



لحظه آها

مهران امیری

کسب و کارها

باید امید را زنده نگه دارند

فضای عمومی کسب و کارهای کشور مدت هاست که درگیر و تحت تاثیر فراونشیب های سیاسی است. در کنار آن، هم زمان شدن وقوع برخی اتفاقات، شرایط خاصی را رقم زده و نیاز به توجه ویژه از جانب همه بازیگران حوزه های کسب و کار دارد. هشدار نسبت به لزوم غلبه بر وضعیت حاضر نه تنها یک یادآوری اقتصادی، بلکه تلاش برای جلب توجه عمومی درباره وظایف ملی است. در حال حاضر شرایط عمومی اقتصاد کشور، در وضعیت مطلوب قرار ندارد. انبوه مشکلاتی که ناشی از فشارهای بیرونی و نبود برنامه ریزی و اجرای ضعیف برنامه هاست، زنگ خطر را برای همه به صدا درآورده است. امروز نه تنها مردم و دست اندرکاران فعالیت های اقتصادی، بلکه مدیران و کارگزاران دولتی نیز لب به گلایه از وضعیت گشوده اند. گرچه شناخت درست وضعیت، برنامه ریزی برای اجرای طرح ها و تلاش و استمرار در کار، از قدم های ضروری برای حرکت رو به جلو است. اما ورای همه این ها امروز تکنیک ایرانیان و وظایف و مسئولیت بزرگتری هم برعهده دارند. به نظر می رسد مدیریت فضای عمومی و تلاش همگانی برای غلبه بر جو روانی موجود، مهم ترین اقدامی است که باید پیش روی خود بینیم.

همین چند هفته قبل که موج ناگهانی افزایش ارزهای خارجی شروع شد، برخی افراد تلاش بسیاری به خرج دادند که با آن همراه شده و بخشی از زیان کاهش ارزش سرمایه و دارایی خود را جبران کنند. این روند نامناسب که برای برخی از هم وطنان تبدیل به یک واکنش بالادرنگ به نوسانات و التهابات بازار شده، در سال های قبل نیز تجربه شده است. چندین سال قبل، روزهای را شاهد بودیم که صف های طولانی برای دریافت حواله خودرو، خرید خط تلفن همراه، خرید سکه طلا، دریافت ارز دولتی و... شکل می گرفت. اما بازیگران پرشور و گاهی شادمان آن صف ها، گاهی بیشتر از سایرین زبان کردند یا وضعیت نهایی آن ها دست کم تفاوت معناداری با بقیه نداشت. آیا زمان آن نرسیده که شیوه رفتاری مان در مواجهه با این نوع التهابات را تغییر دهیم؟

در این میان عده ای از جمله برخی صاحبان کسب و کارها با شور و التهاب فراوان، اخبار ضدونقیض و شایعات عجیب درباره بازار و وضعیت آن را از هر منبعی دنبال کرده و خود به رسانه ای برای اشاعه آن نیز تبدیل می شوند. شوربختانه این نوع خبررسانی که به مدد تسهیل ارتباطات بین مردم بسیار راحت هم شده، فضایی را ایجاد می کند که سازندگان فضا و منتشرکنندگان اخبار را بیش از سایرین درگیر و ملتهب می کند. نخستین و مهم ترین اقدامی که در شرایط حاضر همه افراد به ویژه صاحبان کسب و کارها باید انجام دهند کاهش التهاب و هرپز از دامن زدن به نومیذی است. واردشدن به فضای روانی نامطلوب، اغلب منجر به بروز واکنش هایی چون بی میلی در ادامه برنامه های جاری، افزایش ناخودآگاه هزینه ها، آمادگی یا اقدام برای افزایش هزینه خدمات و... است، که همه آن ها نه بر مبنای ضرورت های اقتصادی و عملی بلکه ناشی از فضای روانی موجود است. طنز تلخ ماجرا اینکه همان افرادی که بیشترین نگرانی از وضعیت را ابراز می کنند، در تشدید آن، بیشترین سهم را دارند.

زنگ خطر و هشدار برای اصلاح رفتار و رویه در بسیاری موارد به صدا درآمده، مدیران و برنامه ریزیانی که واقعیت های جامعه و نیازهای کشور و مصالح اساسی آن را نمی شناسند یکی از مخاطبان این هشدارها هستند، اما بخش دیگر ماجرا به تکتک ما، اعضای این خانواده بزرگ برمی گردد. نمی توانیم همه مسئولیت ها را به گردن دیگران بیندازیم. اگر هر ایرانی بداند هر رفتار و گفتاری که داشته و دارد، در بهبود یا تخریب اوضاع عمومی کشور سهیم است؛ آنگاه خواهیم دانست که باید رفتار و کنش های خودمان را تغییر دهیم و زنگ ها برای همه ما به صدا درآمده است.

خلاقیت و تولید برای زنده ماندن طبیعت

اگر کارآفرینان در برنامه های شان صیانت از طبیعت را دخیل کنند، آنگاه چشم انداز جامعه زیبا رقم می خورد. پژوهشگران دانشگاه شیراز با «نانوسلولز» توانستند خواص بسته بندی های مواد غذایی تولیدشده از نشاسته و ژلاتین را بهبود دهند. این بسته بندی جایگزین بهتری نسبت به نمونه های پلاستیکی متداول است، با آنکه در حفظ محیط زیست و نگهداری مواد غذایی عملکرد بهتری دارد. دکتر محمدمهدی ظرافت، استادیار دانشکده فن آوری های نوین دانشگاه شیراز، یکی از مواد جایگزین برای بسته بندی های پلاستیکی را پلیمرهای طبیعی دانست که با استفاده از افزودنی های نانومقیاس میزان استحکام و عبوردهی گازها و رطوبت در این نوع پلیمرها بهبود می یابد.



می توانیم از صفر شروع کنیم

۱۰ آکتیو

گفت وگو با محمدمهدی کیانی که یک کسب و کار آنلاین راه انداخته است

بیمه ماشین چطور ایده یک استارت آپ شد؟

بیمه ای کوچک تر جا را برای محمدمهدی و ایده های نوی او و دوستانش باز کردند. چارچوب ها در این بیمه ها برای همکاری کردن در پرورش ایده های نو بازر بود. سخت بودن و مصمم بودن شرکت «بیماین» عاقبت، کارساز شد. بیماین پیش از این ها، در دو جشنواره فن آفرینی توانسته بود مقام های خوبی کسب کند. ایده، ایده خوبی بود. محمدمهدی با شرکت های شتاب دهنده، این ایده را پروبال داده بود و حالا با جوایز نقدی که گرفته بود، چیزی نزدیک به ۳۵ میلیون تومان، توانسته بود سرمایه جمع کند. او برای هفت نفر کارآفرینی کرده و در روزهای پیش رو با امضای قراردادها سهم بیشتری از افراد را وارد چرخه کاری خود می کند.

از پشت سر تاپیش رو

محمدمهدی از سال ها پیش، از زمانی که دانشجوی لیسانس بود، با شرکت های شتاب دهنده برای پروراندن ایده هایش همکاری می کرد. جایی که به شرکت های نوپا فضا و مشاوره داده می شود تا ایده های شان را عملی کنند. اولین تجربه محمدمهدی پیش از اینکه «بیماین» را راه بیندازد شرکت «متاب» بود. شتاب دهنده «تترا» از «متاب» حمایت می کرد. متاب کارش تولید دستگاه های «PCR» بود؛ تکنیک «DNA». کار اما پا نگرفته بود به دلیل انتخاب اشتباه بازار، رقیب خارجی و حجم محدود بازار. بعد از سه سال متاب تعطیل شده بود و محمدمهدی صدمه لیون ورشکسته. او خواست که دوباره بلند شود و همین طور هم شد. از دل «متاب» «بیماین» بیرون آمد. او در این میان از چند شتاب دهنده دیگر مثل «نوتک» و «هارتک» برای شکل گرفتن و عملی کردن ایده فناوری اش مشارکت گرفت، اما این بار سرمایه اش از دل جشنواره هایی که برنده شده بود، می آمد.

محمدمهدی موفقیت بیماین را دور نمی بیند، عقیده دارد با کار کردن می تواند این آینده را ببیند. او مصمم است و پیگیر ایده هایش. ریسک پذیری و استقلال، بخشی از روحیاتش است. سهم بزرگی از موفقیتش را، اینکه توانسته بازار در بسته بیمه را در ایران درزی بزند و راهی برای نوشتن و به روز شدن پیدا کند، همین روحیه پیش برده، به نظر نمی رسد اگر محمدمهدی باز هم به زمین بخورد کاری از پیش نبرد. هرچه هست و باشد نمی خواهد کسی برایش چارچوب بزند، می خواهد آزادانه تر کار کند. او می خواهد ایده های خودش را برای کار کردن داشته باشد؛ فن آفرینی و ارزش آفرینی کند. همه تلاشش هم همین است که تا می تواند پایش را از دایره عاقبت بیرون بگذارد، قیمت و زمان بدهد، اما فضا برای کار کردن در اختیارش بگذارند تا ایده هایش را فرصتی برای پرش کند.



محمدمهدی از سال هایش از زمانی که دانشجوی لیسانس بود با شرکت های شتاب دهنده برای پروراندن ایده هایش همکاری می کرد/عکس: علیرضا توتوی

راننده فقط کیلومتر خودرو را شمارش می کردند، بنابراین کسی که بیشتر رانندگی می کرد نیاز به بیمه بیشتری داشت.

روزنه ای برای ماندن

محمدمهدی و دوستانش با شرکت های بیمه ای وارد مذاکره شدند، اما نه در بخش دولتی و نه در بخش خصوصی فضایی برای همکاری استراتژیک به آن ها داده نشد. شرکت های بیمه ای بزرگتر، علی رغم بزرگی شان فضایی برای کار کردن و پرورش ایده های نو برای افراد جوانی مثل محمدمهدی نداشت و در این شرایط سنگ اندازی برخی شرکت های خصوصی کار را از آنچه بود سخت تر می کرد، اما شرکت های

ایران خیلی جلوتر از آن چیزی است که به واقع صنعت بیمه ایران در آن قرار دارد. ایده آن ها حول ارزیابی میزان ریسک پذیری افراد و در نتیجه اعلام قیمت عادلانه تر برای تامین بیمه رانندگی بود. ایده ای که به دلیل پیشرفته بودن در نطفه ماند. دستگاهی در خودرو نصب می شد و رفتار راننده را بررسی می کرد و بر همین اساس ارزیابی از میزان ریسک پذیری راننده ارائه می داد. محمدمهدی این متد را با بیمه شخص ثالث شروع کرد، اما به دلیل شرایط پیچیده و بسته بیمه شخص ثالث کار پیش نرفت. با هم بیمانی ایمان با محمدمهدی و دوستانش ایده آن ها تغییراتی کرد. آن ها روی بیمه بدنه تمرکز کردند و به جای ارزیابی دقیق رفتار

پیش

“

ایده کاری محمدمهدی کیانی و دوستانش در صنعت بیمه، بیمه مبتنی بر مصرف بود. چیزی که شاید برای ایران خیلی جلوتر از آن چیزی است که به واقع صنعت بیمه ایران در آن قرار دارد. ایده آن ها حول ارزیابی میزان ریسک پذیری افراد و در نتیجه اعلام قیمت عادلانه تر برای تامین بیمه رانندگی بود.

گزارشی کوتاه از کسب و کار آموزشی خانم پوجا سانکار

کار آفرینی که کارش را از هیچ شروع کرد

می کرد، چرا که صرف نظر از جنس، نژاد و موقعیت اقتصادی و اجتماعی، امکان ارتباط فراهم می شد. به این ترتیب پس از هر گفت وگو، هر آنچه را که برداشت کرده بود برای بهبود وب سایت مورد نظرش به کار بست. سایت «پیازا» در سال ۲۰۱۰ شروع به کار کرد. گرچه در ابتدا به خاطر ماهیت سایت که امکان گفت وگویی دو طرفه را فراهم می کرد، پرسش هایی درباره بازی کریکت و موارد مشابه مطرح می شد، اما او با ارائه مشوق هایی، دانشجویان را به مسیر مورد نظر وارد کرد. به این ترتیب طی چهار ماه توانست ۱۲ پرسش واقعی از دانشجویان دریافت کند. در همین حین سایت را بازسازی کرد و صفحات آن را بهبود داد تا اینکه در بین دانشجویان دانشگاه استنفورد شناخته شده و روند رشد آغاز شد. گرچه سانکار برخی کلاس های درسی خودش را از دست داد و فارغ التحصیلی اش با تاخیر انجام شد، اما موفق شد شبکه ارتباطی خود را توسعه داده و علاوه بر دانشجویان و اساتید با برخی سرمایه گذاران نیز آشنا شود و منابعی برای توسعه کار خود به دست آورد.

منبع: entrepreneur.com

اتمام کار دیگران بودم، درگیر انجام کارهایم بودم که پیشرفتی نداشت.» چند سال پس از آن، در سال ۲۰۰۸ که سانکار به عنوان یکی از اعضای اندک شمار جمع زنان مهندس در فیس بوک بود، با شریل سندبرگ آشنا شد؛ او تعدادی از زنان کارمند را در محلی جمع کرده بود تا درباره چالش های محیط تحصیل و کار با آنان صحبت شود. در همین هنگام بود که سانکار فهمید تنها خودش نبوده که به عنوان یک دانشجوی زن هندی گرفتار خجالت زدگی بوده، بلکه دخترانی از هاروارد و استنفورد هم اعتراف می کردند که در طول تحصیل با همان مشکلات مواجه بوده و امکان دریافت حمایت های لازم برای پیشبرد امور تحصیلی نداشتند. این مسئله همان نقطه ای بود که او را به فکر انداخت که راهی برای حل این مشکل بیابد. یک ماه بعد، زمانی که او در کلاسی با موضوع کار آفرینی شرکت کرده بود، بنیان گذاران برخی کسب و کارها را دید که برای صحبت در کلاس آمده بودند تا از کارهای شان برای دیگران بگویند و نقطه مشترک صحبت های آنان چیزی به نام «گام های کودکانه» بود. گام نخست این نبود که «یک میلیون



فریبا عوض زاده

مترجم

انجمنی برخط (آنلاین) که برای پرسش و پاسخ توسط خانم پوجا سانکار ساخته شده، مفهومی جدید برای واژه «تکنیک» عرضه کرد. خانم پوجا سانکار، بنیان گذار و مدیر یک بستر برخط ارتباطی به نام «Piiazza» (پیازا) است که برای دانش آموزان و دانشجویان طراحی شده. این بستر ارتباط اینترنتی به آنان اجازه می دهد پرسش های خود درباره تکالیف درسی را به صورت ناشناس از سایر دانشجویان یا حتی اساتید پرسیده و پاسخ دریافت کنند. او که خودش در موسسه فنی کانپور تحصیل کرده در این باره می گوید: «دوران تحصیل من، یک انزوای واقعی بود. توسط تعدادی دانشجوی برجسته احاطه شده بودم، اما دسترسی به آن ها نداشتم. بسیار خجول بودم، در صحبت کردن با دیگران دچار محلودیت بودم. هر شب باید تا دیروقت در آزمایشگاه می ماندم در حالی که شاهد