کارنگ ۷۷

KARANG

WEEKLY MAGAZINE

هفته‌نامه اقتصاد نوآوری
سال دوم
شماره هفتاد و هفتم
بیستم آذر ۱۴۰۱
۳۲ صفحه
۳۰ هزار تومان

۱۴

محمد صدوقی
مدیرعامل ترابرنت:

راهداری، اجازه صدور بارنامه را به پلتفرم‌ها بدهد!

گفت‌وگو با کتایون سپهری درباره فرازوفرود حضور زنان در اکوسیستم آنلاین کشور

مصائب زنان

نگار حسینی — بنیان‌گذار بلانش
فرناز مجیدی — بنیان‌گذار پله به پله
بهاره شریفیون — مدیرعامل بیمه دات‌کام
نسیم توکل — مدیرعامل قطعه‌آزمون
مینا والی — مدیرعامل راه‌کار
سارا راد — هم‌بنیان‌گذار ابردراک
نازنین دانشور — هم‌بنیان‌گذار تخفیفان
عاطفه هاشمی — بنیان‌گذار روچ

زنان بنیان‌گذار

مهم‌ترین موانع زنان برای نقش‌آفرینی به‌عنوان صاحب کسب‌وکار در ۱۰ سال گذشته چه بوده؟ مؤلفه‌های بازدارنده این فضا کدام‌اند و چطور می‌توان بخشی از مطالبات زنان را در اکوسیستم نوآوری کشور محقق کرد؟

عکس: حامد کریم‌زاده

خبر
NEWS
نگرانی شاپرک از چیست؟
شاپرک انتقال وجه داخل پرداخت یاری‌ها را ممنوع اعلام کرد
۴

تحلیل
ANALYSIS
جمعه سیاه آنها و بی‌شمار جمعه سیاه ما...
۲

گزارش
REPORT
روزگار وام‌دهندگان کریپتو
دیفای و وام‌دهندگان غیرمتمرکز
۲۰

۵

ریزش ۲۹ درصدی استخدام‌ها

تعطیلی کسب‌وکارهایی چون پلازیو، انجام میدم، موبواستودیو، ابهام در ادامه فعالیت نقشه و مسیریاب بلد و تعدیل صدها نیرو در اقتصاد آنلاین کشور خبر از روزهای سخت این فضا می‌دهد؛ حالا گزارش ایران تلنت تصویر تاریک‌تری از ماجرا ارائه داده است

۲

ادامه محدودیت اینترنت باعث خروج‌مان از بازار می‌شود

هشدار مدیرعامل رایتل به وزیر ارتباطات

۱۲

مگالب‌ها و آینده نوآوری در آزمایشگاه‌ها

گفت‌وگو با احسان علیزاده
مدیر کسب‌وکار کولایف

۳

تناقض‌های بی‌پایان این روزهای ما و اینکه چطور اصرار به نادیده‌گرفتن پیچیدگی‌ها، به ایجاد بحران می‌انجامد

حل بحران‌های اجتماعی را نمی‌توان بر دوش کسب‌وکارها انداخت

بهتر نیست برای چند ماه هم که شده تزهای شکست خورده درباره اینترنت، اکوسیستم، کسب‌وکارو... را غلاف کنید؟

جمعه سیاه آنها و بی‌شمار جمعه سیاه ما...

رضا جمیلی
سردبیر
@rezajamili

از روز شکرگزاری و جمعه سیاه تا دوشنبه سایبری، تخمین زده می‌شود برندهای خرده‌فروشی آمریکا چیزی حدود ۱۰۰۰ میلیارد تومان فروش داشته‌اند! عدد خیره‌کننده است؛ آن هم در یکی از دوره‌های رکود اقتصاد و صنعت آی‌تی آمریکا! رسیدن به چنین فروشی برای یک اقتصاد که بخش زیادی از آن آنلاین شده، چیزی شبیه رؤیاست. اما در سخت‌ترین روزهای شرکت‌های اینترنتی آمریکا که با ریزش سهام غول‌ها در وال استریت و تعدیل نیروها در شرکت‌های ریزودرشت همراه بوده، چنین آماری نشانه‌ای از پویایی و زنده‌بودن اقتصاد آنلاین است. مقایسه کنید با وضعیت آچمز آنلاین‌ها در ایران! حراجمعه، فروش ویژه یلدا، کاربر گرفتن و توسعه و برنامه‌ریزی برای آخرین فصل سال...، کدام‌یک از اینها این روزها در دستور کار کسب‌وکارهای آنلاین و نوآور ایرانی قرار دارد؟

اصلاً کمپین‌ها و تبلیغات و هیاهوی رسانه‌ای- بازاریابی خودشان را کجا برپا کنند؟ با کدام شبکه اجتماعی؟ با کدام اینترنت و با کدام نیروی متخصصی که به فکر رفتن نباشد این روزها؟! کسب‌وکارهایی که از چپ و راست می‌خورند و مرغ عزاوعروسی شده‌اند و هم در افکار عمومی زیر فشارند و هم حاکمیت هر روز برای آنها خواب جدیدی می‌بینند، به کدام چشم‌انداز و برنامه‌ریزی (شما بگویید سه‌ماهه، شش‌ماهه و اصلاً یک‌ماهه) دل‌شان خوش است که بیایند چنین حرکت‌هایی هم بزنند؟ آنها که این روزها سرنا را از سر گشادش می‌زنند، باید بدانند که در مسیر نابودی یک اکوسیستم کسب‌وکاری هستند و پل‌ها را هم پشت سر یک‌به‌یک تخریب کرده‌اند. کار از مرحله انذار و هشدار گذشته، ما در یک مسیر بی‌بازگشت هستیم که فقط باید دست به دعا ببریم تا خسارت‌ها به مرحله حیات و ممات نرسد که متأسفانه رسیده! خیل زیاد کسب‌وکارهای مرده و زنده‌نما روی دست این اکوسیستم مانده و هنوز تئوریسین‌های جوان و انقلابی دست از تزهای خسارت‌بارشان برای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی نکشیده‌اند و مدام صحبت از محدودیت‌ها و هوا کردن فیل در «اینترنت خودی‌تر و خودمانی‌تر» می‌کنند و به فکر کشاندن زاکربرگ به پای میز محکمه هستند! سیاست‌گذاری که نتیجه سیاست‌گذاری خودش را بخواهد بر دوش ابزار و فناوری بیندازد، شاید بهترین خدمتی که خودش یا بزرگ‌ترهایش می‌توانند بکنند این باشد که او را بفرستند خانه یا همین اندیشکده‌ها و دانشگاه‌هایی که آنها را به‌راحتی هیئت‌علمی و رئیس و معاون می‌کند. ما برای رهایی از این وضعیت آچمز چاره‌ای جز کنار گذاشتن این سیاست‌گذاران نداریم که در حوزه اقتصاد نوآوری تا همین‌جا ریشه بسیاری امیدها و انگیزه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های انسانی-مالی را زده و خشکانده‌اند. نتیجه هر روز تعلل در این موضوع هم، افزایش لگاریتمی خسارت‌هایی است که پیش چشم‌مان در حال تلنبار شدن‌اند.

KARANG
کارنگ
شماره ۷۷ | ۲۰ آذر ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی
مدیرهنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیرفنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: حمید ابراهیمی بسابی
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
دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی
نگار قانونی، عباس عین‌علی
ترانه احمددوست، منیره شاه‌حسینی
زهره دودانگه

هشدار مدیرعامل رایتل به وزیر ارتباطات:

ادامه محدودیت اینترنت باعث خروج‌مان از بازار می‌شود

محدودیت اینترنت در بیش از ۸۰ روز گذشته گروه‌های مختلفی را متضرر کرده که یکی از آنها اپراتورهای ارتباطی‌اند. هرچند تا به حال هیچ‌کدام از این اپراتورها حاضر به ارائه میزان کاهش درآمد خود نشده‌اند، ولی اخیراً مدیرعامل رایتل در نامه‌ای به وزیر ارتباطات اعلام کرده که اعمال محدودیت روی اینترنت به دنبال خود افت مصرف و کاهش ترافیک دیتا برای این اپراتور را به دنبال داشته است. طبق اظهارات یاسر رضاخواه، محدودیت اینترنت از ۳۰ شهریور، باعث شده این شرکت روزانه ۱۴ میلیارد ریال از درآمد خود را از دست بدهد و این امر به دنبال خود ازدست‌رفتن حدود ۳۰۲ میلیارد ریال از درآمد کلی این شرکت در ۲۱ روز ابتدایی اعمال محدودیت‌های اینترنت را به دنبال داشته است. رایتل اعلام کرده که سهم دیتا از منابع درآمدی این اپراتور حدود ۸۶ درصد است. یاسر رضاخواه، مدیرعامل و نایب رئیس هیئت مدیره رایتل در نامه‌ای به وزیر ارتباطات خواستار کمک و صدور دستور اقدام لازم برای انجام اقدامات و حمایت لازم به منظور جبران خسارت‌ها و هزینه‌های ناشی از اعمال محدودیت بر پهنای باند اینترنت بین‌المللی شده است. در این نامه که ۹ آبان به عیسی زارع‌پور، به‌عنوان وزیر ارتباطات و رئیس کمیسیون تنظیم مقررات و ارتباطات ارسال شده، تأکید شده که محدودیت اینترنت بین‌الملل در چند هفته اخیر بنا بر ملاحظات امنیتی - سیاسی و به دستور نهادها و ارگان‌های مربوطه، علاوه بر مشکلات و چالش‌های فراوان در تأمین و برقراری ارتباط از بستر سرویس اینترنت برای عموم جامعه و کسب‌وکارها، ضرر و خسارت مالی قابل توجهی را برای اپراتورهای ارتباطی به‌ویژه اپراتورهای تلفن‌همراه و شرکت خدمات ارتباطی رایتل با سهم بازار کم به همراه داشته است. در این نامه آمده که در چند هفته گذشته منابع و درآمدهای مالی این شرکت در ایام قطعی سرویس اینترنت و نیز اعمال محدودیت‌های دیگر به‌طور چشم‌گیری کاهش یافته، به طوری که اعمال محدودیت در پهنای باند اینترنت از ۳۰ شهریورماه موجب افت مصرف مشترکان و به تبع آن کاهش ترافیک سرویس دیتا تا ۵۰ درصد در حالت عادی شده و ترافیک روزانه رایتل از حدود ۱۵۰۰ ترابایت در ابتدای شهریورماه به کمتر از ۷۰۰ ترابایت در اوایل مهرماه کاهش یافته است. رایتل با اعلام اینکه ۸۶ درصد از درآمد این اپراتور از دیتاست، گفته است که با توجه به سهم بازار اندک این اپراتور از بازار ارتباطی کشور و همچنین سهم بسیار پایین درآمدی استفاده از سرویس‌های مکالمه و پیامک در سبد درآمد رایتل در مقایسه با سرویس دیتا، جبران خسارت و احیای درآمد ازدست‌رفته در مدت یادشده از طریق این سرویس‌ها غیرممکن بوده است. رضاخواه در نامه خود با اشاره به رعایت تمامی اولویت‌های امنیتی و همکاری‌هایی که این اپراتور با نهادهای امنیتی و همچنین رگولاتوری این حوزه انجام داده، تأکید کرده که تداوم وضعیت یا جبران‌نکردن هزینه‌های مالی و تجاری شرایط، به ورشکستگی این شرکت و نیز ورود زیان مالی بسیار گسترده غیرقابل جبران به سهام‌داران آن منجر خواهد شد.

نخستین جشنواره ملی فرهنگی-هنری قرض‌الحسنه مهر ایران فراخوان داد

ترویج یک فرهنگ

بانک قرض‌الحسنه مهر ایران به‌عنوان اولین بانک تخصصی قرض‌الحسنه در ایران، اقدام به برگزاری اولین جشنواره ملی فرهنگی - هنری قرض‌الحسنه در حوزه‌های مختلف رسانه‌ای، هنری و پژوهشی کرده است. این بانک اعلام کرده در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی، تکریم و تجلیل از میراث فرهنگی و ادبی و دستاوردهای پژوهشگران و نوآوران، هم‌افزایی ظرفیت‌های رسانه‌ای و هنری، فراهم‌آوردن زمینه رقابت در راستای ارتقای سطح کیفی و محتوایی آثار رسانه‌ای و هنری در ترویج فرهنگ قرض‌الحسنه و خلق ایده‌های نوین در راستای خدمت‌رسانی به مردم را مأموریت خود می‌داند. این جشنواره در سه بخش رسانه، فرهنگی - هنری، پژوهش و نوآوری برگزار خواهد شد.

بخش رسانه شامل خبر، عکس خبری، گزارش، یادداشت، گفت‌وگو (مصاحبه) می‌شود و در بخش فرهنگی - هنری زیربخش‌های شعر و سرود، داستانک، خوش‌نویسی و نقاشی و نگارگری به چشم می‌خورد. همچنین بخش پژوهش و فناوری عبارت است از: مستندات علمی، ایده‌های پیشران و کسب‌وکار نوپا.

حل بحران‌های اجتماعی را نمی‌توان بر دوش کسب‌وکارها انداخت

تناقض‌های بی‌پایان این روزهای ما و اینکه چطور اصرار به نادیده گرفتن پیچیدگی‌ها، به ایجاد بحران می‌انجامد

روز جمعه اگر گذرتان به خیابان ستارخان افتاده بود، تناقض حاکم بر این روزهای زندگی ما را به فاصله کمتر از یک کیلومتر مشاهده می‌کردید. در ستارخان، صبح روز جمعه، نیروهای ضدشورش در خیابان مستقر بودند؛ احتمالاً به خاطر فردی که اخیراً و در پی حوادث خیابان ستارخان اعدام شده و به‌منظور پیشگیری از حوادث و اعتراضات احتمالی. اگر ستارخان را به سمت باقرخان ادامه می‌دادید، خبری از نیروهای ضدشورش نبود، ولی طباخی بره سفید را می‌دیدید که جای سوزن‌انداختن در آن نبود؛ طباخی معروفی که اگر می‌خواستید اینجا کله‌پاچه بخورید، شاید حدود یک ساعت باید منتظر می‌ماندید تا جایی خالی شود. امیدوارم حرفم را اشتباه برداشت نکنید. در سه روز پیش از روز جمعه هم برخی کسب‌وکارها را تشویق به اعتصاب کرده بودند. حرفم این نیست که چرا این کسب‌وکار کار روز جمعه کار می‌کرد یا چرا در چنین شرایط حساسی برخی صبح جمعه رفته بودند کله‌پاچه بخورند.

رضا قربانی
@mediamanager_ir

ما در جهانی زندگی می‌کنیم که غم و اندوه در کنار شادی و هیجان قرار دارند. در جهان ما یکی غم دارد و آن دیگری شادی. گاهی اوقات این غم و شادی‌ها به دغدغه‌های مشترکی تبدیل می‌شوند؛ گاهی یک شهر غمگین است و گاهی یک شهر شاد. این جهان ماست؛ جهان تناقض‌ها. من مدت‌هاست که با این تناقض‌ها کنار آمده‌ام و تصور می‌کنم خیلی‌های دیگر هم راه زندگی در میان این همه تناقض را یافته‌اند، ولی آنچه باعث شد دو تصویر ساده صبح روز جمعه این‌چنین برای من جلب توجه کند، مسائل لاینحلی است که به‌مرور دامن کسانی را می‌گیرد که خودشان را برای این وضعیت پرتناقض آماده نکرده‌اند. وضعیتی پیچیده‌تر از گذشته پیش روی ماست که هر روز باید برای مسئله‌ای نو راه‌حلی جدید پیدا کنیم. این چرخه خلق مسائل جدید و یافتن راه‌حلی نو برای آنها به‌مرور به چرخه‌ای فرساینده برای کسب‌وکارها تبدیل خواهد شد. تصور می‌کنم با تحلیل رفتن کسب‌وکارها به‌تدریج شاهد نابودی اقتصاد خواهیم بود و با نابودی اقتصاد آنچه آن را ایران می‌خوانیم، رو به اضمحلال می‌رود.

برخی ممکن است این روایت از این روزهای ما را روایتی سیاه‌نما بدانند، ولی چه بخواهیم، چه نخواهیم و چه قبول کنیم، چه انکار، این حال و روز ماست.

پنجشنبه گذشته در جمع مدیران کسب‌وکارها بودم. دغدغه مشترک همه آنها منابع انسانی شده است. یکی از مسائلی که یکی از مدیران کسب‌وکارها بیان می‌کرد، بحث حجاب بود. می‌گفت اکثریت پرسنل خانم شرکت دیگر حجاب ندارند. این موضوعی است که می‌تواند بحث‌های حاشیه‌ای را دامنگیر کسب‌وکارها کند. مانند مدیر شعبه بانکی در شهرستان که خانمی بدون حجاب به آن شعبه رفت و مدیر شعبه اخراج شد و حتی کسانی که در پروسه این اخراج بودند، تقدیر شدند و احتمالاً آن خانم محترم هم زندگی روزمره‌اش را ادامه می‌دهد، ولی کسب‌وکارها نمی‌دانند چه کار کنند. یا گاهی می‌شنوم برخی از این می‌گویند که اسنپ باید گزارش بدحجابی بدهد؛ عده‌ای هم به اسنپ حمله می‌کنند که چرا با چنین طرح‌هایی همراهی می‌کند! وقتی مسئله‌ای در لایه‌های اجتماعی و فرهنگی حل نشده، اصرار به حل آن در لایه کسب‌وکار نه‌تنها به حل مسئله منجر نمی‌شود، بلکه در نهایت کسب‌وکارها را هم فلج می‌کند؛ در این شرایط کسب‌وکارها به جای تمرکز بر خلق ارزش، مجبورند به مسائلی بپردازند که در توان آنها نیست. به همین دلایل در چند ماه گذشته کمتر کسب‌وکاری را می‌شناسم که طرحی توسعه‌ای را جلو برده باشد.

آن مدیری که می‌گفت حجاب از سر خانم‌های شرکت افتاده، به موضوع دیگری هم اشاره می‌کرد که زنگ خطر جدی برای کسب‌وکارهاست؛ می‌گفت حدود ۲۰ درصد از خانم‌ها حتی در کیف و همراه خودشان هم حجابی در حد روسری ندارند. از در خانه بدون حجاب به سر کار می‌آیند و با اینکه پیش از این با صرف هزینه، برای همه لباس فرم گرفته بودند، حالا شاهد این هستند که فردی با لباس کفشدوزکی به محل کار می‌آید. به نظر می‌رسد فضای جامعه و تنش‌های موجود در آن، جایی که باید حل می‌شده، رها شده و در نقطه نهایی قرار است بر سر آنهایی هوار شود که می‌خواهند در کشور کار کنند.

من شخصاً برای بسیاری از پرسش‌ها و چه باید کردها جوابی ندارم و نمی‌دانم چه باید کرد. در این حد می‌دانم که اجبار و نادیده‌گرفتن انسان‌ها ما را به جایی نمی‌رساند و حتی در نهایت به ضرر آنهایی می‌شود که می‌خواهند موضوعی را جلو ببرند. در فضای اجتماعی و فرهنگی پیچیدگی‌هایی وجود دارد که نمی‌توان با روش‌های سخت به نتیجه رسید.

چند ماه گذشته نشان داده که اصرار به نادیده‌گرفتن پیچیدگی‌ها، به ایجاد بحران می‌انجامد. اکنون در شرایطی هستیم که بحران‌ها حل نشده و پرسش‌های بسیاری بی‌پاسخ مانده و در این شرایط مدیران کسب‌وکارها باید تاوان پرسش‌هایی را بدهند که آنها که باید پاسخ آنها را بدهند، کنار کشیده‌اند.

در شرایطی قرار داریم که مدیر بانک به‌دلیل حجاب‌نداشتن یک خانم در شعبه بانک اخراج می‌شود، ولی از آن سو تصویر خانم بی‌حجابی در ورزشگاه قطر که پرچم ایران را در دست گرفته، در رسانه‌های رسمی دولتی منتشر می‌شود. در شرایطی قرار داریم که کلمه «قمار» در کتاب سانسور می‌شود، ولی قماربازان خودشان را رهبر جنبش اعتراضی معرفی می‌کنند و می‌گویند که با رفتن اسنپ، اوبر به ایران می‌آید یا مثلاً با رفتن ممد قهوه‌چی، استارباکس. در شرایطی قرار داریم که جان جوانی گرفته شده و کمی آن سوتر از خانه‌اش، برخی در شلوغی طباخی بره سفید نشسته‌اند و درباره «زن، زندگی، آزادی» صحبت می‌کنند.

باز تأکید می‌کنم سؤال‌های زیادی دارم و برای بسیاری از پرسش‌ها جوابی ندارم؛ این حجم از تناقض هر روز انرژی فراوانی از من صرف می‌کند. سؤال‌های بی‌پاسخ در فضای اجتماعی و فرهنگی هر روز در حال افزایش هستند و به‌مرور ترکش‌های آن به سمت کسب‌وکارها می‌رود و فاجعه مثل ویروس در جامعه پخش می‌شود. این روزها آن‌قدر همه عصبانی هستند که صحبت از آشتی ملی مقبول بسیاری نیست، ولی تنها راه چاره ما، آشتی ملی است. با نابودی اکوسیستمی که این سال‌ها به‌سختی ساخته شده، دیگر چه چیزی برای ادامه‌دادن باقی می‌ماند؟

خبر NEWS

وضعیت در شرایط امن فرق دارد

رئیس‌جمهور گفته وعده‌های خود در مورد اینترنت را فراموش نکرده و در شرایط امن، وضعیت اینترنت متفاوت خواهد بود. او گفته در کشورهای دیگر هم با ناامنی اینترنت قطع می‌شود.

لغو نمایشگاه تلکام

نمایشگاه بین‌المللی تلکام و پدافند غیرعامل که قرار بود دی‌ماه برگزار شود، لغو شد. دلیل اصلی لغو، استقبال‌نشدن از آن از سوی اپراتورهای ارتباطی سندیکای شرکت مخابرات اعلام شده است.

فرصت ۱۰ روزه متا

مرکز ملی فضای مجازی در نامه‌ای به شرکت متا به‌علت بسترسازی برای اغتشاشات، از متا خواسته ۱۰ روزه نماینده خود در ایران را معرفی کند!

استعفای جوانمردی

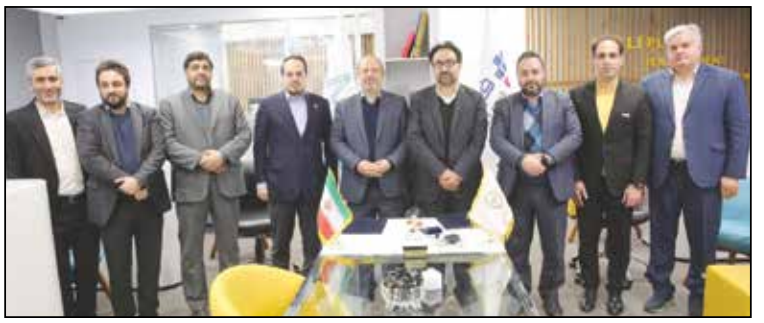
شهاب جوانمردی، مدیرعامل فناپ از عضویت در کمیسیون تنظیم مقررات استعفا داد و وزیر ارتباطات نیز پذیرفت.

همکاری فینوداد و راهبرد هوشمند مدیریت ثروت ستارگان

تفاهم برای هم‌سرمایه‌گذاری

در این رویداد ضمن بازدید حضار از شعبه ملی پلاس بانک ملی ایران و امکانات موجود در آن این تفاهم‌نامه با حضور علیرضا ماهیار، عضو هیئت عامل و معاون فناوری اطلاعات و شبکه ارتباطات بانک ملی ایران؛ سیدامیرحسین شبیری، مدیرعامل فینوداد؛ محمدمهدی جهان‌بزرگی، رئیس هیئت‌مدیره فینوداد؛ حمید نصیری، مدیرعامل مدیریت ثروت ستارگان و سیدصابر امامی، مدیرعامل شرکت عصرامین کارآفرین در شعبه ملی پلاس فخر رازی بانک ملی ایران به امضا رسید.

محورهای این تفاهم‌نامه شامل هم‌سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک و سایر حوزه‌های فناورانه، برگزاری رویدادهای Reverse Pitch، نشست‌ها، سمینارها، معرفی تیم‌ها به‌منظور سرمایه‌گذاری، همکاری در تأمین زیرساخت، منتورها، مشاوران، داوران، استفاده از فضا و امکانات و پوشش خبری طرفین بود.



نگرانی شاپرک از چیست؟

شاپرک انتقال وجه داخل پرداخت یاری‌ها را ممنوع اعلام کرد

مدیرعامل شاپرک در نامه‌ای با موضوع «ابلاغ بانک مرکزی در خصوص انتقال وجوه داخل پرداخت‌یاری»، انتقال وجه درون پرداخت‌یاری را ممنوع اعلام کرد. کاظم دهقان، مدیرعامل شاپرک در نامه مورخ ۱۴ آذر ۱۴۰۱ خطاب به پرداخت‌یارها نوشت: «پیرو ابلاغیه مورخ ۹ آذر بانک مرکزی مبنی بر ممنوعیت انتقال وجه درون پرداخت‌یاری و حسب گزارش‌های واصله و بررسی‌های شرکت شاپرک، مشخص شده برخی از پرداخت‌یارها ضمن عدم تسویه وجوه دریافتی از مشتریان با پذیرندگان پشتیبانی‌شده در چارچوب پرداخت‌یاری، نسبت به نگهداری وجوه موصوف در قالب کیف پول درون پرداخت‌یاری اقدام کرده و امکان انتقال وجوه مذکور از کیف پول یک مشتری به کیف پول مشتری دیگر نزد همان پرداخت‌یار یا سایر پرداخت‌یارها را فراهم کرده‌اند. اما بر اساس ابلاغیه بانک مرکزی، این عملیات و عملیاتی که امکان ارائه انتقال وجوه میان پذیرندگان داخل یک پرداخت‌یار با پذیرندگان سایر پرداخت‌یارها را فراهم کند، غیرمجاز و ممنوع است.»

دهقان با تأکید بر ممنوعیت ارائه خدمات کیف پول خارج از ضوابط صدور کیف الکترونیک پول، اعلام کرد که فعالیت‌های مرتبط با موضوع در اسرع وقت غیرفعال و نتیجه به شاپرک اعلام شود. در این ابلاغیه اما یک نکته حائز اهمیت وجود دارد که نشان از نگرانی شاپرک از ایجاد یک شبکه تسویه و پرداخت در خارج از شبکه شتاب و شاپرک دارد. شاپرک مدعی شده پرداخت‌یارها در حال تسویه وجوه خارج از شبکه بانکی هستند و سیستمی را درون خود ایجاد کرده‌اند که می‌توانند خارج از شبکه مرسوم و سنتی بانکی تسویه وجوه را انجام دهند. تأکید شاپرک بر ایجاد کیف پول را می‌توان نکته انحرافی این ابلاغیه دانست، زیرا هیچ کیف پولی در این مسیر شکل نمی‌گیرد و بحث و بررسی در این مسیر چندان قابل توجه نیست و تنها نگرانی شاپرک، ایجاد یک مسیر مالی جدید خارج از محدوده شتاب و شاپرکی است که تشکیل شده تا همه تراکنش‌ها در این مسیر انجام شود و هیچ رسوب پولی داخل پرداخت‌یاری‌ها در هیچ یک از حساب‌های این شرکت‌ها شکل نگیرد.

ادامه از صفحه ۵

ریزش ۲۹ درصدی استخدام‌ها

تقاضا برای چه مشاغلی کم شده است؟

اختلال و قطعی اینترنت علاوه بر کاهش استخدام، روی تعدیل نیرو و توقف استخدام در برخی حوزه‌ها نیز تأثیر بیشتری گذاشته است. طی مدت اخیر گزارش‌های مختلفی منتشر شده که نشان می‌دهد تنها فیلتر اینستاگرام باعث تعدیل نیرو در بخش‌های دیجیتال مارکتینگ و تبلیغات شده است.

گزارش ایران‌تلنت نیز نشان می‌دهد که محدودیت‌های اخیر اینترنت روی تعدیل نیرو و کاهش استخدام در حوزه تبلیغات و بازاریابی تأثیرگذار بوده است. آسیه حاتمی در این زمینه توضیح می‌دهد: «محدودیت اینترنت حداقل کاهش تقاضای استخدام را در شغل‌های مربوط به تحقیق‌وتوسعه با ۱۱ درصد داشته است. حداکثر تقاضای استخدام هم مربوط به شغل‌های طراحی گرافیک است که در این زمینه کاهش تقاضای ۴۳ درصدی اتفاق افتاده است. همچنین در زمینه تبلیغات و بازاریابی ۲۹ درصد و برنامه‌نویسی ۲۱ درصد کاهش تقاضای استخدام رخ داده است.»

اما چرا در شرایط ناپایدار این روزها شرکت‌ها در اولین گام برای عبور از بحران به سراغ تعدیل نیروی انسانی و توقف استخدام جدید می‌روند. حاتمی در پاسخ به این سؤال گفت: «هر زمان که شرایط عدم اطمینان به وجود می‌آید، شرکت‌ها رفتارهای خاصی از خود نشان می‌دهند. در مورد محدودیت‌های بیش از دو ماه اینترنت هم دقیقاً همین اتفاق رخ داده است. شرکت‌ها چون می‌بینند که به‌دنبال محدودیت اینترنت امکان توسعه و تغییری را ندارند، برای اینکه بتوانند هزینه خود را کنترل کنند، یا دست به تعدیل نیرو می‌زنند یا نیروی جدیدی استخدام نمی‌کنند.»

به گفته حاتمی در اتفاق‌های اخیری که کشور با آن روبه‌رو بوده، ۹ درصد شرکت‌ها به سمت تعدیل نیرو رفته و ۱۴ درصد نیز استخدام جدید را متوقف کرده‌اند. همچنین ۲۴ درصد شرکت‌ها روی این موضوع بازبینی انجام داده‌اند که به فعالیت خود ادامه دهند یا خیر؟ از سوی دیگر نیز ۳۲ درصد به‌دنبال راهکارهای جایگزین قطعی اینترنت رفته‌اند.

صنعت استریم فقط گنجایش سه بازیگر را دارد!

جیسون کیلار، فعال رسانه‌ای و مدیرعامل سابق وارنر مدیا از پیش‌بینی خود برای آینده صنعت پخش ویدئوی آنلاین گفته است؛ با معیار او فقط شرکت‌هایی که بتوانند به ۳۰۰ میلیون مشترک برسند، در این بازار باقی خواهند ماند

«جیسون کیلار»، مدیرعامل سابق وارنر مدیا اخیراً برای وال‌استریت ژورنال مقاله‌ای نوشته و در آن اظهار داشته که بازار و دنیای پخش آنلاین ویدئو برای تمامی شرکت‌ها جا ندارد و احتمالاً فقط سه شرکت رسانه‌ای بین‌المللی بتوانند در این فضا باقی بمانند. به گفته او شرکت‌های آمازون و اپل بدون حتی تحمل کوچک‌ترین آسیبی از جنگ بین شرکت‌های بزرگ در این حوزه جان سالم به در خواهند برد.

کیلار در این مقاله که دوشنبه پنجم دسامبر منتشر شد، می‌نویسد: «بازارهای دیجیتال هزینه‌های ثابت بالا و هزینه‌های متغیر پایینی دارند. این بازار خواه‌ناخواه فقط بازیگران انگشت‌شماری را در خود می‌پذیرد. این قضیه در مورد دنیای سرگرمی هم صدق می‌کند.»

در سناریوی کیلار، به احتمال زیاد فقط سه شرکت بزرگ و بین‌المللی می‌توانند به مقیاس مورد نظر دست یابند. شرکت‌ها باید حداقل ۳۰۰ میلیون اشتراک در سراسر جهان داشته باشند و از هر مشترک حدود ۱۵ دلار به‌صورت ماهانه درآمد داشته باشند تا بتوانند جریان‌های نقدی ایجاد کنند. در بین شرکت‌های فناوری و سرگرمی بزرگ، آمازون و اپل این ویژگی‌ها را دارند و می‌توانند بقای خود را در این بازار تضمین کنند.

به نظر می‌رسد اغلب شرکت‌های رسانه‌ای در قسمت پخش آنلاین ویدئو ضررهای میلیاردی می‌دهند. به‌طور مثال، دیزنی گزارش داد که در سه ماه اخیر بخش پخش مستقیم آن ۱٫۵ میلیارد دلار از دست داده است. دیزنی احتمال می‌دهد زیان شرکت در سال ۲۰۲۳ بیشتر هم باشد. البته کیلار معتقد است دیزنی با داشتن ۲۳۵ میلیون مشترک جهانی که ۱۶۴ میلیون آن متعلق به دیزنی‌پلاس است، موقعیت خوبی برای بقا در این فضا دارد.

کیلار نیز همین نظر را در مورد نتفلیکس دارد. با وجود اینکه نتفلیکس سال سختی را از سر گذراند و در چهار ماه اول سال تعداد زیادی از مشترکان خود را از دست داد، اما در حال تلاش برای مقابله با روند کند رشد شرکت است، ولی از نظر کیلار سایر شرکت‌ها در مقایسه با دیزنی، نتفلیکس، آمازون و اپل عقب‌تر هستند؛ چنانچه پارامونت‌پلاس از پارامونت‌گلوبال تا پایان سه‌ماهه سوم سال فقط ۴۶ میلیون مشترک داشت.

«جف شل»، مدیرعامل ان‌بی‌سی‌یو یونیورسال، دیگر شرکت رسانه‌ای آمریکایی نیز در اوایل ماه دسامبر اعلام کرد که سرویس پیکاک این شرکت فقط از ۱۸ میلیون نفر حق اشتراک دریافت می‌کند. برادران وارنر دیسکاوری نیز در جدیدترین گزارش درآمد خود اظهار داشت HBO، HBO Max و Discovery+ در مجموع ۹۲ میلیون مشترک دارند.

به همین دلیل کیلار در مقاله خود پیش‌بینی می‌کند که در این صنعت طی دو، سه سال آینده شاهد دو، سه ادغام در شرکت‌های بزرگ خواهیم بود. در همین راستا فعالان صنعت سرگرمی پیش‌بینی می‌کنند اگر دیزنی سهام کامکست در شرکت هولو (Hulu)را تا سال ۲۰۲۴ بخرد، دیزنی‌پلاس و این شرکت ادغام خواهند شد.

«باب چاپک»، مدیرعامل سابق دیزنی که ماه گذشته برکنار شد، در ماه سپتامبر سال جاری گفته بود که به محض عقد قرارداد سهام کامکست، قصد دارد دیزنی‌پلاس و هولو را ادغام کند. لازم به ذکر است شرکت برادران وارنر دیسکاوری هم قصد دارد سال آینده Discovery+ و HBO Max را با هم ادغام کند.

در این صنعت طی دو، سه سال آینده شاهد دو، سه ادغام در شرکت‌های بزرگ خواهیم بود. در همین راستا فعالان صنعت سرگرمی پیش‌بینی می‌کنند اگر دیزنی سهام کامکست در شرکت هولو (Hulu) را تا سال ۲۰۲۴ بخرد، دیزنی‌پلاس و این شرکت ادغام خواهند شد

راضیه مینایی
Raziyeh.minaei995@gmail.com

معجزه زنان برای زنان

چرا برای بهبود کارآفرینی زنان و تنوع بخشی به کمیت و کیفیت کسب‌وکارهایی که زنان بنیان می‌گذارند، در کنار عبور از موانعی که برایمان ساخته‌اند به تغییر نگرش خود زنان هم نیاز داریم

شماره ۷۷
۲۰ آذر ۱۴۰۱
سال دوم

بیش از ۱۰ سال است در اکوسیستمی که این روزها با نام استارتاپی، نوآوری، دیجیتال، دانش‌بنیان یا آنلاین خوانده می‌شود، در حال کار و زندگی هستم. من همیشه تلاش کرده‌ام این فضا را قبل از هر چیزی یک فضای کسب‌وکاری ببینم و بعد به آن تبصره‌های جنسیتی اضافه کنم، اما چیزی که در این یک دهه که بر ما رفته، دیده‌ام، بیش از تبعیض و شکاف و نابرابری جنسیتی، محصول فرهنگ و نگاهی است که هم در جبهه زنان و هم پررنگ‌تر و غلیظ‌تر نزد سیاست‌گذاران حاکمیتی و البته دیگر بازیگران این اکوسیستم به‌شدت جاری و ساری است.

از این رو وقتی درباره زنان بنیان‌گذار در این اکوسیستم صحبت به میان می‌آید، بیش از آسیب‌شناسی چرایی موقعیت امروز آنها و واکاوی دلایل شکست‌ها و نرسیدن‌ها و ناامیدی‌ها می‌توان از این نگاه و رویکرد صحبت کرد، اما تلاش خواهم کرد در این یادداشت بیش از حرف‌زدن از گذشته، درباره آینده بگویم و فرصت‌هایی که شاید بتوانیم برای زنان کارآفرین بسازیم؛ البته با درس‌گرفتن از خطاهای گذشته و دل‌بستن به تعدیل نگاه سیاست‌گذار و گشایش در کلیت این زیست‌بوم که این روزها، شرایط مناسبی ندارد.

مینا والی
مدیرعامل راه‌کار
@mina_vali

حتی ناامیدی هم دلیل خوبی برای داشتن نگاه کوتاه‌مدت نیست

نوشتن درباره آینده در روزهایی که هیچ چشم‌انداز روشنی درباره آینده نداریم، کار سختی است. من هم این روزها به‌شدت نگران آینده ایرانم و به‌سختی می‌توانم نور امیدی ببینم. این چند روز تماشای فیلم سینمایی «آرژانتین ۱۹۸۵» درمانی موقتی برای حال این روزهایم بود؛ فیلمی که قطعه‌ای از تاریخ معاصر آرژانتین و تلاش‌های دادستانی برای محکوم‌کردن نظامیانی که در «جنگ کثیف» دست داشتند را روایت می‌کند. مرور آنچه بر سر ۸۰۰ شاهد این محاکمه بزرگ آمده بود و نگاهی به امروز آرژانتین، کمک می‌کند کمی از بالا و با چشم‌اندازی وسیع‌تر حوادث این روزهای ایران را هضم کنیم.

نگاهی از بالا به آنچه رخ می‌دهد، همان چیزی است که این روزها فعالان کارآفرین به آن نیاز دارند. نگاه کوتاه‌مدت ما را در گردابی گرفتار می‌کند که نمی‌دانیم مقصدش کجاست. ما محکومیم به ادامه‌دادن و حتی اگر در هر قدمی که برمی‌داریم تکه‌ای از وجودمان کنده شود، چاره‌ای جز طی مسیر و نگاه به جلو نداریم. تماشای مطالبه‌گری زنان این روزها الهام‌بخش ماست. در بزنگاه‌های تاریخی زنان عامل تغییرات عمیقی بوده‌اند و امید دارم این مطالبه‌گری در نهایت به تحولی جدی در شرایط زنان در ابعاد گوناگون منجر شود.

اگر بخواهیم از بعد زنان کارآفرین به تحولات اخیر بنگریم، نمی‌توان میزان خسارتی را که به کسب‌وکارها و کسب‌وکار زنان وارد شد، نادیده بگیریم. عده‌ای حساب کرده‌اند با فیلترینگ اینستاگرام و واتس‌اپ چقدر به اقتصاد دیجیتال کشور آسیب رسیده است. قصد ندارم در این یادداشت این شکایت‌ها را ادامه دهم. بهتر است کمی از بالا به موضوع نگاه کنیم و دچار نگاه کوتاه‌مدت نشویم.

> در کنار حاکمیت، موانع درونی و بیرونی هم اغلب به زنان اجازه نمی‌دهد آنها جسارت ابراز خود در میان سایرین را پیدا کنند

نگاه به زنان و نگاه جامعه به زنان باید تغییر کند

چه ما در ایران به اینستاگرام دسترسی داشته باشیم، چه نه، چالش‌های جدی‌ای در حوزه زنان داریم که به بود و نبود یک اپلیکیشن گره نخورده‌اند و زخم‌های عمیق‌تری هستند که عمری چندصدساله دارند. آنچه بیش از همه اجازه نمی‌دهد زنان در ایران به اندازه قابل قبولی کارآفرین باشند و کارآفرین بمانند، فقر فرهنگی ماست. چالش‌های کارآفرینی زنان از نگاه آنها را می‌توانیم به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم کنیم. هر دو این چالش‌ها به‌شدت عمیق هستند و با گوشت و پوست و استخوان ما یکی شده‌اند. شیوه نگاه یک زن به خودش و شیوه نگاه و انتظار جامعه ایران از او شدیداً در آینده حرفه‌ای او مؤثر است. آن‌قدر که زنان با بهترین درجات علمی و مهارتی اما محروم از نگاهی مثبت درباره خود، کاری نمی‌توانند از پیش ببرند و هرگز جسارت راه‌اندازی و مدیریت یک کسب‌وکار را نخواهند داشت.

بنابراین تولید و تقویت زنان کارآفرین در کشور ما آن‌قدر به کار ریشه‌ای نیاز دارد که در کمتر از ۱۰، ۲۰ سال آینده نتیجه کار را نمی‌توانیم ببینیم. در این میان نه‌تنها به فعالیت‌هایی برای کاهش موانع درونی دختران از سنین پایین و در مدارس نیاز داریم، بلکه باید کمک کنیم موانع بیرونی که بیش از همه ذهنیت درباره توانایی زنان در مدیریت کسب‌وکار است، تغییر کند. البته تمامی اینها به زمانی طولانی نیاز دارند.

عواقب کنار کشیدن و خالی کردن عرصه

متأسفانه بیشتر زنان کارآفرین و صاحب دیدگاه ما از مواجهه با چالش‌های جدید کنار می‌کشند. موانع درونی و بیرونی زنان اغلب اجازه نمی‌دهد آنها جسارت ابراز خود در میان سایرین را پیدا کنند. وقتی یکی پس از دیگری کنار می‌کشیم، این فرصت را از سایر زنان برای ابراز خود خواهیم گرفت، در حالی که عکس این امر می‌تواند اتفاق بیفتد.

بارها دیده‌ام که وقتی از میان گزینه‌های موجود زن و مرد برای حضور در مقابل چشم‌های دیگران؛ چه در رویدادها و چه در رسانه‌ها دعوت کرده‌ایم، زنان کمی پاسخ مثبت داده‌اند و بیشتر زنان خود را کنار کشیده‌اند. من این را به قدرت ریسک پایین زنان و اولویت‌های دیگر آنها ارتباط می‌دهم. مواجهه و ابراز عقیده در میان جمع، ریسک است؛ چراکه با دست خود اجازه قضاوت دیگران درباره خود را داده‌ایم.

قطعاً باید از حاکمیت توقع داشت برای از میان برداشتن موانع گوناگون کارآفرینی زنان کاری کند؛ زیرا همان‌طور که گفتم، این کاری ریشه‌ای است که وزارتخانه‌ها و نهادهای گوناگون در آن دخیل‌اند. اما به نظر می‌آید در حال حاضر چنین هدفی اولویت این دستگاه‌ها نباشد و در این شرایط فکر می‌کنم بیش از همه خود زنان می‌توانند برای بهبود شرایط کاری کنند. نباید در انتظار معجزه‌ای برای بهبود شرایط کارآفرینی زنان به دست سایرین باشیم. معجزه درون ماست. با نگاهی بلندمدت و گرفتار نشدن در گرداب اکنون باید راه نجات را پیدا کرد.

فضای کسب‌وکار خصوصی فراجنسیتی شده اما...

آسیب‌های تخریب نقش کارآفرینی زنان

پشتوانه، یکی از مهم‌ترین عوامل فعالیت زنان است. هر جا این عامل کمرنگ باشد یا نقش آن برای یک زن مهم باشد، ممکن است هر دوی اینها به عامل بازدارنده تبدیل شود. این پشتوانه‌ها هم می‌تواند مادی یا معنوی و از جنس همراهی خانواده باشد. این یک مسئله فردی است و اگر از دوران کودکی روی آن کار شود، تأثیر زیادی در سال‌های بعد خواهد داشت.

به غیر از این عامل به نظرم هیچ مانعی بر سر راه زنان نبوده و اصلاً جنسیت اهمیتی ندارد. ما به واسطه شبکه‌های اجتماعی رشد روحیه کارآفرینی را در زنان دیدیم. امروز کسانی که اصرار بر بستن این فضاها دارند، شاید درک درستی از آنچه در حال وقوع است، ندارند. فارغ از جنسیت، امروز در دنیا، فضای دیجیتال حرف اول را می‌زند و کسب‌وکارها حول آن شکل می‌گیرند. این فضا تا حد زیادی به زنان کمک کرد تا از پتانسیل‌های کارآفرینی خود استفاده کنند. تخریب نقش کارآفرینی زنان بسیار آسیب‌زاست. نبود یک تشکل صنفی باعث شد در ادامه آمارهایی که منتشر شده، مطالبه‌ای شکل نگیرد و این آمارها صرفاً به‌عنوان یک داده عمومی مصرف شد. حضور زنان چه در سطوح کلان و چه در فعالیت‌هایی مانند اقتصاد، نشان‌دهنده بلوغ یک جامعه است؛ اینکه این جامعه به تعادل رسیده است.

بهاره شریفیون
مدیرعامل بیمه دات کام
Info
@karangweekly.ir

به نظرم فضای کسب‌وکار خصوصی تا حد زیادی فراجنسیتی شده و گاهی می‌بینیم که آقایان دغدغه بیشتری نسبت به حقوق خانم‌ها دارند. خود من تاکنون موقعیتی را تجربه نکرده‌ام که به واسطه جنسیتم تحت فشار یا محدودیت قرار گرفته باشم.

زنان بنیان‌گذار

مهم‌ترین موانع زنان برای نقش‌آفرینی به‌عنوان صاحب کسب‌وکار در ۱۰ سال گذشته چه بوده؟ مؤلفه‌های بازدارنده این فضا کدام‌اند و چطور می‌توان بخشی از مطالبات زنان را در اکوسیستم نوآوری کشور محقق کرد؟

حضور و مشارکت زنان در بخش‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... همواره نشان‌دهنده بلوغ یک جامعه است. این مسئله در جوامع پیشرفته و در حال توسعه به‌عنوان یکی از شاخصه‌های کلیدی قلمداد می‌شود. فعالیت‌های اقتصادی زنان در قالب کارآفرینی از جنبه‌های مختلف قابل بررسی است. همچنین نقش‌آفرینی زنان در جایگاه‌هایی که از موفقیت‌های گوناگون برخوردار بوده و پیرنگ داستان‌های موفقیت است، می‌تواند الگوهای مؤثری در چشم‌انداز کلی زیست زنان یک جامعه به‌شمار رود. اما حضور زنان کارآفرین در یک دهه گذشته که آن را دهه کارآفرینی و استارتاپی می‌دانیم، جز در مواردی اندک، نتوانسته این الگوها را بازتولید یا به‌درستی معرفی کند. عوامل و موانع متعددی نیز همواره پیش پای زنان وجود داشته که شروع کردن را به فردا و فرداهایی دیگر موکول کرده است. البته نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری مشاغل خانگی با محوریت زنان نباید نادیده گرفته شود و آسیب‌هایی که امروز متوجه این جامعه فعال اقتصادی به دلیل محدودیت‌های این فضا شده است، زوایای آشکار و پنهان زیادی دارد. به همین بهانه در این گزارش ویژه کارنگ به سراغ چند چهره زن فعال در اکوسیستم کسب‌وکارهای نوآوری و آنلاین رفتیم و درباره مهم‌ترین عوامل بازدارنده زنان برای کنش‌گری در اکوسیستم اقتصاد دیجیتال، لزوم احیای این نقش و سازوکارهای تقویت حضور این قشر در اقتصاد نوآوری، از آنها پرسش کرده‌ایم.

KARANG کارنگ

گزارش ویژه
SPECIAL REPORT

شماره ۷۷
۲۰ آذر ۱۴۰۱
سال دوم

به عقب برنگردیم!

من فکر می‌کنم از نیمه دوم دهه ۹۰ شمسی تعداد زنان بنیان‌گذار، رشد قابل توجهی داشته است و همان‌طور که در گفت‌وگوهای پیشین اشاره کرده‌ام، نقش پلتفرم اینستاگرام و سهولت ارائه کالا و خدمات در آن برای زنان غیرقابل انکار است؛ فروشگاهی مجازی بدون مشکلات فروشگاه‌های واقعی با بی‌شمار شعبه. چرا نباید از آن استفاده کرد؟

به نظر من ترس و نداشتن اعتمادبه‌نفس کافی از دلایلی است که زنان کمتر به بنیان‌گذاری یک کسب‌وکار می‌اندیشند. احتمالاً نگران‌اند اگر موفق نشوند یا شکست بخورند، فشار خانواده و جامعه روی آنها زیاد شود.

نگار حسینی
بنیان‌گذار بلانش
Info
@karangweekly.ir

البته مسئولیت‌های داخل خانه زنان هم مزید بر علت است.

بنیان‌گذار بودن یعنی مسئولیت صفر تا صد و برای زنانی که مسئولیت اداره خانه و احتمالاً مراقبت از فرزندان را بر عهده دارند، قبول مسئولیت کسب‌وکار شخصی کار دشواری است. برای کسب‌وکاری شبیه ما (بلانش) که به‌هرحال طی این هفت سال شناخته شده بود و تعداد مشتریان وفادار آن قابل توجه است، فیلتر اینستاگرام و کندی اینترنت فروش را به کمتر از ۲۵ درصد کاهش داد.

قطعاً کسب‌وکارهای کوچک‌تر یا جوان‌تر بیش از اینها آسیب دیده‌اند یا حتی از بین رفته‌اند. ما هم در بلانش مشکلاتی داشته‌ایم؛ مشکلات عمومی همه بنیان‌گذاران و تولیدکنندگان به‌علاوه نگاهی که کماکان به حضور زن کارآفرین در جامعه از سمت حاکمیت وجود دارد. تأثیر حضور زنان در حوزه‌های کسب‌وکار و نقش‌آفرینی به‌عنوان کارآفرین، موجب ایجاد انگیزه و دلگرمی برای باقی زنان می‌شود و فضای کسب‌وکار را از شکل مردانه و قواعد مردانه به سمت تعادل می‌برد و قدرت چانه‌زنی زنان در قانون‌گذاری را افزایش می‌دهد.

نسیم توکل
رئیس هیئت‌مدیره عرش‌گستر و مدیرعامل قطعه آزمون

زنان صدای زنان باشند

بزرگ‌ترین دلیل اینکه زنان، با وجود داشتن ایده و مهارت و تخصص، خودشان به فکر راه‌اندازی کسب‌وکار نمی‌افتند، نداشتن چشم‌انداز فردی است. بسیاری از خانم‌ها حتی به این مسئله هم فکر نمی‌کنند، چه برسد به اینکه بخواهند قدمی در این راستا بردارند. حتی خانم‌هایی که در کسب‌وکارها مشغول به کار هستند، گاهی به این مسئله فکر نمی‌کنند که مثلاً در یک چشم‌انداز سه‌ساله مدیر دپارتمان خودشان شوند. این مشکل فرهنگی و نظام آموزشی ماست که چنین چشم‌اندازی را در زنان نهادینه نکرده است. دلیل دیگر نقش‌آفرینی چندگانه زنان است که این هم به‌دلیل فرهنگ ما که برای زنان به‌صورت پیش‌فرض نقش‌های مادر و همسر را در نظر می‌گیرد، فرصت محدودتری را برای زنان ایجاد می‌کند. ایجاد تعادل بین چنین نقش‌هایی با نقش یک مدیر کسب‌وکار امر دشواری است. به همین دلیل حتی در کسب‌وکارهای خانوادگی هم می‌بینیم که زنان به‌عنوان نفر دوم و سوم نقش‌آفرینی می‌کنند؛ چراکه می‌خواهند نقش‌های دیگر را نیز ایفا کنند. مورد بعدی این است که بسیاری از زنان کمتر به برند شخصی می‌پردازند. ممکن است زنان کارآفرین بسیاری وجود داشته باشند، اما من و شما آنها را نشناسیم. شبکه‌سازی یکی از نقاط ضعف بانوان کارآفرین است. به‌هرحال ما در عصر تحول دیجیتال به سر می‌بریم و ابزارهای ایجاد برند شخصی نسبت به قبل بیشتر در دسترس است.

ضعف در روابط عمومی، عدم مشارکت در رویدادها و دوری از نهادهای مدنی خودبه‌خود زنان را به حاشیه می‌برد.

مشکل دیگر که خود من هم آن را لمس کرده‌ام، درباره جذب سرمایه است. خانم‌ها هم برای راه‌اندازی کسب‌وکار به سرمایه نیاز دارند، اما راه جذب سرمایه برای خانم‌ها به‌مراتب نسبت به آقایان سخت‌تر است.

اگر آقایان برای جلب اعتماد سرمایه‌گذار به نمره ۱۰ نیاز دارند، خانم‌ها باید مثبت ۲۰ تلاش کنند تا این اعتماد را فراهم آورند. هرچند اعتقاد دارم در نهایت هم جنسیت مانع جلب اعتماد نخواهد شد، اما صحبت من درباره مسیر ایجاد این اعتماد است. این مسئله را با تمام وجود طی این سال‌ها تجربه کرده‌ام. این مسیر به روحیه جنگنده نیاز دارد و ممکن است بسیاری از خانم‌ها، این روحیه را نداشته باشند.

در عصر تحول دیجیتال، تعریف سفر مشتری عوض شده است. بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام با هدف شبکه‌سازی و آشنایی مشتریان با محصول است که ما می‌بینیم به واسطه سهولت، نفوذ و استقبال عمومی از این فضا، به جایی برای تجارت تبدیل شده است.

محدودیت‌های این شبکه‌ها به معنای نابودی این کسب‌وکارهاست و عمق فاجعه آن‌قدر بالاست که مسئولان آمارهایی را نیز که توسط نهادهای صنفی منتشر شده، باور نمی‌کنند. اصلاً ماهیت این فضا را درک نکرده‌اند و نمی‌توانند تصور کنند که یک خانم در مناطق محروم، مشتری از سوئد دارد و برایش لباس سوزن‌دوزی‌شده بلوچ می‌فرستد. محدودیت این فضا یعنی از بین بردن فضایی که عادلانه، فرصت‌های برابری را برای همه ایجاد کرده و در ادامه آن از بین بردن نقش زنانی که صاحبان این کسب‌وکارها بودند.

احیای این نقش هم کار ساده‌ای نیست و باید از طریق انجمن‌ها و نهادهای مدنی انجام شود، اما متأسفانه می‌بینیم که این نهادها هم منفعل هستند.

زنان صدای خودشان هم نشدند و منتظرند دیگران کاری برایشان انجام دهند. جدا از این مسائل، حاکمیت به حضور فعال زنان در اقتصاد محتاج است، زیرا نیمی از جمعیت کشور را زنان تشکیل می‌دهند. بیش از اینکه زنان به شغل و کارآفرینی نیاز داشته باشند، جامعه و حاکمیت است که به این جریان نیاز دارد. نادیده‌گرفتن نیمی از جمعیت کشور و جلوگیری از مشارکت آنها در اقتصاد به ضرر کیست؟ برای رشد اقتصادی پایدار به نیروی کار و فعالیت اقتصادی نیاز داریم، اما قضیه برعکس شده و جالب اینجاست که به جای حاکمیت این خانم‌ها هستند که باید دست‌وپا بزنند تا فعالیت اقتصادی داشته باشند.

عباس عینعلی
abbas.einali
@gmail.com

نازنین دانشور
هم‌بنیان‌گذار تخفیفان

زنان کسب‌وکاری؛ دغدغه کسی نیستند!

فضای فرهنگی کشور، جسارت را در زنان تقویت نمی‌کند و ترجیح می‌دهد که فضای محافظه‌کاری را حفظ کند. زنان هم ترجیح می‌دهند با جذب در سازمان‌ها از فضای ریسک و تلاطم فاصله بگیرند. این مسئله به کاهش اعتمادبه‌نفس و جسارت خطر کردن منجر می‌شود. مسئله بعد، نبود مدل‌های نقش‌آفرینی به اندازه کافی است. مسئله بعد که در ایران بیش از نقاط

آی‌تیکت هم به جمع بلیت‌فروش‌های سینمایی اضافه شد

ورود یک بازیگر جدید

سامانه بلیت‌فروشی «آی‌تیکت» برای توسعه مراکز بلیت‌فروشی سینمای ایران، با همکاری مؤسسه سینما شهر به‌عنوان بازوی توسعه فنی و زیرساخت سازمان سینمایی کشور راه‌اندازی شد. در این مراسم اعلام شد با وجود رشد استارتاپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه‌های مختلف، در صنعت سینما، فعالیت این کسب‌وکارها و حضور سوپراپلیکیشن‌ها در این صنعت خالی است. آرزو وصله‌چی، مدیرعامل سامانه آی‌تیکت در مراسم رونمایی از این سامانه گفت: «بازار اکران فیلم‌ها در ایران، آنچنان که مورد انتظار است، هنوز روزآمد نشده و جای خالی سوپراپلیکیشن‌ها و دانش‌بنیان‌های حوزه آی‌تی در صنعت سینما و بازار اکران و بلیت‌فروشی به‌شدت احساس می‌شود. به همین دلیل ما در آی‌تیکت به‌عنوان یک شرکت و محصول مبتنی بر فناوری اطلاعات، ایجاد پل و ارتباط میان این حوزه از سینما و استارتاپ‌ها و دیگر شرکت‌های حوزه آی‌تی را هدف و رسالت خود می‌دانیم.» در ادامه این مراسم، هاشم میرزاخانی، رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل مؤسسه سینما شهر گفت: «به‌دنبال تعامل صنعت سینما با آی‌تی هستیم و با تفاهم ایجادشده با اپلیکیشن‌هایی که بیش از ۱۵۰ میلیون نفر نصب دارند، فرصت مناسبی برای جذب مخاطب به سینما به وجود خواهد آمد.» آن‌طور که او توضیح داد «آی‌تیکت» نیز بستری برای این اتفاق است. بر اساس اعلام او در حال حاضر تنها سه سامانه فعال برای بلیت‌فروشی سینمای ایران وجود دارد، در حالی که باید این امکان توسعه یافته و در دسترس عموم سامانه‌های حرفه‌ای قرار گیرد.

عواقب یک شکست

آینده مبهم مسابقات اورواچ لیگ شرکت اکتیویژن بلیزارد که فروش این شرکت به مایکروسافت را تحت‌الشعاع خود قرار داده است

«بابی کوتیک»، مدیرعامل اکتیویژن بلیزارد در سال ۲۰۱۶ در رویداد سالانه این شرکت از بازی‌های ویدئویی ورزشی خود رونمایی کرد. در آن رویداد تعداد انگشت‌شماری از میلیاردرهای کسب‌وکارهای ورزشی و فعالان حوزه تجارت بازی‌های ویدئویی رقابتی یا ورزش‌های الکترونیکی حضور داشتند. آنجا بود که ایده راه‌اندازی لیگی برای رقابت تیم‌ها مطرح شد. این تیم بعدها اورواچ لیگ نام گرفت.

این لیگ آنلاین شبیه لیگ‌های سنتی بوده و طرفداران می‌توانند مسابقات زنده آنلاین را از مانیتورهای بزرگ در میادین شهر تماشا کنند. طرفداران حتی می‌توانند تی‌شرتی با لوگوی تیم مورد علاقه‌شان بپوشند و در خیابان شادی کنند. در آن زمان، بسیاری از کسب‌وکارها مشتاق بودند که وارد ورزش‌های الکترونیکی شوند، زیرا راهی برای جذب نسل جوانی بود که مانند نسل قبل علاقه چندانی به تماشای تلویزیون یا ورزش‌های سنتی نداشتند.

برای کوتیک که نزدیک به یک دهه هدایت اکتیویژن بلیزارد را بر عهده داشت، ورزش‌های الکترونیکی یکی از نقاط قوت چشم‌اندازش برای آینده شرکت بود. کوتیک می‌خواست اکتیویژن بلیزارد چیزی بزرگ‌تر از یک توسعه‌دهنده و ناشر بازی باشد و قصد داشت شرکتش را به یک غول رسانه‌ای تبدیل کند. اورواچ لیگ بزرگ‌ترین و گران‌ترین طرحی بود که تابه‌حال برای ورزش‌های الکترونیکی صورت گرفته بود. اما خیلی زود زیر بار جاه‌طلبی‌های کوتیک به شکست نزدیک شد. کوتیک هیچ‌گاه نپذیرفت که مدل کسب‌وکاری اورواچ لیگ مشکل دارد و همین مسیر اشتباه را ادامه داد.

اما این افتخارات فقط تا پنج فصل ادامه داشت. در این فصل اورواچ لیگ مانند پوست تخم‌مرغ شکننده شده است. هیچ اسپانسری برای فصل پنجم لیگ که از اوایل ماه می آغاز شد، وجود ندارد. پنج مدیر ارشد اکتیویژن بلیزارد از زمان شروع لیگ این شرکت را ترک کرده یا به بخش‌های دیگر منتقل شده‌اند و پخش و تولید رویداد به شخص ثالث واگذار شده است. به نظر می‌رسد کوتیک هم قصد دارد پس از نهایی‌شدن معامله مایکروسافت و اکتیویژن بلیزارد از سمت خود کناره‌گیری کند. لازم به ذکر است که مایکروسافت قصد دارد شرکت اکتیویژن بلیزارد را با مبلغ ۶۹ میلیارد دلار خریداری کند.

کارمندان سخت‌کوش در دفتر مرکزی توییتر می‌خوابند

اتاق‌خواب‌های توییتری!

بر اساس گزارش‌های خبرگزاری فوربس، ایلان ماسک، مدیرعامل جدید توییتر ناگهان تصمیم گرفته بخش‌هایی از دفتر مرکزی این شرکت را به اتاق‌خواب تبدیل کند. به نظر می‌رسد ماسک این اقدام را قبل از روز سه‌شنبه ششم دسامبر و حمایت از کارکنان سخت‌کوش انجام داده است؛ چنانچه روز سه‌شنبه وقتی کارمندان وارد شرکت شدند با تغییراتی باورنکردنی در دکوراسیون مواجه شدند. تخت‌خواب، پاتختی و صندلی‌های راحتی جای میزهای کار و وسایل اداری را گرفته بود!

به گفته ماسک برخی کارمندان به قدری به کار خود متعهد هستند که حاضر بودند شب‌ها در دفتر کاری خود بخوابند. به همین دلیل او به این فکر افتاده که تجهیزات لازم جهت رفاه و راحتی کارمندان را فراهم کند تا کارمندان بتوانند خواب خوبی در دفتر کاری خود داشته باشند. برخی از افرادی که از جزئیات این قضیه مطلع هستند، به فوربس گفتند که ماسک در هر طبقه چهار الی هشت اتاق‌خواب درست کرده که خوب و راحت به نظر می‌رسند.

بر اساس توییتی از «تد گلدبرگ»، سردبیر ارشد ایستگاه رادیویی عمومی سان‌فرانسیسکو، در حال حاضر دپارتمان بازرسی این مرکز در حال انجام تحقیقاتی در مورد طراحی جدید ساختمان توییتر است. یکی از نمایندگان بازرسی در این‌باره اظهار داشت: «دپارتمان بازرسی باید مطمئن شود که از این ساختمان در راستای اهداف و برنامه‌هایش استفاده می‌شود.»

عکس: نسیم اعتمادی

مگالب‌ها و آینده نوآوری در آزمایشگاه‌ها

گفت‌وگو با احسان علیزاده، مدیر کسب‌وکار کولایف که با ایجاد یک مگالب در تلاش است هزینه‌های آزمایشگاه‌ها را کاهش و کیفیت خدمات این بازار را افزایش دهد
او می‌گوید تحول در این صنعت تنها با پیوند زدن ظرفیت آزمایشگاه‌های کوچک با خدمات و تجهیزات به‌روز و مدرن برندهای بزرگ ممکن خواهد بود

سلامت بیش از هر شاخصه‌ای در زندگی افراد تأثیرگذار است. علوم و فناوری‌هایی که حول سلامت شکل گرفته‌اند سابقه‌ای طولانی دارد. یکی از این علوم، علوم آزمایشگاهی است که نقش کلیدی در تشخیص دارد. ایران هم یکی از باسابقه‌ترین کشورها در این علم است و مفاخر زیادی در این عرصه داشته است، اما به جز فناوری‌های دستگاه‌های آزمایشگاهی، کمتر شاهد نوآوری در فرایندهای این حوزه بوده‌ایم. «کولایف» نوعی نوآوری در عرضه خدمات آزمایشگاهی است. به سراغ احسان علیزاده، مدیر کسب‌وکار کولایف رفتیم و با او به گفت‌وگو نشستیم. او کارشناسی ارشد مکانیک و مدیریت کسب‌وکار دارد و تجربه مدیریت مرکز نوآوری در دانشگاه تهران، عضویت در هیئت‌مدیره در شرکت‌های صندوق بازنشستگی و مشاور مدیران عامل بخش خصوصی و شستا نیز در سوابق کاری او دیده می‌شود.

در مورد کولایف بگوید؛ چه سرویسی ارائه می‌دهید و مدل کسب‌وکارتان چیست؟

کولایف یک پلتفرم سلامت در حوزه تشخیص است که از ابتدای سال ۹۹ فعالیتش را آغاز کرده است. بیزینس‌مدل ما در کولایف کمتر در ایران اجرا شده و از این نظر می‌توانم بگویم منحصربه‌فرد است. برای اینکه بتوانم بهتر توضیح بدهم باید بین ایران و آلمان مقایسه‌ای انجام دهم. ایران و آلمان تقریباً از نظر جمعیت به هم نزدیک‌اند. در آلمان حدود ۳۵ برند آزمایشگاهی وجود دارد، ولی این عدد در ایران ۲۶۰۰ است، یعنی آزمایشگاه‌های کوچک به تعداد زیاد. در این کسب‌وکار مقیاس دارای اهمیت بسیاری است. با یک مثال دیگر می‌خواهم ظرفیت‌های بهره‌وری این مدل را توضیح دهم. یک نمونه ساده از آزمایش‌های رایج را در نظر بگیرید، مثلاً قند خون؛ اگر این آزمایش برای ۵۰ بار در آزمایشگاهی انجام شود، هزینه‌ای برابر ۲/۵۳ یورو خواهد داشت. این هزینه شامل مواد مصرفی دستگاه، کیت آزمایش و دستمزد پرسنل فنی است. اما اگر این آزمایش در آزمایشگاه برابر با پنج هزار نمونه در روز شود، هزینه آن می‌شود ۰/۲۰ یورو. این تفاوت به‌وضوح نمایانگر مقیاس‌پذیری این کسب‌وکار است و ایده اصلی کولایف هم از همین‌جا نشئت می‌گیرد. کولایف با هدف راه‌اندازی یک مگالب راه‌اندازی شد. به این شکل که با جمع‌آوری نمونه‌ها از آزمایشگاه‌های کوچک، بتوانیم هزینه تمام‌شده هر تست را پایین بیاوریم و بخشی از این سود را به آزمایشگاه‌ها پرداخت کنیم. با این رویکرد سرمایه‌گذاری خوبی در کولایف اتفاق افتاد که تمرکز این سرمایه‌گذاری روی تجهیزات آزمایشگاهی به‌روز و مدرن بود. امروز کولایف یکی از به‌روزترین و کامل‌ترین آزمایشگاه‌های ایران است. آزمایشگاه مرکزی سه حوزه فعالیت اصلی دارد که آزمایشگاه‌های کلینیکال، پاتولوژی و ژنتیک - مولوکولی است. در کولایف برای هر سه حوزه تجهیزات مربوطه خریداری و مستقر شده است که توانایی انجام تست در تعداد بالا را دارد. با توضیحاتی که دادم، مشخص می‌شود که مشتریان ما آزمایشگاه‌های طب تشخیص سراسر کشور هستند. البته این مدل B2B تنها مدل ما نیست. مدل B2C و B2G

عباس عین‌علی
abbas.einali@gmail.com

آیا فناوری‌های نوین خطر خودتشخیصی را زیاد می‌کند؟

نیمه پنهان هلث‌تک

اپلیکیشن‌های تشخیصی هوش مصنوعی در سال‌های اخیر محبوبیت زیادی پیدا کرده‌اند. این پلتفرم‌ها اغلب با یک متن سلب مسئولیت ارائه می‌شوند، مبنی بر اینکه آنها فقط برای ارائه اطلاعات بهداشتی و نه تشخیص قابل استفاده هستند.

فناوری تشخیصی در حال رواج است، به طوری که بسیاری از محصولات هوشمند مصرف‌کننده، مانند ساعت اپل اکنون قادر به جمع‌آوری داده‌های جامع درباره سلامت کاربر هستند، اما بسیاری معتقدند که این افزایش و تسهیل دسترسیِ داده‌های تشخیصی همیشه یک اتفاق مثبت نیست. این فناوری‌ها ممکن است میل به خودتشخیصی را در افراد افزایش دهند. مطالعه‌ای که اخیراً در BMJ منتشر شد نشان داد که تسترهای کووید ۱۹ در ایالات متحده و بریتانیا نتوانستند علایم کووید ۱۹ شدید، ذات‌الریه باکتریایی و سپسیس را شناسایی کنند و به بیماران حاد توصیه کردند در خانه بمانند و به دنبال درمان فوری نباشند. محققان به این نتیجه رسیدند که ابزارهای ارزیابی مورد استفاده توسط بیمار، با به تأخیر انداختن ارزیابی بالینی مناسب، پتانسیل بدتر شدن پیامدها را دارند. بر اساس گزارش گلوبال دیتا، بازار فناوری پوشیدنی احتمالاً تا سال ۲۰۲۴ به ارزش ۶۴ میلیارد دلار خواهد رسید، اما بسیاری از متخصصان پزشکی در مورد پتانسیل عملی این فناوری تردید دارند. در حالی که این محصولات مبتنی بر سبک زندگی، ظرفیت ثبت طیف گسترده‌ای از داده‌های کاربر را دارند، مفیدبودن این اطلاعات برای شخص کاربر، جای تردید دارد. کووید۱۹ روند رشد گجت‌های پوشیدنی را تسریع کرده است. نظرسنجی که توسط مدیکال استنفورد انجام شد، نشان داد که استفاده از گجت‌های پوشیدنی بین سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۰ حدود ۳۳ درصد افزایش یافته است. پزشکان موافق با فناوری تشخیصی بر این باورند که باید سازوکاری اتخاذ شود تا این فناوری‌ها در کنار یک پزشک و با نظرات او قابل بهره‌برداری باشد تا از خودتشخیصی کاربران تا حد ممکن جلوگیری شود.

عکس: نسیم اعتمادی

راهداری، اجازه صدور بارنامه را به پلتفرم‌ها بدهد!

محمد صدوقی مدیرعامل ترابرنت می‌گوید اگر مشکلات پلتفرم‌های واقعی این حوزه توسط رگولاتور برطرف شود، می‌توان حمل‌ونقل باربری بین‌شهری را تسهیل کرد

با توسعه اینترنت و هوشمندسازی گوشی‌های تلفن همراه، کسب‌وکارهایی که در زمینه فناوری اطلاعات فعال بودند، به کسب‌وکارهای مختلف ورود کردند. کیوان جعفری، هم‌بنیان‌گذار استارتاپ ترابرنت یکی از افرادی بود که سال ۱۳۹۴ در حوزه حمل بار بین‌شهری ورود کرد و ایده تشکیل استارتاپ ترابرنت را با هدف رفع نیازهای بخش حمل بار کشور شکل داد. در ادامه اما به‌دلیل مشکلات متعدد قوانین حاکمیتی و پیچیدگی‌های این صنعت، ترابرنت دو بار در طول این سال‌ها در معرض تعطیلی کامل قرار گرفت، ولی مجدداً فعالیتش را از سر گرفت.

از اوایل سال ۱۳۹۸، ترابرنت وارد فاز تغییر و تحول شد و با همکاری افراد جدید و باانگیزه، کار خود را آغاز کرد و پس از یک سال تحقیق‌وتوسعه، مهر ۱۳۹۹ با رونمایی از پلتفرم جدید و نرم‌افزارهای به‌روزشده وارد فاز جدی‌تر فعالیت شد. آبان همان سال، محمد صدوقی در کسوت مدیرعامل به مجموعه ترابرنت پیوست. وی پیش از آن به مدت هفت سال، مدیرعامل پلتفرم طاقچه (پلتفرم خرید اینترنتی کتاب) بود. او در خصوص چالش‌های پیش روی این استارتاپ و راه و روش‌های به کار گرفته در جهت رفع این چالش‌ها صحبت کرده است. در ادامه گفت‌وگوی کارنگ را با صدوقی می‌خوانید.

ترابرنت چه نقشی در صنعت حمل‌ونقل بار بین‌شهری دارد؟

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، مشاغلی نظیر باربری‌ها، متصدیان، پایانه‌ها، سالن‌های اعلام بار یا جارچی‌ها شکل گرفتند که این دو را 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. ترابرنت 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 دو را 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.

حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای تفاوت‌های بسیار زیادی با حوزه مسافر درون‌شهری دارد. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در این حوزه برای پلتفرم‌ها چیست؟

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.

با جذب سرمایه ۵۵ میلیون دلاری

گو بولت 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 «حمام خون» در بازار فناوری و افت شدید ارزش شرکت‌ها به دلایل اقتصادی و تورم، به ارزش بالاتری در مقایسه با سری‌های B خود دست یافت. هدف گو 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 دانشجو 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 این‌باره 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.

صرفاً محدودیت‌های بیشتری
برای حساب‌های احراز هویت نشده اعمال شده است

بسته‌شدن حساب‌های ایرانیان در صرافی بای‌بیت صحت ندارد

زهرا قربانی
Zahraghorbani
19991999
@gmail.com

صرافی ارز دیجیتال بای‌بیت با انتشار اطلاعیه‌ای در وب‌سایت خود اعلام کرد که از ۲۰ دسامبر یا ۲۹ آذر محدودیت‌های مربوط به حساب کاربران احراز هویت نشده خود را بیشتر خواهد کرد.

۱۸ آذر ۱۴۰۱ شایعه‌ای از طریق چند کانال تلگرامی منتشر و دست‌به‌دست شد با این مضمون که صرافی ارز دیجیتال بای‌بیت (ByBit) احراز هویت را برای همه کاربران اجباری کرده، پس قبل از اینکه حساب‌تان مسدود شود، سرمایه خود را خارج کنید. پیش‌تر حساب تعدادی از کاربران ایرانی صرافی ارز دیجیتال باینننس به‌دلیل تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران مسدود شده بود و این مسدودسازی‌ها همچنان ادامه دارد. باینننس طی یک به‌روزرسانی در بخش شرایط استفاده از خدمات خود به صراحت نوشته که کاربران ساکن در کشورهای تحت تحریم نمی‌توانند از خدمات این صرافی استفاده کنند و در صورت مشکوک‌شدن نسبت به فعالیت‌های یک کاربر، این صرافی مجاز است سرمایه‌های او را بلوکه کند. باینننس بارها اعلام کرده که در مورد تحریم‌ها و تراکنش‌ها پایبند قوانین بین‌المللی است. اکنون ممکن است بار دیگر این نگرانی به وجود بیاید که آیا بای‌بیت هم همانند باینننس احراز هویت را اجباری خواهد کرد و در نتیجه آن حساب کاربران ایرانی فریز می‌شود؟

امکان اعمال محدودیت‌های بیشتر در آینده

اصل قضیه مطابق با اطلاعیه بای‌بیت، اعمال یک‌سری محدودیت در برداشت و خرید مستقیم با کارت بانکی روی حساب‌هایی است که احراز هویت نشده‌اند. بر اساس اطلاعیه بای‌بیت، از ۲۹ آذر ۱۴۰۱ خرید ارز دیجیتال با پرداخت ارزهای فیات به‌صورت مستقیم، دریافت پاداش از بخش ریواردز هاب و همین‌طور واریز، برداشت یا معامله ان‌اف‌تی‌ها مستلزم انجام فرایند احراز هویت این صرافی خواهد بود. بر همین اساس، سقف برداشت برای حساب‌های احراز هویت نشده نیز به ۲۰ هزار دلار در روز و ۱۰۰ هزار دلار در ماه کاهش خواهد یافت. همچنین بای‌بیت گفته که ممکن است در آینده محدودیت‌های بیشتری برای حساب‌های احراز هویت نشده خود در نظر بگیرد.

نبود محدودیت در برداشت ماهانه در صورت احراز هویت

افرادی که در صرافی بای‌بیت احراز هویت می‌شوند، در دو سطح تقسیم‌بندی می‌شوند و طبق آن محدودیت‌هایی دارند.

در سطح اول افراد روزانه یک میلیون دلار می‌توانند برداشت کنند و محدودیتی در برداشت ماهانه نخواهند داشت.

در سطح دوم برداشت روزانه افراد به دو میلیون دلار ارتقا یافته و همچنین محدودیتی در برداشت ماهانه نخواهند داشت.

انتخاب صرافی ارز دیجیتال برای ایرانی‌ها به دلیل تحریم‌های اعمال‌شده توسط ایالات متحده علیه آنها کار دشواری است؛ در نتیجه سرمایه‌گذاران و تریدرهای ایرانی قادر به احراز هویت در بسیاری از صرافی‌های معتبر نیستند و نمی‌توانند به‌راحتی از خدمات آنها استفاده کنند. همین باعث روی‌آوردن به صرافی‌های بدون نیاز به احراز هویت در میان ایرانیان شده است.

صرافی بای‌بیت به‌عنوان یکی از صرافی‌های معتبر بدون نیاز به KYC یا احراز هویت، برای خریدوفروش ارزهای دیجیتال و معاملات فیوچرز محبوبیت زیادی بین ایرانیان دارد.

بن ژو (Ben Zhou) بعد از پی‌بردن به پتانسیل بالای معاملات ارزهای دیجیتال، در سال ۲۰۱۸ (۱۳۹۷) بای‌بیت را پایه‌گذاری کرد. بن ژو قبل از فعالیت به‌عنوان مدیرعامل این صرافی، در سمت مدیر کل شعبه چین شرکت «بروکر فارکس ایکس‌ام» مشغول به کار بود. او برای طراحی این پلتفرم، گروهی درجه‌یک از متخصصان تأمین سرمایه‌گذاری و فین‌تک با سابقه فعالیت در شرکت‌های علی بابا، تنسنت، مورگان استنلی و سایر برندهای معتبر تشکیل داد.

صرافی بای‌بیت تحت نظارت قانونی نیست و همین باعث محبوبیت آن میان ایرانی‌ها و سایر کاربران آسیایی شده است. البته مثل سایر صرافی‌های ارز دیجیتال، احتمال اعمال نظارت روی آن در آینده وجود دارد. این صرافی در جزایر ویرجین بریتانیا ثبت شده، اما دفتر مرکزی آن در سنگاپور مستقر است.

بر اساس بیش از ۳۸۱ نقد و بررسی در پایگاه تراست‌پایلوت (Trustpilot)، این صرافی در سطح متوسط قرار دارد. نیمی از بررسی‌کنندگان این صرافی را بد توصیف کرده‌اند. اما نمره ۳/۲ این پلتفرم در پایگاه تراست‌پایلوت بر مبنای تعداد محدودی اظهار نظر است و با توجه به اینکه این صرافی نزدیک به ۱/۶ میلیون کاربر دارد، نمی‌تواند بازتاب خوبی از عملکرد واقعی آن باشد. با این حال بای‌بیت در میان ۱۰ صرافی برتر لیست کوین‌مارکت کپ قرار دارد.

شماره ۷۷
۲۰ آذر ۱۴۰۱
سال دوم

روزگار وام دهندگان کریپتو

نگاهی از دور و نزدیک به دنیای دیفای و وام دهندگان غیرمتمرکز که این روزها تحت الشعاع وضعیت بازار و البته پروژه‌های ناکام قرار گرفته‌اند

تصور کنید الان سال ۲۱۶۷ است. سعی کنید ۱۴۶ سال قبل، یعنی سال ۲۰۲۱ را به یاد آورید. اگر به دنیای کریپتو و مسائل پیرامون آن در اواخر سال ۲۰۲۱ دقت کنیم، می‌فهمیم یک جای کار می‌لنگد. سوددهی ۱۰ درصدی و حتی گاه بیشتر استیبل‌کوین‌ها با عقل جور درنمی‌آید. وقتی به قاعده همیشه صادق عرضه و تقاضا نگاه می‌کنیم، بیشتر به درستی این سازوکار شک می‌کنیم.

وقتی از آینده به این قضیه نگاه می‌کنیم، حل مسائل پیچیده راحت‌تر می‌شود. اگر در سال ۲۰۲۱ یک معامله‌گر بودید، نقص کار راحت‌تر دست‌تان می‌آمد. ناکارآمدی بازار بر معامله‌گران خبره پوشیده نبود. مسئله عجیب‌وغریبی هم در کار نبود. وقتی توکن‌های کریپتو بدون هیچ مقررات‌گذاری از سمت سیستم بازار ملی آمریکا با قیمت‌های مختلف و در بازارهای مختلف معامله می‌شدند، انتظار بیشتری هم نمی‌رفت. وقتی مسائل را دقیق‌تر بررسی می‌کنیم، به این نتیجه می‌رسیم که سفته‌بازی در بازارها به‌قدری زیاد

آخرین تحولات رگولاتوری رمزارزها

۲۱ آبان‌ماه شاپرک اعلام کرد از ۲۴ آبان‌ماه، پایانه‌های اینترنتی فاقد نماد یا دارای هویت نامنطبق با مالک نماد طی شش هفته از تاریخ یادشده از سمت این شرکت غیرفعال خواهند شد.

رمزارزها از حوزه‌هایی هستند که در چارچوب قانونی فعالیت می‌کنند و شامل ردیف مالیاتی هم هستند، اما هنوز به‌صورت رسمی رگوله نشده‌اند و به همین علت امکان دریافت اینماد را ندارند.

رگوله‌نشدن این صنف به معنای غیرقانونی‌بودن فعالیت آنها نیست و مشکل صرافی‌های رمزارزی که امین سرمایه‌های میلیون‌ها ایرانی هستند، تنها نبود قوانین برای دریافت اینماد

زنان نوآور
INNOVATIVE WOMEN

شماره ۷۷
۲۰ آذر ۱۴۰۱
سال دوم

ترکیب هنر با محصولات کاربردی

گفت‌وگو با محبوبه انصاری، مؤسس برند هنر و هیمه که در زمینه نقاشی روی لوازم چوبی فعالیت دارد

هنر در زندگی ایرانیان همیشه جایگاه خاص و ویژه‌ای داشته و همه ما در بین وسایل و لوازم زندگی، همیشه محصولات و قطعات هنری خاصی داشته‌ایم، اما با پیشرفت فناوری و فراگیر شدن برندها و افزایش قیمت آثار هنری کم‌کم توان و رغبت ما نسبت به خرید قطعات هنری کمتر شد. البته برخی کسب‌وکارها به‌دنبال پیدا کردن راه بازگشت آثار هنری به زندگی مخاطبان خود هستند. محبوبه انصاری کسی است که با راه‌اندازی کسب‌وکار هنر و هیمه در این راستا تلاش می‌کند. او صنعت نجاری را با هنر نقاشی ایرانی ترکیب کرده تا لوازم کاربردی خانه مزین به هنر ایرانی شوند. انصاری کارشناسی نقاشی خود را از دانشگاه فردوسی مشهد اخذ کرده است. خودش می‌گوید همیشه علاقه‌مند به نقاشی بوده و سعی می‌کرده این هنر را به همه معرفی کنم. او از پنج سال پیش کار خود را آغاز کردم و اکنون یک کسب‌وکار در زمینه نجاری و نقاشی روی لوازم چوبی منزل دارد.

هنر و هیمه دقیقاً چه کاری انجام می‌دهد؟

کار ما در دسته‌بندی صنایع دستی قرار می‌گیرد. در آغاز من تصمیم گرفته بودم هنر نقاشی و گاهی اوقات دکوپاژ را روی وسایل کوچک خانه پیاده و محصولاتی تولید کنم که یک قاب کوچک هنری در کنار سایر وسایل باشد. مثلاً نقاشی روی یک قاب کوچک آینه یا روی جعبه دستمال کاغذی یا یک سینی. بعد از تولید این محصولات، با توجه به استقبال مخاطبان، حس کردم جا دارد این ترکیب هنری را روی وسایل بزرگ‌تر و کاربردی‌تر نیز امتحان کنم. با مشورت و حمایت همسرم، شروع به تولید یکسری وسایل چوبی خانگی مثل کمد، کنسول و جاکفشی با طرح‌های نقاشی کردم که مورد استقبال مشتریان قرار گرفت.

از چه زمانی فعالیت خودتان را آغاز کردید و سرمایه اولیه‌اش چگونه تأمین شد؟

حدود پنج سال پیش کار خود را آغاز کردم. مهارت و تکنیک‌های نقاشی را از دوران دانشجویی آموخته بودم و در این زمینه توانایی ورود به بازار کار را داشتم، اما در این مدت دوره‌های آموزشی جدیدتر را نیز پشت سر گذاشتم و چون کارم را از وسایل کوچک و ارزان خانه شروع کردم، سرمایه اولیه زیادی احتیاج نداشتم. بخشی از وسایل نقاشی را از دوران دانشجویی داشتم و حدود یک میلیون تومان برای خرید رنگ و وسایل مصرفی هزینه کردم. پس از فروش محصولاتی که در ابتدا تولید کرده بودم، توانستم هزینه اولیه را جایگزین کنم و کم‌کم سرمایه‌ام بیشتر شد. بعد از استقبال مخاطبان و اینکه مطمئن شدم برای محصولاتم مشتری وجود دارد، تصمیم گرفتم کارم را روی محصولات بزرگ‌تر آغاز کنم و فصل دوم کسب‌وکارم آغاز شد.

چه شد که به فکر راه‌اندازی این کسب‌وکار افتادید و پایش کدام نیاز شما را به این سمت سوق داد؟

من همیشه علاقه داشتم که هنر نقاشی سهم بیشتری در زندگی مردم داشته باشد، اما زندگی پرخرج و بامضیقه کنونی جایی برای آثار هنری که روی تابلوها و بوم‌های نفیس قرار می‌گیرند، ندارد. قشر بسیار اندکی هستند که توان خرید یا استفاده از این محصولات را داشته باشند، بسیاری از افراد کارایی خاصی برای نقاشی‌های روی تابلو و بوم قائل نیستند و این باعث مرگ حضور آثار هنری در خانه‌های ما می‌شود. این شد که تصمیم گرفتم نقاشی را روی وسایل

صنعت بیمه، چه در شکل سنتی آن و چه در تلفیق با فناوری‌های نوین، یکی از صنایع مهم و پول‌ساز به شمار می‌رود؛ صنعتی که از یک سو در خدمت کاربر نهایی و رفع نیازهای اوست و از سویی دیگر انتفاع مالی را برای **صاحبان کسب‌وکارها** در پی دارد. اما صنعت **بیمه دیجیتال** و ورود روش‌ها و راهکارهای نوآورانه در آن، به دلایل مختلف در ایران آن‌طور که باید و شاید رشد نکرده است. شاید مهم‌ترین دلیل آن را می‌توان وزن سنگین **رگولاتوری** و برخی موانع تنظیم‌گری دانست که گاه دست‌وپای کسب‌وکارها را می‌بندد و اجازه همگام شدن با فناوری‌های روز دنیا را نمی‌دهد. ورود کسب‌وکارهای متنوع و نوآور به این حوزه از یک سو و مشکلات آنها از سوی دیگر و همچنین اهمیت **حوزه اینشورتک**، ما را بر آن داشت که دوهفته‌نامه‌ای با عنوان «**بیمه دیجیتال**» را ضمیمه **هفته‌نامه کارنگ** کنیم و نگاهی عمیق‌تر و تخصصی‌تر به این بخش داشته باشیم.

درباره اورسولافون درلاین

یکی از قدرتمندترین زنان جهان

هرساله مجله فوربس، قدرتمندترین زنان جهان را با معیارهای مختلفی شناسایی می‌کند و تا قبل از ورود به سال جدید میلادی و در اوایل دسامبر به جهان معرفی می‌کند. معیارهایی چون قدرت، ثروت، توان مدیریت، ایجاد رسانه و نفوذ، جزء معیارهای این سازمان برای انتخاب قدرتمندترین زنان جهان است.

چهارشنبه هفته گذشته «اورسولا فون در لاین»، رئیس اتحادیه اروپا به‌عنوان قدرتمندترین زن جهان در سال ۲۰۲۲ انتخاب شد؛ سال سختی که علاوه بر مدیریت اتفاقات اوکراین، مدیریت اتفاقات بعد از همه‌گیری کووید نیز جزء مسئولیت‌های مهم این اتحادیه به‌شمار می‌رفت. اورسولا طی این مدت فعالیت، به‌عنوان یک مدیر بحران که تصمیمات سریع اخذ می‌کند، شناخته شده است. او مدیری است که با ۲۷ رئیس دولت که نماینده ۴۵۰ میلیون نفر هستند، کار می‌کند و توانسته اجماع مثال‌زدنی‌ای در میان این کشورها ایجاد کند و در متقاعد کردن بسیاری از همراهانش رفتاری شگفت‌انگیز دارد. فون در لاین پزشک زنان است و از ابتدای فعالیت پزشکی خود در یک کلینیک زنان در آلمان، به‌عنوان یک هماهنگ‌کننده و حلال مسائل مهارتی در محیط کار فعال بوده است. او تا اوایل دهه ۴۰ زندگی وارد فضای سیاسی نشد و فعالیتش را به‌عنوان یک پزشک ادامه داد، اما پس از چندی وارد یکی از دفاتر محلی امور خانواده و جوانان شد و در سال ۲۰۰۵ به‌عنوان وزیر فدرال امور خانواده و جوانان انتخاب شد و به طرح اصلاحات اساسی سیستم مراقبت از کودکان آلمان کمک زیادی کرد. او مادر هفت فرزند است و از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۹ به‌عنوان اولین وزیر دفاع آلمان خدمت کرده است.

«ویوین اشمیت»، استاد روابط بین‌الملل در دانشگاه بوستون می‌گوید: «فون در لاین از نظر برنامه‌ریزی برای والدین و تسهیلات مراقبت از کودکان تحولات باورنکردنی‌ای را خلق کرده که پیش از این هرگز در آلمان وجود نداشته است.»