصوص پزشکی علمی تجربی است و با یادگیری اتفاق می افتد و با داده بیشتر بهتر می شود، این ترکیب در حوزه سلامت راهگشا خواهد بود؛ کافی است این ویژگی یادگیری را به هوش مصنوعی بیفزایید و بتوانید داده های خوبی را جمع آوری کنید. حوزه دیگر هم بخشی است که تجهیزات پزشکی و سلامت را قابل استفاده در خانه (home in use) می کند. این حوزه ها ترند و بسیار جذاب هستند و آینده صنعت سلامت را شکل می دهند و بسیاری از حوزه های دیگر سلامت را دچار تحول می کنند. صنعت سلامت ۱۰ سال دیگر بسیار متفاوت از امروز خواهد بود.

وضعیت صنعت سلامت در حال حاضر مثل وضعیت صنعت فین تک در چهار، پنج سال گذشته است. همان چالش های رگولاتوری را دارد، همان رشد های خوب را تجربه

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



ایران به قبرستان آزمایشگاه های 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 نمی خواهیم هویت آزمایشگاه ها را از آنها بگیریم و موجودیت شان را به خطر بیندازیم. با آزمایشگاه های فرانچایز، کوبرندینگ یا برند مشترک ایجاد می کنیم، یعنی مشتری نهایی با مراجعه به آزمایشگاه های موجود از خدمات یکپارچه کولایف بهره مند می شود. سعی می کنیم هویت بصری یکسانی داشته باشیم. حتی در تلاش هستیم در طراحی فضای داخلی این آزمایشگاه ها، 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 کرده ایم. یکی از مهم ترین خدمات ما به آزمایشگاه ها، انجام تحقیقات بازار محلی و افزایش ترافیک مراجعه کنندگان به آزمایشگاه است.

مثل هر نوآوری و فناوری پیشروی دیگر که ساختارهای گذشته را برمی تابد، ما هم با رگولاتور دچار چالش شده ایم. اساساً ذات رگولاتور این است که همواره چند گام از نوآوری عقب تر است، اما با تلاشی که کردیم توانستیم قانون گذار را با خود همراه کنیم. تسهیلاتی برای ما قائل شدند و البته مطالبات دیگری هم داشتیم که تاکنون محقق نشده اند. 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 آیین نامه تأسیس آزمایشگاه های پزشکی، شبکه آزمایشگاهی را رسمیت ببخشیم.

در ایران سالانه ۴۸۵ میلیون تست انجام می شود که به دو بخش تست های سرپایی و بستری تقسیم می شود. انجام این تست ها حدود ۳۰ هزار میلیارد تومان ارزش ایجاد می کند.



شماره ۹۰
اسفند ۱۴۰۱
سال دوم