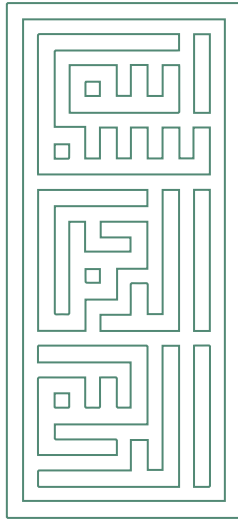




بازخوانی تاریخ یک دهه استارت آپ در ایران







فصلنامه مساله
شماره اول، زمستان ۱۴۰۲
پرونده این شماره: استارت آپ
۱۸۸ صفحه
صاحب امتیاز: خانه اندیشه و رزان
مدیر مسئول: محمد مهدی مهروان فر
دبیر تحریریه: سمیرا غلامی
مشاور هنری، صفحه آرا، طراح جلد و لوگو: محسن هاشمی
با تشکر از محمدرضا طهرانچی امیررضا کشاورز زاده محمود کلانتری نوید نظری مرتضی سلمانی و حسین ترابی



خانه اندیشه و رزان



فهرست

در مساله ۱ می‌خوانید

سر مقاله

بازخوانی تاریخ یک دهه: آیا واکاوی آنچه تاکنون بر زیست‌بوم استارت‌آپی ایران گذشته به متناسب‌سازی سیاست‌های کلان کشور در آینده کمک خواهد کرد؟

مدیر مسئول

۶. نکاپوی حاکمیتی: نهادهای اقتصادی حاکمیتی در توسعه زیست‌بوم استارت‌آپی چه نقشی را ایفا کردند؟



به قلم مهدی دیداری، مدیرعامل شرکت گسترش الکترونیک تدبیر ایران ۲۹

۷. شوک اجتماعی: تغییر دولت و التهابات اجتماعی چه بر سر کسب‌وکارهای اینترنتی و استارت‌آپ‌ها آورد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های رضا زرنوخی، مدیر صندوق مالی توسعه تکنولوژی ایران ۳۳

۸. تحلیل چندسطحی: چرا توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در کشور هر بار به در بسته می‌خورد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های روح‌الله ابوجعفری، مشاوره وزیر اقتصاد در امور دانش‌بنیان ۳۶

۹. واجب‌تر از نان شب: در توسعه زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان تا چه اندازه نگاه سیستمی و توجه به وجوه مختلف فرهنگی مشاهده می‌شود؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های پرویز کرمی، رئیس مرکز و دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق ۳۹

فصل دوم

سوار بر موج: واکاوی موج اول شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران و آسیب‌شناسی آن از نگاه برخی از فعالان و بازیگران اصلی

۱۰. آسیب‌شناسی اضلاع یک مثلث؛ حاکمیت، نخبگان و استارت‌آپ‌ها: احیای استارت‌آپ‌ها در ایران به عنوان فرصتی برای نقش‌آفرینی نخبگان مستلزم چیست؟



برداشتی آزاد از گفتگو با علینقی مشایخی، استاد و مؤسس دانشکده مدیریت دانشگاه صنعتی شریف ۴۳

فصل اول

اقتصاد مبتنی بر خطرپذیری (VC-Backed): بررسی موضوع دانش‌بنیانی و معضلات آن از نگاه متولیان و دست‌اندرکاران آن در کشور

۱. رسم دانش‌بنیان: دولت در صحنه تحول دانش‌بنیان در دهه‌های اخیر ایران چه نقشی داشت؟



برداشتی آزاد از گفتگو با سورنا ستاری، معاون سابق علمی و فناوری ریاست جمهوری ۱۲

۲. اقتصاد دانش‌بنیان؛ رجعت به مدار توسعه: آیا ضرورت و تأکید بر اقتصاد دانش‌بنیان در دوره چهارم تکامل علم و فناوری، یک انحراف اقتصادی بود؟



برداشتی آزاد از گفتگو با محمداصداق خیاطیان، مدیرعامل صندوق نوآوری و شکوفایی ۱۶

۳. وصله ناجور: آیا حاکمیت از سر اجبار و از روی ناچاری زیست‌بوم استارت‌آپی کشور را پذیرفت؟



برداشتی آزاد از گفتگو با مهدی صفاری‌نیا، رییس پارک فناوری پردیس ۲۰

۴. استارت‌آپ، زاده ابهام: چرایی پیدایش استارت‌آپ‌ها و چگونگی برگرداندن ورق بازی کسب‌وکار توسط آن‌ها چه بود؟



محمداصداق احمدپور، مدیرعامل برکت ونچرز ۲۴

۵. شارلاتانیسم دانش‌بنیان: آیا عرصه دانش‌بنیان محل تاخت‌وتاز شارلاتان‌ها و هوچی‌گرها شده است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های سعید سرکار، دبیر ستاد فناوری‌های نانو ۲۷

۱۱. از سرطان امنیتی تا سرطان خون: پدرخوانده زیست بوم استارت آپی ایران در جریان شکستن سکوت چندساله اش چه راههایی را برملا کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های سعید رحمانی، بنیان‌گذار و مدیرعامل سابق شرکت سرمایه‌گذاری «سراوا» ۴۷

۱۲. ایستادگی در برابر جریان: آیا زیست بوم استارت آپی ایران در همراهی با جریان «بین‌المللی شدن» و «عادی‌سازی» شکل گرفت؟



برداشتی آزاد از گفتگو با سعید موسوی، عضو هیئت مدیره حرکت اول ۵۱

۱۳. کسوت رگولاتور: آیا حاکمیت در نقش یک تنظیم‌گر یا رگولاتور در زیست بوم نوآوری کشور خوش درخشید؟



برداشتی آزاد از گفتگو با محمدجواد احمدپور، مدیرعامل برکت ونچرز ۵۵

۱۴. تأمین مالی نوآوری: نظام تأمین مالی نوآوری ایران طی دهه گذشته چه وضعیتی داشته است؟



به قلم سینا حسنعلی زاده، مدیرعامل صندوق جسورانه پیشگام ۵۷

۱۵. ساختارهای سنتی: چرا دولت و حاکمیت در مواجهه با استارت آپ‌ها میانه‌روی را از یاد برده‌اند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدجواد آذری جهرمی، وزیر پیشین ارتباطات و فناوری اطلاعات ۶۱

۱۶. زیر گنبد شیشه‌ای: موج اول استارت آپی در ایران قربانی کدام کج‌فهمی‌ها شده است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های شهاب جوانمردی، مدیرعامل فناپ ۶۳

۱۷. مدلی در حال افول: آیا فروکش کردن هیجانانگیز اولیه زیست بوم استارت آپی در اواخر دهه نود شمسی، ناکارآمدی مدل شتاب‌دهی را آشکار می‌کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های سعید محمدحسین حمیدی، عضو هیئت مدیره حرکت اول ۶۶

۱۸. جزیره‌ای به نام ایران: در یک دهه گذشته زیست بوم استارت آپی ایران چه فرصت‌هایی را از دست داده است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدرضا فرحی، مشاور ارشد مالی ونچر ره‌ما و هم‌بنیان‌گذار بیمه بازار ۶۷

۱۹. دوگانه: آیا شکل‌گیری زیست بوم استارت آپی ایران انقلابی از درون یا گذاری ناگزیر در اقتصاد ایران بود؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های مهدی محمدی، دبیر ستاد اقتصاد دیجیتال معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ۶۹

۲۰. نیمه روشن، نیمه تاریک: شکل‌گیری زیست بوم استارت آپی و نوآوری در ایران از کدام سازوکارهای ناکارآمد حکمرانی پرده برداشت؟



برداشتی آزاد از گفتگو با محمدرضا ازلی، مدیر تکراسا ۷۱

۲۱. کُت اجباری: آیا حاکمیت در ایفای نقش خود در زیست بوم استارت آپی ایران رونوشت ضعیفی از غروب را ارائه داد؟



برداشتی آزاد از گفتگو با رضا جوکار، مشاور اقتصادی مدیرعامل همراه اول ۷۵

۲۲. عبور از ترس کهنه: آیا هنوز زمان حکمرانی نوین بر عصر دیجیتال در ایران فرا نرسیده است؟



برداشتی آزاد از گفتگو با محمد فرجود، مدیرعامل هلدینگ فناوری بانک تجارت (تفتا) ۷۸

۲۳. جریان طبیعی: آیا برقراری تعادل جمعیت‌شناختی در زیست بوم استارت آپی کشور بدون مداخله سراسیمه حاکمیت هم ممکن بود؟



به قلم امیر رودی، مدیرعامل تتر ۸۱

۲۴. دولت‌ها در برابر استارت آپ‌ها: رویکرد و عملکرد دولت ایران در مواجهه با زیست بوم نوآوری کشور تا چه اندازه با دول مختلف جهان تفاوت داشت؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های علی تهرانی نصر، عضو هیئت مدیره حرکت اول ۸۳

۲۵. تکیه بر بزرگان: آیا زیست بوم نوآوری ایران حول نگاه‌های اقتصادی بزرگ شکل گرفته است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمود کریمی، مدیرعامل پلنت ۸۵

۲۶. پروپاگاندای دولتی‌ها: چرا با وجود نبود سرمایه کافی برای استارت آپ‌ها همچنان باید از پول دولتی حذر کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های فریدون کورنگی، مدیرعامل و مؤسس شتاب‌دهنده مپس ۸۷

۲۷. استارت‌آپ، ته‌تغاری چشم‌رنگی ایران: آیا استارت‌آپ‌های آیتی‌محور علاج اقتصاد ایران بودند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های احسان نگلو، کارشناس مدیریت کسب‌وکار ۹۱

۲۹. اژدهای خفته: هجوم دولتی‌ها به زیست‌بوم استارت‌آپی کشور چه پیامدهایی به دنبال داشت؟ بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های ناصر غانم‌زاده، فعال زیست‌بوم استارت‌آپی کشور ۹۴



۳۰. استارت‌آپ، انگیزه درونی مجسم: انگیزه‌های درونی در برابر سرمایه‌های هنگفت و رانت‌های سنگین، چه چیزی استارت‌آپ را زنده نگه می‌دارد؟ به قلم یحیی نوریان، مدیرعامل فیلپ ۹۷



فصل سوم

چند قدمی: شنیدن حقایق از زبان بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌های نام‌آشنا در ایران

۳۱. چشم‌درچشم واقعیت: چرا در ایران باید به جای اسب شاخ‌دار یک شتر سرسخت بود؟ به قلم میلاد منشی‌پور، هم‌بنیان‌گذار تپسی ۱۰۰



۳۲. خاطرات ذهن بیمار من: چه باورهای غلطی در میان برخی از فعالین حوزه فناوری درباره عوامل موفقیت کسب‌وکارهای نوپا وجود دارد؟



به قلم محمد عظیمی، مدیرعامل سابق شرکت رایان سلامت آمن ۱۰۲

۳۳. خواب خرگوشی: رانت سیستمی گسترده زیر پوست اقتصاد کشور چگونه توسعه در ایران را به توهمی بدل کرده است؟



به قلم مجید حسینی‌نژاد، هم‌بنیان‌گذار علی‌بابا ۱۰۴

۳۴. یک روز معمولی مجرمانه: آیا صاحبان این کسب‌وکارها با وجود همه موانع موجود، همچنان توان، حوصله و قدرت ادامه فعالیت را دارند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های حسام آرمندهی، مدیرعامل کافه‌بازار و دیوار (هلدینگ هزار دستان) ۱۰۷

۳۵. یک قدم عقب‌تر: در حالی که دولت و قوانین همیشه یک قدم عقب‌تر از تکنولوژی هستند، چه باید کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدجواد شکوری مقدم، مدیرعامل شرکت صبا ایده (آپارات و فیلیمو) ۱۱۰

۳۶. جهاد زیست‌بوم: استارت‌آپ‌ها در حل معضلات بی‌شمار کشور چه نقشی می‌توانند ایفا کنند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدرضا آقایی، مدیرعامل شرکت توسعه و تدبیر جوامع باسلام ۱۱۴

۳۷. شیر بی‌یال و کویال: خلا قوانین یا نبود متولی قوی، کدام یک برای جان استارت‌آپ‌ها و پلتفرم‌ها شده است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محسن غفاری، مدیرعامل پیام‌رسان ای‌تا ۱۱۵

۳۸. کارخانه‌های خانه‌خراب‌کن: چرخ‌دنده‌های زیست‌بوم استارت‌آپی در کارخانه‌های نوآوری به چرخش درآمد یا شکست؟



به قلم حامد حافظی، مدیرعامل سابق پارادایس‌هاب ۱۱۷

۳۹. پیام‌رسان بومی: آیا موانع رشد پیام‌رسان‌های بومی در کشور صرفاً چالش‌های فنی است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های مهدی انجیدنی، مدیرعامل پیام‌رسان گپ ۱۱۸

فصل چهارم

زنان از زبان زنان: بررسی نقش زنان در زیست‌بوم استارت‌آپی ایران و چالش‌های حضورشان

۴۰. اتاق صورتی: در زیست‌بوم استارت‌آپی ایران تا چه اندازه با عینک بانوان به موضوعات نگریسته شده است؟



برداشتی آزاد از گفتگو با حکمیة فریزاده، مدیرعامل شتاب‌دهنده مانا ۱۲۱

۴۱. فرار از جنسیت‌زدگی: زنان در یک دهه گذشته چه نقشی را در زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپی کشور ایفا کرده‌اند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های زینب حمیدزاده، مشاور سابق امور بانوان معاونت علمی و فناوری ۱۲۴

۴۲. رح به رح: زیست‌بوم استارت‌آپی ایران در نگاه زنی مقاوم همچون کوه و ظریف مانند تارهای فرش چگونه است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های آرزو خسروی، مدیرعامل فرش آنلاین ۱۲۶

۴۳. اشک‌ها و لبخندها: مهم‌ترین موانع زنان برای نقش‌آفرینی به‌عنوان صاحب کسب‌وکار در ایران چیست؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های نازنین دانشور، مدیرعامل تخفیفان و نت‌برگ ۱۲۸

۵۱. بررسی گسترش و نفوذ استارت‌آپ‌ها در ایران: آیا استارت‌آپ‌ها مسیر نفوذ خانمان و جاسوسان خودفروخته را هموار کردند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدمهدی رامنندی، وب‌سایت راهبرد معاصر ۱۵۰

فصل هفتم

تالار شیشه‌ای: نگاهی به مساله مهم ورود شرکت‌های استارت‌آپی به بورس

۵۲. اولین خروج: ورود نخستین استارت‌آپ ایرانی به بازار سرمایه چه اهمیتی داشت؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های علی ناظمی، معاون سابق صندوق نوآوری و شکوفایی ۱۵۳

۵۳. رسیدن به تابلو: علت طولانی شدن ورود استارت‌آپ‌ها به بورس چیست؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های امیر هامونی، مدیرعامل فرا بورس و بورس ۱۵۵

فصل هشتم

تحول: نگاهی به کنش ایران در مواجهه با انقلاب صنعتی چهارم، تحول دیجیتال و معضل فیلترینگ

۵۴. اقتصاد دیجیتال و فناوری‌های: موانع رشد اقتصاد دیجیتال در ایران چیست؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های امیر ناظمی، معاون سابق وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات ۱۵۹

۵۵. قمنوس: مواجهه ایران با انقلاب صنعتی چهارم چگونه بود؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های علی زواشکینانی، مدیرعامل پمکو و تکاپو ۱۶۲

۵۶. زیور باشیم!: چگونه باید با روندهای روز دنیا رویه‌رو شد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدحسین سجادی نیری، مدیرعامل تکنوتجارت ۱۶۴

۵۷. کنترل مجازی: آیا فیلترینگ تنها اهرم کلیدی حکمرانی ایران در فضای مجازی است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های روح‌الله هنرور، رئیس پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف ۱۶۶

۴۴. بانوی تلنت‌باز: چگونه فیلترینگ و محدودیت اینترنت بحران تعدیل نیروی انسانی در کشور را تشدید کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های آسیه حاتمی، مدیرعامل تلنت‌باز ۱۳۰

۴۵. مامان‌پز: زنان کارآفرین در حوزه استارت‌آپی چه نقشی دارند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های تبسم لطیفی، مدیرعامل اپلیکیشن مامان‌پز ۱۳۲

۴۶. تبعیض مثبت: آیا سیاست‌های تبعیض مثبت و سهمیه‌بندی به افزایش فعالیت زنان در زیست‌بوم استارت‌آپی کشور کمک خواهد کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های مشکات اسدی، مشاور مشارکت زنان رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران ۱۳۴

فصل پنجم

دانشگاه: بررسی نقش دانشگاه‌ها در جریان شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران

۴۷. سخت و نرم: آیا شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور مظهر ارتباط دانشگاه و صنعت هستند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های مجید دهبیدی‌پور، رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف ۱۳۷

۴۸. دانشگاه کارآفرین: آیا تبدیل دانشگاه به یک نهاد مولد ثروت در کشور اقدام درستی بود؟



برداشتی آزاد از گفتگو با جواد درویش، دکتری فلسفه علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف ۱۴۰

فصل ششم

رمز نفوذ: مروری بر نفوذ استارت‌آپی در کشور!

۴۹. از آی بریج تا کارآفرینی گوگل!: اهداف پشت پرده شرکت‌های چندملیتی بزرگ در حوزه فناوری و اینترنت در ایران چه بود؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های زهرا طباحی، روزنامه کیهان ۱۴۵

۵۰. مروری بر نفوذ استارت‌آپی در کشور!: آیا مواضع استارت‌آپ‌ها در خصوص جنبش زن، زندگی، آزادی مهر تأییدی بر شائبه‌های گذشته است؟



بازخوانی و بازنشر مقاله‌ای از بولتن نیوز ۱۴۹

فصل نهم

برکات استارت‌آپی: اشاره‌ای به دستاوردها و توفیقات استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور

۵۸. رخ جدید: آیا دستاوردهای شرکت‌های دانش‌بنیان، سیمای ایران در دیپلماسی اقتصادی را تغییر داده است؟



برداشتی آزاد از گفتگو با مهدی صفری، معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه ۱۶۹

۵۹. توهم شکست: آیا عده‌ای با افکاری متوهمانه سعی دارند تا موفقیت‌های کشور در زیست‌بوم نوآوری در یک دهه گذشته را به شکست تفسیر کنند؟



برداشتی آزاد از گفتگو با صابر میرزایی، معاون پژوهش و توسعه مرکز همکاری‌های ریاست جمهوری ۱۷۳

فصل دهم

پایان‌بندی: نگاهی به آینده زیست‌بوم استارت‌آپی در ایران

۶۰. ایران؛ ۲۰ سال بعد! آیا نتیجه حمایت از استارت‌آپ‌ها سال‌ها بعد معلوم خواهد شد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های اکبر هاشمی، سردبیر پیشین هفته‌نامه استارت‌آپی شنبه

۱۷۷

۶۱. مشت اول: آیا بازی زیست‌بوم استارت‌آپی ایران همچنان ادامه دارد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های وحید شامخی، معاون توسعه کسب‌وکار نوبیتکس ۱۷۹

۶۲. آخر قصه: آیا موج اول استارت‌آپی ایران به آخر قصه نزدیک می‌شود؟ (پایان زیست‌بوم)



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های آرش برهمند، روزنامه‌نگار ماهنامه پیوست ۱۸۰

۶۳. نقد سنت: جهت‌گیری زیست‌بوم فناوری ایران و چشم‌انداز آینده آن چگونه باید باشد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های رضا کلانتری‌نژاد، مدیر شتاب‌دهنده شزان ۱۸۴

سرمقاله: بازخوانی تاریخ یک دهه

آیا واکاوی آنچه تاکنون بر زیست‌بوم استارت‌آپی ایران گذشته به متناسب‌سازی سیاست‌های کلان کشور در آینده کمک خواهد کرد؟

مدیر مسئول

رصد مقالات بین‌المللی نشان

می‌دهد که واژه «استارت‌آپ» برای اولین

بار در اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی در حوزه کسب‌وکار به کار رفته و یک دهه پس از آن نیز تقریباً فراگیر شده است. در حالی که این واژه در غرب قدمتی ۴۵ ساله دارد اما اولین متون مکتوب فارسی در مورد استارت‌آپ که در اینترنت پیدا می‌شود مربوط به اوایل سال‌های ۱۳۹۰ و ۹۱ شمسی است؛ به عبارتی عمر این پدیده در ایران به سختی به ۱۲ یا ۱۳ سال می‌رسد. استارت‌آپ وقتی به ایران آمد که با بیش از ۳۰ سال سن، موجودی بالغ محسوب می‌شد، درست مانند شمار زیادی از پدیده‌ها که دوران کودکی خود را در غرب سپری می‌کردند و پس از بالغ شدن به ایران راه می‌یافتند. برخورد جامعه نخبگانی ما با استارت‌آپ ماهیتی دوگانه و هیجانی داشت. عده‌ای آن را یک هدیه و موهبت غرب متمدن برای نجات کشور و رشد جهشی آن می‌دانستند و آن را راه میان‌بر توسعه خواندند و طیف دیگری آن را سلاحی نهفته در یک تحفه که به قصد نابودی ما طراحی و فرستاده شده بود، پنداشتند و استارت‌آپ را اسم رمز نفوذ نامیدند. تقابل بین این دو نگاه به قدری جدی شد که در دوره‌ای موافقت یا مخالفت با استارت‌آپ به عنوان یک شاخص مرزبندی بین جریان‌های سیاسی و حتی اعتقادی مطرح شد.

ورود این پدیده در دهه نود که از جنبه‌های مختلف، دهه پرچالشی برای کشور بود بر هیجانات این فضا افزود. در این جو هیجانی، هم آن‌ها که هنرشان فروش واژه‌های فرنگی جدید بود بازارشان رونق یافت و هم آن‌ها که کاسبی‌شان از درست کردن تهدید بود به نان و نوایی رسیدند. از طرفی سیل واژه‌های جدید بود که در این زیست‌بوم تولید می‌شد و عده‌ای به کمک آن‌ها یا از نهادهای دولتی و حاکمیتی حمایت و سرمایه می‌گرفتند یا با تدریس و مشاوره به جوانان و شرکت‌های نوپا برای خودشان

کسب اعتبار و درآمد می‌کردند. این سال‌ها، زمان رشد انفجاری دوره‌های شتاب‌دهی، مسابقات استارت‌آپی، رویدادهای مختلف، انواع مدل‌های کسب‌وکارهای نوین، الگوهای سرمایه‌گذاری و سرمایه‌پذیری و نمونه‌های موفق خارجی و داخلی بود. در طرف مقابل هم هر روز یک سند جدید در اثبات اینکه این رویدادها، دوره‌ها، شرکت‌ها و مجریان و مالکان‌شان تهدیدی برای امنیت، فرهنگ و نخبگان کشور هستند، رو می‌شد و عده‌ای هم برای گزارش‌نویسی و مستندسازی در مقابل این جریان یا راه‌انداختن الگوی بومی و درست آن منابع و حمایت می‌گرفتند. موضوع دیگری که به هیجان پیش‌آمده دامن می‌زد رقابت این دو گروه برای اثبات درستی حرف‌ها و موفقیت الگوها و فعالیت‌های‌شان بود. طبیعتاً در این شرایط آشفته امکان نگاه واقع‌بینانه و درست به این پدیده وجود نداشت و به هر نظری در تأیید، رد یا نقد استارت‌آپ‌ها برچسبی می‌خورد که باعث مواجهه سوگیرانه با آن می‌شد.

به هر تقدیر این دوره هیجانی با از دست رفتن تازگی موضوع و کم شدن رونق بازار فروش جنس نوبرانه، خسته شدن برخی بازیگران، رکود در سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در دو سه سال پایانی دهه نود، شیوع بیماری کرونا و تغییر دولت گذشت. امروز بعد از فروکش کردن هیجانات گذشته بهتر می‌توان با این پدیده مواجه شد، ماهیت آن را درست فهمید، فرصت‌ها و تهدیدات واقعی آن را شناخت و نسبت سیاست‌های کشور را با آن تنظیم کرد. در این ویژه‌نامه قصد داریم ضمن بازخوانی نظرات و موضع‌گیری‌های فعالان و مسئولان مرتبط با این حوزه در دهه گذشته، نگاهی به دیدگاه‌های مختلف به استارت‌آپ بیندازیم و برداشت‌ها و تعاریف موجود از آن را در معرض دید اندیشه‌ورزان و تصمیم‌گیران قرار دهیم. امید است که از لابه‌لای این نقد و نظر‌ها رهیافتی برای سیاست‌گذاری آگاهانه و خردمندانه در خصوص این پدیده حاصل شود.

فصل اول

اقتصاد مبتنی بر خطرپذیری (VC-Backed):

بررسی موضوع دانش‌بنیانی و معضلات آن از نگاه متولیان و دست‌اندرکاران آن در کشور

از اوایل دهه نود شمسی، جریان استارت‌آپی برآمده از غرب به نوعی به مقوله دانش‌بنیانی در داخل کشور گره خورد. برخی تمایزی میان شرکت دانش‌بنیان و استارت‌آپ قائل نبودند اما عده دیگری چنین نظری نداشتند و شرکت دانش‌بنیان را دست‌ساخته بومی کشور می‌دانستند که تاکنون مابه‌ازای جهانی هم نداشته است! در آن دوران نهادهای مختلفی و در رأس آنها «معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری» کشور از این جریان حمایت کردند و به نوعی از متولیان آن محسوب می‌شدند. در این بخش قصد داریم از نگاه حامیان و برخی از دست‌اندرکاران این جریان در آن سال‌ها به کم و کیف ماجرای دانش‌بنیانی بپردازیم.

رسم دانش بنیان

دولت در صحنه تحول دانش بنیان در دهه‌های اخیر ایران چه نقشی داشت؟

■ آیا تمایز معناداری میان «دانش بنیان» و «استارت‌آپ» وجود دارد؟

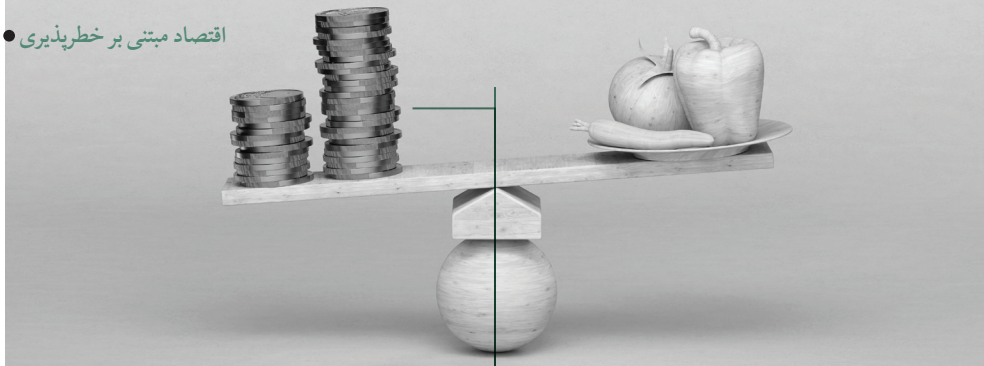
استارت‌آپ‌ها، زنجیره آغازین از فرآیند تبدیل شدن به شرکت‌های نوپا و سپس شرکت‌های دانش بنیان هستند.

برخلاف تصور رایج در کشور، دو مفهوم «استارت‌آپ» و «شرکت دانش بنیان» مجزا از یکدیگر نیستند و هر دو بر یک مضمون واحد دلالت دارند؛ استارت‌آپ، یک تیم کوچک چند نفره است که به تدریج با دریافت حمایت و سرمایه از سوی شتاب‌دهنده‌ها یا مراکز نوآوری، بزرگ‌تر و در نهایت تبدیل به یک شرکت نوپا می‌شود. از طرفی، استارت‌آپ‌ها تنها محدود به پلتفرم‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات نمی‌شوند بلکه نمونه‌های موفق از آن‌ها تولیدکننده محصولات سخت‌افزاری هستند. در نگاه معاونت علمی و فناوری از نقطه نظر حمایت از کسب‌وکارها، تمایز و تفکیکی میان انواع دانش بنیان و سایر شرکت‌ها وجود ندارد و از این رو، لازم است همه شرکت‌ها از تمامی امکانات به همان اندازه که در اختیار شرکت‌های دانش بنیان قرار می‌گیرد، بهره‌مند شوند. چراکه با سلب امکانات ضروری از همه کسب‌وکارها، زمینه برای رشد عده‌ای فرصت طلب فراهم می‌شود که از فضای رانتی موجود به بهانه «کسب‌وکار»، سودجویی کنند.

برداشتی آزاد از گفتگو با سورنا ستاری، معاون سابق علمی و فناوری ریاست جمهوری



«سورنا ستاری»، در مسند ۹ ساله معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، چارچوب‌ها و مقررات پایه فضای نوآوری کشور را پی‌ریزی کرده است. قوانین تأسیسی، نه تنها حدود حقوقی در این حوزه را تولی کرده‌اند بلکه ثغور مفهومی و مفاد معنایی را نیز به فضای کارآفرینی و نوآوری کشور تزریق کرده‌اند. تأکید بر مفاهیم «دانش بنیان»، «خلاق» و «هویت‌ساز» و ... از جمله مفاهیمی هستند که علاوه بر ایجاد نص قانون، بر ذهنیت مدیران این حوزه نیز رنگ و جهت پاشیده‌اند. آخرین حلقه از تولیدات قانونی - مفهومی به «جهش تولید دانش بنیان» رسیده است؛ که آلیاژی از آرزومندی‌ها و نیازمندی‌های کشور در وضعیت اقتصاد مقاومتی و شدت تحریم‌های بین‌المللی را نشان می‌دهد. ستاری در این گفت‌وگو نقش دولت را حداقلی، حمایتی و متوازن‌کننده زیست‌بوم نوآوری معرفی می‌کند و ضمن مرور ریل حرکتی و رفتاری مدیریت حوزه دانش بنیان در کشور، بر هم‌آهنگی تحولات این حوزه با نظر مستقیم رهبری تأکید دارد. وی نگاه امنیتی را مغلطه‌آمیز و ماهیت فضای نوآوری می‌داند و پیشنهاد تعامل نزدیک و گفت‌وگویی شفاف با فعالان و کارآفرینان را مطرح می‌کند. در ادامه خلاصه‌ای از گفت‌وگو با سورنا ستاری آورده شده است.



مسلم خود محروم شوند.

لازم به ذکر است هر آنچه که در حوزه استارت‌آپی کشور رخ می‌دهد، نتیجه اقدامات کارگروهی است که به دستور رهبری حوالی سال ۱۳۹۳ در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تشکیل شد. هم‌اکنون تمامی سرویس‌های ارائه‌شده به مردم و میلیون‌ها تراکش بانکی روزانه حاصل تصمیمات این کارگروه است. از همان ابتدا به منظور حساسیت‌زدایی از نهادهای امنیتی و اطلاعاتی، مبنای تصمیم‌گیری این کارگروه به جای رأی‌گیری بر اقلیت یکدیگر و اجماع قرار گرفت. سیاست این کارگروه برای مواجهه با اختلافات ساختاری و فکری و حل تمایزات استارت‌آپ‌ها با ضوابط مملکتی همواره شیوه‌هایی همچون دعوت از جوانان و برگزاری جلسات متعدد گفتگو با مدیرعاملان استارت‌آپ‌ها، تبیین محدوده مجاز فعالیت آن‌ها در چارچوب ضوابط و قوانین کشوری و تعمیق روابط و تعامل دوستانه با آن‌ها بوده است و حقیقتاً این باور وجود دارد که راه‌حل این تقابلات از مسیر گفتگو می‌گذرد.

■ نقش مطلوب دولت در فضای کارآفرینی و نوآوری چگونه تعریف می‌شود؟

وظیفه دولت، تولید کیفیت نیست؛ بلکه حمایت و ایجاد توازن در فضای کارآفرینی و نوآوری است.

فضای کار، تجهیزات، تسهیلات، مجوزها، ضمانت‌نامه‌ها و انواع حمایت‌های مادی و معنوی به مثابه اکسیژن، نور و آب حق طبیعی همه شرکت‌ها برای تنفس، بقا و رشد است. نقش دولت یا حکومت در فضای کارآفرینی و نوآوری باید همچون باغبانی باشد که شرایط و بستر رویش (نور، آبیاری و کود) را فراهم می‌کند. کار دولت، دخالت در چگونگی کیفیت محصول نیست بلکه نظارت بر این باغچه است. طبیعتاً در یک باغچه، در کنار گیاهان پربر، درختان بی‌ثمر نیز رشد می‌کنند، کار دولت برقراری توازن میان این دو گونه است و وظیفه آن بستن، بریدن و قطع کردن درختان نیست بلکه حذف علف‌های هرز است. به عبارتی نقش دولت اصلاح روابط، نگاه همه‌جانبه و تصمیم‌گیری شفاف است.

■ قوانین و مفاهیم رسمی کشور در حوزه دانش‌بنیان چگونه شکل گرفت؟

از سال ۹۳ کارگروهی به دستور رهبری ایجاد شد که بر اساس تحولات زیست‌بوم نوآوری کشور، به تعریف قانون بر اساس ضوابط کشور و تقویت تعامل زیست‌بوم با نظام همت گذاشته‌اند.

در برهه‌ای از زمان، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به این نتیجه رسید که رونق کسب‌وکار در کشور منوط به داشتن شرایط و چارچوب‌هایی است که نام آن را «دانش‌بنیان» نهاد که در ابتدای امر چندان مورد توجه نبود اما به یک‌باره رشد چشمگیری یافت. پس از شکل‌گیری زیست‌بوم وسیع و فراگیر در تمام کشور، مدل شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق توسط معاونت علمی و فناوری در قانون «جهش تولید دانش‌بنیان»، تبیین شد و تاکنون تمام آیین‌نامه‌های مربوط به آن به تصویب رسیده است و به ثمر رسیدن این قانون هدف اصلی معاونت علمی و فناوری در این مقطع محسوب می‌شود، برای مثال در بند معافیت اعتبار مالیاتی به جای قید «دانش‌بنیان» از «تحقیق و توسعه (R&D)» استفاده شده است که بر اساس آن هر شرکتی با سرمایه‌گذاری در بخش تحقیق و توسعه مشمول دریافت اعتبار مالیاتی خواهد شد. بزرگ‌ترین دستاورد معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در دهه گذشته، توسعه شرکت‌هایی بوده است که در بخش تحقیق و توسعه (R&D) سرمایه‌گذاری می‌کنند. اساساً سرمایه یک کارآفرین با پول دولتی تفاوت بسیاری دارد. یک مدیر دولتی می‌تواند تنها با صدور دستوری از بالا به راحتی پول و سرمایه هنگفتی را به حوزه‌ای اختصاص دهد اما یک کارآفرین حساب تک به تک مبالغی که در یک پروژه سرمایه‌گذاری می‌کند را به صورت دقیق داشته و دلسوزانه روند تکمیل پروژه را دنبال می‌کند؛ یک پروژه دولتی در مقایسه با یک پروژه خصوصی معمولاً زیر ظرفیت واقعی کار می‌کند و یا کاملاً تعطیل می‌شود؛ از این رو، دولت نباید در حوزه کسب‌وکار دخالت کند و بهتر است در مراحل اول زایش شرکت‌های نوپا مداخله نکند و سپس به قاعده‌گذاری و نظارت بر آن‌ها بپردازد. هر کارآفرینی موظف بوده تا بر اساس ضوابط کشور فعالیت کند، ولی بدین معنی نیست که آن‌ها از حقوق طبیعی و

■ تعامل میان فضای کارآفرینی کشور و نظام جمهوری اسلامی چگونه تقویت می‌شود؟

راه‌حل‌های ضربتی و امنیتی باید کنار گذاشته شود و فضای شفاف گفت‌وگو محور در تعامل با کارآفرینان مدنظر باشد.

بر مبنای یک باور ساده‌انگارانه، اغلب مسئولان رده بالا و عوامل امنیتی کشور تصور می‌کنند که پلنفرم‌هایی همچون «تلگرام»، «فیس‌بوک»، «دیجی‌کالا»، «اسنپ» و ده‌ها نمونه موفق داخلی و خارجی صرفاً یک نرم‌افزارند که می‌توان هر زمانی با تخصیص منابع و به خدمت گرفتن تعدادی از متخصصان، نمونه‌های مشابه آن را ساخت. در حالی که در بخش خصوصی، شخص کارآفرین محور اصلی کسب‌وکار و استارت‌آپ محسوب می‌شود، کسی که حاضر باشد برای ایده‌اش متحمل هر گونه سختی و مارت شود و برای تحقق آنچه که بدان باور دارد، بی‌وقفه تلاش کند و با موانع پیش‌رو بجنگد. صرفاً با پول و سرمایه دولتی هرگز نمی‌توان یک شرکت استارت‌آپی یا دانش‌بنیان موفق ساخت. استارت‌آپ‌های بزرگ ایران مایه افتخار نظام‌اند و بنیان‌گذاران آن‌ها غالباً جوانان مستعدی هستند که اگرچه می‌توانستند در برهه‌ای از زمان، مهاجرت کنند و در خارج از کشور از موقعیت‌های بهتری بهره‌مند شوند اما پای ایده‌های خود در کشور ایستادند. با این حال، ممکن است در مواردی اختلافات ساختاری و یا تفاوت‌های فکری میان استارت‌آپ‌های بزرگ با دولت و حکومت ایجاد شود یا سیاست داخلی این شرکت‌ها با برخی از ضوابط مملکت مغایرت پیدا کند. چگونگی مواجهه حکومت و دولت با استارت‌آپ‌ها در هنگام بروز چنین چالش‌هایی بسیار حائز اهمیت است. کارآفرینان در تعامل با حکومت و دولت با فضایی مبهم و غبارآلود روبه‌رو هستند. اغلب اقدامات و سیاست‌های دولت در مواجهه با استارت‌آپ‌ها شتاب‌زده و سختگیرانه است که برخی از این اقدامات و تبعات آن‌ها عبارتند از:

ممانعت از ورود شرکت‌های استارت‌آپی به بورس، موجب می‌شود که سرمایه‌گذاران و حامیان مالی این شرکت‌ها حتی در مواردی پس از گذشت یک دهه، موفق به کسب سود و برگشت سرمایه نشوند؛ چنین پیامدی موجب ناامیدی و عدم رغبت آن‌ها برای ورود به حوزه کارآفرینی و استارت‌آپی می‌شود.

دستور توقف کار سریع استارت‌آپ‌ها، که بعضاً یک‌شبه و دربارہ استارت‌آپ‌های ارزش‌گذاری شده (مانند «از کی» و «طاقچه») با چند هزار نیروی کار متخصص و غالباً برنامه‌نویس صادر می‌شود، که ضمن ایجاد موج ناامیدی در دل کارآفرینان، موجب رعب و وحشت سرمایه‌گذاران آن‌ها چه در بخش اقتصاد سنتی و حتی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری روی شرکت‌های حوزه آی‌تی و کارآفرینی خواهد شد.

عقب‌ماندگی کشور در حوزه‌های کلیدی، رکود حوزه کارآفرینی و نوآوری متأثر از اختیارات دولتی و حاکمیتی در توقف کار استارت‌آپ‌ها موجب عقب‌ماندگی کشور در حوزه‌هایی مانند فینتک، بیمه، هوش مصنوعی و ده‌ها حوزه مهم دیگر خواهد شد. جوانان نخبه و مستعد، سربازان کشور در مبارزه میان شرکت‌های حوزه نوآوری در دنیا هستند. در صورت مواجهه سختگیرانه دولت با اشتباهاتشان و پرهیز از گفتگو، راهنمایی و تعامل دلسوزانه با آن‌ها قطعاً کشور سربازان خود را از دست خواهد داد.

راه یافتن عده‌ای کاسب‌مآب به استارت‌آپ، که ضمن ارائه مشاوره‌های نادرست به تیم‌ها، خود را حلال مسائل و مشکلات آن‌ها معرفی می‌کنند و بعضاً به هیئت‌مدیره بسیاری از استارت‌آپ‌ها راه می‌یابند. حضور چنین افرادی متأثر از جو مبهم و غیرشفاف تعامل استارت‌آپ‌ها با دولت و حکومت است، استارت‌آپ‌ها به درستی نمی‌دانند که در ساختار حکومت با چه کسی یا کسانی طرف هستند؛ بنابراین به افرادی سودجو که در ازای گرفتن حقوق‌های کلان ادعا می‌کنند که می‌توانند مسائل آن‌ها با حکومت و نهادهای امنیتی را حل کنند، اعتماد می‌کنند.



■ تشخیص و تقویت استارت‌آپ‌ها با چه

روش‌هایی ممکن است؟

تشخیص افراد مستعد و کارآفرین توسط دولت ممکن نیست؛ بلکه این شتاب‌دهنده‌ها هستند که بر اساس ثبات و استواری خودشان می‌توانند در این راه به کمک دولت بیایند.

با تأکید بر نقش شخص کارآفرین در موفقیت یک استارت‌آپ، طبیعتاً تربیت و یافتن یک نیروی کارآفرین از ضروریات کشور خواهد بود که اغلب از طریق توسعه مراکز شتاب‌دهی و برگزاری رویدادها انجام می‌شود. تشخیص افراد مستعد و کارآفرین به سادگی و توسط نهادهای دولتی همچون معاونت علمی و پژوهشی ممکن نیست، اما یک شتاب‌دهنده واجد شرایط به عنوان بخش خصوصی و به دلیل فهمش از دنیای کسب‌وکار می‌تواند ظرفیت درونی افراد را به خوبی تشخیص دهد. یکی از شیوه‌های تشخیص صلاحیت شتاب‌دهنده، ثبات آن در فرازونشیب‌های سالیان گذشته خصوصاً در جریان همه‌گیری کرونا است. اینکه شتاب‌دهنده‌ای در جریان حوادث اخیر همچنان استوار به حیات خود ادامه داده و هنوز از طریق شتاب‌دهی ارتزاق می‌کند، آن را واجد شرایط می‌سازد. در مقطعی از زمان در اثر حمایت‌های معاونت علمی و فناوری حدود ۶۰ شتاب‌دهنده مختلف در کشور ایجاد شدند. البته لازم به ذکر است که کمک‌های معاونت علمی و فناوری به شتاب‌دهنده‌ها اغلب شامل اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه است که در صورت ارائه خروجی مورد تأیید، بخشی از آن وام بلاعوض تلقی خواهد شد. سیاست معاونت در حمایت از مراکز شتاب‌دهی، کمک‌کردن به گونه‌ای است که کمک‌گیرنده نیز در صورت شکست، متحمل هزینه شود. شتاب‌دهنده «پرسیس» در حوزه زیست‌فناوری (دارو و پزشکی) نمونه‌ای از یک شتاب‌دهنده واجد صلاحیت است که تاکنون خروجی‌های زیادی داشته است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها شرکت «نیواد فارمد» تنها شرکت خصوصی تولیدکننده واکسن انسانی در کشور است.

■ چالش‌های فضای نوآوری کشور چیست؟

دو عامل مهم شیوع کرونا و التهابات شهریور ۱۴۰۱ با تأثیر بر وضعیت و پویایی دانشگاه‌ها، منجر به رکود جریان کارآفرینی در کشور شد. ایجاد فضای دوستانه و هدفمندسازی حمایت‌ها می‌تواند زیست‌بوم استارت‌آپی کشور را احیا کند.

طی سالیان اخیر، وقوع دو مساله در کشور، آسیب جدی به حوزه کارآفرینی و زیست‌بوم استارت‌آپی وارد کرده است؛ اول شیوع بیماری کرونا که موجب تعطیلی بسیاری از فضاهای کارآفرینی و از همه مهم‌تر تعطیلی دانشگاه‌ها و بسته شدن خوابگاه‌ها شد و جمع بزرگی از ساختارهای استارت‌آپی که اتفاقاً از خوابگاه‌ها تغذیه می‌شدند، از هم فروپاشید و دوم جریان شلوغی‌های سال گذشته که

جو دانشگاه را برای مدتی متشنج کرد.

در شرایط رکود کارآفرینی، ضروری است که کشور دوباره جریان شتاب‌دهی را آغاز کند و اکنون نیز در دانشگاه صنعتی شریف، مانند گذشته برنامه‌ای برای شتاب‌دهی و توسعه کسب‌وکارها از سر گرفته شده است تا دانشجویان بتوانند ایده‌هایشان را پیاده کنند و در حال حاضر بیش از ۸۰۰ شرکت در ناحیه نوآوری شریف پیرامون دانشگاه صنعتی شریف فعالیت می‌کنند. از طرفی باید تلاش کرد که با زایش‌هایی در راستای حل مشکلات مردم امید در جامعه توسعه یابد. فرآیند شتاب‌دهی طی هزاران سال در تجارت، ذهن، فرهنگ و تمدن ما ریشه داشته است و چیزی شبیه به شیوه تربیت شاگرد حجره توسط بازاری‌های قدیم است که ابتدا شاگرد حجره را با کارهای ساده مانند تمیزکاری و تهیه صبحانه محک می‌زدند و اگر جنم و جریزه نشان می‌داد چک و پول خود را به او می‌سپردند تا جایی که روزی او نیز حجره‌دار شود. درحالی‌که در دولت از همان ابتدا بدون هیچ گزینشی به تمامی مراجعه‌کنندگان یک وام خوداشتغالی تعلق می‌گیرد که اغلب نیز در مصارف دیگری خرج می‌شود، مشابه اعطای وام نقدی به مخترعین که بنده در همان ابتدای ورود خود به معاونت علمی آن را متوقف کردم و اکنون شتاب‌دهنده به جای اعطای مزایای نقدی، امکاناتی در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار می‌دهد تا کار کنند و این اتفاق بزرگ مایه افتخار است.

هرچند در حوزه نوآوری و کارآفرینی تعداد تصمیمات نادرست کشور بیش از تصمیمات درست بوده است، اما نادیده‌گرفتن همه تلاش‌ها در این زمینه بی‌انصافی است. برای شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی در ایران جوان‌های زیادی تلاش کرده‌اند و از خانه، زندگی و تمام موقعیت‌هایشان در خارج از کشور گذشته‌اند. اگر فضا و زیست‌بوم کارآفرینی جان‌نازهای بگیرد به طوری که بارقه‌های امید دوباره در وجود جوانان شکل بگیرد و از سوی دولت و حکومت به جوانان و کارآفرینان اطمینان داده شود که کسب‌وکارهای آن‌ها از حقوق و امکانات طبیعی خود برخوردار خواهند بود و هر لحظه بیم آن نیست که از سوی دولت یا یک نهاد امنیتی متوقف یا تعطیل شوند و ارتباط دولت با آن‌ها به جای تنبیه و تحکم، دوستانه و حمایت‌محور باشد، قطعاً رویش‌ها دوباره اتفاق خواهد افتاد.

اقتصاد دانش بنیان؛ رجعت به مدار توسعه

آیا ضرورت و تأکید بر اقتصاد دانش بنیان در دوره چهارم سیر تکامل علم و فناوری، یک انحراف اقتصادی بود؟



برداشتی آزاد از گفتگو با محمدمصدق خیاطیان،
مدیرعامل صندوق نوآوری و شکوفایی

■ ریشه‌های تکوین و تقویت گفتمان اقتصاد

دانش بنیان در کشور از کجا شکل گرفت؟

پس از گذر از سه دوره تکاملی آموزش، پژوهش و فناوری در کشور، اینک در دوره چهارم، ضرورت و تأکید بر اقتصاد دانش بنیان مورد اجماع قرار گرفته است. در این مسیر سیاست‌گذاری عمومی یک انحراف اقتصادی بود.

از ظهور فناوری و نوآوری در ایران دهه‌ها می‌گذرد. حوزه علم و فناوری که بروز آن را در استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش بنیان می‌توان یافت، سالیان متمادی از منظر اقتصاددانان کلاسیک در زمره عوامل توسعه و رشد اقتصادی قرار نداشت اما بعدها عده‌ای از آن‌ها و در رأس‌شان «شوم پیتر»، فناوری را به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی معرفی کردند. دوره تکامل علم و فناوری در ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به چهار بخش تقسیم می‌شود: دوره اول به دلیل بروز چالش کمبود نیروی انسانی و فقر آموزشی در کشور و مهاجرت شمار زیادی از دانشجویان به منظور ادامه تحصیل عمدتاً بر آموزش و تربیت نیروی انسانی متمرکز بود. در دوره دوم و با اتمام جنگ تحمیلی با توجه به اقتضانات کشور

«محمدمصدق خیاطیان»، ۲۲ فروردین ۱۴۰۲ از مرکز بررسی‌های ریاست جمهوری به صندوق نوآوری و شکوفایی رفت؛ تا توسعه اقتصاد دانش بنیان کشور را پس از علی وحدت پی بگیرد. تزریق ۱۰۰ هزار میلیارد اعتبار مالی به این صندوق، وعده‌ای است که رئیس‌جمهور رسانه‌ای کرده است. این رقم، اهمیت تجاری‌سازی و کاربردی‌سازی دانش برای دولت سیزدهم را نشان می‌دهد؛ بنابراین خیاطیان در این گفت‌وگو در تلاش است با مرور سیر و سرنوشت علم و فناوری در ایران، بستر منطقی الثغرات کشور به نوآوری دانش پایه را تئوریزه کند. خیاطیان توسعه کشور را از مسیر تقویت علم و فناوری فهم کرده است؛ بنابراین توجه به سیاست‌گذاری عمومی از اواخر دهه ۷۰ را انحرافی ناگزیر در مسیر توسعه کشور قلمداد می‌کند. از نظری، رجعت به مدار توسعه، مستلزم احصا و اولویت‌گذاری مسائلی اقتصادی کشور است. این اشاره ضروری است که خیاطیان اولویت‌های اقتصادی را به مثابه جزئی از اقتدار کشور می‌فهمد. این گفت‌وگو، عزم خیاطیان برای پیگیری مسیر توسعه از مناظر علم و فناوری و تأکید بر امتزاج آن‌ها با نوآوری را نشان می‌دهد.

اکنون که کشور پس از عبور از سه دوره آموزش، پژوهش و توسعه فناوری، به دوره اقتصاد دانش‌بنیان رسیده است و دوران گذار را سپری می‌کند، برای قضاوت گذشته و آنچه در تاریخ فناوری و نوآوری کشور گذشته، باید به اقتضانات، فرهنگ و فضای آن زمان توجه داشت. اکنون زمان آن فرارسیده است که ضمن دنبال کردن اقتصاد دانش‌بنیان، اهداف محقق نشده یا آسیب‌های وارده به فضای اقتصادی یا حتی فرهنگی کشور به درستی آسیب‌شناسی شود. آشنایی مردم، مسئولان و شمار زیادی از سیاست‌گذاران با مقوله دانش‌بنیان، یک‌روزه یا یک‌شنبه محقق نشده است بلکه این مهم حداقل طی دو دهه شکل گرفته است.

■ چه تمایزی میان دو حوزه استارت‌آپ و دانش‌بنیان وجود دارد؟

با سبقت و وسعت تعریف دانش‌بنیان، می‌توان از واژه استارت‌آپ به کلی صرف نظر کرد.

به طور کلی مفهوم دانش‌بنیان در کشور نسبت به استارت‌آپ از اصالت بیشتری برخوردار است. در دنیا شرکت‌های دانش‌بنیان به منزله سازمان‌های دانش‌محور و مدیریت دانش هستند؛ چنین تعبیری با تعریف ما از دانش‌بنیان کاملاً متفاوت است؛ گویی تعریف دانش‌بنیان در ایران کاملاً بومی شده است و شاید بعدها به دلیل تطبیق فضای داخلی کشور با ادبیات دنیا واژه «استارت‌آپ» به دنیای واژگان ایران راه یافت و کمی بعد در لفظ سیاست‌گذاران کشور جاری شد اما کشور همچنان می‌تواند بدون به کارگیری واژه «استارت‌آپ» بر کلمه «دانش‌بنیان» تأکید کند؛ زیرا تعریف کنونی دانش‌بنیان، بسیار وسیع و البته همه‌جانبه است. در معاونت علمی و فناوری کشور همه حوزه‌ها به لحاظ نوع معیارهای ارزیابی و انواع حمایت‌هایی که دریافت می‌کنند مشمول یک رویه یکسان هستند. افزون بر این، در تمامی اسناد مربوطه واژه «دانش‌بنیان» به کار رفته است و در هیچ بخشی اعم از قانون، بودجه و اسناد بالادستی مطلقاً واژه «استارت‌آپ» دیده نمی‌شود، هرچند بعدها واژه «خلاق» نیز رواج یافت و شاید سخن‌گرافی نباشد که اکنون بیش از واژه «استارت‌آپ» جریان‌ساز شده و حتی از واژه «دانش‌بنیان» نیز پیشی گرفته است. یکی از دلایل احتمالی غلبه ظاهری جریان استارت‌آپی بر حوزه دانش‌بنیان در کشور این حقیقت است که بسیاری از شرکت‌های فعال در حوزه نوآوری مانند «اسنپ»، «دیجی‌کالا» و «تپسی» علی‌رغم دانش‌بنیان بودن به سبب بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته همچون هوش مصنوعی و ابرداده اما نهایتاً در قالب جریان استارت‌آپی و موجی برآمده از غرب توسعه یافتند. با این حال، همچنان به نظر نمی‌رسد که حقیقتاً جریان استارت‌آپی بر موضوع دانش‌بنیان در کشور غالب باشد.

در دوره سازندگی، پژوهش در دستور کار آموزش عالی کشور قرار گرفت. طی دوره سوم و برای نخستین بار عبارت «اقتصاد دانایی‌محور» در برنامه چهارم توسعه کشور، مطرح شد که ابتدا در سیاست‌ها و مأموریت‌های معمول دستگاه‌های مختلف، نمود چشمگیری نداشت. در این دوره مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری و زیرساخت‌های مختلفی به منظور حمایت از واحدهای فناور و صاحبان ایده توسعه یافتند تا از این طریق فناوری در کشور گسترش یابد که نتایج و آثار ارزنده‌ای همچون اشاعه فرهنگ توسعه فناوری و اعتماد به توان داخلی را به دنبال داشت. در این دوران کشور نیاز مبرم به ایجاد کلونی، جریان‌سازی و فرهنگ‌سازی داشت تا شمار شرکت‌های دانش‌بنیان در سراسر کشور به عدد قابل قبولی برسد، اما از آنجا که حوزه علم و فناوری کشور از شرایط و آمادگی لازم برای ایجاد یک کلونی مطلوب برخوردار نبود، در نتیجه به ناچار در آن مقطع سیاست‌گذاری عمومی در کشور به کار گرفته شد که به موجب آن تا زمان تشکیل کلونی مناسب، سراسر کشور از یک حمایت عمومی بهره‌مند شدند و نهادها و سازمان‌های متولی در نظر داشتند پس از تشکیل کلونی از طریق اولویت‌گذاری و کیفی‌سازی، انحرافات موجود را رفع کنند. از طرفی رشد حوزه دانش‌بنیان در درون اقتصاد دولتی ایران چالشی گریزناپذیر بود و در آینده نزدیک، طرف تقاضای اغلب شرکت‌های دانش‌بنیان، دستگاه‌ها و شرکت‌های دولتی بودند که ایجاد تعامل سازنده میان آن‌ها مستلزم تفهیم موضوع دانش‌بنیانی در دستگاه‌های دولتی بود که ابتدا کار ساده‌ای به نظر نمی‌رسید. فارغ از وجود مباحث غیراصولی در فضای دانش‌بنیانی، شرکت‌های دولتی تمایلی به استفاده از محصولات داخلی نشان نمی‌دادند؛ بنابراین ایجاد کلونی برای اثبات وجود توانمندی داخلی نیز ضروری به نظر می‌رسید. در آن زمان نیز ابتدا سیاست‌گزینی در کشور حاکم بود که به موجب آن توسعه فناوری ابتدا در تهران، اصفهان، مشهد و چند شهر بزرگ دیگر در دستور کار قرار گرفت اما پس از آن تصمیم بر این شد که مزیت توسعه فناوری در تمامی استان‌ها ایجاد شود. تصویب قانون دانش‌بنیان، نقطه عطفی در حوزه علم و فناوری بود و از آن حمایت خوبی صورت گرفت. در همین زمان طی درخواستی از معاون پژوهشی وقت، آیین‌نامه‌ای به منظور صدور مجوز تأیید صلاحیت شرکت‌های دانش‌بنیان تدوین شد و ایشان به عنوان دبیر شورای عطف، آیین‌نامه را ابلاغ کردند و همچنین به صورت نمادین به اولین شرکت دانش‌بنیان با نام «پارسا پلیمر شریف» مجوز داده شد. مهم‌تر از همه، پشتیبانی و حمایت مقام معظم رهبری که شخصاً پرچم‌دار و سردمدار حوزه علم و فناوری بودند، بسیار حیرت‌انگیز به نظر می‌رسید. از اواسط دهه نود تاکنون، ایران در دوره چهارم به سوی اقتصاد دانش‌بنیان در حرکت است و اکنون به مرحله تثبیت شرکت‌های دانش‌بنیان و پذیرش فناوری به عنوان یکی از ارکان کلیدی توسعه اقتصادی در کشور رسیده است.

■ تزریق «نوآوری» به فضای دانش‌بنیانی کشور شامل چه ریشه‌ها و ضرورت‌هایی است؟

تحدید تعریف دانش‌بنیان بر مبنای صنایع پیشرفته و فناوری‌های برتر، بسیاری از حوزه‌های اقتصادساز و اشتغال‌زارا مغفول می‌گذارد. بنابراین ایجاد جریانی برای نوآوری که با نگاهی جامع، نظام‌مند و سامان‌دهی کلان در پیوند با فناوری پیش‌رود، ضروری است.

در قانون دانش‌بنیان کشور جهت صدور مجوز دانش‌بنیانی ابتدا بر «صنایع پیشرفته و فناوری‌های برتر» تأکید شد. با وجود چنین قیدی برخی از شرکت‌ها و ایده‌ها علی‌رغم نوآورانه بودن تنها به دلیل قرارنگرفتن در زمره صنایع پیشرفته، در آن زمان دانش‌بنیان قلمداد نشدند، درحالی‌که نوآوری برخی از آن‌ها به حدی بود که می‌توانست در آینده نزدیک اقتصادساز و اشتغال‌زا باشد؛ از این رو، تا مدت‌ها شرکت‌های دانش‌بنیان، تأثیر مثبت و سازنده‌ای بر اقتصاد کشور نداشتند و روزبه‌روز بر فشار مطالبات در این خصوص افزوده می‌شد؛ بنابراین در راستای سیاست بسط تعاریف دانش‌بنیانی، نوآوری به عنوان عاملی جدید در ارزیابی دانش‌بنیانی لحاظ شد تا مشوقی در جهت رشد اقتصاد دانش‌بنیان باشد. میزان هزینه‌کرد بخش تحقیق و توسعه (R&D)، معیار و شاخص مهمی در نوآوری کشورهای توسعه‌یافته است ولی لزوماً توسعه صنایع مبتنی بر های‌تک به عنوان یک روش پیشرفت اقتصادی به تمامی کشورها حداقل برای کشورهایی مانند ایران قابل تجویز نیست.

دغدغه اصلی در توسعه فناوری نیز تکیه صرف اقتصاد کشور بر شرکت‌های دانش‌بنیان نیست؛ بلکه هدف اصلی، توسعه تعریف دانش‌بنیانی و افزودن قید نوآوری به آن است. کشور مشابه روند تثبیت مفهوم «دانش‌بنیان» به جریانی برای «نوآوری» نیاز دارد تا به واسطه آن شرکت‌ها و کسب‌وکارهای نوآورانه به تعداد قابل قبولی برسند و پس از ایجاد کلونی تأثیرگذار شوند. موضوع نوآوری و فناوری شامل مجموعه‌ای از عناصر به هم پیوسته است که باید در قالب یک نگاه جامع، نظام‌مند و سامان‌دهی کلان به آن نگریست، مثلاً اینکه مقررات‌گذاری و تنظیم‌گری آن (Regulatory System) چگونه باشد؟ نظام تأمین مالی آن چه شکلی داشته باشد؟ مالکیت فکری آن چگونه باشد؟

■ تأمین مالی مطلوب در حوزه علم، فناوری و نوآوری با چه روشی میسر می‌شود؟

سرمایه‌گذاری خطرپذیر، نیازهای میرم فضای فناوری و نوآوری را پاسخ می‌دهد؛ اما غافل از فلسفه آن، که سرمایه‌گذاری بر حوزه‌هایی با بازده زیاد و احتمال کم است، در ایران به سمت حوزه‌هایی با بازده زیاد و احتمال کم متوجه شده است! موضوع تأمین مالی در حوزه فناوری و نوآوری صرفاً فراهم کردن پول و منابع مالی برای یک کسب‌وکار یا شرکت فناورانه و نوآورانه نیست. در نظام تأمین مالی سنتی و مبتنی بر بدهی، مفاهیمی همچون کوچک و متوسط نوپا، با این مفاهیم بیگانه هستند. علت برتری سرمایه‌گذاری خطرپذیر (VC) نسبت به سایر روش‌های تأمین مالی، نیاز میرم فضای فناوری و نوآوری و شرکت‌های نوپا به آموزش، مشاوره و شبکه‌سازی در کنار تأمین مالی است که تجمیع این موارد با یکدیگر نتیجه مطلوبی را رقم خواهد زد. سرمایه‌گذاری خطرپذیر در کشور با چالش‌ها و محدودیت‌هایی روبه‌رو است. از آنجا که VC یک مقوله کوتاه‌مدت و مبتنی بر سود تقسیمی نیست، پس ضروری است که مسیر ورود به بورس یا بازارهای غیربورسی در کشور به روی آن گشوده شود. با فراهم‌شدن چنین مسیرهایی و ایجاد یک افق باز و پایان بی‌نهایت، بخش زیادی از پول‌های سرگردان کشور به این حوزه راه می‌یابند. باور معمول در مورد VC در جهان کسب بازده زیاد با احتمال کم است؛ اما متأسفانه اغلب VCها در کشور به حوزه‌هایی با بازده کم و احتمال بالا ورود می‌کنند که اساساً با فلسفه وجودی آن در تضاد و تباین است. از سوی دیگر پافشاری اغلب VCها در کشور برای ورود به حوزه آی‌تی و موارد پلتفرمی و نادیده‌گرفتن حوزه‌هایی مانند زیست‌فناوری، سلامت و انرژی برخلاف تجربه معمول جهانی یکی دیگر از کج‌فهمی‌ها و معضلات VC در کشور است. عموم کشورها، کمتر از چهار دهم درصد تولید ناخالص داخلی خود را صرف سرمایه‌گذاری خطرپذیر می‌کنند اما میزان رشد آن‌ها بسیار قابل توجه است و در حوزه VC میزان رشد و برنامه‌محوربودن بسیار حائز اهمیت است. به نظر می‌رسد ایران از منظر ظرفیت، قوانین و محیط مناسب در مقوله VC شرایط مطلوبی دارد و تنها نیازمند منسجم‌کردن آن‌ها و بازنگری مجدد است.

حوزه توأمان یک اولویت اقتداری و اقتصادی محسوب شود. در برخی از حوزه‌ها همچون هوش مصنوعی ظرفیت مطلوب، بنیه و توانمندی دانشی، نیروی انسانی متخصص و تا حدی زیرساخت مناسب در کشور وجود دارد و تنها نیاز به جهش‌هایی دارد که مستلزم اولویت‌گذاری کشور است؛ که متأسفانه همچنان خلأ اولویت‌گذاری در برنامه هفتم توسعه کشور نیز کاملاً محسوس است. در شرایط کنونی، کشور با مسائل بی‌شماری روبه‌رو است و شاید بهتر باشد به جای تلاش نافرجام برای رسیدگی هم‌زمان به همه آن‌ها به شیوه‌ای ناقص و ناکارآمد که احتمالاً هیچ نتیجه‌ای را در بر نخواهد داشت، تنها روی حل دو یا سه مسأله اصلی در پنج سال آینده تمرکز شود. البته لازمه چنین رویکردی بهره‌مندی از مهارت اولویت‌گذاری و نگاه آینده‌پژوهانه است.

تمرکزکردن بر حل چند مسأله محدود و البته حیاتی برای هر کشوری یک ضرورت است؛ اما به معنی این نیست که پس از چندین دهه فعالیت دغدغه‌مند در بخش توسعه فناوری و نوآوری، کشور می‌تواند صرفاً به چاره‌اندیشی مسائل و دغدغه‌های اصلی خود بپردازد و از فعالیت مستمر و مسئولانه در حوزه فناوری و نوآوری دست بکشد. بلکه اکنون باید به موازات برنامه‌ریزی مدون و اولویت‌گذاری در خصوص حل مسائل اصلی کشور، همچنان حرکت مداوم در مسیر توسعه و شکوفایی اقتصاد دانش‌بنیان را حتی با همت و قوت بیشتر ادامه داد. نیاز مبرم کشور به وجود یک جریان اقتصادی پایدار و پویا مستلزم تلاش بی‌وقفه و توقف‌ناپذیر در حوزه توسعه فناوری، نوآوری و تربیت نیروی انسانی است.

■ دستیابی به اهداف اقتصاد دانش‌بنیان در

ارتباط با مسأله اقتدار چگونه ممکن است؟

در کنار تحکیم اقتدار و تاب‌آوری، تقویت اقتصاد از ضروریات کشور است. و از آنجاکه اولویت‌های اقتداری به مرور به اولویت‌های اقتصادی تبدیل می‌شوند، تمرکز بر چند مسأله اساسی و چاره‌اندیشی برای آن‌ها ضرورت تقویت و توسعه کشور است.

کشوری با رویکرد اقتصاد دانش‌بنیان، ناگزیر است که اندکی فرآگیرتر به موضوعات پیرامون خود بنگرد. دستیابی به اهداف اقتصاد دانش‌بنیان مستلزم برقراری هم‌آهنگی و هم‌سویی میان موضوعات هایتک، فناوری و نوآوری و درآمیختن آن‌ها با هم است. در ادبیات نظامی، سه دسته اولویت اقتداری، اقتصادی و تاب‌آوری تعریف می‌شود. اولویت‌گذاری و تمرکزگذاری بر حوزه‌های اقتداری فارغ از صرفه اقتصادی یک ضرورت جدی برای کشور محسوب می‌شود. در همین راستا، ضروری است سیاست‌گذاران در حوزه فناوری تعداد انگشت‌شماری از مسائل اصلی را گزینش و تصمیم‌گیری کنند که تا پنج یا ده سال آینده روی این حوزه‌ها عمیقاً متمرکز شوند. متأسفانه هنوز این اولویت‌ها در کشور احصا نشده است.

غالباً اولویت‌های اقتداری کشور در گذر زمان و به تدریج به اولویت‌های اقتصادی نیز بدل می‌شوند. برای نمونه، ظرفیت بالای کشور در حوزه زیست‌فناوری به‌ویژه در بخش دارویی و برخورداری از نیروی انسانی آموزش‌دیده و متخصص، موجب شده تا این

وصله ناجور

آیا حاکمیت از سر اجبار و از روی ناچاری زیست‌بوم استارت‌آپی کشور را پذیرفت؟

و همکاریانش کسب‌وکاری راه بیندازد. همین شد که زاویه نگاه به مشاغل آینده و حل مسائل جامعه به کلی تغییر کرد. این پدیده کاملاً وارداتی مانند شمار زیادی از پدیده‌های دیگر که ما مبدع آن نبودیم چه بخواهیم یا نه از آمریکا آغاز شده بود و کشورهای دیگر آن را تکرار کرده بودند و اگرچه در همه جای دنیا مدل اقتصادی کم‌وبیش یکسانی داشت اما از منظر فرهنگی و اجتماعی می‌توانست متفاوت باشد، کما اینکه فرهنگ استارت‌آپی با فرهنگ غالب جامعه ایران مغایرت‌هایی فراوانی داشت. دوم اینکه کسب‌وکارهای استارت‌آپی با علائق نسل جوان هم‌خوانی بیشتری داشتند و ماهیتی پیر و نداشته و تا حد زیادی متکی بر خود آن‌ها و مدیریت آن‌ها بود. از طرفی در نتیجه بالا بودن حجم نوآوری در آن همواره سطح قابل‌قبولی از ابهام، کشف و خلق روش‌های نوین وجود داشت که برای نسل کنجکاو و پرتکا‌پوی جوان حقیقتاً جذاب بود. افزون بر این، همه ساله رویدادها و نمایشگاه‌های زیادی در سراسر دنیا برگزار می‌شد که شرکت در آن‌ها و مشاهده فعالان این عرصه در وسعتی به اندازه تمام جهان برای جوانان ارزشمند و البته بسیار مهیج به نظر می‌رسید. سوم اینکه این حوزه حداقل در نقطه آغاز به امکانات و زیرساخت زیادی نیاز نداشت خصوصاً سرمایه و امکانات دولتی و با همین تجهیزات و وسایل در دسترس از جمله کامپیوترهایی که تقریباً در اختیار همه قرار داشت ممکن بود که ایده‌های عملی شود و دست‌کم تا مدتی پابرجا بماند و برخلاف اقتصاد سنتی لزوماً به تجهیزات سنگین و سرمایه‌های هنگفت نیازی نبود. چهارم اینکه شمار زیاد نمونه‌های خارجی موفق این امکان را فراهم می‌کرد که ایده‌ای در کشور به سرعت از آن‌ها کپی کرده و بی‌زینس تازه‌ای را

برداشتی آزاد از گفتگو با مهدی صفاری‌نیا،
رییس پارک فناوری پردیس



از سال ۱۳۹۳ و با آمدن دکتر ستاری همگی با فضای جدیدی در کشور آشنا شدیم که تا آن زمان بی‌سابقه بود. موضوع استارت‌آپ‌ها و زیست‌بوم نوآوری یک ایده سفارشی از سوی دکتر ستاری بود که ما هیچ شناختی نسبت به آن نداشتیم و بسیار برایمان تازگی داشت. دنیایی کاملاً متفاوت با شاخصه‌هایی جذاب که نه فقط در ایران بلکه در تمامی جهان با روحیات نسل جوان سازگاری بیشتری داشت.

■ برای دنیای استارت‌آپی چه ویژگی‌های

بارزی را می‌توان برشمرد؟

فضای استارت‌آپی چند مشخصه بارز داشت: اول اینکه آدم‌ها در چنین اتمسفری به باور، امید و به تعبیر بهتر اعتماد به نفسی دست پیدا کردند که از این پس می‌توانند خودشان مبدع و خالق چیزی باشند. پیش از این اغلب دانشجویان، کارآفرین شدن را رویایی دور از دسترس برای خود می‌پنداشتند و تصور می‌کردند که صنعت و کارآفرینی فضایی سنگین و رعب‌آور است که به تجربه، امکانات و سازوکار عملیاتی زیادی نیاز دارد ولی دنیای استارت‌آپی این باور قدیمی را به کلی تغییر داد. حالا دیگر هر جوان صاحب ایده‌ای می‌توانست به کمک دو یا سه تن از دوستان

شاخصه‌های مهم توسعه زیست‌بوم استارت‌آپی در یک کشور، منطقه یا شهر میزان زیرساخت و امکانات، فراوانی نیروی انسانی و حجم سرمایه‌گذاری در آن حوزه است. برای توسعه زیست‌بوم استارت‌آپی فارغ از نیروی انسانی و زیرساخت باید مکانیزم خروج برای سرمایه‌گذاران تعبیه شده باشد که قاعدتاً باید بر پایه بورس بوده چرا که در سایر مکانیزم‌ها بر سر قیمت و ارزش کسب‌وکار اختلاف نظرها بالا می‌گیرد. اکنون کسب‌وکارهای بزرگ در موضوع قیمت‌گذاری و یافتن خریدار و سرمایه‌گذار گرفتار شده‌اند و در مقابل نیز حاکمیت در تلاش است تا ترکیب سهامداری این شرکت‌ها را به صورت فرمایشی نه بر اساس مدل اقتصادی عوض کند. در شرایط فعلی پول سرمایه‌گذاران حبس شده و در خروج سرمایه هیچ چهارچوب و مدل معینی وجود ندارد و در حال حاضر منابع آن‌ها با روش استاندارد و معقولی قابل آزادسازی نیست. در شرایط فعلی بعضی از مجموعه‌های بزرگ هم خودشان تمایل دارند و هم حاکمیت علاقه‌مند است که ترکیب سهام‌داران‌شان تغییر کند اما مکانیزمی برای آن وجود ندارند در حالی که در دنیا این معضل از طریق بورس حل شده است. بخشی از نگرانی‌ها و چالش‌های دنیای استارت‌آپی مربوط به درگیری‌های حقوقی و نگرانی‌های مالیاتی و بیمه‌ای است که این مشکلات و تبعات آن دست آخر به سهام‌داران اصلی می‌رسد و این مبالغ از حساب آنان برداشته می‌شود و متأسفانه شرکت‌ها در چنین حوزه‌هایی هم سازوکار دقیقی ندارند.

دغدغه بعدی لزوم شفافیت در ضوابط و قوانین برای کسب‌وکارهای فناورانه به جای تصمیم‌گیری سازمانی، شورایی و دفاعی است. برخی ضوابط و الزامات شفافیت قانونی ندارند و بعضاً استارت‌آپ‌ها بی‌اطلاع هستند و به یک‌باره با تصمیم‌گیری شورایی در این خصوص مواجه می‌شوند که کسب‌وکار آن‌ها را دچار اختلال می‌کند. حتی برخی تصمیمات شورایی بعضاً مغایر با قوانین اعلامی موجود است و البته که ثبات قوانین هم بسیار حائز اهمیت است.

معضل جدی دیگر مربوط به اشتباهات حاکمیت و دولت در مواجهه با فضای استارت‌آپی است که جنبه‌های مختلفی دارد. حاکمیت اساساً این حوزه را به رسمیت نمی‌شناسد، در طول هفت و هشت سال گذشته و تجربیاتم از هم‌نشینی و شنیدن دیدگاه‌ها و نظرات مدیران ارشد نظام بر این باورم که حاکمیت ناخواسته، اجباری و از سر ناچاری این موضوع را پذیرفته و به نوعی با آن کنار آمده است و اگر چاره داشت هیچ یک را از اساس نمی‌پذیرفت. هنوز هم بیشترشان این بخش را موجودیتی هرز می‌بینند نه بخشی از اقتصاد کشور!

همان‌گونه که در تمامی بخش‌های اقتصاد کلان از مسکن، طلا، بازار، سکه و ... حباب وجود دارد، در زیست‌بوم استارت‌آپی هم نمی‌توان وجود حباب را کتمان کرد. از میان انبوه استارت‌آپ‌ها هم فقط تعداد معدودی همچون دیجی‌کالا موفق می‌شوند و شمار زیادی شکست می‌خورند. حتماً در این فضا تجربه رشد و موفقیت

راه‌اندازی کنند. روند شکل‌گیری استارت‌آپ بسیار سریع بود و جو اجتماعی تا حد زیادی با آن همراهی می‌کرد.

■ دنیای استارت‌آپی در ایران از وجود چه

معضلاتی رنج می‌برد؟

یکی از معضلات جدی کشور چه در حوزه دانشگاهی و چه در صنعت نبود نگاه جهانی است و غالباً دست‌اندرکاران و فعالان اقتصادی مقوله مهم اقتصاد را محلی می‌بینند در حالی که در دنیا حتی در نقطه شروع، کسب‌وکار را امری جهانی می‌دانند. روشن است که بازارهای محلی و داخلی به سرعت اشباع خواهند شد و بدون دسترسی به بازارهای جهانی توفیقی برای کسب‌وکارها حاصل نمی‌شود. با اینکه فضای استارت‌آپی در کشور از همان اوایل دهه نود رونق خوبی داشت اما تاکنون بیرون از مرزهای کشور توسعه نیافته است. بخشی از آن به عملکرد حاکمیت مربوط می‌شود که بزرگ شدن کسب‌وکارها در داخل و خارج از کشور را خطرناک می‌داند. در حالی که چنین کاری می‌توانست حوزه نفوذ و قدرت جمهوری اسلامی را گسترش دهد که متأسفانه این مجال به آن‌ها داده نشد. هرچند همواره شعار بین‌المللی شدن سر داده می‌شود اما در عمل حتی مجموعه کوچکی از ما هم نتوانسته وارد بازارهای بین‌المللی شود و در کشورهای دیگر حتی کشورهای هم‌سوم با ما مانند عراق و سوریه محصولی بفروشد. علاوه بر عدم وجود چنین باوری در مسئولان مربوطه گویا اغلب صاحبان این کسب‌وکارها هم به همین حد از پیشرفت و گرفتن سهم از بازار داخلی کاملاً راضی بوده و تلاشی برای جهانی شدن نمی‌کنند و برنامه‌ای برای آن ندارند.

معضل بعدی اینکه وقتی شرکت‌ها از حلدی بزرگ‌تر می‌شوند، دولت از ترس اینکه مبادا این کسب‌وکارها جای آن را گرفته و از ابزار قدرتش بکاهند و یا از روی حسادت که هر کسب‌وکار بزرگی بچشم درآمدی نامشروع داشته از شکل‌گیری برندهای بزرگ، تأثیرگذار و چندوجهی بین‌المللی مانند سامسونگ و ال‌جی در ایران ممانعت می‌کنند. در حالی که این شرکت‌ها با بزرگ شدن‌شان حوزه اقتصاد و اشتغال ما را بزرگ خواهند کرد، برای مثال علی‌رغم اینکه شخصاً یکی از مدافعان شرکت «سیناژن» هستم و از لحاظ هایتک وجود آن را استراتژیک می‌دانم اما روشن است که این شرکت با وجود حمایت همه‌جانبه نظام آن هم به مدت سی سال اکنون حدود چهار هزار نفر شاغل دارد و گردش مالی آن به دو هزار میلیارد تومان می‌رسد. در حالی که کسب‌وکارهای استارت‌آپی فقط در مدت چهار یا پنج سال به چند هزار نفر کارمند با فروش ده تا بیست هزار میلیارد تومانی دست یافته‌اند.

چالش بعدی به یکی از دغدغه‌های مهم سرمایه‌گذاران برای ورود به حوزه‌های جدید اعم از آی‌تی یا غیرآی‌تی برمی‌گردد اینکه راه روشنی برای خروج سرمایه آن‌ها نیست. سرمایه‌گذاران اگر زایش پول جدیدی نداشته باشند طبیعتاً پولی ندارند که آن را به حوزه دیگری ببرند و سرمایه‌گذاری جدیدی را محقق کنند. از



به دولت سخن نمی‌گویند اما شرکت‌های استارت‌آپی و فعالان این حوزه بی‌پروا بارها گفته‌اند و می‌گویند که اگر دولت در آموزش مداخله نکند و حتی نباشد به راحتی کسب درآمد می‌کنند.

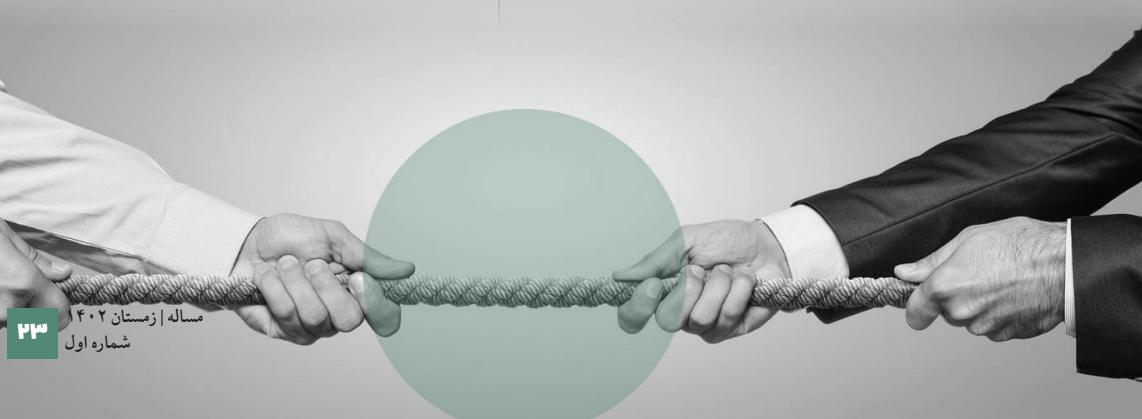
با این تفاسیر دولت دیگر قادر نخواهد بود با مداخله و سرکوب کنترل اوضاع را به دست بگیرد بلکه تنها نقش حاکمیت تنظیم‌گری و کنترل رقابت میان کسب‌وکارها خواهد بود که مبادا حرکتی از سوی این کسب‌وکارها به ضرر مصرف‌کننده باشد. هنر حاکمیت مدیریت فضای پیش‌آمده است نه مقابله با آن! یکی از اشتباهات حاکمیت مقابله با چیزی است که زورش به آن نمی‌رسد یعنی اگر توان مدیریت چیزی را ندارد سرکوبش می‌کند. حتی در مواردی نه اینکه لزوماً نتواند مدیریت کند بلکه مدیریت کردن دشوار بوده و طرح و ایده‌ای برایش وجود ندارد. با این همه موضوع استارت‌آپ و زیست‌بوم نوآوری چیزی نبوده و نیست که بخواهیم در کشور از آن فرار کرده و یا حتی انکارش کنیم. اگر به چنین بخشی پرداخته نشود حتماً نتوانسته‌ایم به بخش بزرگی از دغدغه‌های نسل جوان پاسخ دهیم و حتی از بخش مهمی از حوزه اقتصاد جا می‌مانیم. در نبود فضای استارت‌آپی حتماً حاکمیت در ایجاد شغل برای نسل بزرگی از کشور مستاصل خواهد شد. دولت و حاکمیت حتی برای اشتغال هم که شده به این فضا نیاز دارند. ممکن نیست که بتوان همه کارجویان را در صنعت و دولت جا داد باید بخشی وجود داشته باشد که در آن عموم مردم جامعه شخصاً در راه‌اندازی کسب‌وکار مشارکت کنند. امروزه شمار زیادی از کسب‌وکارهای مبتنی بر اینترنت مانند تاکسی اینترنتی، سفارش غذای آنلاین و ... همگی مشاغل زیادی ایجاد کردند بدون آنکه دولت برایشان یک ریال هزینه کند. اساساً ماهیت کسب‌وکارهای استارت‌آپی به گونه‌ای است که در گام اول به پول دولتی نیاز ندارند و دولت تنها موظف است به آن‌ها اجازه دهد تا کار کنند و کمی که بزرگتر شدند طبیعتاً نیاز به منابع خواهند داشت. غیرممکن است که دولت بدون به رسمیت شناختن فضای خلاق و نوآوری بتواند معضل اشتغال کشور را در سطح بزرگی حل کند. امروزه چندین

در کنار تجارب شکست دیده می‌شود و حباب آن به اندازه‌ای نیست که به کلی منکر آن شویم و آن را ماهیتی غیرواقعی قلمداد کنیم. این حوزه بخشی از اجتماع است و باید به آن اجازه و فرصت شکست داد. این بدین معنی نیست که حاکمیت این حوزه را هدایت کند یا نظام حکمرانی حباب ایجادشده را بزرگ کند بلکه باید این ظرفیت را به سمت مسائل کشور هدایت کند.

از طرفی حاکمیت و دولت هنوز نپذیرفته که جایگاهش در زیست‌بوم استارت‌آپی و نقش آن در این حوزه نسبت به سایر حوزه‌ها تغییر کرده است. امروزه در دنیا سهم خدمات روزبه‌روز بیشتر می‌شود و در عوض میزان تولید کاهش پیدا می‌کند. از طرفی بخش مهمی از استارت‌آپ‌ها در حوزه خدمات فعالیت می‌کنند و بیشترشان آی‌تی‌محور هستند. برخی با نگاهی منفی‌گرایانه معتقدند که این حوزه همه چیز را هدایت می‌کند در حالی که این جهت‌دهی از نوع هدایت بیرونی نیست بلکه حوزه آی‌تی ذاتاً چنین مشخصه‌ای دارد و امروزه تصمیم مردم برای گرایش به سمت حوزه آی‌تی تمامی زمینه‌ها و جنبه‌های زندگی را تحت‌الشعاع قرار داده است. سهم حوزه خدمات آی‌تی و گردش مالی این حوزه به سایر بخش‌ها ابداً قابل‌مقایسه نیست. از طرفی این حوزه B2C بوده و مردم جامعه مستقیماً خریدار چنین خدماتی هستند، برخلاف دیگر حوزه‌ها همچون سلامت و تولید دارو که همواره گرفتار دریافت انواع مجوزهای سازمان غذا و دارو، تکمیل سبد محصول و یافتن یک شرکت پخش برای توزیع محصول هستند. زنجیره کارها در حوزه‌های غیرآی‌تی و غیرخدماتی به حلقه‌های مختلفی جدای از مردم به عنوان خریدار متکی است. در دنیای استارت‌آپ‌ها حتی بدون مداخله دولت محصولات مستقیماً به دست مردم می‌رسند؛ از این رو، این دولت است که همواره باید تلاش کند تا از قافله جا نماند. این فضا با حوزه نفت و گاز و سلامت توفیر دارد که دولت همچون سد محکمی بر سر راه توزیع محصولات آن قرار دارد و قدرت‌نمایی می‌کند. استارت‌آپ‌ها برای توزیع محصولات‌شان ابداً به کمک دولت نیاز ندارند. امروزه حوزه‌های غیراستارت‌آپی غالباً با صراحت از عدم نیاز

کرد. موضوع بعدی در تنظیم‌گری مدیریت داده‌هاست که باز هم به روال معمول تاکنون توفیقی در آن نداشتیم. قوانین اتحادیه اروپا سازوکار بسیار دقیق و مجازات‌های و جریمه سنگینی را بدین منظور وضع کرده است تا به شیوه‌ای مطمئن از داده‌های کاربران در شرکت‌ها حفاظت شود. نقش دیگر حاکمیت هدایت ظرفیت حوزه استارت‌آپی است که از چندین زاویه باید انجام شود. بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها اغلب بر اساس سلیقه و علایق‌شان و بنا بر تشخیص خودشان کسب‌وکاری را تأسیس می‌کنند. در حالی حاکمیت موظف است بسیاری از سرمایه‌گذاری‌ها و کسب‌وکارها را به سمت نیاز کشور و نظام سوق دهد اما متأسفانه اولویت‌ها و نیازهای کشور در صنایع مختلف هنوز مشخص نیست. افزون بر کسب‌وکارهایی که از جهان کپی‌برداری شده‌اند حتماً بخش دیگری از آن‌ها باید متمرکز بر حل چالش‌های کشور باشند. در نهایت ما در مواجهه با موضوعات مختلف در کشور چه زیست‌بوم استارت‌آپی باشد یا هر موضوع مبتلابه دیگری بیش از آن‌که مستند باشیم ملتی شفاهی هستیم و پس از انجام بسیاری از کارها به نکات منفی و مثبت آن پرداخته نمی‌شود و همان‌طور شفاهی باقی می‌ماند و به تعبیری چندان میانه خوبی با مستندسازی و تبیین نداریم؛ از این رو، نگارش مطالب و نوشتن نشریه از اقدامات ارزشمند و البته مغفول این روزگار است. ما علاوه بر اینکه تبیین نمی‌کنیم، تحکیم هم نمی‌کنیم یعنی در یک حوزه سیاستی نمی‌بندیم که قطبی باشد. غالباً چیزی جمع‌بندی می‌شود و هر کسی دیدگاه‌هایش را اعلام می‌کند؛ از این رو، وحدت رویه، عزم و اراده ملی در موضوعات مختلف از جمله کسب‌وکار دیده نمی‌شود.

هزارنفر در این زیست‌بوم در حال کار کردن، کسب درآمد و جذب مشتری هستند و لزوماً درآمد آن‌ها از دولت نیست و از طرفی مردم از آن‌ها و انواع خدمات و سرویس‌هایی که دریافت می‌کنند رضایت دارند و بسیاری معتقدند که با حضور این کسب‌وکارها سهم بهره‌وری کشور در مقایسه با اقتصاد سنتی بسیار بالا رفته است. از طرفی حوزه استارت‌آپی یک عامل مهم نگاه‌داشت نیروی انسانی در کشور است، در صورت نبود امیدواری ناشی از چنین زیست‌بومی سهم مهاجرت بسیار بیشتر از امروز می‌بود. اکنون که زیست‌بوم استارت‌آپی کشور بزرگ شده است حاکمیت به هدایت آن نیاز دارد که شامل دو بخش تنظیم‌گری (رگولاتوری) و هدایت ایده‌ها به سمت حل مسائل جامعه است. در بخش تنظیم‌گری مشابه دیگر نقاط جهان بازیگران پیش‌تاز غالباً سهم بزرگی از بازار را در اختیار دارند و مانع ورود بازیگران دیگر به این عرصه می‌شوند اینجاست که نقش حاکمیت و دولت در تنظیم‌گری قدرت و رقابت بسیار پررنگ می‌شود تا به کمک ابزارهای حاکمیتی همچون مالیات گرفتن بیشتر از کسب‌وکارهای بزرگ‌تر به شکل‌گیری مجموعه‌های کوچک کمک کند. امروزه در اتحادیه اروپا برای غول‌های بزرگ که از ورود بازیگران کوچک به بازار به شیوه‌های مختلف ممانعت می‌ورزند جرایمی در نظر می‌گیرند اما ما همچنان در تنظیم‌گری عقب مانده‌ایم در حالی که بخش خصوصی بدون تنظیم‌گری حاکمیت قادر نخواهد بود کاری از پیش ببرد. حاکمیت حتماً باید مداخله کند و مجالی به کسب‌وکارهای کوچک دهد تا وارد بازار شوند و سهمی از آن داشته باشند وگرنه کسب‌وکارهای بزرگ روزه‌روز گسترش می‌یابند که امری ذاتی بوده و نمی‌توان آن‌ها را متهم



استارت‌آپ، زاده ابهام

چرایی پیدایش استارت‌آپ‌ها و چگونگی برگرداندن ورق بازی کسب‌وکار توسط آن‌ها چه بود؟

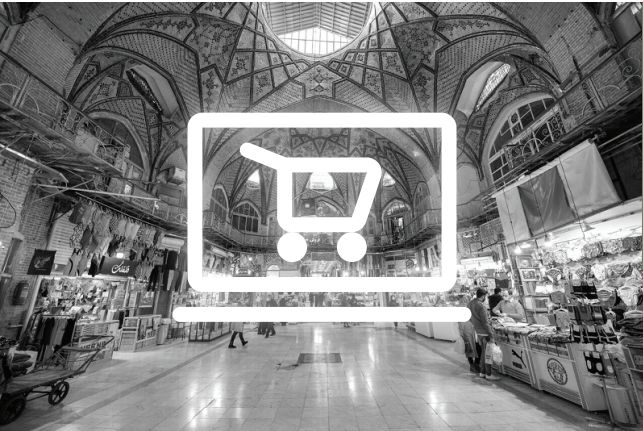


برداشتی آزاد از گفتگو با جواد احمدپور، مدیرعامل برکت ونچرز

■ کدام تمایز مبنایی با کسب‌وکارهای سنتی موجب پیدایش استارت‌آپ‌ها شد؟

کتاب‌ها، نشریات، رسانه‌های مربوط به دنیای کسب‌وکار نوین مملو از تعاریفی است که در آن عده‌ای سعی داشتند تا با برشمردن ویژگی‌های استارت‌آپ مانند نوپایی، نوآورانه بودن و رشد سریع و خیره‌کننده (مقیاس‌پذیری) آن را تعریف کنند اما تعریف یک پدیده صرفاً بر مبنای ویژگی‌هایش ممکن است نظام فکری یک فرد یا حتی نظام تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری کشور را در تشخیص مرزها و ماهیت اصلی پدیده دچار سردرگمی کند. شاید بهتر باشد این بار به تمایز مبنایی استارت‌آپ با نگاه‌های سنتی توجه کنیم. بشر از دیرباز همواره به دنبال این بوده که به حوزه‌های سرمایه‌گذاری پرسود با قطعیت بالا دست پیدا کند حتی در مواردی که رُست دغدغه حل معضلات اجتماعی را به خود گرفته است. از این رو، تا سال‌های متمادی روش‌های مختلف غیرمطالعاتی و مطالعاتی مانند امکان‌سنجی، پنج‌مارک و تحلیل بازار را توسعه داد تا هر طور شده نسبت به نتایج تصمیماتش مطمئن شود. تا مدت‌ها این روش‌های مطالعاتی و امکان‌سنجی در کسب‌وکارهای سنتی کارایی داشتند چرا که عوامل ناشناخته کمتری در آن‌ها

دخیل بود و چندان پیچیده نبودند اما با تشدید جزّ رقابتی و ظهور کسب‌وکارهای خدماتی رفته‌رفته بر میزان ابهام و پیچیدگی افزوده شد و سرنوشت کسب‌وکارها به سلايق گوناگون و عوامل متعدد اجتماعی و اقتصادی گره خورد و همین شد که روند انجام مطالعات زمان‌برتر و پرهزینه‌تر شد. از طرفی اتکا و اطمینان به صحت نتایج کمتر بود خصوصاً وقتی که سیستم به حدی از پویایی می‌رسید که با طولانی شدن روند تحقیقات، داده‌های پایه و ورودی‌های سیستم دست‌خوش تغییر می‌شدند و دیگر اعتبار نداشتند. کمی به همین منوال گذشت تا در برخی از حوزه‌های فناورانه و نوآورانه کار به جایی رسید که دیگر هزینه آزمودن و سعی و خطای ایده‌ها از مخارج روش‌های مطالعاتی معمول، مقرون‌به‌صرفه‌تر شد و همین باعث شد تا نگاه استارت‌آپی در برخی از حوزه‌ها توسعه پیدا کند. تفاوت مبنایی استارت‌آپ با نگاه‌های سنتی در شیوه رسیدن آن به گزینه مطلوب خلاصه می‌شود. با این تفاسیر اینک می‌توان «استارت‌آپ» را مستقل از ویژگی‌هایش این‌طور تعریف کرد: «استارت‌آپ به شرکتی گفته می‌شود که در آن هزینه سعی و خطای یک ایده و آزمودنش کمتر از بررسی دقیق آن با شیوه‌های پیشین مطالعه و امکان‌سنجی باشد.» در آن زمان استارت‌آپ به همه حوزه‌ها



به یک اندازه راه پیدا نکرد. در حوزه‌های کوچک که مبهم‌تر بودند و هزینه مطالعات در آن‌ها به مراتب بالاتر بود فضای استارت‌آپی رشد بیشتری داشت و در حوزه‌های بنیادین مانند توسعه یک میدان گازی، یا بهره‌برداری از یک معدن و یا تولید محصولات فیزیکی که مدل‌های مشابه فراوانی در جهان داشتند و از بازار معلوم و مشخصی برخوردار بودند، همچنان همان روش‌های مطالعه و امکان‌سنجی قبلی کارآمد بود و نیازی به راه‌اندازی استارت‌آپ نبود و پُر واضح بود که هزینه آزمون‌وخطا در این موارد بسیار بالاست، منطقی نبود که حوزه‌های حیاتی کشور در ورطه سعی وخطا بیفتند. نگاه استارت‌آپی و آزمون‌وخطا بیشتر برای ایجاد تحول، جهش و تغییری ماهوی در یک بازار و یا یک محصول به کار می‌آمد.

چیدن قطعات پازل زیست‌بوم استارت‌آپی: آیا فقط تغییری ساده در جریان بود؟

استارت‌آپ رفته‌رفته جای خود را در بین جوامع باز کرد اما این فقط یک شرکت سنتی نبود که حالا به اقتضای شرایط زمانه به استارت‌آپ تبدیل شده باشد بلکه همین تمایز مبنایی، تغییرات عدیده ساختاری و نهادی را در پی داشت. اولین چیزی که تغییر کرد ماهیت افراد کلیدی در

کسب‌وکارها بود. در حالی مدیران اجرایی و عملیاتی، افراد اثرگذار شرکت‌های سنتی به حساب می‌آمدند که سال‌ها این‌گونه آموخته بودند که نتایج مطالعات امکان‌سنجی خود را برای عملیاتی شدن به پروژه‌های مختلف با برنامه‌ریزی دقیق تبدیل کنند و پس آن هم به خوبی منابع را تخصیص دهند و با نظارت بر انجام به‌موقع امور، کاری کنند تا پروژه در موعد مقرر خود به پایان برسد. افراد اثرگذار استارت‌آپ‌ها اما اغلب جوانان خلاق و انعطاف‌پذیری بودند که ظرفیت بالایی برای

مواجهه با ابهام داشتند. ویژگی آزمون‌وخطا آن هم در سریع‌ترین زمان ممکن ایجاد می‌کرد که آن‌ها امیدوار، باانگیزه و پرتلاش باشند تا پس از هر بار شکست خوردن باز هم برخیزند و از نو شروع کنند.

بالاخره عده‌ای با روحیه کارآفرینی استارت‌آپ‌ها را به راه انداختند اما این شرکت‌های نوپا نیاز به سرمایه‌گذارانی داشتند که در تأمین مالی به آن‌ها کمک کنند. این بار هم انتظار آن نمی‌رفت تا نهادهای سرمایه‌گذار در شرکت‌های سنتی که تا پیش از این پروژه‌هایی را تأمین مالی می‌کردند که با احتمال زیاد به نتیجه‌ای معلوم می‌رسید حالا به یک‌باره به نهادی تبدیل شوند که از فرآیند سعی وخطا پشتیبانی می‌کند. هرگز ممکن نبود که یک استارت‌آپ بتواند بر اساس

بدهی و وام با سود مشخص به شیوه‌ای دقیق تأمین مالی کند؛ زیرا بسیاری از این آزمون‌ها بی‌نتیجه به شکست منجر می‌شدند و همین شد که در این بین صحبت از ادبیات «سرمایه‌گذاری خطرپذیر» به عنوان یک راه‌حل جایگزین به میان آمد. در این مدل، تأمین سرمایه از طریق بدهی و وام برای استارت‌آپ‌ها جای خود را به سرمایه‌گذاری‌های مبتنی بر مشارکت در سود و زیان داد که هرچند پرمخاطره بود اما بازده بالاتری داشت. جریان تأمین مالی خطرپذیر که به راه افتاد، نهادهای متعددی به طور خاص برای این نوع تأمین مالی شکل گرفتند که به نهادهای پشتیبان مالی و اقتصادی برای ایجاد، رشد و توسعه استارت‌آپ‌ها بدل شدند. به علاوه ماهیت خطرپذیری سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ باعث شده



در مواردی تحمل کنند و ضمن داشتن ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر به طور همبند و به هم پیوسته با هم کار کنند.

هر استارت‌آپی علاوه بر افراد کلیدی نیاز به نیروی انسانی هم داشت. برخلاف کسب‌وکارهای سنتی که از همان ابتدا دوره ساخت و بهره‌برداری پروژه و تعداد نیروی انسانی مورد نیاز در هر دوره مشخص بود و ساختار دقیق و شرح شغلی هر نفر کاملاً روشن بود، در استارت‌آپ اما این موضوع مقوله‌ای سیال و جوال به نظر می‌رسید. با وجود همه این تفاوت‌ها امروزه شاید ادبیات و نگاه مدیریتی کشور و حتی عموم جامعه، شرکت‌های سنتی و استارت‌آپی را به صورت یک دوگانه در مقابل هم قرار دهد اما در حقیقت کارآفرینان هرگز در مقابل مدیران سنتی نیستند؛ بدین معنی که لزوماً بنا نیست که استارت‌آپ‌ها در برابر شرکت‌های سنتی قد علم کنند و آن‌ها را از میدان به در کنند. همه ویژگی‌های شرکت‌های سنتی نامطلوب نیست همان‌طور که لزوماً کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری همواره بهترین راه‌حل محسوب نمی‌شود.

زیست‌بوم استارت‌آپی در حال شکل‌گیری بود و اجزای آن همچون قطعات پازل یکی پس از دیگری در کنار هم قرار می‌گرفت و دیگر زمان آن فرا رسیده بود تا آخرین قطعه پازل یعنی رگولاتوری و تنظیم‌گیری، تصویر نهایی زیست‌بوم را تکمیل کند. دنیای استارت‌آپی در تمامی جهان ظرفیت این را داشت که ارزش، ثروت، شهرت و از همه مهم‌تر قدرت زیادی خلق کند و گویی سرشت آن با نوعی مخاطره، سرکشی و طغیان درآمخته بود و تعجبی نداشت که اگر قدرت گرفتن آن‌ها، حاکمیت‌ها و دولت‌ها را می‌ترساند اما بیش از ترس و حتی سرکوب در چنین تقابلی شاید انتخاب روش‌های هوشمندانه همراه با مفاهیم راهگشایتر بود که بنا به تناسب موضوعی در فصل سوم همین نشریه به آن خواهیم پرداخت.

بود که سرمایه‌گذاران از میزان ایستادگی کارآفرینان پای ایده‌هایشان مطمئن شوند چون در تأمین مالی به روش وام و بدهی، بانک‌ها موظف بودند از همان ابتدا برای تأمین مالی کل پروژه متعهد شوند اما سرمایه‌گذاران در استارت‌آپ به دلیل نامعلوم بودن پروژه، منابع مالی را بر اساس تعهد و اراده کارآفرینان آن هم با علم بر نامعلوم بودن نتیجه سرمایه‌گذاری در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار می‌دادند و جذب سرمایه مراحل بعد منوط به جذاب بودن، اثربخشی آن و نتایج سعی و خطا برای سرمایه‌گذاران بود. در صورت توفیق استارت‌آپ، این مراحل تا جایی ادامه می‌یافت که قطار کسب‌وکار کاملاً روی ریل قرار بگیرد و از وضعیت مبهم اولیه خارج شده و احتمالاً در موقعیت قبل از عرضه عمومی و یا در مراحل قبل از بلوغ به سر ببرد و آنجا بود که به تدریج می‌توانست از روش‌های تأمین مالی مبتنی بر بدهی متناسب با طرح کسب‌وکار استفاده کند یا وام‌هایی برای سرمایه در گردش و توسعه خطوط بگیرد.

معضل بعدی در روزهای آغازین این بود که زیست‌بوم استارت‌آپی به لحاظ حقوقی فاقد ساختارها، قراردادها، سازوکارها و نهادهای پشتیبان بود. در سبک سنتی، قراردادها مشخص و ماهیت و ارزش دارایی‌های مشهود و نامشهود مانند فرمولاسیون خاص، تکنولوژی یا دانش فنی، آورده معنوی، برند یا بازار از همان ابتدا مطابق با ارزش‌گذاری قابل‌پیش‌بینی بود اما در دنیای استارت‌آپ‌ها هیچ‌گونه قطعیتی وجود نداشت که آیا ایده کارآفرینان نتیجه‌بخش خواهد بود؟ یا تکنولوژی خاصی در ادامه اثبات می‌شود؟ آیا پلتفرم و نرم‌افزار با اقبال مشتریان و مخاطبان روبه‌رو می‌شود؟ به دلیل وجود همین فضای عدم قطعیت، دنیای استارت‌آپ‌ها به ساختارهای مختلف قراردادی، تقسیم سهام و قواعد سرمایه‌گذاری و سرمایه‌پذیری منحصر به فردی نیاز داشت که طی رفت‌وبرگشتی با سایر نهادهای پشتیبان تشکیل یک ساختار منسجم را می‌داد و لازم بود نهادهای تأمین مالی، قراردادهای خطرپذیر را بپذیرند و یا حتی

شارلاتانیسم دانش بنیان

آیا عرصه دانش بنیان محل تاخت و تاز شارلاتان‌ها و هوچی‌گرها شده است؟

■ آیا نهادهای متولی توسعه علم و فناوری در کشور رسالت خود را وا گذاشته‌اند؟

تحول علم و فناوری چه در چارچوب توسعه دانش بنیان، چه در گسترش محصولات نانوفناوری و یا در هر قالب دیگری که باشد از ضروریات تعویق ناپذیر کشور است اما سال‌هاست که علی‌رغم تلاش‌های انجام‌شده، توسعه دانش بنیان آن طور که باید و شاید در کشور محقق نشده است، حتی در موارد زیادی این موضوع به شعاعزدگی افتاده است. اغلب نهادهای متولی توسعه علم و فناوری کشور خواسته یا ناخواسته وظایفشان را از یاد برده‌اند؛ سال‌هاست که به پژوهشگاه‌ها، دانشگاه‌ها و همچنین پارک‌های علم و فناوری کشور رسالتی محول شده که یا از انجام آن شانه خالی می‌کنند یا به مشغولیت دیگری سرگرم شده‌اند. چندان بیراه نیست که اگر بگوییم اغلب نهادهایی که این سال‌ها مسئولیت‌شان به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری سپرده شده راه را اشتباه رفته‌اند و نیازمند یک تغییر نگرش اساسی هستند.

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها
و یادداشت‌های سعید سرکار،
دبیر ستاد فناوری‌های نانو



«سعید سرکار» از سال ۱۳۷۸ تاکنون بیش از ده سال است که مسئولیت دبیری ستاد توسعه فناوری نانو در کشور را بر عهده دارد و کارنامه کاری‌اش مملو از سمت‌های متعدد دولتی و غیردولتی است. نام او در طرح‌ها و پروژه‌های فناورانه زیادی در کشور به چشم می‌خورد. اردیبهشت ماه سال ۱۴۰۱ بود که او گفتگوی نسبتاً مفصلی با خبرگزاری «ایسنا» داشت و در آنجا به بهانه شعار آن سال (تولید، دانش بنیان و اشتغال‌آفرین) از دغدغه‌هایش درباره موضوع دانش بنیان در کشور سخن گفت. ما هم بر آن شدیم تا در این بخش برخی از دیدگاه‌های دکتر سرکار را برگرفته از این مصاحبه بازنشر دهیم.

پژوهشگاه، همان نهادی که بنا بود روزی بر پژوهش، توسعه علمی و خلق فناوری و ارتباط با صنعت متمرکز شود مدتی بعد اما رسالتش را به کلی از یاد برد و اکنون با دایر کردن مقاطع کارشناسی ارشد و دکترا رسماً تبدیل به دانشگاه شده است؛ مگر نه اینکه خروجی پژوهشگاه‌ها باید مبتنی بر تعداد فناوری‌ها، رسوخ فناوری در صنعت و پرداختن به چالش‌های بخش صنعتی می‌بود اما اکنون صرفاً به چاپ مقالات علمی تنزل یافته است. در این معرکه دانشگاه‌های کشور هم، دست کمی از پژوهشگاه‌هایش ندارند، روزی آموزش برنامه اصلی دانشگاه بود اما پس از مدتی به اقتضای شرایط و در میان مخالفت‌های گسترده عده‌ای پا به عرصه پژوهش گذاشت، آنان که تصور می‌کردند ورود به دنیای پژوهش، دانشگاه را از وظیفه اصلی‌اش باز خواهد داشت اما اینک زمان آن فرا رسیده تا دانشگاه و اساتید دانشگاهی در تصمیمی سرنوشت‌ساز این بار قدم در عرصه توسعه فناوری بگذارند. شاید حتی ضروری است تا این موضوع از یک تقاضای عاجزانه یا توصیه برادرانه فراتر رفته و به یک مطالبه جدی از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و سازمان برنامه و بودجه بدل شود و همگی اعلام کنند که از این پس بر اساس خروجی‌های فناورانه به دانشگاه‌ها بودجه اختصاص خواهند داد. در مورد پارک‌های علم و فناوری هم وضع چندان فرقی نمی‌کند. اگر از من بپرسند که آیا وزارت علوم و دانشگاه‌ها باید متولی پارک‌های علم و فناوری باشند، پاسخ منفی خواهم داد! رؤسای پارک‌های علم و فناوری بیشتر به «پارکبان»‌ها می‌مانند! اغلب زمینی را دریافت و با تهیه زیرساخت‌هایی چون آب، برق و گاز، اراضی آن را می‌فروشند و یا اجاره می‌دهند و عده‌ای در این اراضی ساختمان‌سازی می‌کنند و مستقر شده و از مزایایی برخوردار می‌شوند، در حالی که مدت‌هاست کشور به تخصصی شدن پارک‌های علم و فناوری نیاز مبرم دارد.

شبهه بسیاری از نهادهای علم و فناوری در کشور با پول مردم برای خودمان پرستیژی بسازیم! حکایت دانش‌بنیانی هم بی‌شبهات به قصه نانوفناوری نیست و توسعه دانش‌بنیان هم زنجیره‌ای از اقدامات پی‌درپی را می‌طلبد. افزایش سرمایه‌گذاری و روی کار آمدن مدیران آشنا با توسعه فناوری از زیرساخت‌های موردنیاز برای تکمیل حلقه‌های این زنجیره و افزایش شرکت‌های دانش‌بنیان است. در این مسیر باید فناوران را تربیت کرد تا با تأمین نیازهای آن‌ها، آشنا کردن آن‌ها با سرمایه‌گذاران، اعطای وام و تسهیلات، ارائه مشاوره، تهیه طرح کسب‌وکار، رصد فناوری، ارائه مشاوره در زمینه تولید و تهیه امکانات، محصولات آن‌ها به بازار عرضه شود. پایداری یک شرکت دانش‌بنیان در گرو پایداری بازار آن است که به همین سادگی محقق نمی‌شود. ارتقای کیفیت و قیمت، رقابت‌پذیری و اخذ استانداردهای خاص از ملزومات اولیه ورود محصولات دانش‌بنیان به بازارهای بین‌المللی بوده و فراهم آوردن‌شان نیاز به حمایت، حفاظت و استراتژی‌های خاص دارد و بر این اساس زنجیره‌ای از فعالیت‌ها را نیاز دارد و ما نمی‌توانیم فقط بر بخشی از آن یعنی تولید دانش‌بنیان متمرکز شویم، تولید محصولات دانش‌بنیان و انبار کردن آن‌ها به تنهایی دردی را دوا نمی‌کند بلکه ما به استراتژی و کشش بازار نیاز داریم. با اینکه از رویای تصاحب بازارهای بین‌المللی حرف می‌زنیم اما باید اعتراف کرد که استفاده صنایع داخلی از محصولات دانش‌بنیان هم چنگی به دل نمی‌زند! فناوری در کشور توسعه داده می‌شود، ولی صنایع از آن استفاده نمی‌کنند، با اینکه هر ساله نشست‌های زیادی برگزار می‌کنیم و محصولات فناورانه را به آن معرفی می‌کنیم اما استقبالی که از سوی آن‌ها می‌شود ابداً راضی‌کننده نیست، ظرفیت و پتانسیل فناوران کشور بسیار فراتر از آن چیزی است که از آن استقبال می‌شود.

■ گلوگاه‌های توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در کشور کدامند؟

یکی از گلوگاه‌های مهم توسعه اقتصاد دانش‌بنیان، قالب‌های نفتی اقتصاد کشور است که سال‌ها در آن محبوس شده، پول حاصل از فروش نفت صرف واردات می‌شود. تغییر این وضعیت جز با ورود به عرصه دانش‌بنیان ممکن نمی‌شود، چرا که این عرصه به جای اتکا بر نفت و واردات مبتنی بر دانش، فناوری و محصولاتی با ارزش افزوده است. گلوگاه دوم اینکه برخی از دستگاه‌های کشور آنچنان اسیر روزمرگی شده‌اند و ساختارهای آن‌ها به روش‌های سنتی عادت کرده که امکان نفوذ در آن‌ها نیست و در برابر هر تغییری مقاومت می‌کنند. سال‌هاست که این ساختار کند و زواردرفته باور کرده که ما نمی‌توانیم در داخل کشور کاری از پیش ببریم! در حالی که عمده موانع در مغزها و اذهان ما جا خوش کرده است. افزون بر ساختارهای فشل و تنبل، رسوب برخی از افراد در سیستم دولتی گلوگاه بعدی توسعه دانش‌بنیان را ایجاد کرده‌اند. افرادی

■ چگونه ستاد فناوری نانو در راستای تحول علم و فناوری متفاوت از بقیه نهادها عمل کرد؟

در این وانفسا که هر نهادی وظیفه‌اش را بر زمین گذاشته و مشغولیت تازه‌ای یافته، ستاد فناوری نانو اما راه دیگری در پیش گرفته و به رغم اشتباهات و کاستی‌ها به خوبی دریافته که باید زنجیره فناوری نانو را طراحی کند و همه حلقه‌های این زنجیره از تربیت نیروی انسانی گرفته تا توسعه فناوری و رسوخ آن در صنعت و ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و از همه مهم‌تر راه یافتن این محصولات در بازارهای بین‌المللی را طراحی و پیاده‌سازی کرده است و گواه آن هم یک هزار و ۱۱۱ محصول نانو است که در یک بازه بیست‌ساله روانه بازار شده‌اند. ما در ستاد فناوری نانو برای تأمین این زنجیره درگیر آن نشدیم که پژوهشگاهی بزنبم و محفلی به راه بیندازیم و

هم خوشحال شدم و هم ناراحت! خوشحال از اینکه رهبری در هر فرصتی که می‌یابند درباره توسعه علمی و فناوری و دانش‌بنیان صحبت می‌کنند و امیدوار بودم که این تأکید شاید دولت و مجلس و برخی از نهادهای متولی را از خواب غفلت بیدار کند؛ اما ناراحتی و نگرانی من این است که شرایط موجب شود که حرکت دانش‌بنیانی از ریل اصلی خارج شده و محل تاخت‌وتاز شارلاتان‌ها شود و این همان نگرانی است که ایشان تأکید فرمودند، شعار امسال بر سربرگ کاغذها درج نشود. صدای بلند هوجی‌گرها اجازه شنیده شدن صدای دانش‌بنیان‌های واقعی را نمی‌دهد و آن‌ها را به حاشیه می‌رانند. همانان که با واردات صفر تا صد یک دستگاه و صرفاً مونتاژ آن، داعیه این را دارند که محصول‌شان تولید داخل است و پس از آن هم توقع دانش‌بنیان شدن دارند! یا برخی از شرکت‌ها که لیستی از محصولات را به نام دانش‌بنیان ارسال می‌کنند که تولید هیچ یک از آن‌ها نیازی به توسعه فناوریانه ندارد و کارشان صرفاً با واردات خط تولید راه می‌افتد که ابداً مصداق توسعه فناوری نیست. محصول دانش‌بنیان دارای معیارها و شاخص‌هایی است که بر اساس ارزیابی‌هایی، دانش‌بنیانی آن‌ها احراز می‌شود و شرکتی دانش‌بنیان است که حداقل یک محصول دانش‌بنیان داشته باشد و یکی از نگرانی‌های جدی من این است که روزی هر شرکتی دانش‌بنیان شود! اگرچه باور دارم که لزومی ندارد که کشوری همه چیز را شخصاً تولید کند اما بر این باورم هر آنچه را که تولید داخلی آن ممکن و مقرون‌به‌صرفه است باید در درون مرزهای کشور تولید کرد و دانش استفاده از قطعات و تولید محصولی با ارزش افزوده بالاتر بسیار مهم است و ارزش افزوده در دانشی است که فناوران، خلق می‌کنند. اکنون همه دستگاه‌هایی چون وزارت علوم، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، وزارت صمت و غیره باید مأموریت‌های خود را مورد بازنگری قرار دهند، متأسفانه برخی فقط شروع به هیاهو و شعار دادن می‌کنند و با این کار مطالبات مقام معظم رهبری را دفن می‌کنند. این بیانات باید از امسال تا ۲۰ سال آینده همچنان تازه باقی بماند چرا که فعالیت در حوزه دانش‌بنیان‌ها مقطعی نیست و باید قلب همه برای این شعار بتیّد، همان‌طور که باید برای جهش تولید و موضوعات پیش از این هم می‌تیّد.

که به شیوه‌های کاری غلط عادت کرده و در برابر موارد جدیدی که به آن‌ها ارائه می‌شود، واکنش درخور نشان نمی‌دهند. آن‌ها به مکانیزم واردات عادت کرده‌اند و شاید حتی خودشان بخشی از آن شده‌اند.

با این همه چالش‌های این حوزه تمامی ندارد و به نظر می‌رسد تسهیل‌گیری در حوزه دانش‌بنیان در کشور غالباً به اشتباه تفسیر می‌شود، به زعم عده‌ای تسهیل‌گیری در اعطای مجوز دانش‌بنیانی به شرکت‌ها مدنظر است، غافل از اینکه تفسیر درست آن، ارائه امکانات به شرکت‌هایی بوده که حقیقتاً محصول دانش‌بنیان دارند و اینکه هر چه سریع‌تر گلوگاه‌های اعطای مجوز برای آن‌ها برداشته شود. تولید دانش‌بنیان زمانی اتفاق می‌افتد که محصول دانش‌بنیان توسعه یابد و مجوزهای آن اعطا شود، نه اینکه محصولات دانش‌بنیان یک تا سه سال به ناحق گرفتار کارشناسانی شوند که نه از ظرفیت و دانش لازم برخوردارند و نه تمایل به انجام دادن کاری دارند؛ چرا که بسیاری از آن‌ها نان واردات‌چی‌ها را می‌خورند و شرکت‌های دانش‌بنیان را در گلوگاه صدور مجوزها زمین‌گیر می‌کنند. بسیاری از محصولات دانش‌بنیان در کشور با ورود به صنعت موجب ارتقای کیفیت و بهره‌وری خواهند شد این فناوری‌ها باید از سوی سازمان استاندارد به رسمیت شناخته شوند. فقط در چنین شرایطی است که صاحبان صنایع نمی‌توانند از زیر بار مسئولیت شانه خالی کنند و اگر استاندارد الزامی برای محصولات دانش‌بنیان ایجاد شود، تولید آن محصول رشد خواهد کرد و از این طریق هم کشش فناوری و هم کشش بازار ایجاد می‌شود.

■ آیا حرکت دانش‌بنیان‌شدن شرکت‌ها از ریل اصلی خود خارج شده است؟

به تمامی این معضلات باید برداشت سطحی و ساده‌انگارانه برخی از دستگاه‌ها و مسئولین از فرمایشات رهبری و مطالبات‌شان که در نام‌گذاری هر سال نمود پیدا می‌کند، هم اضافه کرد. عمیقاً باور دارم که این شعارها فقط مختص یک سال نیستند. در این مدت این شعارها به صورت تکاملی گویی خانه‌های یک پازل و جدولی را تکمیل می‌کنند و در تداوم با یکدیگر معنا می‌یابند. وقتی شعار امسال را شنیدم،



تکاپوی حاکمیتی

نهادهای اقتصادی حاکمیتی در توسعه زیست‌بوم استارت‌آپی چه نقشی را ایفا کردند؟



به قلم مهدی دیداری، مدیرعامل شرکت گسترش الکترونیک تدبیر ایران

توزیع کالاها و محصولات فرهنگی با مخاطبین خاص شروع کرد و با تأسیس شتاب‌دهنده امید، مرکز نوآوری مجتمع شهدای هفت تیر و صندوق پژوهش و فناوری تخصصی خود نشان داد فعالیت در این زیست‌بوم را در دستور کار خود قرار داده است اما بر اساس عدد و رقم سرمایه‌گذاری و مشارکت در استارت‌آپ‌های فعال این حوزه عملکرد قابل قبولی از خود نشان نداده است. سایر نهادها چون گروه اقتصادی کوثر، بنیاد مسکن، کمیته امداد و... نیز اقداماتی انگشت‌شمار انجام دادند و می‌توان گفت از حضور مؤثر در این زیست‌بوم خودداری کردند.

هرچند در مجموع ده سال گذشته منابع بسیار ناچیزی (در بهترین حالت معادل ۳۰۰ میلیون دلار که نیمی از آن توسط ستاد اجرایی تأمین شده است) از سوی همه نهادهای حاکمیتی وارد زیست‌بوم خطرپذیر (استارت‌آپی) کشور شد اما بر اساس آمار اعلامی انجمن سرمایه‌گذاری خطرپذیر ایران در برخی سال‌ها مانند سال ۱۳۹۷، ستاد اجرایی (از طریق مؤسسه دانش‌بنیان برکت) به تنهایی نیمی از این سرمایه خطرپذیر را تأمین نمود (با در نظر گرفتن همه بازیگران فعال دولتی، حاکمیتی و خصوصی). این آمار البته نشان از عدم توجه کافی به این اکوسیستم دارد چرا که کشورهای پیشرو بین یک تا سه درصد تولید ناخالص داخلی خود را به این امر اختصاص می‌دهند. با در نظر گرفتن کمیته بازه مزبور، باید سالیانه بین ۳ الی ۵ میلیارد دلار در استارت‌آپ‌های ایرانی هزینه می‌شد و برای مدیریت این سرمایه‌گذاری‌ها بیش از ۱۰۰ صندوق و شرکت سرمایه‌گذاری خطرپذیر فعالیت می‌کردند. در واقع زیست‌بوم استارت‌آپی یا سرمایه‌گذاری خطرپذیر در کشور از رونق کافی برخوردار نبوده و در حال حاضر هم رکود شدیدی بر آن حاکم شده است.

برای درک بهتر بد نیست مروری بر اتفاقات دهه نود داشته

نقش نهادهای اقتصادی حاکمیتی در توسعه زیست‌بوم استارت‌آپی کشور طی یک دهه گذشته را از مناظر مختلف می‌توان ارزیابی کرد. نهادهای اقتصادی حاکمیتی اعم از بنیاد مستضعفان، ستاد اجرایی، گروه اقتصادی آستان قدس، گروه اقتصادی کوثر، گروه اقتصادی کمیته امداد، بنیاد مسکن و... علی‌رغم سهم بسیار پایین آن‌ها در کل اقتصاد کشور که از یک درصد هم تجاوز نمی‌کند در مقایسه با هلدینگ‌ها و شرکت‌های معظم دولتی چون شستا، هلدینگ خلیج‌فارس، صندوق‌های بازنشتگی ارگان‌های مختلف دولتی از جمله صندوق بازنشتگی نفت، شرکت‌های معظم نفتی ذیل وزارت نفت، گروه‌های بزرگ اقتصادی ذیل وزارت صمت چون ایدرو، ایمیدرو و سازمان توسعه تجارت ایران، بانک‌های دولتی و هلدینگ‌های اقتصادی وابسته به ایشان از جمله بانک ملی، سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی و صدها شرکت و کارخانه متعلق به این بانک‌های دولتی، شرکت مهندسی و ساخت تأسیسات دریایی ایران، شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تأمین، شرکت معدنی و صنعتی چادرملو، شرکت ملی فولاد ایران، شرکت فولاد مبارکه اصفهان و مانند آن‌ها، عملکرد به مراتب بهتری در سرمایه‌گذاری خطرپذیر، حمایت از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان از خود نشان دادند. اما باید توجه داشت که نوع نگاه و جسارت این نهادها با یکدیگر بسیار متفاوت بوده است، تا جایی که ستاد اجرایی با اختلاف قابل توجهی نسبت به سایر نهادها، فعالیت خود را در این زیست‌بوم از اواخر سال ۹۴ آغاز کرد و همچنان علی‌رغم رکود فراگیر در آن، ادامه داده است. بنیاد مستضعفان با تأسیس مؤسسه تحقیق و توسعه دانشمند و شرکت توسعه دانش‌بنیان سینا اندک حضوری در زیست‌بوم داشت و در ادامه تقریباً به تعطیلی انجامید یا حداقل تعامل قابل توجهی با تیم‌ها، استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ندارد. سازمان تبلیغات فعالیت‌های خوبی را در زمینه تعامل با استارت‌آپ‌های حوزه رسانه، سرگرمی، تولید و

تیم‌ها) این نهادها وارد اکوسیستم شده اما متأسفانه بازار آن‌ها به ویژه در محصولات هایتک حوزه نفت و گاز، ساختمان، دارو، کشاورزی و امثالهم به روی کسب‌وکارهای نوآور و خطرپذیر بسته بوده است. شاید بتوان به جرئت گفت مهم‌ترین نقش در رونق این کسب‌وکارها و تثبیت آن‌ها در اقتصاد کشور، حل مساله دسترسی آن‌ها به بازارهای داخلی است که از حالت ایده‌آل بلکه نرمال آن فاصله زیادی وجود دارد.

● منابع مالی‌ای که نهادها وارد زیست‌بوم کرده‌اند در مجموع خیلی کم بوده است اما به دلیل خطرپذیری بالای این منابع تأثیر زیادی داشته است. پذیرفتن قواعد سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر و توسعه انواع مدل‌های قراردادی با ریسک بالا و قبول نرخ بالای شکست این سرمایه‌گذاری‌ها نکته بسیار حائز اهمیت است که ابعاد آن به درستی توسط فعالین زیست‌بوم درک نشده است. اولین روز حضور در ستاد ابلاغ شد که صرفاً با یک مدل قرارداد مشارکت و یک مدل ارزش‌گذاری اجازه فعالیت وجود دارد و امروز پس از گذشت بیش از هفت سال و تلاش تیمی جوان و بانگیزه بیش از چهارده مدل انواع قراردادهای سهامی، کانورتیبل، دابنامیک، هم‌سرمایه‌گذاری، تسهیم درآمد و... تدوین و در دهه‌ها مشارکت حداقلی با تیم‌های جوان استفاده شده است. مدل‌های متنوع ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود، طرح‌های کسب و کاری، محصولات با فناوری‌های بالا و مانند آن‌ها همکاری‌های نهادی گوناگون مبنای توافقات قراردادی قرار گرفته است و به تعبیر همکارانم در مؤسسه برای هر مورد سرمایه‌گذاری یک قرارداد جدید تدوین شده است و یک مدل خاص مبنای توافقات قراردادی را تشکیل می‌دهد.

● رویکرد نهادسازی به جای پول‌پاشی مساله مهم دیگری است که به نسبت سایر بازیگران به ویژه سازمان‌های دولتی بسیار بهتر عمل شده است. اکثر نهادهای فعال زیست‌بوم مانند انواع صندوق‌های خطرپذیر و PE، شرکت‌های مدیریت سرمایه‌گذاری‌ها (GP Firms)، فرافاندوق، برنامه ملی ۱۰۰ استارت‌آپ، صندوق‌های پژوهش و فناوری و توسعه فعالیت شتاب‌دهنده‌ها با حمایت و توجه نهادها (به ویژه ستاد اجرایی) شکل گرفته‌اند. این تجربه نشان داد ترکیب منابع حاکمیت با منابع و تجربه بخش خصوصی و یا سایر نهادهای دولتی - غیرعمومی می‌تواند منجر به شکل‌گیری نهادهایی شود که استمرار در فعالیت و هوشمندی در انتخاب سرمایه‌گذاری‌ها و راهبری آن‌ها از جمله مزایای آن‌هاست. ضمن اینکه تجربه پول‌پاشی‌ها نشان داده است بعد از پایان دوره مسئولیت مدیر دولتی - نهادی شانه‌ها و پرونده‌های رانت‌خواری و پارتی‌بازی و آفت‌های این چنینی دامن عده زیادی را گرفته و معمولاً نگاه‌های منفی بعدی را به دنبال خواهد داشت که عملاً منجر به شکل‌گیری دوره رکود بعدی خواهد شد. البته اینکه مدیر

باشیم. هم‌زمان با اوج‌گیری و بلوغ اکوسیستم کارآفرینی استارت‌آپی و نهادهای سرمایه‌گذاری خطرپذیر در دنیا (مانند شتاب‌دهنده‌ها، سرمایه‌گذاران فرشته، شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر) و ایجاد امکان سرمایه‌گذاری در سایر کشورها و شناسایی ارزش‌افزوده اقتصادی آن در بازارهای مالی کشور مبدأ، توجه سرمایه‌گذاران به کشورهای بکر و با ظرفیت‌های نیروی انسانی مناسب مانند ایران، هند، پاکستان، ترکیه و مانند آن‌ها جلب شد. نگاه باز دولت یازدهم و حضور آقای دکتر ستاری در جایگاه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با تزریق منابع معتابه با ریسک‌پذیری بالا و رویکرد حمایتی و تسهیل ورود بازیگران باتجربه خارجی (ایرانیان مقیم آمریکا و اروپا و سرمایه‌گذاران خارجی) موجب شکل‌گیری و رشد سریع زیست‌بوم شد. استعداد بالای جوانان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و تیم‌های فعال در زمینه تولید محصولات و خدمات با فناوری‌های بالا در کنار تزریق منابع ریسک‌پذیر و گرت‌برداری از مدل‌های بلوغ‌یافته زیست‌بوم استارت‌آپی غربی، دست به دست هم دادند و پدیده جدیدی در فضای کارآفرینی کشور ایجاد شد و به صورت فزاینده‌ای رشد و نمو یافت. برگزاری رویدادهای متعددی چون استارت‌آپ‌ویکند، استارت‌آپ‌گرایند، تدایکس و مانند آن‌ها در فضاهای دانشگاهی، تأسیس شتاب‌دهنده‌های متعدد، شکل‌گیری رسانه‌های فعال و پوشش اخبار لحظه‌ای استارت‌آپ‌ها، حضور سرمایه‌گذاران خارجی و موفقیت برخی از کسب‌وکارهای با سابقه‌تر چون دیجی‌کالا و کافه‌بازار دست به دست هم دادند و رونق و شادابی بالایی در کشور ایجاد کردند. معاونت علمی هم با توسعه مراکز نوآوری در محیط‌های دانشگاهی و کارخانه‌های نوآوری در مراکز صنعتی قدیمی، تسهیل فرآیند اعطای مجوزهایی چون شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق، ثبت شرکت و دریافت کد اقتصادی، اخذ مجوزهای سازمان غذا و دارو، مجوزهای وزارت صمت و... با حمایت از فروش محصولات ایشان به دستگاه‌های دولتی و عمومی غیردولتی فعالیت این تیم‌ها را استمرار می‌بخشید. در این بین نهادهای حاکمیتی، به ویژه ستاد اجرایی به تکاپو افتادند تا نقشی در زیست‌بوم ایفا کنند. مراجعات متعدد به این نهادها نیز عامل مهمی در فعال شدن ایشان بود. در ادامه مهم‌ترین نکات مربوط به حضور نهادهای حاکمیتی تشریح شده است:

● قدرت ریسک‌پذیری این نهادها بالا بوده و علی‌رغم نقش پابیتی که در اقتصاد کشور دارند اما ورود ایشان به زیست‌بوم کارآفرینی خطرپذیر و حمایت از محصولات و خدمات کسب‌وکارهای این زیست‌بوم، منجر به توسعه چندبرابری فعالیت آن‌ها می‌شود. به ویژه نقشی که در برداشتن مانع ورود به بازار برای محصولات فناورانه و هایتک داشته و می‌توانند مسیر تعامل با سایر مشتریان بالقوه این کسب‌وکارها را هموار کنند حائز اهمیت است. باید اذعان داشت که طی مدت ده سال گذشته منابع مالی و زیرساخت‌های فیزیکی (مانند ساختمان‌های محل استقرار

● نقش حمایتی و ایجاد اعتماد برای نهادهای رگولاتور و امنیتی نیز بسیار حائز اهمیت است. در اوج فعالیت‌ها و رونق زیست‌بوم، تقریباً اکثر نهادهای رگولاتور و امنیتی این پدیده را نفوذی برنامه‌ریزی‌شده توسط آمریکا و کشورهای غربی در جمهوری اسلامی برمی‌شمردند. البته متأسفانه شواهدی وجود دارد که کماکان بر همان ایده و نظر خود باقی هستند و از هر فرصتی برای پررنگ کردن این تهدید استفاده می‌کنند.

اما به جرئت می‌توان ادعا کرد که علی‌رغم همه تشنّت آرای موجود میان تصمیم‌گیران ارشد نظام در خصوص نحوه تعامل/تقابل با زیست‌بوم و برون‌دادها و آثار آن و عدم تغییر نگاه نهادهای امنیتی، با ایفای نقش فعال توسط نهادهای حاکمیتی مانند ستاد و حضور مستمر در این زیست‌بوم، الگوی جدید و قابل‌تعمیمی از رگولاتوری فعالانه (در مقابل تنظیم‌گری منفعلانه و پسینی که عموماً از طریق بخش‌نامه‌ها و آیین‌نامه‌ها یا نفی فعالیت افراد و شرکت‌ها و برخوردهای صرفاً امنیتی) طراحی و پیاده‌سازی شد. در این تجربه کلیه نقش‌های موردنیاز از جمله رصد دقیق و لحظه‌ای فعالیت‌های زیست‌بوم، تعامل با بازیگران متعدد و شناخت دقیق ایشان در همکاری‌های متعدد با یکدیگر، طراحی الگوهای بومی و پیاده‌سازی آن‌ها در دنیای واقعی، شناسایی نقاط ضعف و خلاهای موجود و تلاش برای استفاده از آن‌ها به نفع اهداف انقلاب اسلامی، تعامل فعالانه و با برنامه با سایر مدیران ارشد و نهادهای تنظیم‌گری و تلاش برای همگرا و تلطیف کردن تصمیمات ایشان محقق شد. هر چند تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله وجود داشته و نیاز به طراحی و اجرای ایده‌های نو همواره وجود دارد.

● ایجاد روحیه امید و شادابی در زیست‌بوم با تحرکات ایضایی و بازی بدون توپ نیز اثری مهم ناشی از حضور نهادهای حاکمیتی در زیست‌بوم جسورانه کشور است. اینکه همواره مسئولیتی باشند که فعالیت‌های جسورانه و تصمیمات آینده‌ساز (ولو کوچک) را حمایت کنند و لااقل دچار روزمرگی رایجی که در خصوص تامين مرغ و تخم‌مرغ و کنترل قیمت گوچه و پرداخت حقوق کارمندان و مانند آن‌ها (که در جای خود بسیار ارزشمند بوده و حتماً باید با جدیت دنبال شود) گریبان‌گیر مدیران ارشد نظام شده است، نشوند شبیه روشنائی کم‌سویی است که در جنگلی تاریک، امیدی در دل افرادی که نگران گم کردن مسیر خود یا تنها ماندن در تهدیدات موجود هستند، زنده نگه می‌دارد.

دولتی - نهادهای پذیرد که منابع بدهد اما اسمش به صورت مستقیم در میان نباشد یا تشخیص دیگران را بر تشخیص خود رجحان دهد به نظر می‌رسد قدری نیازمند تقوای سیاسی - شخصی است که به دلیل شنا کردن خلاف جهت رایج رشد مدیران در دستگاه‌های دولتی یا کسب محبوبیت‌های سیاسی در میان نخبگان کمتر افرادی حاضر به قبول این مدل و رویکرد خواهند شد.

● ایجاد ترک‌هایی در سدهای محکم حسابرسی‌های سنتی، دست و پاگیر و فلج‌کننده نیز یکی از آثار بسیار مثبت حضور نهادهای در این زیست‌بوم بود. افرادی که شناخت کافی از سد مزبور داشته و تجربه تعامل با نهادهایی مانند مفید راهبر یا سازمان بازرسی و حسابرسی را داشته باشند شهادت خواهند داد که یکی از عوامل بسیار مهم ریسک‌گریز و کودن شدن (!) سازمان‌های دولتی و نهادهای، ارزیابی‌های مداخله‌گرانه، دگم و سطحی‌نگرانه توسط مجموعه‌های نظارتی است. تا آنجا که در ستاد اجرایی با وجود بیش از هفت سال فعالیت مؤسسه دانش‌بنیان برکت با حمایت ویژه ریاست ستاد جناب آقای دکتر مخبر، کماکان از نظر مفید راهبر کلیه فعالیت‌های مؤسسه برخلاف استانداردها و مصلحت ستاد بوده و تمام تیم‌ها و شرکت‌های فعال سرمایه‌پذیر، بی‌ارزش و شکست‌خورده هستند که هیچ آینده روشن و مشخصی نداشته و باید بخش جدی سرمایه‌گذاری‌ها را به عنوان زیان در دفاتر مالی ثبت نمود. ایشان معتقدند کلیه سازوکارهای اندیشیده شده و نهادهای ایجاد شده، ولو با مشارکت حداکثری بخش خصوصی، غیرکارشناسی و ناکارآمدند. در این مدت تلاش‌های متعددی هم از طریق نهادهای ذریبط انجام شد و حتی تحقیقات علمی مفصلی انجام شد و فصل جدیدی که در مراجع حسابرسی بین‌المللی در خصوص فعالیت‌های این حوزه تدوین شده ترجمه و ارائه شد و همه این اقدامات در کنار فعالیت‌های عملیاتی نهادسازی و سرمایه‌گذاری باعث ایجاد ترک‌هایی امیدبخش در سد بتنی موجود گردید. علاوه بر مجموعه‌های حسابرسی، تلاش‌ها و تعاملات شکل‌گرفته با سازمان بورس و کمک به پذیره‌نویسی تپسی و تعریف کنسرسیوم سرمایه‌گذاری خطرپذیر در یک شرکت بورسی نیز اندکی از فضای بسته سازمان بورس و بازار سرمایه را نیز شکافت و کورسوی امیدی برای تحقق خروج از طریق عرضه ولو محدود سهام شرکت‌های نوآور و استارت‌آپی در بورس ایجاد شد.

شوک اجتماعی

تغییر دولت و التهابات اجتماعی چه بر سر کسب‌وکارهای اینترنتی و استارت‌آپ‌ها آورد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های رضا زرنوخی، مدیر صندوق مالی توسعه تکنولوژی ایران

«رضا زرنوخی» از افراد مؤثر و بدون هیاهوی فضای سرمایه‌گذاری هنوز مفاهیم و اصطلاحاتش به شکل امروزی متداول نبوده است. او گفتگوی مفصلی با رسانه «کارنگ» در خردادماه ۱۴۰۲ داشته که فقط بخش‌هایی از آن به تناسب موضوع در اینجا بازنشر می‌شود.

پیش‌بینی آینده زیست‌بوم استارت‌آپی ایران با وجود تغییر دولت و التهابات اجتماعی اخیر چگونه است؟

برای پیش‌بینی آینده زیست‌بوم استارت‌آپی ایران توجه به دو رخداد مهم در دو سال گذشته بسیار کلیدی است، اولی تغییر دولت و دومی اعتراضات مردمی در پی فوت «مهسا امینی» که هر دو تغییرات شگرفی را رقم زدند.

تغییر دولت: در زمان دولت قبل، زیست‌بوم نوآوری کشور با وزیر خوش‌فکر ارتباطات و همین‌طور با معاون علمی علاقه‌مند به توسعه زیست‌بوم، ارتباط خوبی برقرار کرد و همین شد که با رفتن

آن‌ها گویی به یک‌باره زیست‌بوم احساس یتمی کرد حتی با وجود اینکه وقتی کسب‌وکاری بزرگ می‌شود، وزارت‌خانه‌های مهمی که می‌توانند آن را به تعطیلی بکشانند، یقیناً این‌ها نیستند بلکه وزارت صمت، وزارت اقتصاد، بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه هستند که در چنین مقاطعی تأثیرگذار خواهند بود. زیست‌بوم استارت‌آپی در دوره دولت قبل فضای شفاف‌تری داشت و لابی‌گری کمتری در آن دیده می‌شد اما پیش‌بینی می‌کنم که در دوره جدید احتمالاً نقش لابی‌گری در این فضا پررنگ‌تر شود که این اتفاق شرایط را پیچیده‌تر خواهد کرد و اگر برای چنین فضایی آماده نباشیم، وارد بازی‌ای می‌شویم که در آن لابی‌گران غیرواقعی، همان کاری که برای واگذاری جواز معدن در کشور می‌کنند، در فضای زیست‌بوم هم تکرار خواهند کرد. همه باید هوشیار باشیم و اگر می‌خواهیم بار دیگر بزرگ شده

کرد؛ بنابراین ابتدا نگران این نیستم که روزی دولت نخواهد پولی به این حوزه بدهد، چون تاکنون هم دولت نسبت به سایر حوزه‌ها پولی در این فضا خرج نکرده است. دولت چندین برابر پولی که تاکنون به زیست‌بوم آمده در در کرنا هدر داده و دست آخر هم هیچ واکنسی با پول دولتی تولید نشد. دولت باز هم تلاشش را خواهد کرد و در حوزه‌های این چنینی پولش را هدر خواهد داد و باز هم دستاوردی نخواهد داشت و نهایتاً مجبور می‌شود تا رویکردش را عوض کند. معاونت علمی بالاخره به این جمع‌بندی خواهد رسید که مساله رشد اقتصاد زیست‌بوم دیجیتال، پول و منابع نبوده، بلکه موضوع اصلی همراهی با موج جهانی و انباشتی از افراد با استعداد، صاحب ایده و... بوده است که باعث شده این فرصت ساخته شود. امیدوارم چالش‌ها، مزاحمت‌ها و این دوره گذار، همه لایه‌ها را نسوزاند، چون زیست‌بوم و به طور کلی ایران بالاخره احیا خواهند شد. اگر نگاهی به تاریخ بیندازید می‌بینید ما ایرانی‌ها دوره‌هایی به مراتب بدتر از امروز را پشت سر گذاشتیم که در آن همه چیز را نابود کرده‌اند، اما ایران دوباره خود را احیا کرده است. در فرضیه دیگری ممکن است این طور تصور شود که حاکمیت قصد دارد این اقتصاد غربی را به یک اقتصاد شرقی مانند الگویی چین بدل کند. این در حالی است که سهم اقتصاد دیجیتال چین از تولید ناخالص داخلی این کشور حداقل حدود ۳۷ درصد بوده اما این عدد برای ایران فقط ۵ درصد است؛ پس حتی با درست پنداشتن چنین پیش‌فرضی باز هم راهی جز این نیست که اقتصاد دیجیتال ایران بزرگ شود و دولت چاره‌ای جز بها دادن به آن ندارد.

و سهم خود از تولید ناخالص داخلی کشور را حفظ کنیم و حتی افزایش دهیم، باید پختگی لازم را داشته باشیم. خود زیست‌بوم هم نیاز به پوست‌اندازی دارد و نباید فقط روی مدل‌های فنی رشد، کسب‌وکار، بازاریابی و... کار کنیم. باید فکر کنیم که مسائل و دغدغه‌های رگولاتوری چیست و چطور می‌شود در تعامل با حاکمیت آن‌ها را حل کرد؟ ما به مشاوره‌های قوی حقوقی و رسانه‌ای نیاز داریم تا کمک کنند تسهیل‌گری در مقررات در مرحله انشای آن اتفاق بیفتد. ما همچنین باید نقطه تعادل را حفظ کرده و تلاش کنیم در بده‌ویستان‌ها شرایط تحمیل شده‌ای را نپذیریم. من معتقدم احتمالاً قدرت و حاکمیت هم به این سمت حرکت می‌کند که فضای عمومی را سیاست‌مدارانه‌تر پیش ببرد. اغلب بازیگران و فعالان زیست‌بوم پیش از این با امر سیاست‌کاری نداشتند و همه مشغول کار خودشان بودند، چنین حسی دوباره باید ترمیم شود و بازگردد. زیست‌بوم در اختیار ماست و دوباره می‌تواند قد علم کند ولی به یک دوره اعتمادسازی نیاز دارد و این دوره اعتمادسازی الزاماً با هوشمندی و عقلانیت حاکمیت اتفاق نمی‌افتد؛ بخشی از آن به بازتعریف خودمان برمی‌گردد. باید کمی سیاست‌مدارانه‌تر رفتار کنیم و کسب‌وکارها را در سایه این سیاست‌مداری و تعامل از آسیب دور نگه داریم. نگرانی‌ها را نباید به افراد تیم انتقال داد، ما در این دوره گذار ریزش خواهیم داشت. یک عده خسته می‌شوند و رها خواهند کرد اما زیست‌بوم زمین نخواهد خورد.



اعتراضات مردمی: بعد از انقلاب سال ۵۷، تا مدت‌ها

مشارکت مردم در تصمیم‌گیری‌ها و اعتماد بین حاکمیت و ملت زیاد بود. به مرور و به ویژه بعد از جنگ تحمیلی این موضوع کم و کمتر شد. ناگهان در سال ۱۴۰۱ ما یک نقطه عطف و یک تحول اجتماعی را تجربه کردیم. مردم به دلایل مختلفی و با اعتراض اعلام کردند که دیگر مدل دولت و حاکمیت را نمی‌خواهند؛ این را با صدای بلندتری گفتند و این صدا حتی در نقاط مختلف دنیا هم شنیده شد. اثر این تحولات در کسب‌وکارها به این شکل بود که نیروی کار کلیدی شرکت‌ها به کارفرمایان، مالکان و مدیران آن‌ها معترض شدند که چرا برای ایرانی کار می‌کنند و برند می‌سازند که توسط گروه‌های خاصی طراحی شده نه همه ایرانی‌ها؟ اولین بار بود که در این تحولات اجتماعی چهره جدیدی از ایران را می‌دیدم که با گذشته فرق کرده بود. گویی این پرسش مدام در ذهن همه ما می‌چرخید آیا حقیقتاً من ایرانی‌ام یا فقط این نام را یدک می‌کشم؟ این سردرگمی باعث مطرح شدن این شائبه شد که هرکسی در هر بخشی که در حال کار است، پول می‌سازد، ارزش خلق می‌کند یا برند و هویتی ایجاد می‌کند، احتمال به منظور بهره‌برداری یک قشر خاص یا همان حاکمیت و دولت است. به هر حال هر کسی در کشور مشغول به هر کاری باشد به نوعی حاکمیت هم از آن بهره‌برداری می‌کند مستقل از اینکه حاکمیت چه کسی باشد. این انتباهات به نوعی یک تحول

با عوض شدن دولت عده‌ای بیم آن را داشتند و دارند که مبادا دیگر از تزریق پول دولتی به حوزه اقتصاد دیجیتال خبری نباشد. به نظرم این ادعا که تا پیش از این هم پول زیادی به حوزه اقتصاد دیجیتال راه یافته حرف گزافی بیش نیست. آن قدری که پول از سوی دولت به حوزه‌های اقتصاد غیردیجیتال راه یافته، به سوی زیست‌بوم نیامده است. اما چرا چنین چیزی مدام تکرار می‌شود؟ واضح است! چون بخش دولتی با این همه بریز و بپاش هنوز دستاورد چشمگیری نداشته در حالی که زیست‌بوم نوآوری با اندک سرمایه‌ای که داشته توانسته خودی نشان دهد و این خاری شده به چشم عده‌ای پناه‌گو. اگر دولت اقتصاد دیجیتال را محدود کند، زیست‌بوم هم از این پس رویکرد اجتماعی به خود خواهد گرفت. بازیگران و شهروندان پشت زیست‌بوم می‌ایستند و پول‌شان را به این بخش تزریق خواهند

کجا باشیم، باید اثر خودمان را بگذاریم. نباید خودمان را به دلیل کار کردن در این فضا سرزنش کنیم. ایران بر این فرصت برای همه ماست. معضلات و سنگ اندازی‌ها هر اندازه هم که بیشتر شود، ما باید باحوصله رفتار کنیم و وارد تنش‌های درون‌زیست‌بومی نشویم، چون به دنبال خلق ارزش هستیم. افزون بر این، ما باید روی نسل جدید تأثیر بگذاریم؛ این نسل افرادی جدید با سلیقه‌هایی نو هستند و شناخت آن‌ها نیازمند یک دوره رصد و بازسازی شبکه است. ما نباید دست روی دست گذاشته و صبر کنیم تا همه چیز رو به راه شود؛ چون ممکن است حتی همین ظرفیت‌های محدودی که داریم هم از دست برود. پس باید فضا را بازتعریف کنیم و در این بازتعریف دست به شبکه‌سازی بزنیم. دولت فعلی در مقایسه با دولت‌های قبلی در تأمین منابع و ایجاد شغل وضعیت به مراتب بدتری دارد، پس باز هم زیست‌بوم نوآوری نیاز دارد تا کسب‌وکار راه بیندازد؛ پس هنوز هم فرصت باقیست، ولی مسیر آن‌قدرها که تصور می‌کنیم سهل نیست.

من درباره آینده خوش‌بین هستم، چون اعتقادی به فروپاشی ایران ندارم. رصد تحولات سیاسی چند ماه اخیر نشان می‌دهد که فضای مبتنی بر عقلانیت در حال شکل‌گیری است. تشخیص هویت، جلوگیری از پول‌شویی و هر آنچه که بخواهد به اقتصاد کمک کند، به نوآوری نیاز دارد که کار همین نسل جوان است و از عهده کارمندان دولت بر نمی‌آید. هر اسمی که می‌خواهند برای آن بگذارند «اقتصاد دیجیتال سخت‌افزاری» یا هر واژه دیگری، مهم نیست. تنها چیزی که اهمیت دارد این است که امید در دل این نسل جوان زنده بماند. نیروی انسانی باید بتواند کار کند و حق انتخاب داشته باشد. این دوره هضم می‌شود و بخشی از نیروهایی که به خارج از کشور رفته‌اند هم دوباره به فضای کاری اقتصاد دیجیتال کمک خواهند کرد. فرصت‌های اشباع‌نشده در حوزه‌های مختلف اقتصاد ایران که کاری در آن‌ها انجام نشده، آن‌قدر زیاد است که هیچ راهی به س‌جز نوآوری نداریم و استفاده از این فرصت‌ها حتماً به نفع ایران است.

اجتماعی بود که بر کسب‌وکارها اثر گذاشت. اولین اثرش ایجاد حس منفی و القای ناامیدی بود که در نیروهای مستعد کسب‌وکارها بیشتر به چشم آمد. برخی از افراد کلیدی و به طور کلی نیروی کار زیست‌بوم، در این دوره پرچالش، کارفرمایان خود را هم‌دست و شبیه دولت فرض کردند و معتقد بودند که آن‌ها برای حکومت ارزش می‌سازند. این یک رویکرد سیاسی نبود، بلکه نگاهی اجتماعی به نظر می‌رسید. در حالی که نیروی انسانی شرکت‌ها از انجام برخی از کارها سر باز می‌زدند اما شرکت‌ها به دلیل محدودیت‌های تجاری و رگولاتوری مجبور به انجام آن‌ها بودند و همین موجب چالش و درگیری می‌شد.

این تقابلات به‌مثابه شوک بزرگی برای کسب‌وکارها بود؛ بخش بزرگی از زیست‌بوم استارت‌آپی سردرگم شده بود و برایشان سؤال بود که باید چه کنند؟ آیا کسب‌وکار را حفظ کنند؟ از شرکت‌های بزرگی که بیش از چند ۱۰۰ نفر نیرو داشتند، می‌شنیدیم که بین ادامه کسب‌وکار یا توقف آن مردّد بودند. به نظرم امروز بخشی از آن شوک اجتماعی بزرگ برطرف شده و آدم‌ها متوجه شده‌اند که قرار نیست با هم بجنگیم بلکه بناست هم اعتراض‌مان را داشته باشیم و هم به کسب‌وکارمان برسیم. فضا در حال رفتن به مسیری است که چهارچوب تعاملی رفتار حاکمیت با زیست‌بوم بازتعریف شود.

دوباره این سؤال که «آینده قرار است چگونه باشد؟» باید رصد کنیم و شناخت داشته باشیم. افراد فعال در سیستم دولتی همه عوض شده‌اند؛ معاون علمی، وزیر ارتباطات، رئیس شورای فضای مجازی، رگولاتور، شهردار و... همه تغییر کرده‌اند؛ باید این‌ها را بشناسیم. فارغ از اتفاقات چند ماه گذشته، در سال ۱۴۰۰ دولت عوض شده و اگر می‌خواهیم اثرگذار باشیم، حداقل باید افراد جدید را بشناسیم. قرار نیست به همه دست دوستی بدهیم، ولی باید بدانیم که به چه کسی اعتراض می‌کنیم و با چه کسی حرف می‌زنیم. ما گناهی نداریم که حاکمان بالادستی ما این‌گونه تصمیم می‌گیرند. ما فرصت زندگی داریم و باید به بهترین نحو از آن استفاده کنیم. فرقی نمی‌کند





تحلیل چندسطحی

چرا توسعه اقتصاد دانش بنیان در کشور هر بار به در بسته می خورد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های روح‌الله ابوجعفری، مشاوره وزیر اقتصاد در امور دانش بنیان

بخشی از سخنان «روح‌الله ابوجعفری» در نشست «تحلیل چند سطحی توسعه اقتصاد دانش بنیان در ایران» در پژوهشکده امور اقتصادی که در اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۱ برگزار شد، در ادامه بازنشر می‌شود.

■ کشور در سطوح مختلف توسعه اقتصاد

دانش بنیان با چه معضلاتی روبه‌رو است؟

۱۵ سال پیش بود که موضوع اقتصاد دانش بنیان در کشور مطرح شد و از آن زمان تاکنون سیاست‌گذاری‌های مختلفی برای آن به کار بستند. اولین نکته کلیدی در سیاست‌گذاری این حوزه پذیرش پیچیدگی ذاتی اقتصاد دانش بنیان است که ساده‌سازی، کنش ساده‌انگاره‌ای در برابر آن محسوب می‌شود. اینکه به مشتی سیاست در توسعه نوآوری و تولید دانش بنیان بسنده کنیم موجب غفلت ما از برخی موضوعات ژرف‌تر شده و یحتمل ما را به انحرافات سیاستی دچار خواهد کرد. توسعه اقتصاد دانش بنیان یک پدیده اجتماعی است و در واکاوی مسائل اجتماعی لازم است ابزارهای تحلیلی ما با ویژگی‌های مساله هم‌خوانی داشته باشد. **ویژگی اول**، اینکه پدیده‌های اجتماعی اجزای زیادی دارند و در آن شمار زیادی از آدم‌ها و همچنین مجموعه‌ای از نهادها و ساختارها با هم در تعامل‌اند و چه از منظر موضوعی و یا نهادی بالاخره دولت‌ها، بنگاه‌ها، نهادهای مدنی و رسانه‌هایی شکل گرفته‌اند که در تعامل چندطرفه با هم هستند. **ویژگی دوم** حدی از خودمختاری است که تقریباً تمامی اجزا از آن برخوردارند. پس رویارویی با پدیده یا سیستمی که می‌تواند خودش مستقلاً تصمیم بگیرد و حق انتخاب دارد، موضوع را پیچیده‌تر از حد انتظار می‌کند. **ویژگی سوم** رفتار تکاملی پدیده‌ها در طی زمان است که ممکن است اتفاقات و تغییرات مختلفی را رقم

زنند. این سه ویژگی به اقتصاد دانش بنیان ماهیتی چندلایه می‌بخشد که دیگر صرفاً یک مساله مکانیکی و فرآیندی نیست که طی آن در جایی دانشی خلق شود، جای دیگری منتشر شده و نهایتاً در جای دیگری به کار گرفته شود! عالمان اجتماعی راهکارهایی برای مواجهه با مسائل اجتماعی با در نظر گرفتن پیچیدگی‌های آن‌ها مطرح کرده‌اند، مانند تحلیل لایه‌ای سهیل عنایت‌الله، رویکرد نهادی ویلیامسون و رویکرد چندسطحی گیلز که توضیحشان موضوع سختم در اینجا نیست. با این همه، تحلیل اقتصاد دانش بنیان نیاز به یک رویکرد چندسطحی و لایه‌ای دارد، همان رویکردی که در آن هر یک از لایه‌ها جداگانه شناسایی و بررسی می‌شود و سپس ارتباط آن‌ها با یکدیگر و نسبت‌شان با هم مشخص می‌شود. اقتصاد دانش بنیان در ایران سه سطح اصلی دارد که در رأس آن **اقتصاد نوآوری** قرار دارد اما برای به کارگیری نوآوری در توسعه اقتصاد در لایه‌های عمیق‌تر به موانع **نظام اقتصادی و نظام حکمرانی** برخورد خواهیم کرد.

■ سطح اقتصاد نوآوری: بررسی وضعیت اقتصادی

ایران نشان می‌دهد که از دهه چهل شمسی به بعد کشور به چارچوب نوآوری ورود کرده است، دوره‌ای که با حضور افرادی مانند «عالیخانی» و «نیازمند» و با رویکرد صنعتی به یاد آورده می‌شود. وفور منابع، برقراری روابط بین‌المللی، خرید تجهیزات صنعتی و ورود کارخانه‌ها به کشور از ویژگی‌های این دوران محسوب می‌شود. در آن زمان تصور غالب بر این بود

علت ناکامی سیاست‌گذاری کشور در سطح اقتصاد نوآوری به این برمی‌گردد که در بعضی از دوگانه‌های مهم، تفکیک سیاستی درستی انجام نشده است. دوگانه اول رویکرد کمک به بهره‌وری صنایع موجود (مطابق با تعریف سوم اقتصاد دانش‌بنیان) در برابر رویکرد پیشتازی در صنایع آینده بود که دو سر یک طیف قرار داشتند اما به نظر می‌رسید کشور در جایابی خودش در سطح اقتصاد نوآوری به سمت پیشتازی در صنایع آینده تمایل بیشتری نشان داد، مثلاً به نانوتکنولوژی و بیوتکنولوژی التفات ویژه‌ای داشت و منابع زیادی در آنجا هزینه می‌کرد. **دوگانه دوم** رویکرد اولویت‌گذاری و توجه به تعدادی حوزه خاص در برابر ورود به فضای سیاست‌گذاری افقی، تسهیل فضای کلی کسب‌وکار و حمایت عمومی از همه بدون هیچ اولویتی بود، ناگفته پیداست که ساختار تصمیم‌گیری فعلی ما عملاً اولویت‌گذاری را ناممکن کرده است. در **دوگانه سوم** کشور باید بین ترویج گسترده آموزش و تربیت محققان بی‌شماری که پژوهش کنند و فناوری را شکل دهند و با شناسایی نیاز بازار و صنایع یکی را انتخاب می‌کرد که رویکرد خطی توسعه آموزش در دهه ۹۰ به خوبی نشان داد که چندان به دنبال حل مسائل صنایع نبودیم. **دوگانه چهارم** بین ارتباط صنعت با دانشگاه و یا توسعه واحدهای تحقیق و توسعه در بنگاه‌ها برقرار بود. ایران سال‌هاست تلاش می‌کند تا به هر طریقی که شده با تأسیس دفتر ارتباط با صنعت یا دفتر کارآفرینی و حتی صندوق به زحمت صنعت و دانشگاه را به هم متصل کند که تاکنون نتیجه‌ای در بر نداشته است. **دوگانه پنجم** هم توجه ویژه به شرکت‌های کوچک و متوسط به جای شرکت‌های بزرگ بود.

■ **سطح نظام اقتصادی:** برای ارزیابی نظام اقتصادی سه شاخص کلیدی رشد ناخالص داخلی، تورم و بیکاری را در نظر گرفتیم و در کنار آن‌ها به ضریب جینی به عنوان عاملی تقریباً معادل شاخص عدالت نیم‌نگاهی داشتیم. تولید ناخالص داخلی ایران در حدود بیست سال گذشته فقط رشد ۲ درصدی داشته است در حالی که در ادبیات جهانی توسعه، یک اقتصاد نرمال با حفظ استهلاک دست‌کم باید به طور میانگین ۴ درصد رشد سالانه داشته باشد. مساله جدی دیگر و به زعم من سرطان اقتصاد، تورم است که به طور میانگین بیش از ۲۰ درصد در ایران بوده است در حالی که میانگین تورم جهانی زیر ۴ درصد است. آمار بیکاری هم که سر به فلک می‌کشد. ضریب جینی ایران حتی از کشورهای لیبرال که آنچنان دغدغه عدالت ندارند هم بالاتر است! نسبت دهک اول به دهک دهم در ایران ۱۴ برابر و ۲ برابر میانگین جهانی است. آمارها به حدی اسفبار و ناامیدکننده هستند که بدون هیچ شرحی از معضل جدی کشور در سطح نظام اقتصادی پرده برمی‌دارد.

که آوردن تجهیزات و کارخانه از خارج به کشور موجب توسعه خواهد شد و البته که توفیقات زیادی مانند رشد اقتصادی بالای ده درصد و تورم پایین نکریمی را هم به دنبال داشت ولی در نتیجه آن، توانمندی فناورانه در کشور بسط پیدا نکرد و بر تعداد فناوران کشور افزوده نشد و حتی باعث نشد تا ارتباط صنعت و دانشگاه به خوبی شکل بگیرد بلکه فقط به عده‌ای که تا پیش از این تاجر بودند امر شد تا به جای اشتغال به واردات کالا، دیگر از این پس تولیدکننده باشند. با وقوع انقلاب و آغاز جنگ تحمیلی، نداشتن تجهیزات و تسلیحات جنگی موجب شد تا تولید داخلی رونق بگیرد و توجه به صنایع فناورانه در کشور پررنگ شود. پس از جنگ اما سیاست‌های کشور به سمت و سوی توسعه نهادهای سطح رفت، با این تصور که اگر آموزش توسعه باید و دانشگاه‌های زیادی در کشور دایر شود، این دانشگاه‌ها و دانشجویان‌شان در مراتب بعدی با اشتغال به تحقیق و پژوهش می‌توانند بعدها فناوری را توسعه دهند و از قبیل آن محصولاتی ساخته می‌شود که موجب توسعه صنعت در کشور خواهد شد؛ لذا آموزش عالی کشور پیشرفت چشمگیری داشت، خصوصاً برنامه چهارم توسعه که با عنوان اقتصاد دانایی‌محور شکل گرفت. با این همه اما در دهه نود، توفیقات موردانتظار محقق نشد. شکل‌گیری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، کانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و رویکرد جدید شورای انقلاب فرهنگی به مساله توسعه فناوری همگی در دهه نود شکل گرفت. خروجی این سیاست‌گذاری اما ارتقای شاخص جهانی اقتصاد دانش‌بنیان برای کشور بود که از جایگاه ۱۰۵ به رتبه ۹۴ در سال ۲۰۱۲ رسید، شاخصی که پس از این سال دیگر توسط بانک جهانی اندازه‌گیری نشد! در آن دوران ایران بیش از ۵ میلیون دانشجو داشت و سیاست تشویق مقاله افاقه کرد. اگرچه ورودی‌های اقتصاد دانش‌بنیان و نوآوری ارتقا پیدا کرده بود و فهم جدیدی در کشور درباره اقتصاد دانش‌بنیان شکل گرفته بود و در همین زمان بود که شاخص نوآوری جهانی هم برای ایران از ۱۱۳ به ۶۰ رسید اما مساله اصلی چیز دیگری بود، آرمان و امال ما از توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و فناوری این نبود! ما رویای دیگری داشتیم، قرار بر این بود که درآمد سرانه کشور بیشتر شود و مسائل اقتصادی و چالش‌های توسعه کشور حل شود اما آمارها خلاف آن را نشان می‌داد. آمار بهره‌وری در سال ۲۰۱۷، میزان بهره‌وری کل عوامل تولید در ایران را منفی نشان می‌داد! یا آمار دیگری شاخص پیچیدگی صادرات ما را بسیار پایین گزارش می‌کرد، به طوری که ۵۰ درصد صادرات ما نفت خام و مشتقات آن و عمده ۵۰ درصد بقیه مواد معدنی و خشکبار بود، پُر واضح بود که سیاست‌ها و برنامه‌هایی که تاکنون داشتیم بی‌نتیجه بوده است

بی‌تردید سطح تصمیماتش در لایه‌ای آشکار در سطح نظام اقتصادی خواهد بود؛ یعنی پرداختن به مسائلی مانند حل معضل سرکوب قیمتی، آزادسازی یا هدفمندی یارانه‌ها، افزایش نقدینگی و مواردی از این دست را در دستور کارش قرار می‌دهد، غافل از اینکه در لایه‌ای پنهان اصل این تصمیم‌گیری‌ها در ساختار حکمرانی کشور گرفته می‌شود. بین ساختار حکمرانی و توزیع قدرت همواره یک رابطه دوطرفه برقرار است که باید اختیارات و تکالیفشان مشخص شود. چالش اصلی در بحث نظام ملی نوآوری کشور نامعلوم بودن نسبت ساختار تصمیم‌گیری و روابط قدرت در سیاست‌گذاری است. مساله اصلی در نظریه حکمرانی همواره این بوده که آیا دولت‌ها سیاست‌گذاری درستی دارند؟ و آیا نظام تصمیم‌گیری درستی شکل گرفته است؟ دولت‌ها پیش از مداخله مستقیم قیمتی و غیرقیمتی باید در بسترسازی و طراحی سازوکارها نقش ایفا کنند. نظام تصمیم‌گیری ما با ساختار توزیع قدرتمان چندان هماهنگ نیست. در سطح حکمرانی گرفتن هر تصمیمی در سطح اقتصاد دانش‌بنیان ناگزیر است از تعامل با قدرت و نظام توزیع قدرت ما به قدری نامنظم و غیرمتمرکز است که عملاً امکان تصمیم‌گیری وجود ندارد، پس باید به سمت تنظیم روابط قدرت برویم. از طرفی باید به اثراتی که تحول خود فناوری بر توزیع قدرت و اختیارات دولت دارد توجه کرد برای مثال روزی اختیارات تام تاکسیرانی زیر نظر شهرداری بود اما اکنون پلتفرم حمل‌ونقل آنلاین اختیارات آن را ربوده است پس در تنظیم روابط قدرت باید عوامل غیرمتمرکزسازی نهادهای قدرت درگیر را در نظر داشت.

موضوعات مختلفی مسبب وضع نابه‌سامان پیش‌آمده هستند، نخست آن که مالیه کشور گرفتار کسری بودجه مزمن به دلیل توزیع انواع یارانه است و بدهی دولتی به ۶۵۰ هزار میلیارد تومان می‌رسد. از طرفی، دولت به رویه سرکوب قیمتی به بهای حمایت از مصرف‌کننده پایان نمی‌دهد. مدت‌هاست که نظام پولی و اعتباری کشور به دلیل گرفتار شدن بانک‌ها در دام نرخ بهره با مشکلات دارایی‌های موهومی (۴۷۵ هزار میلیارد تومان)، ناترازی نظام بانکی و ورشکستگی دست و پنجه نرم می‌کند و نظام بازنشستگی سخاوتمندانه، صندوق‌های ورشکسته زیادی را روی دست اقتصاد کشور تلبار کرده است و در این بین فضای کسب‌وکار از هر طرف تحت فشار قرار دارد و اینجاست که رفتارهای سوداگرانه به واسطه مکانیزم قیمتی موجود روزبه‌روز تهییج شده و فعالیت‌های مولد منقض می‌شوند. در چنین شرایطی فعالیتی بنگاه‌های سنتی نیز با مشکل روبه‌رو هستند چه رسد به کسب‌وکارهای نوآورانه و فناورانه! در سطح نظام اقتصادی مسائلی داریم که به چالش‌های ما در ساختار سیاسی برمی‌گردد اینکه ما فاقد یک سیاست صنعتی و سند ملی آمال سرزمینی هستیم و سالیان درازی است که فریاد برآورده‌ایم که کاری کنید تا وزارتخانه‌ها روی محوری هماهنگ شوند. نسبت مجلس با دولت مشخص نیست و نظام تصمیم‌گیری اقتصادی ما به گونه‌ای نیست که سطح دخالت دولت را مشخص کند و تعارض منافع جدی بین شرکت‌های دولتی و دستگاه‌های اجرایی وجود دارد.

■ **سطح حکمرانی:** اگر دولت همین حالا قصد کند تا در چارچوب نظام اقتصاد دانش‌بنیان تصمیم‌گیری کند؛



واجب‌تر از نان شب

در توسعه زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان کشور تا چه اندازه نگاه سیستمی و توجه به وجوه مختلف فرهنگی مشاهده می‌شود؟

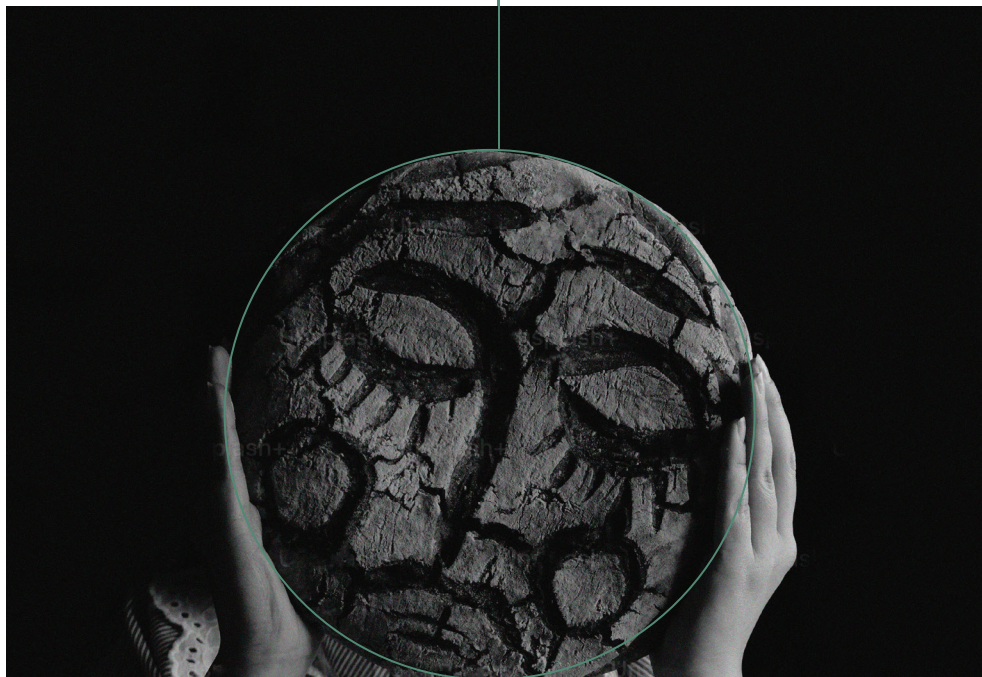
چرا ساختار زیست‌بوم فناورانه کشور نیاز به تحول دارد؟

دیگر وقت آن رسیده است که با اتکا به زیست‌بوم نوآوری و خلاق، فرهنگ‌مان را بیشتر معرفی کنیم. بنا بر آنچه که پژوهشگران به آن رسیده‌اند، زیست‌بوم، بر فرهنگ تأثیرگذار است و آن را دستخوش تغییر قرار می‌دهد. فرهنگ نیز، بر جامعه و مناسبات آن، مؤثر است. آن‌گاه که جامعه، فرهنگ را پذیرا باشد، شخصیت افراد آن جامعه نیز ارتقا خواهد یافت. در نتیجه، رفتاری مبتنی بر فرهنگ و در راستای آنچه که جامعه می‌پذیرد، مشاهده خواهد شد. حالا که ما سال‌هاست در حال تغییر بخشی از زیست‌بوم کشور هستیم و تلاش می‌کنیم که بهره‌مندی از منابع‌مان را از زیرزمین به روی زمین و آدم‌هایش بیاوریم، باید شاهد تغییرات گسترده فرهنگی و رویه‌رویه‌شد آن باشیم. گر چه فرهنگ غنی ما، دارای ریشه‌های کهن و تنومندی است و مدد گرفتن از این داشته‌ها، ما را ثروتمندتر و سربلندتر می‌کند، با این حال، تغییرات تاریخی، چالش‌هایی را پیش رویمان قرار داده است که به جز ایجاد تغییرات امروزی، راه دیگری نمی‌ماند.

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های پرویز کرمی، رئیس مرکز و دبیر ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق



سال ۱۳۹۸ بود که «پرویز کرمی» به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری پیوست و یک سال بعد در معاونت، علاوه بر ستادهای فناوری راهبردی مانند نانو، بایو، هوافضا و ... ستادی با نام «فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان» شکل گرفت که او به ریاست آن منصوب شد. در نهایت سال گذشته، کرمی با ۳۷ سال خدمت در دولت بازنشسته شد و مرکز نوآوری خصوصی «آمبر» را تأسیس کرد. در ادامه یادداشتی از پرویز کرمی بازنشر می‌شود که در آن بر ضرورت توجه سیستمی به تمام وجوه زیست‌بوم فناوری و خلاقیت کشور به ویژه بخش مغفول‌مانده فرهنگی و توسعه صنایع خلاق تأکید می‌کند.



آنان، این زیست‌بوم، پای‌اش خواهد لنگید. نوآوری‌ها و در صدر آن؛ نوآوری‌های اجتماعی و عمومی، اگر در یک قالب سیستمی قرار نگیرند، به مرور زمان، سرخوردگی و خستگی به همراه خواهند آورد، این واقعیت ماجراست. زیست‌بوم نوآوری و خلاقیت، دشمن شماره یک اقتصاد نفتی و خام‌خواری است. اگر صادرات نفت خام‌مان را با افتخار دو برابر یا چندبرابر قبل اعلام کنیم اما دستاوردهای فناورانه پتروشیمی مان افزایشی نداشته باشد، قافیه را باخته‌ایم. اگر تولید خودروی داخلی مان افزایش چندبرابری داشته باشد اما در آن رسوخ فناوری و نوآوری شکل نگرفته باشد و صاحب ارزش‌آفرینی نباشیم، با یک آسیب بزرگ ملی مواجه خواهیم شد. اگر شبکه‌های اجتماعی مان روزبه‌روز شلوغ‌تر شود اما دستاوردهای جوانان خلاق مان همراه با آن، به میدان نیاید و دیده نشود، دچار اضمحلال و سقوط خواهیم شد. بله، واقعیت ماجرا همین است؛ اگر سیستم و نگرش مبتنی بر آن، در جامعه ما شکل نگیرد، کارمان تمام است. البته که در موارد مختلف، نشان داده‌ایم که این نگرش سیستمی وجود دارد در جامعه ما. تنها نکته مورد بحث، پایداری این نگرش در مواقع

این واقعیت را قبول داریم که دنیا عوض شده است. در آستانه انقلاب صنعتی چهارم هستیم. اینترنت اشیا و متاورس و امثال آن، دارد آرام‌آرام در زندگی مان تاثیر می‌گذارد. سرعت انتقال اطلاعات، سرسام‌آورتر از دیروز شده است. نوآوری و فناوری، هژمون و استیلای خود را در همه شئون زندگی بشر، گسترده است. شبکه‌های اجتماعی، افکار عمومی و ذهن جوامع را هدایت می‌کنند. همه چیز در حال دگرگونی مدام است. ماده مذاب ارتباطات، دائماً در حال پیشروی و دگرگونی و تغییر شکل زندگی انسان‌ها است. پس در چنین شرایطی، خلق یک زیست‌بوم تازه، همچون نان شب برای جامعه ما ضروری است. زیست‌بومی که اینک در کشورمان حلول کرده است و در حال رخ‌نمایی ست، بر خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها دست گذاشته است. فناوری‌ها را به خدمت می‌گیرد و از آن محصولی تازه به بیرون می‌دهد چالش‌ها و موانع را رفع می‌کند و هوایی تازه به جامعه می‌دهاند. با این حال، زیست‌بوم فناوری و نوآوری با همه عظمت و قدرت‌اش، جزئی از کل جامعه محسوب می‌شود. زیست‌بوم‌های دیگری نیز وجود دارند که بدون یاری و حمایت و حضور



گذاشت. این هوشیاری و آگاهی نیز از سوی خود ما و با در اختیار گذاشتن شبکه‌های اجتماعی و نوآوری‌های ارتباطی و صنعتی و خدماتی به وجود آمده است. نسل دانشگاهی ما، با سرعت برق، راه خود را در ایجاد کسب‌وکارهای جدید و تازه باز می‌کنند و به جلو می‌روند. عموم مردم، روزبه‌روز با تازه‌های ایران و جهان آشنا می‌شوند و توقعات‌شان نیز بالا و بالاتر می‌رود. اگر در چنین شرایطی، به عنوان مثال بخش خودرو یا بخش دارو یا پتروشیمی ما، با این زیست‌بوم همراه نباشد، درون خود، دچار خشک‌سالی می‌شود. از آن سو هم، حجم بالا آدم‌های انگیزه‌مند و جویای نوآوری، دچار سرخوردگی می‌شوند و با تلبیاز شدن خواسته‌هایشان، سبلی از ناامیدی و بی‌انگیزگی را شکل می‌بخشند. مهاجرت‌های پرشمار، تولید ثروت از راه‌های دلالی و آسیب‌زا، رونق قاچاق و بسیاری موارد دیگر از این دست را باید در آینده شاهد باشیم و تنها، باید تخریب جامعه‌مان را به نظاره بنشینیم و کاری هم از دست‌مان بر نخواهد آمد. کمک به تقویت زیست‌بوم صنایع خلاق و نوآوری به عنوان مکمل و مدد رسان زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان، در همان راستای شکل دادن سیستم در جامعه خواهد بود. بخش صنعت و خدمات عمومی نیز، می‌باید که این زیست‌بوم را از آن خود بدانند و در شکوفایی و ثمربخشی‌اش، دارای سهم باشند. این نگرش سیستمی نیز، نه فقط از سوی یک نهاد خاص، بلکه با ایجاد تعامل توسط همه بخش‌های مؤثر، ایجاد می‌شود. انعطاف در مواجهه با بخش‌های دیگر، سبب شکل‌گیری این سیستم می‌شود و در نهایت، دنیا با قدرتی نوظهور و قابل احترام رویه‌رو خواهد شد و ایران اسلامی در شمایی تازه اما با ریشه‌های عمیق و تاریخی، زبان‌زد خواهد بود.

مختلف است. به عنوان مثال در دوران کرونا، شاهد بودیم که دستگاه‌ها با به میدان آوردن شرکت‌های دانش‌بنیان و بها دادن به داشته‌هایشان، در کنار استمرار و ایثارگری کادر درمان توانستند مقابله‌ای جانانه با این ویروس منحوس داشته باشند و درس‌هایی بزرگ و ماندگار را در دفتر تاریخ این مرزوبوم به ثبت برسانند. در مباحث دفاعی نیز، اوضاع از همین قرار بود. در مواجهه با تحریم‌های ظالمانه نیز اما در برخی بخش‌ها و رشته‌ها، متأسفانه این اتفاق نیفتاده است، مثلاً در بخش صنایع خلاق و اقتصاد فرهنگی، من دائماً دچار غصه می‌شوم. وقتی می‌بینم این همه توانایی عظیم در کشور ما وجود دارد اما کمتر از آن استفاده می‌شود، دلگیر می‌شوم. این بخش بدون همراهی و هم‌آهنگی بخش‌های دیگر از دولت و مجلس گرفته تا تک‌تک افراد جامعه در همه جای این سرزمین، نمی‌تواند حرف‌اش را به کرسی بنشانند و به نقطه مطلوب برسند. با اینکه یکی دو سال از ابلاغ سند توسعه ملی صنایع فرهنگی و نرم گذشته است، من به شخصه، کمتر شاهد همراهی و هم‌سوئی همه ارگان‌ها برای به ثمر نشاندن منویات آن هستم. خوشبختانه چند ماهی است که قانون جهش تولید دانش‌بنیان توسط مجلس تصویب و از سوی دولت مردمی، ابلاغ شده است اما باز هم نگرانم. این نگرانی هم، باز از همان ضعف نگرش سیستمی نشأت می‌گیرد. همین ماجرای سیل‌های اخیر، خودش شاهدی بر نگرانی‌های امروز من است. اگر سیستم، در همه ارکان کشور نسبت به زیست‌بوم فناوری و نوآوری وجود نداشته باشد، توأم‌ان با خشک‌سالی و سیل رویه‌رو خواهیم شد که حاصل‌اش خدای ناکرده، خرابی و ویرانی است. با داشتن تعداد بالایی از دانش‌آموزان در کشور، ما در آینده نزدیک با نسلی رویه‌رو خواهیم بود که هوشیارتر و آگاه‌تر، پا به عرصه عمومی خواهد

فصل دوم

سوار بر موج: واکاوی موج اول شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران و آسیب‌شناسی آن از نگاه برخی از فعالان و بازیگران اصلی

دهه پرتلاطم نود شمسی فرازونشیب‌های زیادی برای زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپی کشور داشته است؛ از این رو، پای صحبت عده‌ای از فعالان و بازیگران آن از سرمایه‌گذاران، مدیران شتاب‌دهنده‌ها، منتورها، کارشناسان و به طور کلی دست‌اندرکاران آن نشستیم یا در میان مصاحبه‌ها و یادداشت‌های آن سال‌ها جستجو کردیم تا دریابیم هر یک از آن‌ها از چه زاویه‌ای به موضوع نگریسته و شکل‌گیری این موج اولیه و سپس فرونشستن آن را چگونه تفسیر می‌کنند. هر کسی بنا بر آنچه که از سرگذرانده به عوامل مهمی اشاره می‌کند که البته بیشترشان متوجه دولت و نظام حکمرانی کشور می‌شود.

اضلاع یک مثلث؛ حاکمیت، نخبگان و استارت‌آپ‌ها

احیای استارت‌آپ‌ها در ایران به عنوان فرصتی برای نقش‌آفرینی نخبگان
مستلزم چیست؟



برداشتی آزاد از گفتگو با علینقی مشایخی، استاد و مؤسس دانشکده مدیریت دانشگاه صنعتی شریف

نخبگان دارد. در سراسر این گفت‌وگو، نشانه‌هایی از نگرانی مشایخی درباره تسلط نگاه امنیتی بر حوزه‌های دانشگاهی و نخبگانی، قابل‌ردگیری است. وی، تعدیل این تحکم را منجر به اعتمادآفرینی و شکوفایی فرآیند نوآوری پیش‌بینی می‌کند. و رای دو مؤلفه مهم ساختار سیاسی و رویکرد امنیتی هژمون شده بر این ساختار، چالش‌های درونی فضای استارت‌آپی از نگاه مشایخی، نوعی از ناپختگی و عدم اتصال به مسائل واقعی را شامل می‌شود. در ادامه نقدها و نقب‌های فاصله‌گیری از این نقدها را از زبان علینقی مشایخی می‌خوانید.

علینقی مشایخی، دانش‌آموخته مؤسسه فناوری ماساچوست است؛ و احتمالاً متأثر از آن، گشودن فضای کشور جهت تقویت تعاملات بین‌المللی را یک راهبرد اساسی برای برون‌رفت از بحران‌ها و چالش‌های فعلی می‌بیند. وی در این مجال، به نسبت‌سنجی ساختار سیاسی جمهوری اسلامی با نخبگان می‌پردازد و با ناامیدی از بخش دولتی و خصوصی، بخش استارت‌آپی را فضای مناسبی برای نقش‌آفرینی یا به بیان وی ارزش‌آفرینی نخبگان تلقی می‌کند. گرچه پیشنهاداتی نیز برای گشایش درهای بخش دولتی و خصوصی به روی

ایجاد «امید» در یک جوان، مستلزم گشودن افقی پیش روی اوست که بتواند در آن آزادانه به فعالیت بپردازد و ضمن رشد و بالندگی، ارزش‌آفرینی کند. در غیر این صورت، افراد احساس در ماندگی و سرخوردگی می‌کنند. نیروی جوان مستعد و توانمند همواره نظاره‌گر افرادی است که پیش از او مسیر حرفه‌ای او را طی کرده‌اند؛ تا درباب آن‌ها که پیش‌تر از او در حرکتند تا چه اندازه در حال رشد و پیشرفت هستند و تا چه میزان بانگیزه و امیدوار قدم برمی‌دارند. این مشاهده، افق روشنی از آینده به فرد می‌دهد. در شرایط فعلی کشور، ترسیم افقی روشن

■ نسبت ساختار سیاسی-اداری کشور با

امیدواری نخبگان چیست؟

پس از انقلاب اسلامی و متأثر از فضای سیاسی کشور، محیط‌های کارشناسی با کور یا مبهم کردن افق‌های حرفه‌ای، امید و انگیزه را در نخبگان مختل می‌کنند.

چه باید کرد؟

نیازمند ایجاد تحول ساختاری در نگرش‌ها و گزینش‌ها هستیم.

■ وضعیت بخش خصوصی برای پر کردن خلا

ساختاری جذب نخبگان چگونه است؟

غلبه فضای رانتی بر اقتصاد ایران، شرکت‌های خصوصی را از فضای رقابتی دور و بنابراین بی‌نیاز از نوآوری و ارزش‌آفرینی نخبگانی کرده است.

چه باید کرد؟

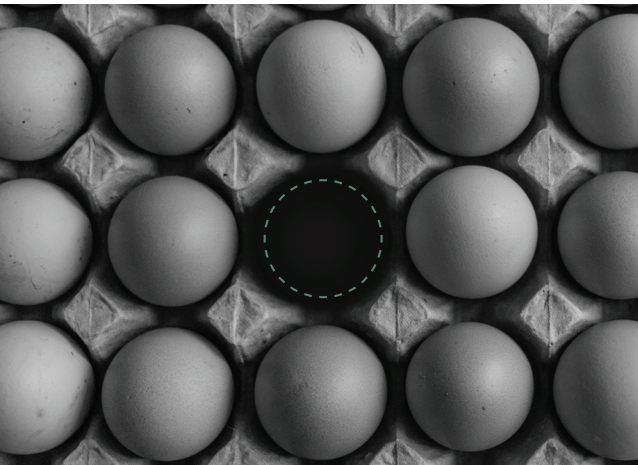
شرکت‌های خصوصی وارد فضای رقابتی شوند تا نیازمندی به نوآوری نخبگان نهادینه شود.

شرکت‌های خصوصی با معضل بزرگ فضای رانتی حاکم بر اقتصاد کشور دست‌وپنجه نرم می‌کنند. در برخی از شرکت‌های خصوصی مانند صنایع کاشی‌سازی و لاستیک‌سازی نسبت به سایر شرکت‌ها، به منظور رقابت با سایرین، نوآوری بیشتری دیده می‌شود؛ که البته چندان قابل‌ملاحظه نیست! از دلایل عدم نوآوری، غلبه فضای رانتی بر اقتصاد کشور و تقلاي مداوم صاحبان شرکت‌ها جهت دریافت سهمیه ارزی و در مجموع بهره‌مندی از رانت دولتی است. ثروتمندان معدودی در ایران، دارایی‌های خود را به موجب نوآوری و خلاقیت تکنولوژیک به دست آورده‌اند و اغلب آن‌ها با استفاده از فرصت اختلاف قیمت‌ها، نوآوری در سازمان‌دهی و استفاده از وام بانکی که اقتضای شرایط اقتصادی کشور است و بهره‌جویی به‌موقع از این شرایط به ثروت هنگفت دست یافته‌اند و غالباً فاقد نوآوری‌هایی هستند که نخبگان جامعه در آن دخیل‌اند. افزون بر موضوع مهم امیدبخشی به جوانان، دست کم بخش خصوصی باید به دنبال افزایش توان رقابتی خود به کمک نوآوری باشد.

برای دانشجوی مستعدی که پس از فراغت از تحصیل به دنبال جذب در سازمان‌های دولتی و خصولتی است، ممکن نیست و غالباً در فضایی مبهم و نامطمئن سرگردان است؛ چراکه به روشنی مشخص نیست در سازمان‌های دولتی و خصولتی برای او به عنوان یک کارشناس تا چه اندازه میدان عمل گسترده باشد؟ آیا توانمندی‌های او در ساختار سلسله‌مراتبی موجود با انبوهی از کارشناسان و مدیران، دیده می‌شود؟ آیا اساساً این سازمان‌ها در حال ارزش‌آفرینی هستند که به توانایی یک جوان مستعد نیاز داشته باشند؟

تقریباً هیچ یک از سازمان‌های دولتی بزرگ کشور تاکنون یک فرآیند تحقیق و توسعه منجر به جوشش و رشد درونی نداشته‌اند؛ بلکه اغلب آن‌ها فقط طی روندی تکراری پس از واردات تجهیزات و تأسیساتی از خارج، اقدام به نصب و راه‌اندازی آن‌ها می‌کنند و پس از فرسوده‌شدن، مجدداً تجهیزات دیگری را وارد می‌کنند. در شرکت‌های خصولتی نیز وضعیت چندان مساعد نیست، بخشی از سهام این شرکت‌ها به سازمان‌های بازنشستگی و تأمین اجتماعی تعلق دارد که اغلب در تأمین نقدینگی به منظور پرداخت حقوق بازنشستگان و هزینه درمان آن‌ها معضلات فراوانی دارند و برای پوشش هزینه‌ها همواره مجبور به استقراض مالیاتی از دولت می‌شوند و تخصیص بودجه دولت به بازنشستگان، نیز هر ساله افزایش می‌یابد. بنابراین اثری از تولید محصولات جدید، ارائه فرآیندهای نوین و جوشش‌ها و زایش‌ها در سازمان‌های فعلی کشور مشاهده نمی‌شود؛ که اگر می‌بود، حتماً به افرادی نیاز داشتند که ارزش‌آفرینی کنند و در نتیجه میدانی برای یگه‌تازی جوانان مستعد فراهم می‌شد. وقتی حتی کوچکترین نشانه‌ای از پویایی و اثربخشی در سازمان‌های دولتی و خصولتی کشور وجود ندارد، جوانان مستعد این مرزوبوم انگیزه‌ای برای جذب شدن به این شرکت‌ها نخواهند داشت.

از سوی دیگر، پس از پیروزی انقلاب اسلامی، جریان‌گزینش مدیران به گونه‌ای پیش رفته است که قرار گرفتن در سطوح و جایگاه‌های مدیریتی منوط به وفاداری به سیستم حاکمیتی و احراز معتمد بودن اوست. البته این حساسیت‌ها و الزامات سختگیرانه پس از هر انقلابی بروز می‌کند؛ اما عجیب آن که این جریان تا به امروز هم ادامه یافته است. در حال حاضر داشتن وابستگی سیاسی برای ورود به مسیر مدیریتی کشور یک الزام جدی محسوب می‌شود، بررسی و مقایسه رزومه و سوابق علمی مدیران منصوب دولت فعلی یا دولت‌های قبلی در صنایع مختلف کشور با سوابق نخبگانی که عموماً از افراد عادی جامعه هستند، شاهدهی بر این مدعا است. در چنین شرایطی، فراهم کردن زمینه ارزش‌آفرینی نخبگان، مستلزم ایجاد تحولی است که نیروهای جوان و مستعد از آنچه در و برای کشور انجام می‌دهند، به رضایت درونی برسند تا بارقه‌های امید دوباره در درون‌شان شکل بگیرد.



آیا با اتمال به صنایع داخلی، شرکت‌های

استارت‌آپی می‌توانند فضایی برای

نقش‌آفرینی نخبگان شوند؟

با وجود فضای رانتی و سیاسی حاکم بر مدیریت کشور، اولویت مدیران، حول حفظ جایگاه و تثبیت موقعیت شکل می‌گیرد و ارتباط با دانشگاه یا شرکت‌های نخبگانی را بار اضافه‌ای بر دوش خود احساس می‌کنند.

چه باید کرد؟

گشودن فضای تجارت و تعامل بین‌المللی برای صنایع کشور، منجر به جوشش نیازمندی از درون آن‌ها به نیروهای مستعد کشور می‌شود.

ورود استارت‌آپ‌ها به صنایع اصلی کشور یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. دانشگاه‌ها و اساتید آن‌ها غالباً تمایل زیادی به چنین همکاری‌های نشان می‌دهند و مقاومت اصلی در بخش صنعت است. اما عملی‌شدن این کار و اتصال استارت‌آپ‌ها به صنایع مستلزم اصلاح نگرش مدیران عالی این صنایع است؛ به‌طوری‌که با رضایت و تمایل کامل یک شرکت استارت‌آپی نوپا و جوانان کم‌تجربه و در عین حال مستعد آن را بپذیرند و در وهله اول به آن‌ها اعتماد کنند. لازمه شکل‌گیری این اعتماد و رضایت، ایجاد انگیزه در صاحبان و مدیران صنایع بزرگ برای همکاری با استارت‌آپ‌های ارزش‌آفرین و افزایش تمایل برای این همکاری است. نظام حکمرانی در بخش صنعت، باید میدان عمل لازم برای فعالیت استارت‌آپ‌ها را ایجاد کند. چنین جریانی باید از درون سازمان‌ها و صنایع و با ارائه و انتقال نیاز به دانشگاه، برگزاری نمایشگاه در آن، طرح مسائل و تخصیص بودجه شکل بگیرد و این امور نه به صورت نمایشی بلکه به‌طور صمیمانه و عمیق انجام شود. در شرکت‌های خصولتی و دولتی و شرکت‌های بزرگ و با وجود فضای رانتی و گزینش سیاسی مدیران، مساله تعامل مناسب میان صنایع مختلف و استارت‌آپ‌ها دارای اولویت نیست. انتخاب سیاسی یک مدیر موجب می‌شود تا بخش عمده‌ای از زمان فرد صرف حفظ روابط سیاسی گذشته یا یافتن روابط جدیدی شود که موجب تثبیت جایگاه یا حتی ارتقای او به سطوح بالاتر مدیریتی شود. بنابراین با اصلاح نظام حکمرانی شرکت‌ها زمینه مناسب برای ارتباط مؤثر آن‌ها با نخبگان خودبه‌خود فراهم می‌شود.

سوابق نه‌چندان خوشایند گذشته در ارتباط صنایع با دانشگاه، در عدم تمایل صمیمانه صنعت به همکاری با جامعه دانشگاهی و استارت‌آپی به منظور حل مسائل کشور ریشه دارد. اغلب صنایع، ارتباط با دانشگاه و تعامل با آن را یک مسئولیت اضافی و مشغله بی‌پایان تصور می‌کنند که در کنار چالش‌های متعدد صنایع همچون باری بر دوش آن‌ها سنگینی می‌کند. بنابراین منفعت خود را در جای دیگری جستجو می‌کنند.



زیست‌بوم استارت‌آپی کشور در حفظ

ظرفیت نخبگانی چه فرصت‌ها و چالش‌هایی

دارد؟

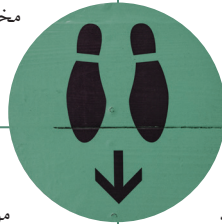
پس از بخش دولتی و بخش خصوصی، فضای استارت‌آپی کشور به عنوان بخش سوم، میدانی برای نقش‌آفرینی و نگاه‌داشت نخبگان است؛ در صورتی که نگرانی‌های امنیتی برای حاکمیت ایجاد نکند!

چه باید کرد؟

تمهیداتی جهت رفع نگرانی نخبگان با سیستم سیاسی کشور اندیشیده شود.

در فضای موجود در کشور، زیست‌بوم استارت‌آپی می‌تواند فرصت مغتنمی برای جوانان مستعد و نخبه باشد تا مبتنی بر دانشی که کسب کرده‌اند و برداشتی که از نیازهای موجود در جامعه دارند به «خلق» بپردازند؛ که ضمن ارزش‌آفرینی، موجبات رشد افراد را نیز فراهم می‌کند. نوآوری در این فضا، محدود به حوزه فناوری اطلاعات نیست که امروزه به مثابه میدانی بزرگ برای ارزش‌آفرینی به وسعت دنیا گسترش یافته است بلکه تولید موارد فیزیکی و محصولات موردنیاز صنایع مختلف را نیز شامل می‌شود. باوجود پویایی و امیدبخشی فضای استارت‌آپی کشور، معضلات و موانعی نیز وجود دارد. با رشد یک شرکت استارت‌آپی و افزایش شمار زیادی از کابران و مشتریان آن به‌تدریج یک بانک اطلاعاتی بزرگی از کشور در اختیار آن قرار خواهد گرفت؛ که با نگاه امنیتی حاکمیت اگر در مقطعی احساس خطر شود، شاید به سرکوب و ممانعت از پیشروی شرکت‌ها منجر شود. لحاظ تمهیداتی به‌منظور از بین بردن نگرانی جوانان برای کارکردن در سیستم سیاسی ایران یک ضرورت انکارناپذیر است. معضل بعدی، محدودیت بازار ایران و فقدان سازوکاری درست برای دسترسی به بازارهای جهانی است. برخی ایده‌های استارت‌آپی قابلیت فعالیت فرامنطقه‌ای دارند اما محدودیت‌های موجود در حوزه تجاری و بانکی برای تعامل با جهان، اغلب به مهاجرت ناگزیر بنیان‌گذاران شرکت‌ها خارج از کشور می‌شود.

صنعتی در جهت مثبت نسبت به جامعه دانشگاهی خواهد شد، به طوری که اغلب آن‌ها بر این باورند که یافته‌های دانشگاهی و حاصل مطالعات دانشجویان مستعد و نخبه تأثیر چندانی بر بهبود وضعیت صنایع بنیادین کشور و حل مسائل آن‌ها نخواهد داشت. در سطوح کلان و فراتر از لزوم بهبود رابطه صنعت و دانشگاه، مساله برقراری ارتباط با دیگر کشورها به عنوان یک ضرورت جدی همچنان وجود دارد. به طور کلی جایگاه کشور در دنیا و اینکه تا چه اندازه در دنیا دیده یا شنیده می‌شود و کیفیت برقراری روابط بین‌المللی آن با دیگر کشورها بسیار حائز اهمیت است. ارتباط مؤثر با جهان موجب می‌شود تا کشور برای معرفی و فروش محصولات یا دستاوردهای مختلفی که توسط جوانان نخبه همین مرزوبوم ساخته شده است، قدرت مذاکره و چانه‌زنی پیدا کند و آن‌ها را از محدود شدن در حصار بازار



و کمتر در معرض قضاوت افراد باتجربه در حوزه استارت‌آپ قرار می‌گیرند. از سوی دیگر، موضوع راهنمایی (کوچینگ) استارت‌آپ‌ها در ایران به صورت جدی و سیستماتیک وجود ندارد و کمبود تجربه در رشد استارت‌آپ‌ها به مانعی بزرگ بدل شده است. البته این مانع با کسب تجربه و گشایش میدان عمل استارت‌آپ‌ها به تدریج ضعیف‌تر می‌شود.

با این وجود، هنوز پتانسیل استارت‌آپ‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات در ایران بسیار بالاست اما لازم است سیستم امنیتی کشور عرصه را بر آن‌ها تنگ نکند. آنچه تاکنون در این زمینه به دست آمده است نقطه پایان نوآوری و پیشرفت در حوزه فناوری اطلاعات نیست و هر لحظه ممکن است زمینه‌های جدیدی برای ارزش‌آفرینی ظهور کند. ایجاد فضای امنیتی سختگیرانه، عدم اطمینان را به دنبال خواهد داشت که موجب مهاجرت افراد بعدی از کشور و کند شدن یا توقف نوآوری در این حوزه خواهد شد. از سوی دیگر بهتر است شرکت‌های مختلف دامنه طرح مسائلی که می‌تواند ارزش‌آفرینی کند را توسعه دهند و محدود به حوزه فناوری اطلاعات باقی نمانند بلکه در حوزه‌های مواد، سلامت، معدن و موارد دیگر ورود کنند. طبیعتاً عموم دانشجویان با نیازهای اصلی صنایع بنیادین کشور به‌منظور راه‌اندازی یک استارت‌آپ جدید در آن‌ها آشنایی زیادی ندارند. بنابراین نیاز است اهالی صنایع مسائل خود را تبیین کنند یا دانشجویان شخصاً مطالعاتی در این حوزه داشته باشند. آن‌ها باید برای حل مسائل کشور در معرض مسائل و تکنیک‌های حوزه‌ها و صنایع مختلف قرار گیرند و چنین چیزی فقط با توسعه دامنه فعالیت صنایع برای نوآوری و بهره‌گیری از استعدادهای کشور و طرح مساله از سوی آن‌ها برای دانشجویان مشتاق و دانشگاه‌ها محقق می‌شود.

به نظر می‌رسد ارتباط با صنعت تنها به عنوان یک دستور ابلاغ شده است تا به موجب آن صرفاً نماینده‌ای از دانشگاه در صنعت تعیین شود تا به نوعی بیانگر این باشد که دستور صادر شده، عملی شده است؛ اما حقیقتاً صنعت کشور به توانایی دانشگاه و دانشجویان مستعد برای حل مسائلی باور ندارد. از این رو، تغییر ذهنیت صنعت نسبت به دانشگاه و دانشجویان به طوری که طرح مساله کند، انتظار دریافت راه‌حل داشته باشد و مهم‌تر اینکه هزینه آن را بپردازد یک نیاز ضروری برای کشور است. در زمینه‌هایی که از روی ناچاری یا عزم و اراده به دانشگاه و فارغ‌التحصیلان خیره آن اعتماد شده است، مانند صنایع هسته‌ای یا نظامی، نتایج درخشانی به دست آمده است.

فضای اقتصادی رانته و تا حدی فساد موجود در کشور مانع از تغییر ذهنیت مدیران عالی

داخلی آزاد کند. با توجه به محدودیت فضای بازار ایران، توسعه گستره بازارهای جهانی در گرو اصلاح روابط خارجی کشور با دنیای بیرون خواهد بود.

■ موانع احیای فضای استارت‌آپی جهت سوق دانشجویان و نخبگان به آن چیست؟

فضای استارت‌آپی کشور با چالش‌هایی نظیر انتخاب ایده‌های نامناسب، فقدان نظام کوچینگ و کمبود شناخت از نیازهای واقعی صنایع روبروست.

چه باید کرد؟

با ایجاد فضای باز سیاسی، برای فعالیت مستعدان اعتماد آفرینی شود؛ تا روند نوآوری در کشور کند یا متوقف نشود. فعالان این حوزه، محدود به حوزه‌های فعلی نمانند و با شناخت مسائل کشور، دامنه فعالیت خود را گسترش دهند.

در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ زیست‌بوم استارت‌آپی کشور عملاً سرریز شده بود و موج غیرقابل‌کنترلی از استارت‌آپ‌ها از سوی جوانان در حال شکل‌گیری بود. در حال حاضر و با فروکش کردن موج شدید آن سال‌ها هنوز نیز برخی از دانشجویان اقدام به تأسیس استارت‌آپ می‌کنند اما متأسفانه اغلب این تجربه‌ها به شکست منجر و موجی از ناامیدی در بین جوانان منتشر شده است. ریشه شکست‌های متعدد استارت‌آپ‌ها را شاید بتوان در عدم انتخاب ایده مناسب با پتانسیل بالا جستجو کرد. اغلب بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها بدون ارزیابی همه‌جانبه ابعاد ایده اولیه و سنجش میزان تطابق آن با واقعیت، صرفاً تصور می‌کنند آن ایده ظرفیت بسیار زیادی دارد. در زیست‌بوم‌های استارت‌آپی دنیا حامیان مالی، تجربه زیسته خود را به صاحبان ایده منتقل می‌کنند اما در ایران اغلب افراد به طور مستقل ایده‌های خود را پیگیری می‌کنند



از سرطان امنیتی تا سرطان خون

پدرخوانده زیست‌بوم استارت‌آپی ایران در جریان شکستن سکوت چندساله‌اش چه رازهایی را برملا کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های سعید رحمانی، بنیان‌گذار و مدیرعامل سابق شرکت سرمایه‌گذاری «سراوا»

در خصوص علت رفتنش بدهد اما او در آن روزها سکوت پیشه کرد، سکوتی که تا سه سال و اندی ادامه داشت. بالاخره اواخر سال ۱۴۰۱ او با انتشار چندین ویدئو به این سکوت خاتمه داد. در ابتدای ویدئوها پیش از اینکه چهره سعید رحمانی در مقابل دوربین دیده شود، نوشته‌ای روی صفحه خودنمایی می‌کرد که «این ویدئو در روزهایی ضبط شده است که مشغول طی کردن فرآیند درمان و مبارزه با سرطان هستم به همین دلیل آنچه در لحن و ظاهرم مشاهده می‌کنید، با تمام تصاویری که از من داشته‌اید، متفاوت است.» این جملات غافلگیرکننده خبر از ابتلای سعید رحمانی به بیماری سرطان می‌داد.

«سعید رحمانی» در زیست‌بوم استارت‌آپی ایران کاملاً شناخته‌شده است و بسیاری او را یکی از اثرگذارترین نفرات در شکل‌گیری موج اول نوآوری ایران می‌دانند، حتی برخی از رسانه‌ها و نشریات به او لقب «پدر» یا «پدرخوانده» زیست‌بوم استارت‌آپی ایران را داده‌اند. او بنیان‌گذار و مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری «سراوا» بود که هنوز هم بسیاری معتقدند مهم‌ترین وی‌سی ایران است. شهریورماه سال ۱۳۹۸ بود که ماهنامه «پیوست» خبر از مهاجرت سعید رحمانی داد. همین خبر کوتاه مانند بمب در میان زیست‌بوم نوآوری ایران منفجر شد. در حالی که همه منتظر بودند تا سعید رحمانی توضیحی

■ چه چیزی سعید رحمانی را پس از سی‌وسه سال دوری از وطن در ایران پاکیز کرد؟

تجربه سعید رحمانی با کارآفرینان و شرکت‌های استارت‌آپی ایران از اوایل دهه ۹۰ شمسی آغاز شد، او همواره باور داشت که سرآوا را با اتکا به تجربه‌اش خلق کرده است. وقتی که ۱۷ ساله بود از ایران خارج شد تا در رشته مهندسی برق و کامپیوتر تحصیل کند و کمی بعد فوق لیسانس‌اش در حوزه میکروالکترونیک را از انگلیس گرفت و راهی شرکت IBM شد. بعد از چند سال از IBM استعفا داد و به آمریکا بازگشت و شرکت استارت‌آپی Pathlight Technology را راه‌اندازی کرد. پس از حدود هفت سال این شرکت را از طریق ادغام با شرکت دیگری وارد بازار بورس کرد و دوباره به لندن بازگشت. با اتمام دوره مدیریت ارشد شروع به همکاری با شرکت «نسپرس» کرد و در سال ۱۳۹۰ از سوی این شرکت به عنوان مسئول سرمایه‌گذاری در ایران به کشور بازگشت؛ اما آن روزها مصادف با اواخر دوره ریاست جمهوری آقای «احمدی‌نژاد» بود که شدت تحریم‌ها بالا گرفت و تقریباً تمام شرکت‌های خارجی از جمله نسپرس در حال خروج از ایران بودند اما سعید رحمانی در همین مدت کوتاه، با معهود استارت‌آپ‌های ایرانی و تیم‌های کوچک‌شان آشنا شده بود و به خوبی دریافته بود که در آن مقطع کسی به این جوانان اعتماد نخواهد کرد و از آن‌ها حمایت نمی‌کند. نمی‌توانست به همین راحتی آن‌ها را نادیده بگیرد. همین شد که در ۱۸ مهرماه ۱۳۹۰ شرکت سرمایه‌گذاری سرآوا را تأسیس کرد. نزدیک به یک سال طول کشید تا در شرایطی که هیچ کسی حاضر به سرمایه‌گذاری نبود، موفق به جذب سرمایه برای سرآوا شود. او مهرماه سال ۱۳۹۱ به زحمت توانسته بود با احتساب خودش ۹ سرمایه‌گذار شامل ۵ سرمایه‌گذار حقوقی و چهار سرمایه‌گذار حقیقی را راضی کند. از آن پس سرآوا تقریباً تا سال ۱۳۹۸ در چندین شرکت مانند دیجی کالا، کافه‌بازار، ای نتورک، آواتک، سزان و موارد دیگری سرمایه‌گذاری کرد که تعداد این شرکت‌ها به حدود ۳۰ مورد می‌رسید.

اولین جذب سرمایه خارجی سرآوا از شرکت سوئدی «پاموگرت» در سال ۲۰۱۴ انجام شد که حاضر به سرمایه‌گذاری ۱۰ میلیون دلاری به ازای دریافت سهام کمتر از ۱۰ درصد از سرآوا شد. به گفته مؤسس سرآوا این سرمایه به دلیل تحریم‌ها هیچ‌وقت به ایران منتقل نشد، اما همین تعهد ۱۰ میلیون دلاری از پاموگرت، منجر شد تا بتوانند از سرمایه‌گذاران داخلی وام بگیرند.

در نهایت سال ۹۴ با امضای برجام تقریباً معادل ۲۰۰ میلیون دلار از ۴ سرمایه‌گذار خارجی جذب شد و همین سرمایه‌گذاران بعد از حدود یک سال و نیم در مرداد ۱۳۹۷ دور دوم سرمایه‌گذاری برابر با ۵۰ میلیون دلار را قبول کردند و سرآوا در کل ۲۵۰ میلیون دلار از این سرمایه‌گذاران جذب کرد که این مبلغ بین تمام شرکت‌های پرتفوی آن تقسیم شد.

یکی دیگر از موضوعاتی که حرف و حدیث‌ها درباره آن بالا گرفت، تأسیس کارخانه نوآوری بود که سعید رحمانی مستقیماً در آن نقش داشت. کارخانه نوآوری مخروطی‌های متروک در نزدیکی تهران و در جاده مخصوص بود که سعید رحمانی آن را در جریان یافتن جایی برای پردازش محصولات «دیجی کالا» پیدا کرده بود، او از لحظه‌ای که آنجا را دید تصمیم گرفت تا به رویای چندساله خود واقعیت ببخشد. او همیشه از پراکندگی کارآفرینان در نقاط مختلف تهران گله‌مند بود و سال‌ها دوست داشت فضایی شبیه به سیلیکون ولی ایجاد کند تا کارآفرینان در کنار هم تجربه‌ای زیسته داشته باشند و هم‌افزایی کنند. به دلیل نبود منابع مالی، این ملک برای بلندترین مدتی که مالک حاضر به توافق شد، یعنی ۵ سال رهن شد. جلساتی طی دو سال از سال ۹۵ تا اواسط سال ۹۶ برگزار شد و در نهایت اوایل سال ۹۷ قراردادی امضا شد، اولین کارخانه صنعتی ایران (شرکت الکترومدسازی آما) به مدیریت آقای «علیزاده» به اولین کارخانه نوآوری کشور تبدیل شد. او در این باره می‌گوید: «ما کارخانه نوآوری را برای ملک‌داری و یا انحصارطلبی راه‌اندازی نکردیم. کارخانه نوآوری به همت شرکت‌های پیشرو و نوآور کشور از جمله سیناژن، وی‌کست، هنام فارمد، دیجی کالا، سامان، دیبا، علی‌بابا، هم‌آوا و سرآوا و چندین هزار کارآفرین جوان، امروز فعال‌ترین مرکز نوآوری کشور در حوزه‌های متعددی چون هوش مصنوعی، بیولوژی و داروسازی، سلامت، فیلم و محتوا، سیر و سفر، شهرسازی و معماری، مالی و بیمه، کشاورزی مدرن و ده‌ها حوزه دیگر شده است.» این روزها که دوره رهن این ملک رو به پایان است سعید رحمانی اما تنها راه ادامه این مسیر را مذاکره برد-برد بین بخش خصوصی مستقر در کارخانه نوآوری و شرکت آما به عنوان یک شرکت سهامی عام با ذی‌نفعان متعدد و با احترام به حق مالکیت مبتنی بر قانون می‌داند. با این همه اما اکنون سعید رحمانی معتقد است عملاً از سال ۱۳۹۸ از فعالیت شرکت سرآوا جلوگیری شده است به طوری که از آن سال تاکنون سرمایه‌گذاری جدیدی نداشته است و با انواع و اقسام فشارها به نوعی سعی شده تا سرآوا بزرگ‌تر نشود و محدود و کوچک باقی بماند.

بودند برای مثال هلدینگ دارویی یا هلدینگ عظیم نفت و گاز و پتروشیمی ایجاد کنند، پس حتماً در راه‌اندازی شرکت‌های استارت‌آپی هم موفق می‌شوند. بارها تلاش کردند، اما شکست خوردند. تقریباً استثنایی وجود ندارد.» واقعیت این بود بنیان‌گذارانی که با عشق و فدا کردن زندگی‌شان در پی ایجاد استارت‌آپ هستند، تفاوت اساسی با شرکت‌های ایجادشده توسط دولت‌ها یا هلدینگ‌ها دارند. او ادامه داد «اگر این تفاوت را نبینیم و متوجه نشویم، نمی‌توانیم پاسخ بدهیم که چرا شخصی مثل من الان می‌گوید هنوز اقتصاد دیجیتال ایران و اکثریت شرکت‌های استارت‌آپی که توسط مؤسسان‌شان شکل گرفتند؛ من گفتم «اکثریت» و نه همه، کماکان مستقل هستند و تحت کنترل کارآفرینان خود قرار دارند. اگر واقعیت نبود من نمی‌گفتم و اگر این واقعیت تغییر کند هم خواهیم گفت.»

رحمانی به این نکته نیز اشاره کرد که بسیاری از استارت‌آپ‌های موفق در کشورهای دیگر مانند چین و روسیه هم وقتی بزرگ شدند، از سوی حاکمیت تحت فشار قرار گرفتند. از طرفی رحمانی اینکه این پلتفرم‌ها در حال ارائه داده‌های مردم به حاکمیت هستند، را اشتباه دانست و با تشبیه مسئولیت حفاظت از داده‌های کاربران به یک مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها و مؤسسان آن‌ها افزود:

«این مسئولیت اجتماعی فقط به دولت‌ها و قوانین حاکم بازمی‌گردد. این یک مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها است که خود مؤسسان و فرهنگ سازمانی شرکت نیز تأثیر زیادی روی آن دارد.» و در بخش دیگری از حرف‌های خود گفت:

«پلتفرم‌ها باید مستقل بمانند. این موضوع خیلی مهم است. داده‌های مردم در پلتفرم‌ها باید به نفع خود مردم و کاربران استفاده شود، نه اینکه (از آن‌ها) سوءاستفاده شود.»

اتهامات و فشارها فقط از سوی حاکمیت ایران به سرآوا وارد نمی‌شد. در برهه‌ای از زمان کانال «ایران اینترنشنال» و «صدای آمریکا» ادعاهایی را در خصوص اقدامات شرکت سرآوا و شرکت‌های پرتفولیوایش مطرح کردند و او را شرکتی حاکمیتی دانستند؛ در این خصوص به سهام‌داران و اعضای هیئت‌مدیره «سرآوا» و سوابق آن‌ها اشاره می‌شد که خط و ربطی با نهادها یا سازمان‌های دولتی و حاکمیتی پیدا می‌کردند. آن‌ها با بردن نام «دکتر پرویز عقیلی کرمانی»، «علی کلاهی صمدی»، «بهاالدین سادات تهرانی»، «محسن جلال پور»، «سعید باجلان» و «احمد فیاض‌بخش» و «شرکت تدبیرگران فردای امید» و ارتباط آن‌ها با نهادهای حاکمیتی یا سوابق گذشته‌شان تئوری‌هایی را مطرح کردند. سعید

■ اتهامات دوجانبه: پدر خوانده زیست‌بوم

نوآوری ایران یا متواری ممنوع‌الورود؟!

سعید رحمانی در بخشی از سخنانش پرسش مهمی را مطرح می‌کند: «در این مدت از دو زاویه مختلف زیر سؤال رفتیم که هر دوی آن‌ها یک سوال واحد داشتند. آن سوال این است که اصلاً چطور ممکن است که در کشوری همچون ایران بشود یک زیست‌بوم یا شرکت‌های متعدد استارت‌آپی برای توسعه اقتصاد دیجیتال ایجاد کرد و مستقل هم ماند؟» رحمانی معتقد است همواره درباره شرکت‌ها و برندهای موفق استارت‌آپی در ایران دو دیدگاه افراطی چه از داخل و یا خارج ایران وجود داشته است که هر دو به یک نتیجه و سیاهی مطلق می‌رسند. «در داخل می‌گویند اگر شرکتی موفق است، آن شرکت حتماً وابسته به خارجی‌ها و سرویس‌های اطلاعاتی آن‌ها است و از خارج نیز این‌طور القا می‌کنند که آن برند متعلق به سپاه است یا با حاکمیت جمهوری اسلامی همکاری دارد.» او ایران را یک تافته جداافتاده نمی‌داند و معتقد است بخش اقتصاد دیجیتال در ایران مشابه آمریکا، اروپا، آسیا، چین و نقاط دیگر دنیا شکل گرفته است. در دهه نود میلادی جنبش کارآفرینی در حوزه اینترنت در آمریکا به تازگی در حال شکل‌گیری بود و هم‌زمان با عمومی شدن دسترسی اینترنت به تدریج شرکت‌های استارت‌آپی در آمریکا تأسیس شدند؛ حدود دو دهه بعد و در دهه نود شمسی شرکت‌های استارت‌آپی داخلی توسط کارآفرینان ایرانی خلق شدند. او معتقد است تقریباً تمامی استارت‌آپ‌هایی که در ایران شکل گرفتند، مؤسسانی همچون «استیو جابز»، «بیل گیتس» و «جف بزوس» در سطح و اندازه خودشان داشتند. آن‌ها به صورت خودجوش با کمترین و محدودترین منابع ولی با عشق و علاقه به ساختن و با این دیوانگی که می‌توانند دنیا را تغییر دهند و هیچ چیز نمی‌تواند در مقابل‌شان قرار بگیرد، کارشان را آغاز کردند.

سعید رحمانی درباره حال و هوای روزهای آغازین تشکیل زیست‌بوم نوآوری ایران گفت: «آن سال‌ها ما زیر رادار همه بودیم و کسی به سرمایه‌گذاری ما اهمیت نمی‌داد و اغلب آن را بچه‌بازی می‌دانستند اما به محض اینکه خبر قرارداد سرمایه‌گذاری خارجی ما پخش شد، بالاترین تهدیدهای امنیتی روی سرآوا و زیست‌بوم شکل گرفت.»

حتی او در جایی از سخنانش به حمله به دفتر سرآوا و دزدیدن اطلاعات و همچنین بازداشت یکی از افراد سرآوا هم اشاره می‌کند. او این‌طور ادامه می‌دهد که «بخش دولتی فکر می‌کرد چون منابع دارد، پس می‌تواند! چون توانسته



می‌شناختم که هیچ ترسی نداشت، چیزی برای پنهان‌کاری نداشت، به گفتمان باور داشت، فکر مستقلی داشت و عشق خلاقیت بود و مسئولیت اجتماعی را می‌فهمد و فقط به پول فکر نمی‌کرد. تمام ترس‌هایم برای شکستن سکوت، شخصی نبود می‌ترسیدم که مبادا به استارت‌آپ‌ها و کسانی که در داخلند یا به سهام‌داران سرآوا صدمه بزنم، مبادا این ... مبادا آن... اما پس از مدتی دریافتیم که همه این مباداها فقط با گفتمان باز رفع می‌شد همان‌گونه که ما «شب‌نامه» را با گفتمان و شفافیت به رسانه‌ای بی‌ارزش تبدیل کردیم. مواجهه مرگ آغاز جدیدی برای من بود نه از چیزهایی که قبلاً نبودم بلکه بودم و دوباره به اصل خود بازگشتم و چیزهایی که باعث می‌شد تا در این سال‌ها سکوت کنم را کنار زدم. در حالی که سرطان داشت تمام بدنم را می‌گرفت. هم‌زمان سرطان دروغ و تهمت و بی‌ارزشی جامعه را در بر می‌گرفت آن هم نه فقط از سوی رسانه‌های زرد بلکه از رسانه‌های سیاه نه فقط از ایران اینترنشنال بلکه از شب‌نامه! امنیت حتماً برای کشور ضروری است اما سرطان امنیتی چیز دیگریست، منظور عده‌ای است که مغزشان را سرطان خورده و همه چیز را امنیتی می‌بینند. ما نه جاسوس دول خارجی بودیم که سرطان امنیتی از شب‌نامه، حمله به دفتر سرآوا و دستگیری بچه‌ها بیرون بزند و نه جاسوس حاکمیت بودیم، ما مستقل بودیم. می‌شود مستقل بود، خلاق بود، شفاف بود ما ثابت کردیم که می‌شود، اکثر استارت‌آپ‌های کشور شفاف، خلاق و مستقلند. من رهبر تغییر بودم، من کاتالیست تغییر بودم، افتخار من این است و ما تا زنده‌ایم تغییر ایجاد می‌کنیم. من اگر تغییر نکنم آبی را کد و بی ارزشم.»

رحمانی در پاسخ به این سوال که واقعاً چرا تا این اندازه تحت فشار حاکمیتی بوده‌اند و حتماً باید دلیلی وجود داشته باشد؟ گفت: «من برای فهمیدن این سوال که جرمان چیست؟ به همه نامه زدم از معاونت علمی و فناوری گرفته، سازمان اطلاعات کشور تا دفتر رهبری گفتم که ما کاملاً شفافیم، خلاقیم و مسئولیت اجتماعی ما مدرسه، مسجد و بیمارستان نیست بلکه وظیفه ما تأسیس شتاب‌دهنده، اشاعه کارآفرینی و فرهنگ شفافیت و خلاقیت است اما جوابی نگرفتم. ما سیاسی نبودیم و نیستیم و همان طور که دوران احمدی‌نژاد را رد کردیم، باز هم می‌مانیم حتی اگر انقلاب هم شود ما می‌مانیم چون جنس کار استارت‌آپی و پلتفرمی چیزی فراتر از سیاست است. کارآفرین می‌خواهد استقلال داشته باشند. ما به عنوان کارآفرین هم اشتباه می‌کنیم اما یک خصوصیت بارز داریم که اگر بخش حاکمیت کنار ما بنشیند ما ذاتاً نمی‌توانیم کار کنیم. بروکراسی، کنترل، نگاه محافظه‌کارانه در هر جای دنیا مانع کار استارت‌آپ‌ها می‌شود، کارآفرینی، استارت‌آپ و نوآوری با خلاقیت و استقلال‌طلبی درآمیخته است.»

رحمانی در ویدئوهای منتشرشده توسط او ابتدا به رزومه و سوابق تک به تک این افراد اشاره کرد و ضمن ارائه توضیحاتی تأکید کرد: «سرآوا هیچ وقت تحریم نبوده و حتی در معرض تحریم نیز قرار نداشته است. سرآوا هیچ وقت حاکمیتی نبوده و هیچ‌کس در سرآوا بالای ۱۵ درصد سهام نداشته و سرآوا هیچ‌گاه در کنترل حاکمیت نبوده است.» او به ادعای کاغذی بودن سرمایه‌گذاران خارجی «سرآوا» هم واکنش نشان داد و تأکید کرد که شرکت تریبل آی سی (IHC) در مهر ماه ۱۳۹۴ در هلند شکل گرفت و چهار سرمایه‌گذار از جمله «پاموگرت» هر یک صندوق خود را تشکیل دادند و تا اکتبر ۲۰۱۶ به طور مشترک در IHC سرمایه‌گذاری کردند. این شرکت همیشه یک شرکت واقعی بوده و سرمایه‌گذاران آن، اروپایی هستند. رحمانی در ادامه «آدریان جوهانز باکر» کارآفرین اندونزیایی و مؤسس Allegro، «مانیو استاتس» مؤسس یک صندوق سرمایه‌گذاری در لوکزامبورگ و سرمایه‌گذار دیگری از خانواده سرمایه‌گذاران بلژیکی را به عنوان سرمایه‌گذاران IHC معرفی کرد. مدیرعامل سابق سرآوا این‌طور توضیح می‌دهد «تیرماه ۱۳۹۸ در اثر فشارهای نهادهای امنیتی متفاوت در داخل کشور تصمیم به کناره‌گیری از مدیریت سرآوا و عضویت هیئت‌مدیره‌اش گرفتم. البته گزارش ایران اینترنشنال به نقل از باشگاه خبرنگاران جوان می‌گوید من از ایران متواری شدم یا فرار کردم! من هیچ وقت از ایران فرار نکردم و متواری نشدم. ولی اخیراً متوجه شده‌ام، در عرض یک سال گذشته عملاً بدون اینکه هیچ حکم قضایی برای من صادر شده باشد، ممنوع‌الورود به ایران هستم و در حقیقت شاید بهتر است بگویم تبعید شدم!»

■ مبدا این... مبدا آن... چگونه رویارویی با مرگ به سکوت سعید رحمانی پایان داد؟

سعید رحمانی مدتی بعد از شکستن سکوت چند ساله‌اش در پادکست «طبقه ۱۶» حاضر شد تا با «سهیل»، مؤسس استارت‌آپ «ریحون» از شرکت‌های پیشین پرتفوی سرآوا که حالا در کانادا به سر می‌برد، صحبت کند. مهم‌ترین سؤالی که در خلال این گفتگو به آن پاسخ داده شد این بود که آیا ابتلای او به سرطان در شکستن سکوتش تأثیر داشته است؟ او کمی فکر می‌کند و پاسخ می‌دهد: «هم آره و هم نه و البته بیشتر آره» او اکنون بعد از چهار دوره شیمی‌درمانی فشرده در ۶ ماه بر سرطان غلبه کرده است و می‌گوید «یکی از بزرگ‌ترین هدایا دست‌وپنجه نرم کردن با مرگ است، این عجیب‌ترین و متحول‌کننده‌ترین تجربه من در زندگی بود. من تجربیات زیادی دارم ولی این کاملاً متفاوت بود. ابتلا به سرطان در شکست سکوتم بسیار تأثیرگذار بود. سرطان از من آدم جدیدی نساخته بود بلکه برگشتن به همان سعید رحمانی بود که من



ایستادگی در برابر جریان ایران

آیا زیست‌بوم استارت‌آپی ایران در همراهی با جریان
«بین‌المللی شدن» و «عادی‌سازی» شکل گرفت؟



برداشتی آزاد از گفتگو با سعید موسوی، عضو هیئت‌مدیره حرکت اول

■ آرمان‌های سیاسی و توسعه اقتصادی:

دوست یا دشمن؟

جنگ تحمیلی هشت‌ساله که تمام شد، جنبشی در ساختار سیاسی و اجتماعی کشور به راه افتاد که به تدریج در درون خود به تکامل می‌رسید. گویا همان جنبشی که روزی معتقد بود با پایان یافتن جنگ، دیگر وقت پیشرفت و رشد اقتصادی کشور فرا رسیده، کمی بعدتر مفاهیم جدید «بین‌المللی شدن» (Internationalization) و «عادی‌سازی» (Normalization) را بر زبان جاری کرد که اتفاقاً جریان پر قدرتی دست کم در نگاه امنیتی محسوب می‌شود. طبق مستندات موجود ردپای چنین جریانی حتی در مقدمات برنامه چهارم توسعه هم وجود داشت که در آن به دفعات تکرار شده بود که ایران نباید از ایفای نقش خود در عرصه اقتصاد بین‌المللی غافل شود. چکیده باورهای این جریان جدید اما ریشه‌دار، سیستم سیاسی ایران را بسیار منفعل، سنتی و متحجر می‌دانست و معتقد بود همین باعث شده تا نظام سیاسی کشور با دنیای پیرامونش به کندی سازگار شود که آن را از مواهب اقتصادی فراوانی محروم کرده است. شاید از چنین جملاتی انتظار برود که احتمالاً بر زبان عده‌ای روشنفکر از فرنگ‌برگشته

جاری شده یا به قلم آن‌ها نگاشته شده باشد و تا حدی رنگ و بوی غرب‌زدگی بدهد اما امروزه این حرف‌ها حتی در میان جریانات مذهبی نیز خریدار دارد، در جماعت به اصطلاح حزب‌اللهی هم کسانی هستند که معتقدند کشور امروز باید از آرمان‌های خود در عرصه سیاست بین‌الملل کمی عقب‌نشینی کند و برای بازتعریف نقش خود در عرصه بین‌المللی داستان جدیدی سر هم کند؛ داستانی که حتی اگر درصد زاویه‌گذاری با غرب به رهبری آمریکا است اما به توسعه اقتصادی کشور هم بی‌اعتنا نباشد و تا حدی عادی‌سازی را سرلوحه کارش قرار دهد؛ درست مانند همان کاری که چین و ترکیه در سه دهه اخیر کردند. ناگفته نماند که همه موافقان چنین جریانی لزوماً هم در عناد با ولایت فقیه، حاکمیت و شخص رهبری نبودند اما به دور از توهمات توطئه‌شاید ادعای بی‌ربطی نباشد که مخالفان رهبری بیش از بقیه سنگ جریان «عادی‌سازی» و «بین‌المللی شدن» را بر سینه می‌زدند و از همان ابتدا بسیار مشتاق برقراری روابط حسنه با خارجی‌ها و حضور سرمایه‌گذاران‌شان در کشور بودند و حتی اغلب حامیان چنین جریانی تصور می‌کردند که این ادبیات، قدرت آن‌ها را به عنوان جریانی در برابر رهبری توسعه خواهد داد.

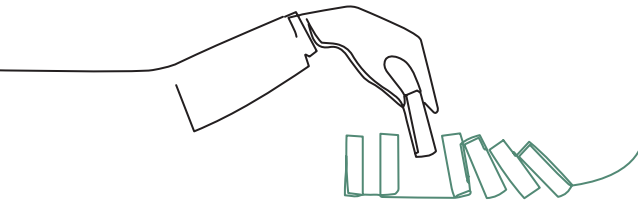
■ سازگاری یا سرکوب؟ تنگنای حاکمیت در

دوران بین‌المللی شدن

اوایل دهه نود بود که دولت روی خوش به سرمایه‌گذاران خارجی نشان داد و جریان عادی‌سازی روابط بین‌المللی به سرعت پیش می‌رفت و بوی بهبود از اوضاع اقتصادی مملکت شنیده می‌شد. تب‌وتاب استارت‌آپ و راه‌اندازی کسب‌وکار جدید ابتدا در تهران و کمی بعدتر در هر گوشه و کنار کشور داغ شده بود. شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف هم برای سرمایه‌گذاری روی ایده‌ها پا به میدان گذاشته بودند. پس از مدتی از دل این هیاهو و تکاپوی کم‌نظیر، استارت‌آپ‌هایی جان گرفتند که در کمال ناپاوری به ارزشی میلیون دلاری رسیدند. همین رشد بی‌سابقه و برخورداری از کاربران متعدد، بخشی از حاکمیت و دولت را به شدت نگران کرد و پای آن‌ها را به این عرصه باز کرد. آن‌ها قدرت یافتن این شرکت‌ها را محصول دامن زدن به جریان عادی‌سازی و بین‌المللی شدن می‌دانستند. این قشر به رغم منفعت‌های حضورشان در حمایت از ولایت فقیه در سطوح عمومی جامعه و حفظ حاکمیت نظام، اشتباهات فراوانی را رقم زدند که تبعات جبران‌ناپذیری داشت، مثلاً عده‌ای از نیروهای امنیتی و مأموران حراست در جلسات کمیته سرمایه‌گذاری برخی از شرکت‌ها حاضر می‌شدند و حتی اعمال نظر هم می‌کردند، یا دست‌اندرکاران برخی از شرکت‌های بزرگ را جاسوس می‌خواندند و مساله بی‌حجابی برخی از کارمندان‌شان را صرفاً به جریان «عادی‌سازی» و «بین‌المللی شدن» نسبت می‌دادند و از آن دستاویزی برای مذمت این جریان و مقابله با آن می‌ساختند. هرچند بخشی از این پیامدها می‌توانست متأثر از جریان «عادی‌سازی» باشد اما همه چیز را از چشم این جریان دیدن منطقی نبود. آن‌ها حتی لحظه‌ای فکر نمی‌کردند که کنترل معضلاتی از این جنس به سادگی ممکن نیست و حتی در مواردی فرار از آن‌ها غیرممکن است. شاید کشوری بتواند در کوتاه‌مدت توسعه اینترنت 4G را پس بزند یا همچنان به سرویس‌های سنتی تاکسیرانی اکتفا کند و پشت حصارها پنهان شود اما پرسش اصلی این است که تا چه زمانی می‌تواند در برابر جریان پرشتاب «عادی‌سازی» و «بین‌المللی شدن» مقاومت کند؟

در دوره اول ریاست جمهوری آقای روحانی اوضاع طوری پیش رفت که به جریان «بین‌المللی شدن» و «عادی‌سازی» بها داده شد تا در میدان عمل یکه‌تازی کند، در همین زمان بود که عواملی دست به دست هم داد تا برای مدتی هرچند کوتاه اقتصاد ایران در تیررس توجه سرمایه‌گذاران خارجی، قرار بگیرد و نظر آن‌ها به بازار ایران جلب شود. ایشان در حالی رئیس جمهور شد که در جریان حوادث سال ۱۳۸۸ شوک سنگینی به نظام سیاسی کشور وارد آمده بود و از همان زمان کشور در یک بن‌بست سیاسی و اجتماعی کم‌سابقه گرفتار شده بود. طبیعتاً در چنین جو ملتهب و آشفته‌ای، مواضع اولیه آقای روحانی که صراحتاً بر عادی‌سازی روابط بین‌المللی تأکید می‌کرد، حاکمیت را امیدوار می‌ساخت که حضور او در پاستور می‌تواند معضل انسداد سیاسی کشور را تا حدی رفع کند و همین هم شد. گشوده شدن فضای اقتصادی کشور و از سرگیری روند مذاکرات، پس از انتخاب آقای روحانی به عنوان رئیس جمهور به وضوح مشهود بود که اتفاقاً با تلقی اغلب اقتصاددانان و سیاستمداران ایرانی در آن زمان هم خوانی داشت.

ماجرای همین جا ختم نشد و در زمان همین دولت بود که سطح دسترسی اینترنت با ورود فناوری 4G به کشور به طرز معناداری زیاد شد تا تحولات سیاسی و اقتصادی ایران فقط به تغییر رویکرد دولتمردانش و از سرگیری مذاکرات محدود نشود؛ چرا که عملاً با این کار زیرساخت مناسبی برای توسعه روابط بین‌المللی و فعالیت‌های اقتصادی برون‌مرزی فراهم شده بود. مهم‌تر اینکه، توسعه فناوری 4G باعث شد تا با تأسیس تلویزیون اینترنتی که یک فضای توزیع‌شده و غیرمتمرکز بود عملاً سلطه و انحصار صداوسیما ملی فرو بپاشد، همان سلطه سنگینی که سال‌ها با جریانی که تصمیم داشت خارج از هژمونی ولایت فقیه فعالیت کند، مقابله می‌کرد و به دنبال آن هم شبکه‌های اجتماعی «تلگرام» و «واتس‌آپ» به سرعت پرطرفدار شدند. با این همه، اثرگذاری عواملی مانند جمعیت مناسب ایران به همراه استعدادهای جوانش و درآمد سرانه آن بر مبنای PPT خصوصاً در شرایط نبود تحریم، انکارناپذیر بود و همگی اقتصاد ایران را در وضعیت نسبتاً خوبی قرار داده بود و منطقی بود که در آن برهه پلتفرم‌های دیجیتال در ایران فراگیر شوند و درآمد خوبی کسب کنند. فارغ از نقش دولت آقای روحانی، رخدادهای جهانی هم در شکوفایی اقتصادی ایران بی‌تأثیر نبود، مثلاً تبعات رکود اقتصادی سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲ در دنیا هنوز پابرجا بود و جهان با پیامدهای بلندمدت آن مانند منفی شدن نرخ بهره دست‌وپنجه نرم می‌کرد که همین باعث شد تا ایران پس از توافق برجام برای ثروتمندان و سرمایه‌داران خارجی فرصت‌طلب در قامت کشوری با پتانسیل بالای سرمایه‌گذاری به چشم بیاید.





ضرورت «بین‌المللی شدن» تأکید می‌کنند.

■ رکورد حوزه نوآوری: معضلی فرا... مرزی؟

بدون شک بخش زیادی از رکود حاکم بر حوزه نوآوری و تأمین مالی در ایران نتیجه سیاست‌های نادرست حاکمیت و دولت است که در برخورد با فعالان و بازیگران زیست‌بوم نوآوری هوشمندانه عمل نکردند و هیچ‌گاه آن طور که باید و شاید به اهمیت برقراری روابط بین‌المللی با دنیا توجهی نداشتند. اما ناگفته نماند که رکود پیش‌آمده تنها گریبان‌گیر ایران نشده و اکنون در تمام جهان فراگیر شده است؛ ایران فقط به دلیل نافرجامی برجام زودتر از سایر کشورها با چنین حقیقتی روبه‌رو شد و از طرفی همه‌گیری کرونا موجب شد که جهانیان رکود پیش‌آمده در دنیای استارت‌آپی و کارآفرینی را اندکی با تأخیر تجربه کنند؛ چون این بیماری با افزایش میزان خدمات اینترنتی در نتیجه موجب ارزانی پول در جهان شد تا حدی که مردم برای ذخیره پول خود در بانک‌ها مجبور به پرداخت مبالغی شدند و اندکی زمان برد تا رکود پیش‌آمده کاملاً آشکار شود. امروزه در تمام دنیا تنها حدود ۵ درصد از سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر موفق به بازگشت سرمایه شده‌اند؛ پس تأمین مالی و میزان سرمایه‌گذاری خطرپذیر در تمام دنیا مانند ایران کاهش یافته و زیست‌بوم استارت‌آپی رخوت و رکودی را تجربه می‌کند که ریشه در نرخ بهره بالای آمریکا دارد همان اهرمی که آمریکا را قادر به اعمال حکمرانی پولی گسترده در سراسر دنیا می‌کند. در حال حاضر وقتی کشورها به ازای خرید اوراق قرضه از دولت آمریکا می‌توانند به راحتی ۵ الی ۶ درصد سود دلاری کسب کنند طبیعتاً منطقی نیست که به سرمایه‌گذاری پرریسک جسورانه حتی فکر کنند.

در آن زمان حاکمیت به جای اینکه با بازیگران نوظهور عرصه فناوری سر یک میز به تعامل برسد تا بتواند به هر ترفندی به شرکت‌هایشان راه یافته و با آن‌ها مشارکت کند یا حتی جایگاهی برای خود دست و پا کند تا در بزنگاه‌ها و روزهای مبدا دست کم اهرم فشار و کرسی خود را داشته باشد، راه تقابل صددرصدی و عدم مماشات را برگزید. شاید سهام‌دار شدن در شرکت‌های بزرگ حوزه نوآوری در همان روزهای ابتدایی، بهترین استراتژی کوتاه‌مدت برای جمهوری اسلامی محسوب می‌شد و البته پیشنهادها و تلاش‌هایی در این زمینه صورت گرفت اما روند مذاکرات چندان نتیجه‌بخش نبود. نهادهای امنیتی هم به روال معمول پس از چند سالی که گذشت از پیگیری دقیق سیاست‌های داخلی و روابط خارجی این شرکت‌ها خسته شده و از حساسیت و نظارت بر آن‌ها دست کشیدند و سرگرم موضوعات دیگری شدند و این شرکت‌ها اما تا به امروز همچنان به رشد خود ادامه داده‌اند و اغلب آن‌ها همین حالا از حق پخش تبلیغات تلویزیونی برخوردارند و زمزمه‌هایی شنیده می‌شود که احتمالاً به زودی به بورس راه پیدا می‌کنند. در آن زمان نیروهای امنیتی با استراتژی سهام‌دار شدن حاکمیت در این شرکت‌ها صراحتاً مخالفت کردند چون چنین اقدامی را به‌منزله مشروعیت‌بخشی به آن‌ها می‌دانستند و تصور می‌کردند با این کار فرصت مناسبی در اختیار عده‌ای موافق دولت قرار می‌دهند تا رویکرد آن را برای استمرار جریان «بین‌المللی شدن» و «عادی‌سازی» دنبال کنند. اکنون نیز کشور در زمینه تن دادن به این جریان تحت فشار شدیدی قرار دارد و کار به جایی رسیده که حتی برخی از انقلابیون سابق که به حوزه‌های اقتصادی راه یافته‌اند پیوسته بر اهمیت و

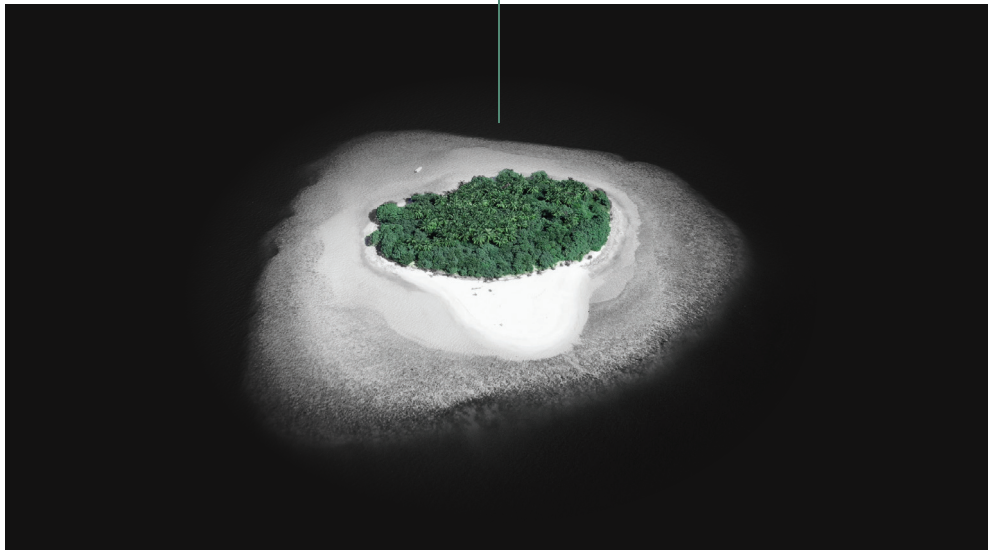
■ راز ناگامی‌ها؛ چرا تغییر در روابط خارجی

ایران به نتیجه نمی‌رسد؟

امروزه انتقادهای فراوانی و غالباً بحق به حاکمیت و دولت وارد می‌شود که چرا تاکنون به جمع‌بندی واحدی برای سامان دادن به روابط بین‌المللی‌اش نرسیده است و پس از گذشت سال‌ها هنوز هم مواضع روشنی ندارد، اما با این همه به رسمیت شناختن و بها دادن به جریان بین‌المللی شدن و عادی‌سازی برای کشور همه حقیقت ماجرا نیست، اینکه عده‌ای ساده‌انگارانه تصور کنند به محض برقراری روابط بین‌المللی همه چیز گل و بلبل خواهد شد؛ در واقع خیال خامی را در سر می‌پرورانند. مگر می‌شود با مثلاً سیستم بانکی فعلی کشور همچنان دلخوش بود که گره کار فقط در عدم بین‌المللی شدن است، حتی اگر همین حالا ایران با آمریکا به توافقی همه‌جانبه دست پیدا کند، دردی دوا نمی‌شود و شاید باز هم مرادوه مالی کشور با دنیا تا سال‌ها طول بکشد. وضعیت عراق شاهدی بر این مدعاست که با وجود گذشت حدود یک دهه از خروج آمریکا از آن اما همچنان همان سیستم بانکی قدیمی و مستهلک را دارد. از طرفی حتی اگر نظام ایران به خوبی دریافته باشد که چاره‌ای جز تغییر سیاست و روابط خارجی خود با دنیا ندارد با چالش بزرگی به نام نبود ثبات سیاسی روبه‌رو است که باید پیش از همه فکری به حال آن کند. اکنون هیچ دید استراتژیک جامعی در کشور تعریف نشده است، یعنی کشور اداره می‌شود اما به صورت جزیره‌ای! مثلاً هر استانداری گویی که رئیس کشور است بنا به صلاح‌دید خود منطقه‌ای را به امور کشاورزی اختصاص می‌دهد و جای دیگری را به شهرک صنعتی تبدیل می‌کند و در یک کلام کشور برای سامان‌دهی ظرفیت‌هایش

یک سیستم رگولاتوری منسجم و قدرتمند ندارد، مگر می‌شود که مثلاً شهر «قم» در حالی که به عنوان معدن علوم سنتی ایران شناخته می‌شود، هم‌زمان یکی از بزرگ‌ترین مناطق صنعتی و شیمیایی و یا منطقه آزاد سلفیچگان را درون خود جای داده باشد!

حالا که به اینجا رسیدیم، بسیار سرنوشت‌ساز است که ایران چه سیاستی را برای روابط خارجی‌اش با سایر کشورها انتخاب می‌کند. بی‌شک ارزان شدن نرخ بهره در دنیا می‌تواند دوباره پول و سرمایه خارجی را به کشور سرازیر کند تا کسب‌وکارهای حوزه نوآوری همچون گذشته بتوانند با راحتی بیشتری کار کنند؛ بنابراین باید هر چه سریع‌تر روندهای کلان دنیا شناسایی شود و شاید بهتر باشد هوش مجموعه حاکمیت برای راه‌اندازی بیزینس‌هایی در مقیاس بین‌المللی و در حوزه‌های مهم نوآوری مانند ساخت یک شبکه اجتماعی، کنسرسیون‌هایی ترتیب دهد که هم‌زمان هم از منابع داخلی و هم از سرمایه‌گذاران خارجی پول و سرمایه قابل‌قبولی جذب کند. از طرفی حاکمیت برای اینکه زمام امور را در دست بگیرد و برای رویارویی با بازیگران بزرگ نوآوری در کشور دست کم در کوتاه‌مدت چاره‌ای جز این ندارد که نظامیان عاقل، عادل و دنیادیده‌تر را وارد بازی کند، درست مانند ورود وزارت دفاع به «اسنپ» که آن را بیش از سایر کسب‌وکارهای بزرگ در اختیار و دسترس حاکمیت قرار داده است، چه خوشمان بیاید و یا مانند امثال بنده نه سیستم اقتصادی کشور در حال پوست‌اندازی و عادی‌سازی است و سیاسیون کشور مگر می‌توانند چنین حقیقت واضح و روشنی را کتمان کنند، بلکه مجبورند آن را بپذیرند و به تناسیب برنامه‌ریزی کنند تا کشور در مسیر توسعه و ثبات اقتصادی و صد البته اجتماعی قدم بردارد.



کسوت رگولاتور

آیا حاکمیت در نقش یک تنظیم‌گر یا رگولاتور در زیست‌بوم نوآوری کشور خوش درخشید؟



برداشتی آزاد از گفتگو با محمدجواد احمدپور، مدیرعامل برکت ونچرز

■ حاکمیت در جایگاه یک تنظیم‌گر چه اشتباهاتی مرتکب شد؟

پیش از ورود استارت‌آپ‌ها به ایران، این اصناف بودند که قواعد و حیطه کاری کسب‌وکارهای کوچک را مشخص می‌کردند و بر رعایت آن‌ها نظارت داشتند و کسب‌وکارهای بزرگ‌تر مانند کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و شرکت‌ها هم می‌بایست مجموعه‌ای از قواعد و مجوزها را دریافت می‌کردند که غالباً در حوزه محیط‌زیست، قواعد کارفرمایی و کارگری، تبلیغات، مباحث محتوایی و فرهنگی، ملاحظات سیاسی و امنیتی و چندین مورد دیگر بود. در یک شرکت سنتی چون ماهیت پروژه و ابعاد و حجم فعالیت‌ها نسبتاً مشخص بود؛ روش اعطای مجوز و قواعدی که به صورت پیشینی وضع می‌شود جواب می‌داد و در ادامه مدیران آن‌ها در چارچوب مجوزهای صادرشده عمل می‌کردند.

با این همه اما رگولاتوری استارت‌آپ‌ها با بقیه کسب‌وکارها متفاوت بود و نیاز به ملاحظات دقیقی داشت اما حاکمیت و دولت در تنظیم‌گری استارت‌آپ‌ها مرتکب اشتباهاتی شدند و از همان ابتدا به برخی از این ملاحظات بی‌توجه بودند، مثلاً اینکه حاکمیت

همه استارت‌آپ‌ها را موظف کرده بود که در همان وهله اول انواع مجوزها را دریافت کنند در حالی که بهتر بود ابتدا سهل‌گیرانه و حتی بی‌قاعده رگولاتوری می‌کرد و به تدریج و با گذشتن از هر مرحله که احتمال موفقیت و بزرگ شدن کسب‌وکار بالا می‌رفت، قوانین سخت‌گیرانه‌تر می‌شدند، چرا که استارت‌آپ‌ها مرحله‌به‌مرحله پیش می‌رفتند و در هر مرحله احتمال آن وجود داشت که کسب‌وکارشان به اصطلاح پیوت کند و جهت و ابعاد فعالیتش بر اساس بازخورد بازار، محیط و فرصت‌های پیش‌آمده کاملاً تغییر کند؛ از این رو، رگولاتوری این شرکت‌ها آن هم به صورت پیشینی و از طریق صدور مجوزها با سیستم‌های رایج تنظیم‌گری نه تنها امکان‌پذیر نبود بلکه دو پیامد منفی هم داشت: اول اینکه یک شرکت کوچک استارت‌آپی برای دریافت این همه مجوز رنگارنگ در دسرهای بزرگی متحمل می‌شد، دوم اینکه حتی با فرض دریافت همه مجوزها در گام اول متأسفانه کشور سیستم پیگیری و ردیابی دقیقی نداشت تا تغییر جهت‌های احتمالی کسب‌وکار را در ادامه مسیر تشخیص دهد و متناسب با آن مجوزهای جدیدی را مطالبه کند.

می‌توانست به تدریج از نقش خاموش خود به یک عنصر فعال تبدیل شود، اما همچنان نباید جهت‌دهی و اظهارنظری در خصوص فعالیت و مباحث تخصصی کسب‌وکار می‌داشت بلکه صرفاً باید در زمینه تعیین چارچوب‌ها، قواعد و اعمال منویات حاکمیت ورود می‌کرد. روش دیگری هم برای تنظیم‌گری وجود داشت که اغلب نظامات کمونیستی مانند چین و روسیه از آن استفاده می‌کردند، اینکه حاکمیت مستقیماً بازیگران بزرگی را بسازد. تبدیل کردن نهادها و شرکت‌های وابسته به حاکمیت به بازیگران دست اول در حوزه‌های جدید، حاکمیت را قادر می‌ساخت که در زمین بازی، قاعده‌گذار باشد. در ایران اما بارها تلاش‌هایی در این زمینه صورت گرفت که توفیق چندانی نداشت، مثلاً حاکمیت در حوزه فناوری اطلاعات با سرویس‌های اینترنتی، به دلیل ورود دیر هنگام فرصت را از دست داد و در برخی از حوزه‌ها مانند ساخت پیام‌رسان داخلی «بله» تجربه نسبتاً موفق‌تری داشت.

■ چه عارضه‌ای در ایران نفس زیست‌بوم نوآورانه و فناورانه را به شماره انداخته است؟

از آنجایی که استارت‌آپ در محیطی مبهم و پرریسک کار خود را آغاز می‌کند؛ بنابراین سرمایه‌گذاری در آن زمانی توجیه‌پذیر است که در کنار ریسک بسیار بالا، رشد قابل‌توجهی هم داشته باشد و اتفاقاً میزان رشدش متناسب با افزایش ریسک به تدریج بیشتر هم شود. افرادی که عمر و سرمایه خود را در حوزه‌هایی با ریسک بالا و رشد کم سرمایه‌گذاری می‌کنند قاعدتاً از منظر انسان عقلانی و منطقی در غرب، انسان سالمی نیستند! در حالت معمول رشد نمایی و چشمگیر در کسب‌وکارهای نوآورانه و فناورانه مشاهده می‌شود و در چارچوب یک اقتصاد سالم هیچ‌گاه سرمایه‌گذاری‌های کم‌ریسک، سودآوری چشمگیری نخواهند داشت؛ مگر در وضعیت اقتصادی نابه‌سامان همچون ایران که میزان رشد سرمایه در کسب‌وکارهای دارای محور و سنتی روند خطی، معقول و قابل‌پیش‌بینی ندارد و با سرمایه‌گذاری در حوزه‌های کم‌ریسک و سنتی مانند ملک، ارز و دارایی می‌توان به رشد سرمایه بسیار زیاد دست یافت! ایران در حال حاضر درگیر این عارضه است که با وجود بازارهای کاذب با سودهای چندصد درصدی چگونه می‌توان مردم را به سمت سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای پرریسک فناورانه و نوآورانه تشویق کرد؟ کمابینکه اغلب افراد جامعه حتی تمایل ندارند در سایر کسب‌وکارهای صنعتی و تجاری هم ورود کنند چه رسد به استارت‌آپ! فرصت مغتنم زیست‌بوم استارت‌آپی که زمانی موجی از هیجان را خصوصاً در بین جوانان ایجاد کرد و حتی در مقطعی

اشتباه بعدی درگیر شدن حاکمیت با تمام زیست‌بوم استارت‌آپی بود در حالی که چالش اصلی حاکمیت فقط با تعداد محدودی از غول‌های فناوری بود و بقیه با درصد بالایی شکست می‌خوردند یا تا مدت‌ها کوچک می‌ماندند. این کار از حاکمیت چهره‌ای منفی ساخت و قدرت تنظیم‌گری و هوشمندی او را تضعیف کرد؛ زیرا هرگاه قواعدی جهان‌شمول برای افراد زیادی وضع شود در اغلب موارد حکایت از احمقانه بودن قواعد دارد. در راستای مقابله با سیاست‌گذاری گله‌ای، هر چه قواعد دقیق‌تر و ناظر بر یک مورد خاص باشد، هوشمندانه‌تر و متناسب‌تر خواهد بود. از طرفی روزهای آغازین تشکیل زیست‌بوم فرصت خوبی بود تا حاکمیت در مراحل مختلف یک استارت‌آپ شریک شود، حاکمیت می‌توانست به جای سیاست‌گذاری از طریق مانع‌تراشی و گیت‌گذاری در جایگاه یک توانمندساز برای کمک کردن و توان‌بخشی سیاست‌گذاری کند که بسیار مؤثرتر و کارآمدتر بود که متأسفانه حاکمیت در بیشتر مواقع برای کسب‌وکارها شبیه یک مانع عمل کرد. ورود حاکمیت در مراحل اولیه باعث می‌شد که در عین صرف منابع کمتر می‌توانست مشارکت فعال‌تر و بیشتری هم داشته باشد. همچنین بهتر بود که حاکمیت در حوزه‌های تخصصی به عنوان یک سرمایه‌گذار خاموش وارد می‌شد، یعنی فقط در تأمین زیرساخت‌ها از دارایی‌های فیزیکی (آورده‌های غیرنقدی) گرفته تا شتاب‌دهنده‌ها، فضای کار اشتراکی و امثالهم با یک عنصر هوشمند بخش خصوصی مشارکت می‌کرد و به ازای آن بخشی از سهام شرکت‌ها ولو کم را دریافت می‌کرد تا در صورت شکست استارت‌آپ‌ها، حاکمیت در درازمدت متحمل ضرر و زیان جبران‌ناپذیری نشود چرا که دارایی‌های فیزیکی تا مدت‌ها پابرجا می‌ماندند و اگر هم استارت‌آپی موفق می‌شد سهام دریافتی از سوی او هرچند ناچیز به تدریج ارزشمندتر می‌شد و همین مقدار هم برای جهت‌دهی و سیاست‌گذاری حاکمیت کفایت می‌کرد. در حقیقت حفظ فاصله حاکمیت از استارت‌آپ‌ها ضمن مشارکت در آن‌ها یک سیاست بسیار مهم و حیاتی بود که به درستی پیاده نشد. حالا این طور به نظر می‌رسد که ورود حاکمیت به هر حوزه‌ای نه تنها در موفقیت آن بی‌تأثیر است بلکه اثر منفی هم دارد و اگر استارت‌آپی شکست بخورد یحتمل تمامی تصمیمات به گردن حاکمیت میفتد. کمی بعدتر که تعدادی از استارت‌آپ‌ها به موفقیت‌هایی رسیدند باز هم لازم بود که حاکمیت در مواجهه با آن‌ها، در قالب سرمایه‌گذاری خطرپذیر در مراحل مختلف مشارکت می‌کرد آن هم مشارکت فعال اما همچنان با حفظ فاصله از طریق مکانیزم‌هایی مانند «فاند آو فاند» و سپردن سرمایه به GP های تخصصی تا دور از کیس‌های استارت‌آپی و به ویژه موارد حساسیت‌زا برای حاکمیت، موفق می‌شد تا نقش خود را ایفا کند. با هر چه پیش رفتن و حساس‌تر شدن موضوعات، حاکمیت

باعث شد تا دستگاه‌های امنیتی و عناصر غیر مرتبط هم به این حوزه وارد شوند، تهدیداتی هم برای کشور داشت که بخش مهمی از آن از دل همین فرصت ارزشمند سر برآورد، مصداق عبارت «هرچه میوه‌ای شیرین‌تر، احتمال گندیدنش هم بیشتر». یکی از تهدیدات نهفته در فرصت جذاب زیست‌بوم استارت‌آپی و حوزه کارآفرینی که کمترین جذابیت آن منافع اقتصادی و مالی است، بنا شدن آن متکی بر نیروی انسانی جوان، توانمند و پر ظرفیت است که بسیار طمع‌برانگیز است. ایران حالا در برخی از حوزه‌ها با چنین معضلی روبه‌رو شده و در مقطعی از زمان دشمنان توانستند از طرفی نیروی انسانی جوان و نخبه کشور را به خدمت درآورند و هم با جهت‌دهی به استارت‌آپ‌ها در زمینه‌های مختلفی مانند حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی، لجستیکی و حوزه‌های کلیدی، مانند توزیع خدمات کالا و یا خدمات پایه کشور، مدیریت آن‌ها را به دست بگیرند و آن‌ها را به سمتی که تمایل دارند، سوق دهند. به عنوان تأثیرات پسینی چنین تهدیدی استارت‌آپ‌های موفق قاعدتاً در جامعه نخبگانی و سپس در عموم جامعه تبدیل به الگو می‌شوند. اگر کسی بتواند نوع فرهنگ و سطح زندگی این افراد را به سمت و سوی خاصی سوق دهد، قاعدتاً در بخش‌های دیگر جامعه نخبگانی و عموم جامعه اثرگذار خواهد بود. تهدید دوم، حاصل عقب‌ماندگی کشور از موج اول و در اختیار گرفتن این ابزار قوی توسط بیگانگان بود. اصطلاح «استارت‌آپ» و سبک جدید شرکت‌داری مانند بسیاری از مفاهیم و فناوری‌های وارداتی برآمده از غرب بود. طبیعتاً ماهیت اصلی چنین تفکری ممکن است در برخی از جنبه‌ها با سبک زندگی ایرانی و اسلامی مغایرت‌هایی داشته باشد. با این همه اما به بهانه وجود چالش‌ها و تهدیدات نهفته در فرصت بزرگ زیست‌بوم استارت‌آپی، نباید این جریان به کلی سرکوب شود بلکه باید از فرصت‌ها و ظرفیت‌های کم‌نظیر این زیست‌بوم نهایت بهره را برد. برخورداری از یک نگاه متفاوت و نو به ایجاد کسب‌وکارهای فناورانه و نوآورانه با مدل‌های خطرپذیر و جسورانه بدون تردید برای رشد و اعتلای کشور امری حیاتی محسوب می‌شود. هر چند کشور در این حوزه با دنیای غرب در تبیین شاخص‌های کلیدی، تعاریف و الگوها تفاوت‌هایی مبنایی دارد، همان‌گونه که در کسب‌وکارهای سنتی هم قواعد و الگوهای مغایر با نظام سرمایه‌داری و لیبرالیستی داشت اما باید قواعد و چارچوب‌ها متناسب برای کشور استخراج شود. گذشتن از فرصت سرمایه‌گذاری خطرپذیر و جسورانه و ایجاد شرکت‌هایی که در کارهای پیشران و پرمخاطره سرمایه‌گذاری می‌کنند، نه تنها ممکن نیست بلکه نباید ممکن شود، زیرا کشور فرصت‌های ارزشمند بی‌شماری را بی‌واسطه از دست خواهد داد.



■ تهدیدات بزرگ یک فرصت شیرین: سرکوب یا هوشیاری؟

تأمین مالی نوآوری

نظام تأمین مالی نوآوری ایران طی دهه گذشته چه وضعیتی داشته است؟



به قلم سینا حسنعلی زاده، مدیرعامل صندوق جسورانه پیشگام

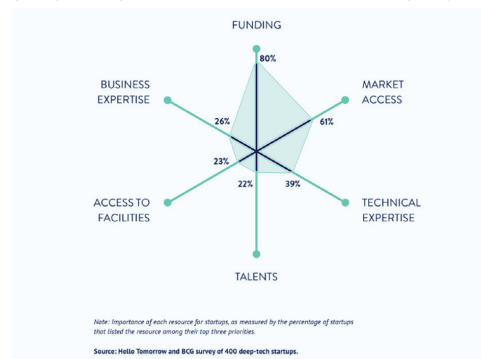
مناسب برای بررسی کارایی نظام نوآوری هر کشور یکی از مهم‌ترین موارد بررسی ساختار نهادهای تأمین مالی نوآوری آن کشور است. در این مقاله تلاش خواهیم کرد تا تصویری مختصر از وضعیت نظام تأمین مالی نوآوری ایران طی دهه گذشته ارائه نموده و از نظر خود ضعف‌های مترتب بر این نظام را تشریح نمایم.

پیش از ورود به بحث لازم می‌دانم دسته‌بندی مدنظر خود برای شرکت‌های فناور را تشریح نمایم تا در ارجاعات متن نیازی به توضیح اضافه نباشد.

دسته‌بندی‌های مختلفی برای تقسیم‌بندی مراحل مختلف سرمایه‌گذاری وجود دارد ولی به منظور ساده‌سازی بحث از ساده‌ترین تقسیم‌بندی موجود برای اشاره به مراحل مختلف تأمین مالی استفاده خواهیم کرد که شامل تقسیم‌بندی ذیل می‌باشد که شرکت‌های نوآور را به چهار دسته افزایش می‌نماید:

- پیش از محصول (Pre-product)
- پیش از درآمد (Pre-Revenue)
- پیش از سود (Pre-Profit)
- پیش از عرضه عمومی اولیه (Pre-IPO)

طی پیمایش انجام‌گرفته از ۴۰۰ استارت‌آپ حوزه تکنولوژی توسط شرکت مشاوره مدیریت گروه مشاوران بوستون (Boston Consulting Group) و مؤسسه هلوتومارو (Hello Tomorrow) در رابطه با منابع مهم موردنیاز شرکت‌های فناور برای موفقیت، مهم‌ترین عامل معرفی شده توسط ۸۰ درصد این شرکت‌ها موضوع تأمین مالی بوده است. با توجه به اهمیت دسترسی به تأمین مالی



که به نظر می‌رسد باعث کاهش کارایی نظام تأمین مالی کشور طی دهه گذشته بوده است.

اول- اولویت مدل‌های تأمین مالی مبتنی بر بدهی

به دلیل اینکه نسل اول نهادهای تأمین مالی با تعریفی شبه بانکی ایجاد شدند عملاً شراکت از طریق مشارکت خطرپذیر که اصلی‌ترین مدل تأمین مالی در سطح جهان است به حاشیه رفت و صندوق‌های پژوهش و فناوری اقدام به ارائه تسهیلات و صدور ضمانت‌نامه نمودند و در موارد معدودی اقدام به مشارکت با شرکت‌های فناوری نمودند. این روند با تأسیس معاونت علمی ریاست جمهوری و صندوق نوآوری و شکوفایی بیش از پیش تقویت شد و به دلیل عدم امکان سهام‌داری دولت در شرکت‌ها و تمایل صندوق نوآوری به ارائه تسهیلات و پرهیز از سرمایه‌گذاری مستقیم باعث شد که بسیاری از شرکت‌های فناوری که از نظر مرحله بلوغ آمادگی تأمین مالی از طریق وام و بدهی را نداشتند به این کار مبادرت نموده و دچار چالش‌های جدی مالی و حقوقی شوند.

دوم- عدم توسعه متوازن

چنانچه اشاره شد کسب‌وکارهای فناوری در دوره عمر خود مراحل مختلفی را طی می‌نمایند و در هر مرحله به روش‌ها و مقادیر متفاوتی نیازمند تأمین مالی هستند. از اوایل سال ۱۳۹۲ نهضت راه‌اندازی شتاب‌دهنده‌ها با هدف کمک به فناوران در مرحله پیش از محصول راه‌اندازی شدند که در آن برهه از طرف مروجان راه‌اندازی شتاب‌دهنده در هر پارک و دانشگاه در مورد شیوه تأمین مالی در مراحل بعدی سازوکاری ایجاد نشد و در نتیجه با انبوه شرکت‌هایی مواجه شدیم که خروجی‌های شتاب‌دهنده‌های مختلف بودند ولی به دلیل کمبود عرضه منابع در مرحله پیش از درآمد امکان جذب سرمایه و ادامه فعالیت را نداشتند که متأسفانه این اتفاق در زنجیره‌های بعدی نیز رخ داد و نهادهای اندکی برای مراحل میانی و پایانی زنجیره ایجاد شدند که باعث عدم ایجاد خروجی لازم به نسبت ورودی‌های اکوسیستم نوآوری کشور شد و بسیاری از منابع که در بالادست صنعت نوآوری کشور توسط نهادهای دولتی و حاکمیتی هزینه شد در پایین‌دست به شرکت‌های بزرگ و اثرگذار تبدیل نشدند.

سوم- عدم توجه به الگوهای موفق جهانی

مورد سومی که در بررسی سابقه نظام تأمین مالی نوآوری کشور مشاهده می‌شود عدم ایجاد نهادهای پایدار، تخصصی و بدون تعارض منافع بود. طی ۸۰ سال تجربه صنعت تأمین مالی نوآوری در جهان برخی از مدل‌ها به عنوان مدل‌های موفق تأمین مالی نوآوری شناخته شده‌اند که مهم‌ترین این مدل‌ها، مدل شراکت محدود است که در این مدل با توجه به لزوم ایجاد تیم متمرکز و متخصص برای ارزیابی، سرمایه‌گذاری و راهبری شرکت‌های نوآور، مدلی طراحی شده است تا افراد توانمند انگیزه لازم برای جذب منابع از نهادهای مالی و ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری را داشته باشند و بدون اینکه تعارض منفعلی با سرمایه‌گذاران صندوق داشته باشند اختیارات لازم را برای مدیریت منابع داشته باشند، ولی این مدل در ایران چندان

هر یک از مراحل عمر شرکت‌های فناوری بنا بر ویژگی‌های خود به نهادها و مدل‌های تأمین مالی متمایزی نیازمند است به عنوان مثال تأمین مالی مبتنی بر وام برای شرکت‌های سودآور یا در آستانه سودآوری کارایی دارد یا برای تأمین مالی پیش از محصول عموماً دانشگاه‌ها و شتاب‌دهنده‌ها که خدمات مکمل دیگری را نیز برای افزایش شانس موفقیت ارائه می‌کنند مناسب خواهند بود. در ادامه به سیر تاریخی تأسیس و توسعه نهادهای تأمین مالی نوآوری و فناوری ایران خواهیم پرداخت و در مورد مسائل اساسی آن مواردی را ذکر خواهیم کرد.

نسل اول نهادهای تأمین مالی نوآوری ایران بر اساس تکلیف بند ح ماده ۴۵ قانون چهارم توسعه کشور ایجاد شدند که با نام صندوق‌های پژوهش و فناوری معرفی شدند و در فاصله سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۳ در مجموع ۱۸ صندوق پژوهش و فناوری تأسیس شد و تعداد آن‌ها در حال حاضر به بیش از ۸۰ صندوق رسیده است. این صندوق‌ها عمدتاً با مشارکت دانشگاه‌ها و نهادهای مالی مانند بانک‌ها تأسیس شد و در واقع صندوق‌های پژوهش و فناوری نهادهای شبه‌بانکی (با امکان سرمایه‌گذاری، اداره وجوه، ارائه ضمانت‌نامه و ارائه تسهیلات) بدون امکان جذب سپرده بودند و مؤسسان این صندوق‌ها قصد داشتند تمامی نیازهای تأمین مالی شرکت‌های فناوری را تأمین نمایند.

نسل دوم نهادهای فعال در حوزه تأمین مالی مربوط به نهادهای دولتی بود که با تأسیس معاونت علمی ریاست جمهوری در سال ۱۳۸۵ و تأسیس صندوق نوآوری و شکوفایی در سال ۱۳۹۱ ایجاد شدند. معاونت علمی ریاست جمهوری در قالب ستادهای زیرمجموعه اقدام به تأمین مالی در مراحل پیش از محصول نمود و صندوق نوآوری و شکوفایی در ابتدای مسیر خود بیشتر با تمرکز بر ارائه تسهیلات ارزان‌قیمت تمامی طیف شرکت‌های فناوری را تحت پوشش خود قرار داد.

در ادامه مسیر و به خصوص پس از سال ۱۳۹۲ با ورود جدی معاونت علمی، شتاب‌دهنده‌های مختلفی با مشارکت دانشگاه‌ها و مشارکت برخی ایرانیان خارج از کشور که تجربیاتی در این حوزه داشتند تأسیس شدند و با تمرکز بر مرحله پیش از محصول تلاش نمودند دانشجویان و فارغ‌التحصیلان برتر کشور را برای ورود به حوزه کارآفرینی ترغیب نمایند. در ادامه با سرمایه‌گذاری جدی سرآوا و برخی سرمایه‌گذاران خصوصی و ورود گروه اینترنتی ایرانیان به بازار تجارت الکترونیک ایران برخی از شرکت‌های فناوری رشد قابل‌توجهی نموده و توجه به این حوزه افزایش یافت.

از اوایل سال ۱۳۹۴ با ورود نهادهای حاکمیتی مانند ستاد اجرایی فرمان امام و بنیاد مستضعفان، ورود نهادهای بزرگ اقتصادی به چرخه تأمین مالی نوآوری شکل جدی‌تری گرفت و در سال ۱۳۹۵ با تأسیس چند صندوق جسورانه بورسی به تدریج نهادهای بازار سرمایه نیز به این حوزه توجه نمودند. در بررسی روند تاریخی اشاره شده ۴ مشکل قابل‌شناسایی است

۱. ایجاد مکانیزم‌های تشویقی و مشارکتی برای سوق دادن سرمایه‌گذاران فعال به زنجیره‌های ضعیف‌تر تأمین مالی و ایجاد توازن معقول و قابل دفاع از منابع و نهادهای مشارکت‌کننده تا نسبت درستی برای تأمین مالی مراحل مختلف چرخه عمر یک کسب‌وکار ایجاد شود. این مهم با مشارکت هوشمند نهادهای دولتی و حاکمیتی در صندوق‌های در حال تاسیس به عنوان شریک محدود قابل دستیابی خواهد بود.

۲. در حال حاضر تنها روش پیاده‌سازی مدل شراکت محدود (که مهم‌ترین ویژگی آن تفکیک مدیریت و مالکیت صندوق‌ها است) صندوق‌های جسورانه و خصوصی ذیل سازمان بورس و اوراق بهادار است که سازوکار نیز به دلیل سختگیری‌های بی‌مورد سازمان بورس و اوراق بهادار امکان استفاده برای تمامی بازیگران را نداشته و بخشی از فعالان که امکان استفاده از این ابزار را دارند باید بیش از ۶ ماه تا یک‌سال برای ثبت هر صندوق زمان صرف کنند که باعث شده بسیاری از فعالان برای استفاده از این ابزار تردیدهای جدی داشته باشند. تسهیل سایر مکانیزم‌هایی که بتواند مدل شراکت محدود را از نظر حقوقی اجرایی نماید مانند امکان ثبت شرکت‌های مختلط سهامی یا ایجاد مکانیزم مشابه در صندوق‌های پژوهش و فناوری می‌تواند به حل این مساله کمک شایانی نماید.

۳. ایجاد سازوکار قابل استفاده برای عرضه عمومی اولیه شرکت‌های نوآور بر اساس استانداردهای و معیارهای مناسب این شرکت‌ها برای ایجاد چرخه سالم تأمین مالی نوآوری

مورد توجه قرار نگرفت و به نظر می‌رسد یکی از عمده‌ترین دلایل شکست بسیاری از نهادهای تأمین مالی نوآوری عدم توجه به این تجارب است چرا که در بررسی مدل‌های موفق داخلی نیز مشاهده می‌شود که عموماً به الگوی تیم متمرکز مدیر و شرکای محدود پایبند بوده‌اند.

چهارم- عدم ایجاد داستان موفقیت

شرکت‌های نوآور در جهان معمولاً مسیری پر فراز و نشیب را طی کرده و در انتها موفقیت نهایی برای آن‌ها ایجاد امکان خروج برای کارآفرینان و سرمایه‌گذاران و شناسایی سود برای ایشان است که روش اصلی این کار از طریق عرضه عمومی اولیه سهام شرکت در بازار سهام اتفاق می‌افتد. متأسفانه در ایران به دلیل برخی محدودیت‌ها و استانداردهای نهاد رگولاتور تقریباً تاکنون هیچ یک از شرکت‌های موج اول کارآفرینی کشور موفق به عرضه عمومی اولیه سهام خود در بازار سهام نشده و کارآفرینان و سرمایه‌گذاران ایشان سود واقعی شناسایی نکرده‌اند. به اصطلاح کارآفرینان موفق ایرانی شاید ثروتمند شده باشند ولی پولدار نشده‌اند که خود این مساله باعث شده است سرمایه‌گذارانی که در ابتدای این مسیر منابع خود را سرمایه‌گذاری نموده‌اند موفق به آزاد کردن منابع خود و سرمایه‌گذاری مجدد نشده‌اند.

با توجه به موارد اشاره شده و به منظور درس گرفتن از اشتباهات رخ داده و ایجاد نظام تأمین مالی پویا و کارا اصلاحات زیر ضروری به نظر می‌رسد.



ساختارهای سنتی

چرا دولت و حاکمیت در مواجهه با استارت‌آپ‌ها، میانه‌روی را از یاد برده است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدجواد آذری جهرمی، وزیر پیشین ارتباطات و فناوری اطلاعات

به دور باشد.» از مواضع او در سخنرانی‌ها، مصاحبه‌ها و حتی توثیق‌هایش این‌طور برمی‌آید که او همیشه طرفدار نوآوری و خلاقیت بوده و به تعبیر بهتر حامی کسب‌وکارهای استارت‌آپی و جوان‌گرایی است. مطالب زیر برخی از اظهارات او در شصتمین نشست کانون «لگاره جهرم» در آذر ماه سال ۱۳۹۹ و مراسم رونمایی از برنامه سرمایه‌گذاری جسورانه در ایده‌های نوآورانه در بهمن ماه همان سال و گفتگوهایش در پلدای استارت‌آپی است که اینجا بازنشر می‌شود.

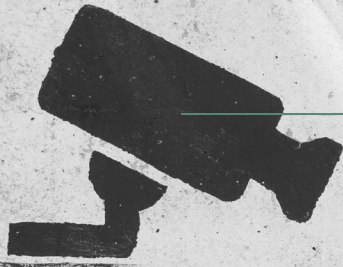
وزیر جوان ارتباطات و فناوری اطلاعات دولت دوازدهم چهره‌ای شناخته‌شده در بین سیاست‌مداران و البته زیست‌بوم استارت‌آپی کشور است. سخنرانی کوتاه او در پلدای استارت‌آپی سال ۱۳۹۷ را بسیاری از فعالان این زیست‌بوم به خاطر دارند که گفت: «فقط سه آرزو می‌کنم برای شما: اول امیدوارم که سایه انحصار از سر بازار شما به دور باشد، دوم اینکه امیدوارم اقتصاد شما آفت رانتی‌بودن پیدا نکند و سوم چیزی که خودم هم باید برایش تلاش کنم، ان‌شاءالله امسال با همه هماهنگی‌هایی که انجام شده است، سایه نامیون شکایت و فیلتر از سر کسب‌وکارها

■ عملکرد دولت و حاکمیت در حوزه سرمایه‌گذاری خطرپذیر: افراط و تفریط یا میانه‌روی؟

سوق دادن اقتصاد به سمت خلاقیت کاری آسان است اما اقتصاد بدون نفت برای مسئولان ما در حد شعار است نه در حد پیگیری؛ زیرا با توجه به هزینه‌هایی که هر روز از سوی مجلس و فشارهای عمومی به دولت تحمیل می‌شود چنین امکانی وجود ندارد. اگر اقتصاد پیشرو داشته باشیم در دنیا حرفی برای گفتن داریم؛ بنابراین باید توجه خودمان را از منابع زیرزمینی به روی زمین و خلاقیت بیاوریم تا خلاقیت را به محصول تبدیل کنیم که این موضوع در فرآیند استارت‌آپ‌ها دیده می‌شود. استارت‌آپ‌ها هم برای رشد نیازمند زیست‌بوم هستند. کشورها و اقوام مختلف در داشتن خلاقیت تفاوت ندارند زیرا در ذهن همه خلاقیت وجود دارد. چیزی که آن‌ها را متمایز می‌کند، زیست‌بوم است.

زمانی که قاره آمریکا کشف شد اسپانیایی‌ها که به دنبال طلا بودند با وحشی‌گری، تمام مناطق آنجا را اشغال کردند. آن‌ها با اسیر کردن رؤسای قبایل و مردم بومی از آن‌ها تقاضای مقادیر زیادی طلا می‌کردند به طوری که حکومتی مبتنی بر دیکتاتوری در آنجا شکل گرفت که به بومی‌ها ظلم می‌کرد. بعد از گذشت سال‌ها کسانی که مدیریت را در دست گرفتند متوجه شدند که برای رشد باید مدل اقتصادی خود را به مدل مشارکتی تبدیل کنند و در این زمینه حضور فعالانه داشته باشند؛ بنابراین چارچوبی از رقابت برای رشد شکل گرفت و قوانینی وضع شد که موجبات ترقی آمریکا را فراهم کرد در حالی که در مکزیک و آرژانتین همچنان منابع طلا برای اسپانیایی‌ها وجود داشت. امروزه مدل حکمرانی در کشورهای آمریکای میانه به قائل شدن نقشی برای فعالان اقتصادی و مردم توجهی ندارد اما مدلی که در ایالات متحده وجود دارد آن‌ها را به سمت پیشرفت سوق داده است. عمده مسئولان کشورهایی مانند ایران که منابع طبیعی دارند، چارچوب‌های نظری خود را به ساختار تحمیل می‌کنند که همین موضوع سبب می‌شود خلاقیت و رشدی در کشور بروز نکند؛ زیرا باید متناسب با نظر آن‌ها رفتار شود در حالی که اقتصاد امروز در جهان مبتنی بر خلاقیت است.





■ علت چسبندگی زیاد دولتی‌ها به قدرت و تمایل به مدیریت و راهبری کسب‌وکارها به‌ویژه استارت‌آپ‌ها چیست؟

هر دولتی که روی کار بیاید، وضعیت مشابهی خواهد داشت و دلیل آن شیوه حکمرانی است. برای اداره اقتصاد، کسب‌وکار و یا هر چیز دیگری یا باید فرمان در دست حکمران باشد یا اینکه او فقط تنظیم‌گری کند یعنی فرآیندها را قانون‌گذاری کرده و روی آن نظارت داشته باشد. ما چندان با مقوله مدیریت از طریق سهام‌داری و مدیریت از طریق تنظیم‌گری آشنا نیستیم. باید حتماً فرمان امور دست خودمان باشد. چون تنها در این صورت است که فرآیندهای اقتصادی در مجموعه خودمان جاری و ساری می‌شود و خودمان تصمیم می‌گیریم و قدرت‌مان بیشتر می‌شود. وقتی تنظیم‌گر می‌شویم، تعامل‌مان با اجرا، دیگر تعامل سابق نیست. دولت‌ها اغلب هزینه زیادی می‌کنند که مستقر شوند و قدرت را در دست بگیرند. بعد از استقرار افراد نزدیک به خودشان را گرد خود جمع می‌کنند در صورتی که اگر تنظیم‌گر باشند، نمی‌توانند این استقرار را محقق کنند و عملاً ساختار اینکه چگونه استقرار بیابند در حالی که پس از آن نیازمند اطرافیان‌شان نباشند را بلد نیستند و نوع حکمرانی کشور ما از همین معضل رنج می‌برد. در کشورهای دیگر دولت معمولاً تنظیم‌گر است و از آن گذشته در عصر اقتصاد دیجیتال، دولت‌ها علاوه بر تنظیم‌گری، توانمندسازی هم می‌کنند اما افسوس که ما هنوز به راهبری چسبیده‌ایم. دولت باید پیامزد که فقط مقررات وضع کند و بر اجرای آن نظارت داشته باشد.

استارت‌آپ‌ها ساختارهای موجود را به‌صورت خلاق تخریب می‌کنند و به همین دلیل مقاومت‌های زیادی در برابر آن‌ها وجود دارد و بزرگ‌ترین موانع رشد این سیستم ساختارهای سنتی است. استارت‌آپ‌های نوآور معمولاً در برابر سیکل سنتی می‌ایستند و قواعد کهنه را زیر سوال می‌برند و نوآوری را ترویج می‌دهند. البته در این مسیر با مشکلات و سنگ‌اندازی‌هایی مواجه خواهند شد. افرادی که نتوانند در برابر این حرف‌ها و مشکلات بایستند گام دوم را ادامه نمی‌دهند و مسیر را رها می‌کنند. تغییر، همواره هزینه و سختی و دشواری داشته است و نباید استارت‌آپ‌ها در مواجهه با مشکلات دلسرد شوند. در دنیا جنگ‌های زیادی برای اقتصاد شکل گرفته و افراد مهمی حذف شده‌اند. آفت زیست‌بوم استارت‌آپی، دلسرد شدن است و باید تلاش در راستای رسیدن به اهداف ادامه پیدا کند.

در ابتدای ورود استارت‌آپ‌ها به کشور اتهام نفوذی و ضدانقلاب به آن‌ها زدن و در گام دوم دستگاه‌های مختلف به‌صورت قارچ‌گونه وارد سرمایه‌گذاری در این حوزه شدند و برای حفظ منافع، استارت‌آپ‌های خود را راه‌اندازی کردند و برای حمایت از استارت‌آپ‌ها آنان را به خوب و بد تقسیم کردند که هم‌اکنون در این مرحله هستیم. همواره مطلوب انسان، آزادی و امنیت بوده است. سیاست‌گذاری موفق در کشورهای مختلف دنیا برقراری تعادل بین آزادی و امنیت است و نباید آزادی را به بهانه امنیت محدود کرد، عکس این موضوع هم امکان‌پذیر نیست. کشوری که بیشترین تعادل را برقرار کند، موفق‌تر است. اگر دولت‌ها بدون هیچ ضابطه‌ای در حوزه‌های خطرپذیر سرمایه‌گذاری کنند، بزرگ‌ترین فسادها رخ خواهد داد، از طرفی به بهانه جلوگیری از فساد و حفظ امنیت، نباید مانع فعالیت اقتصادی استارت‌آپ‌ها شویم. بر اساس همین نگاه متعادل سیاست‌گذاری وزارت ارتباطات برای سرمایه‌گذاری در حوزه خطرپذیر سه محور اصلی داشت: اول راه‌اندازی کاری بود که در آن اعتقاد داشتیم بخش خصوصی از ما عالم‌تر است و اگر در جایی سرمایه‌گذاری کرد، منافع خودش را بیشتر در نظر می‌گیرد و هر میزانی که بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری خطرپذیر تصمیمی گرفت ما هم به همان میزان سرمایه‌گذاری کنیم، دوم اینکه منابع وام را مستقیماً به استارت‌آپ‌ها بدهیم، یعنی این وام‌های کم‌بهره را در اختیار شتاب‌دهنده‌ها و سرمایه‌گذاران خطرپذیر بگذاریم و اتفاق سومی که در مورد تعادل سرمایه‌گذاری پیاده کردیم این بود که به ازای موفقیت‌های ملموس، پاداش ملموس بدهیم، برای مثال به ازای تعداد نصب اپلیکیشن‌های موفق توسط مردم، تسهیلات خوبی را ارائه دهیم.

زیر گنبد شیشه‌ای

موج اول استارت‌آپی در ایران قربانی کدام کج‌فهمی‌ها شده است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های شهاب جوانمردی، مدیرعامل فناپ

به یک هلدینگ چندهزار نفری تبدیل شده است و حدود دو دهه است که «شهاب جوانمردی» مدیریت آن را بر عهده دارد. در این سال‌ها جوانمردی با «فناپ» از نزدیک در جریان اتفاقات و تحولات زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپی کشور بود، از این رو، بر آن شدیم تا در مصاحبه‌ها و یادداشت‌های او به دنبال پاسخ برخی از پرسش‌های مهم در این باره باشیم. متن زیر برداشتی آزاد از مصاحبه او با برنامه ویدیویی «تک شاخ» در آبان ماه سال ۱۴۰۲ و همچنین یادداشتی از او در سال ۱۳۹۸ است که در ادامه آمده است.

«شهاب جوانمردی» مدیرعامل هلدینگ «فناپ» زاده خطّه جنوب کشور است. او در شهریور ماه سال ۱۳۸۵ به شرکت فناپ (فناوری اطلاعات و ارتباطات پاسارگاد) پیوست که به عنوان بازوی فناوری بانک پاسارگاد در دی ماه سال ۸۴ تأسیس شده بود. این شرکت ابتدا با مأموریت ارائه سرویس و خدمات مالی به بانک پاسارگاد ایجاد شد اما در ادامه تا جایی پیش رفت که اکنون گستره فعالیتش را به ارائه انواع خدمات آی‌تی، تلکام، شهر هوشمند و ده‌ها حوزه دیگر توسعه داده است و همچنین «فناپ» به عنوان یکی از بازیگران زیست‌بوم نوآوری کشور روی تعدادی از استارت‌آپ‌های موفق نیز سرمایه‌گذاری کرده است که اکنون

■ یک دهه فرازونشیب: چه بر سر

زیست‌بوم استارت‌آپی ایران آمده است؟

وقایع یک دهه گذشته به خوبی نشان می‌دهد که همه ارکان تشکیل‌دهنده زیست‌بوم نوآوری ایران از بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها گرفته تا سرمایه‌گذاران، رگولاتورها، قانون‌گذاران و به تعبیری دولت درباره اقتصاد نوآوری گویی دچار نوعی کج‌فهمی شده‌اند. در لایه اول قرار بود که کشور از هسته اقتصاد

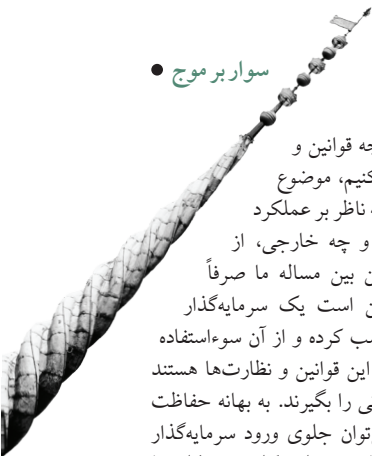
دیجیتال فراتر رفته و به اقتصاد پلتفرمی روی آورد. در آن زمان نمونه‌های موفق جهانی از این پلتفرم‌ها در دسترس بود و عده‌ای شروع به رونویسی از آن‌ها و تکثیرشان در کشور کردند. از آنجا که کشور در آن دوران تشنه چنین خدماتی بود پلتفرم‌ها به سرعت رشد کردند غافل از اینکه در آن برهه زمانی نه سرمایه‌گذاران و نه حتی قانون‌گذاران کشور آمادگی لازم برای چنین تغییری را نداشتند و همین باعث شد تا به‌مثابه ترمزی در مقاطع مختلف سرعت رشد آن‌ها را بکاهند. دستِ آخر هم به دلیل وجود

■ تعامل بخش خصوصی با نهادهای دولتی: ترجمان حرفه‌های ایوان و دیوان چگونه ممکن است؟

به عنوان کسی که سال‌ها در نهادهای نزدیک به دولت همچون کمیسیون تنظیم مقررات، سازمان نظام صنفی و اتاق بازرگانی کار کرده است درباره مرادده با نهادهای دولتی معتقدم در تمامی این سال‌ها جمعی از جمله خودم سعی داشتیم به مفاهیم بیشتر میان بخش خصوصی با نهادهای عمومی و دولتی کمک کنیم تا کشور هر چه بیشتر رشد کند. امروز من بزرگ‌ترین معضل زیست‌بوم نوآوری را نبود پول نمی‌دانم و حتی اصلی‌ترین چالش آن را خروج آدم‌ها از کشور نمی‌بینم، هرچند که رفتن نخبگان ضربه بزرگی بر پیکره کشور است. امروز سوءتفاهم، عدم پذیرش ظرفیتی و نداشتن زبان مشترک بزرگ‌ترین مساله در تعامل دولت و حاکمیت با سایر بخش‌های خصوصی است. برای به سرانجام رسیدن هر کاری ابتدا هر دو طرف باید یکدیگر را به رسمیت بشناسند و بعد یکدیگر را محترم بشمارند و نهایتاً روابطشان را تنظیم کنند و ما متأسفانه در همان گام اول بلاتکلیف مانده‌ایم. حکایت یک گنبد شیشه‌ای است که عده‌ای زیر آن محبوس شده و به رغم اینکه افراد بیرون از آن را می‌بینند اما نمی‌توانند ارتباطی با آن‌ها برقرار کنند. اتفاقاً نهادهای بینابینی همچون اتاق بازرگانی باید کنش‌گر مرزی نهادی شده و ترجمان حرفه‌های ایوان و دیوان بشوند. تا زمانی که دولت و بخش خصوصی یکدیگر را به رسمیت نشناسند این فقط مردم و جوانان کارآفرین کشورند که متضرر شده و نقاط امیدآفرینی مملکت نابود می‌شود. ما اکنون با افیون سوءتفاهم در بیرون و غول ناامیدی در درون روبه‌رو هستیم و این دو موجب می‌شوند تا اتفاق خوشایندی رقم نخورد یا اگر که رقم بخورد هرگز مقیاس نگیرد و فراگیر نشود. من باور دارم که می‌توان به زبان مشترک رسید که اگر نداشتیم در کشور نمی‌ماندم. بدترین وضعیت این است که در عین اینکه هستیم گویی که نیستیم! در حالی که انتخاب کردیم بمانیم و باشیم و کاری کنیم اگر توانیم تعامل کنیم و امید را در خود زنده نگه داریم، نبودمانم بهتر است.

تحریم‌ها و شرایط پیچیده موجود، این کسب‌وکارها به بازارهای خارجی راه نیافتند و رشدشان آن طور که باید و شاید ادامه پیدا نکرد. بازار داخلی هم آمادگی خروج سرمایه‌گذاران اولیه را نداشت و در یک کلام زیرساخت، شرایط و محیط هیچ یک برای توسعه اقتصاد پلتفرمی در کشور آماده نبود.

با این حال، امید آن می‌رفت که اتفاقاً کشور در لایه دوم اقتصاد دیجیتال به توفیقاتی برسد جایی که دیجیتالی شدن به صنایع راه می‌یافت اما آنچه که در عمل اتفاق افتاد چیز دیگری بود. در آن زمان در سمت عرضه یعنی استارت‌آپ‌هایی که بنا بود مشکلی را حل کنند، نگاه‌ها به کشورهای صاحب فناوری و پیشرفته دوخته شده بود و اصطلاحاً به جای حرکت در جهت کشش بازار (Market Pull)، هم‌راستا با فشار تکنولوژی (Technology Push) عمل کردند و به سراغ راهکارهایی رفتند که منطبق با فناوری‌های روز دنیا بود در حالی که صنایع مختلف در سمت تقاضا اساساً ظرفیت و بلوغ لازم را نداشتند. کسب‌وکارهای سنتی ما ادبیات این حوزه را نمی‌شناختند و طبیعی بود که نسبت به آن بی‌اعتماد باشند. ساختار کسب‌وکارهایشان غالباً خانوادگی بود و چندان استراتژی بلندمدتی برای اداره آن نداشتند و البته واقعیت این بود که استارت‌آپ‌ها هم مساله‌ای از آن‌ها را حل نمی‌کردند و بیشتر به دنبال این بودند که چیزی به آن‌ها بفروشند! ایران به عنوان کشوری در حال توسعه باید چشم به حل نیازهای صنایع خود می‌دوخت نه اینکه از روی دست غربی‌های توسعه‌یافته مشق می‌کرد. به همه دلایل ریز و درشت این را هم اضافه کنید که سرمایه‌گذاران خارجی هم به جز همان سال‌های اولیه دهه نود دیگر به ایران نیامدند و سرمایه‌گذاران داخلی هم ترجیح می‌دادند تا وارد بیزینس‌هایی شوند که از نوسانات قیمت، پول در بیاورند و درگیر کسب‌وکارهای پرریسک فناورانه نشوند! همه این عوامل دست به دست هم دادند تا زیست‌بوم نوآوری کشور پس از تب و تاب اولیه در رکودی عمیق فرو برود و اغلب فعالان و بازیگرانش تن به مهاجرت از کشور دهند.



اقتصاد، ممکن است اما اینکه با چه قوانین و ابزارهایی از اطلاعات صیانت می‌کنیم، موضوع دیگری است. آیا قوانین کشور ما که ناظر بر عملکرد سرمایه‌گذاران است، چه داخلی و چه خارجی، از اطلاعات صیانت می‌کند؟ در این بین مساله ما صرفاً سرمایه‌دار خارجی نیست. ممکن است یک سرمایه‌گذار داخلی هم اطلاعات زیادی را کسب کرده و از آن سوءاستفاده کند یا به طرف خارجی بفرشد. این قوانین و نظارت‌ها هستند که باید جلوی وقوع چنین مشکلاتی را بگیرند. به بهانه حفاظت از اطلاعات و مسائل امنیتی نمی‌توان جلوی ورود سرمایه‌گذار خارجی را گرفت. دستگاه‌های امنیتی باید کار خودشان را بکنند، منشأ پول را شناسایی کرده و از ورود پول‌های کثیف به اقتصاد جلوگیری کنند اما نباید با نگاه امنیتی به فعالیت استارت‌آپ‌ها، به افکار عمومی آدرس غلط داد و در جامعه سوءتفاهم ایجاد کرد. با عرضه اطلاعات ناقص به مردم، زمینه جهت‌گیری‌های غلط در جامعه ایجاد می‌شود. گروهی از مردم کسب‌وکاری را تحریم می‌کنند بدون اینکه آنچه دلیل اعتراض آن‌هاست، واقعاً درست بوده باشد.

آیا حساب تک‌شاخ شدن از انحصارگرایی و حساب سرمایه خارجی از نفوذ امنیتی جداست؟

در ارزیابی استارت‌آپ‌های بزرگ و تک‌شاخ باید دو مساله بزرگ شدن کسب‌وکارهای نوپا و انحصارگری را از هم جدا کرد. یک بنگاه اقتصادی تا زمانی که بزرگ نشود، در اقتصاد اثری ندارد؛ بنابراین باید از بزرگ شدن یک استارت‌آپ، گردش مالی قابل توجه و سهم بالای آن در انجام خدماتی که ارائه‌دهنده آن است، خوشحال بود. مساله دوم، انحصارگری کسب‌وکارهای بزرگ است، به این معنا که با استفاده از روش‌های نامطلوب، اجازه نمی‌دهد کسب‌وکار دیگری در کنار او رشد کند یا با انحصار در قیمت‌گذاری، شرایط موردنظر خود را به مشتری تحمیل می‌کند. به نظر من باید جلوی چنین کنش‌هایی را در زیست‌بوم استارت‌آپی گرفت.

افزون بر این، جذب سرمایه خارجی در زیست‌بوم استارت‌آپی، موضوعی متفاوت از حفاظت اطلاعات مشتریان و شهروندان است. جذب سرمایه خارجی در هر یک از بخش‌های

بازآرایی: برای احیای دوباره این زیست‌بوم بر مرق چه باید کرد؟

برای خروج از این بحران و پایان دادن به این رکود همه بازیگران و فعالان زیست‌بوم باید یک بار برای همیشه همه چیز را بازآرایی کنند. باید قبول کرد ایران با تمام چالش‌ها و مسائلی که دارد هنوز هم مهد معضلات ملی لمس نشده است و به تعبیری پر از فرصت‌های جدی برای استارت‌آپ‌هایی است که در راستای کسب بازار گام برمی‌دارند نه هم‌پای فشار تکنولوژی، همان استارت‌آپ‌هایی که بر اساس ذائقه بازار چیزی را عرضه می‌کنند نه صرفاً فناوری‌ها و ترندهای روز دنیا! و همیشه در تلاشند آنچه که می‌سازند بتواند موجب بهره‌وری، صرفه‌جویی و ارزش‌آوری باشد. در کشوری همچون ایران که سرمایه‌جدیدی وجود ندارد باید از بهره‌وری و صرفه‌جویی برای استارت‌آپ‌ها جذب سرمایه کرد. در توصیف احوالات زیست‌بوم استارت‌آپی غالباً همه وخامت اوضاع، نبود منابع مالی و مهاجرت نخبگان را می‌بینند، این روایت اگرچه صحیح اما همچنان ناقص است چرا که با وجود این از هم‌پاشیدگی هنوز عده‌ای در کشورند و در میان بقایای به‌جامانده از زیست‌بوم نوآوری کشور مشغول کارند، حال باید دید از این پس چه کارهایی می‌توان انجام داد که با شرایط بازار و اقتصاد و احوالات مردم جامعه هم‌خوانی داشته باشد. اینکه اکنون ایران در مقایسه با عربستان، امارات و ترکیه هنوز یونیورنی ندارد کاملاً متأثر از شرایط خاص حاکم بر کشور است. همین حالا هم در ایران دست کم چند یونیورنی بالقوه وجود دارد که تنها به دلیل

شرایط خاص کشور هنوز طعم یونیورن شدن را نچشیده‌اند. اکنون آیا بهتر نیست آنچه که به هر دلیلی محقق نشده را لحظه‌ای داشته فرض کنیم مثلاً با خود فکر کنیم که اکنون چندین یونیورن در ایران داریم و حال با خود ببندیشیم برنامه ما برای مرحله بعدی چیست؟ فعالان و بازیگران دهه گذشته تلاش خود را کرده‌اند و سبک شمردن کارهایشان به دور از انصاف است اما کسانی که هنوز در زیست‌بوم استارت‌آپی کشور هستند باید به روشنی معلوم کنند که چه برنامه‌ای برای آینده دارند؟ متأسفانه هنوز هم هستند تیم‌هایی که برای اثبات اهمیت آنچه که انجام می‌دهند سعی دارند بگویند که در کارشان فناوری‌های پیشرفته مانند بلاک‌چین و اینترنت اشیا را به کار گرفتند غافل از اینکه قطار کردن نام این تکنولوژی‌ها شاید برای جذب سرمایه در جایی غیر از ایران مؤثر باشد اما کشور ما اکنون به استارت‌آپ‌هایی نیاز دارد که دردی از آن را دوا کند و مشکل آلودگی هوا، ترافیک، خشک‌سالی، محیط‌زیست، فقر و غیره را بکاهد. ذی‌نفعان و بازیگران زیست‌بوم اکنون باید از آنچه که هستند یک قدم به جلو بردارند و تعامل و ادبیات خود را عوض کنند. فراهم نبودن شرایط نباید موجب شود که این ارکان مهم دست از کار بکشند. دولتی که انتظار دارد بقیه با او تطبیق یابند، سرمایه‌گذاری که ترجیح دارد جایی باشد که منافع بیشتری ببرد، کارآفرینی که به جای حل معضلات مملکتش فقط به دنبال تکنولوژی‌ها روز دنیاست هیچ یک کاری از پیش نمی‌برند بلکه فقط سال‌ها در همان جایی که پیش از این بودند، می‌مانند.

مدلی در حال افول؟



آیا فروکش کردن هیجانات اولیه زیست‌بوم استارت‌آپی در اواخر دهه نود شمسی، ناکارآمدی مدل شتاب‌دهی را آشکار می‌کند؟

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های سید محمدحسین حمیدی، عضو هیئت‌مدیره حرکت اول

هستیم که بر پایه الگوی رایج نسل اول استارت‌آپ‌های ایرانی، یعنی شبیه‌سازی شده از نمونه‌های موفق خارجی، نیستند. بلکه نوآوری، جوشش درونی و خلاقیت در آن‌ها متبلور است. شتاب‌دهنده‌ها، رویدادها، فعالیت‌های پرنرگ رسانه‌ای و مواردی از این دست عناصر مهمی در ایجاد موج و هیجان اولیه برای شکل‌گیری فضای کارآفرینی به ویژه دیجیتال ایران بودند و هستند. شور و شوق برای آغاز به کار، یک نیروی پر قدرت است ولی در ادامه لازم است با درایت و پختگی همراه شود. شاید از این فضای هیجانی کاسته شده باشد ولی مثبت ببخواهیم نگاه کنیم معنایش رشدیافتگی بیشتر است.

ناکارآیی‌هایی مراکز رشد یا پارک‌های فناوری باعث شده تا مدل شتاب‌دهنده‌ها با وجود نواقصی که دارند مورد استقبال قرار بگیرند. ضمناً باید به این نکته توجه کرد که مدل شتاب‌دهنده فقط در ایران مورد نقد قرار نگرفته است. حدود سه سال پیش مقاله‌ای در یکی از منابع خارجی پیش‌بینی کرده بود بخش عمده‌ای از شتاب‌دهنده‌ها ظرف سال‌های آینده تعطیل خواهند شد. یکی از دلایل عمده‌ای که برای این اتفاق ذکر شده بود انکای شتاب‌دهنده‌ها به منابع دولتی و عمومی بود که عمدتاً پایدار نیستند. همچنین در این مقاله اشاره شده بود شتاب‌دهنده‌هایی شانس بقاء دارند که توسط یک نهاد سرمایه‌گذاری جسورانه پشتیبانی شود. چیزی که در ایران شاهدش بودیم این بود که شتاب‌دهنده‌ها کمک می‌کردند تیم‌ها آغاز کم‌ریسک‌تری را داشته باشند ولی زنجیره کامل نبود و برای رشد در مقیاس‌های بالا تیم‌ها با خلایه‌ای مواجه می‌شدند که در مواردی منجر به یأس و دل‌سردی می‌شد. به نظر می‌رسد در حال حاضر سرمایه‌گذارهای جسورانه که در مراحل خیلی اولیه یا ابتدایی شکل می‌گیرند هوشمندی و آگاهی بهتری نسبت به کارشان پیدا کردند و ادبیات و اصول حاکم بر سرمایه‌گذاری جسورانه، این روزها، بهتر درک می‌شود. همچنین سرمایه‌گذارها در حال حاضر خیلی گزیده‌تر عمل می‌کنند و ارزیابی‌های آن‌ها موشکافانه و کارشناسانه‌تر شده است. با این حال، به نظر مشکل جدی در سرمایه‌گذاری در مراحل بالاتر و گزینه‌های خروج وجود دارد. در حال حاضر رویکرد ونچر بیلدینگ که توسط IIG و برخی دیگر از مجموعه‌ها دنبال می‌شود در مقابل سرمایه‌گذاری بر روی تیم‌های کارآفرین شکل گرفته که باعث می‌شود کارآفرینی از پایین به بالا، کمتر رشد و گسترش پیدا کند.

سال ۱۳۹۸ بود که زمزمه‌هایی از افول شتاب‌دهی و یا رکود زیست‌بوم استارت‌آپی کشور به گوش می‌رسید؛ به همین بهانه رسانه «راه پرداخت» با حمایت «۱۰۰ استارت‌آپ» به سراغ چند تن از فعالان زیست‌بوم کارآفرینی رفت تا نظر آن‌ها را درباره شرایط شتاب‌دهی در ایران جویا شود. یکی از این نفرات «محمدحسین حمیدی» عضو هیئت‌مدیره «حرکت اول» و همچنین توسعه کارآفرینی «بهمن» بود که سال‌ها تجربه تحصیل و کار در اروپا را داشت و پس از آن به ایران آمده و تاکنون در حوزه سرمایه‌گذاری و مشاوره به استارت‌آپ‌ها فعالیت می‌کند، یادداشتی از او در این بخش بازنشر می‌شود.

متر و معیار مشخصی در دست نیست تا بتوان اظهارنظر قطعی در رابطه با اینکه آیا زیست‌بوم استارت‌آپی کشور افول کرده یا خیر؟ ارائه کرد. اگر مجموعه‌هایی که فضای کارآفرینی را پایش می‌کنند، اطلاعاتی را به اشتراک بگذارند شاهد تحلیل‌های بهتری در رابطه با سازوکارهای این زیست‌بوم خواهیم بود. در ادامه این یادداشت به بیان مشاهدات و برداشت‌های خود در رابطه با زیست‌بوم استارت‌آپی کشور پرداخته‌ام. کاهش سرعت رشد برخی شرکت‌های نوپا که در سال‌های گذشته رخ داده نمی‌تواند نشانه قطعی برای افول فضای استارت‌آپی باشد؛ زیرا برخی از استارت‌آپ‌ها طی چند فصل گذشته رشد خوبی را از خود به نمایش گذاشتند. رویدادهایی مانند «الکام استارز» نیز کند شدن نرخ تولد استارت‌آپ‌ها را تأیید نمی‌کند. می‌توان گفت از هیجان سال‌های آغازین شکل‌گیری جریان کارآفرینی ایران کاسته شده و فضا به سمت پختگی و بلوغ بیش‌تر در حرکت است. با توجه به چیده شدن به اصطلاح «میوه‌های در دسترس»، می‌توان حدس زد یافتن ایده‌های ساده‌تر که در گذشته اجرایی نشده مشکل‌تر می‌شود و موج جدید کارآفرینی شامل شرکت‌هایی خواهد بود که کارهای جدی‌تر، بنیادی‌تر و عمیق‌تری انجام می‌دهند. طبیعی است این موج جدید تا به اوج برسد به زمان نیاز دارد و در سال‌های آتی باید منتظر بمانیم تا ثمراتش را ببینیم.

همچنین شاهد تیم‌هایی خواهیم بود که نگاه به بازارهای خارجی دارند و ممکن است یا با توجه به شرایط سیاسی حاکم بر فضای بین‌المللی چراغ خاموش کار کنند یا به خاطر هدف‌گیری مخاطبان خارج از مرزهای کشور، در داخل کشور برای عموم مردم کم‌تر شناخته شده باشند و به عنوان نشانه‌های رونق این فضا دیده نشوند. در حال حاضر شاهد ظهور نمونه‌هایی از استارت‌آپ‌ها

جزیره‌های به نام ایران



در یک دهه گذشته زیست‌بوم استارت‌آپی ایران چه فرصت‌هایی را از دست داده است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدرضا فرحی، مشاور ارشد مالی ونچر رهنما و هم‌بنیان‌گذار بیمه بازار

«محمدرضا فرحی»، مدرس دانشگاه صنعتی شریف، هم‌بنیان‌گذار «بیمه‌بازار» و همچنین مشاور و مدیر ارشد مالی ونچر «رهنما» است. شهریورماه سال ۱۴۰۱ یادداشتی از او در هفته‌نامه «شنبه» منتشر شد که در این بخش بازنشر می‌شود.

به این نیازها پاسخ دهد؛ چون زنجیره‌ای از قطعه‌سازان، خطوط تولید، کنترل کیفیت، شبکه فروش، نمایندگی پس از فروش، نظام تأمین مالی پرداخت و... درگیر این افزایش تولید و ارائه خدمات می‌شوند و همه آن‌ها باید ظرفیت دو برابر داشته باشند ولی اگر مثلاً تعداد کاربران «فیس‌بوک» دو برابر شود، ظرف مدت کوتاهی با اندک مشکلات نرم‌افزاری و بدون اینکه اصل سیستم با مشکل جدی روبه‌رو شود، می‌تواند به این تعداد کاربر خدمات ارائه کند. در نتیجه تعداد مخاطبان بالقوه استارت‌آپ مهم می‌شود. اما اگر یک استارت‌آپ ایرانی صرفاً محدود به بازار داخل کشور باشد و از جمعیت ۸۰ میلیونی همگی امکان استفاده از اینترنت را نداشته باشند، چنین کسب‌وکاری محدود به مرزهای ایران است و امکان رقابت در بازارهای بین‌المللی را ندارد؛ بنابراین نمی‌تواند مانند استارت‌آپ‌های کشوری مانند ترکیه که به بازارهای خارج از کشورشان دسترسی دارند، بزرگ شود. کسب‌وکارهای ایرانی به بازار ایران محدود هستند. بازاری که ۱۰ درصد جمعیت جهان را دارد و تولید ناخالص داخلی‌اش نیم‌درصد کل جهان است؛ بنابراین امکان رشدی که استارت‌آپ‌ها در کشورهای همسایه دارند، در ایران برای کسب‌وکارها مهیا نیست.

زیست‌بوم استارت‌آپی ایران یک جزیره جدا از بازار بین‌المللی است که قابلیت‌های آن دیده نشده است. ما فرصت‌های طلایی رشد را از دست دادیم و به دلایل متعدد محدود به بازار ایران شده‌ایم. استارت‌آپ‌های ایرانی در بازار داخلی هم با مشکلات متعددی مواجه هستند. کسب‌وکارهای استارت‌آپی ایرانی به لحاظ ذهنیت رشد و اداره کسب‌وکار مشکلی ندارند، اما آن‌ها میدانی برای عمل پیش‌روی خود نمی‌بینند. به همین دلیل است که با وجود اینکه زیست‌بوم نوآوری ایران سال‌ها زودتر از کشورهای همسایه ایجاد شد، اما نتوانست به بازارهای بین‌المللی راه یابد و حالا کسب‌وکارهای کشورهای همسایه مانند ترکیه که سال‌ها دیرتر راه‌اندازی شده‌اند، به بازارهای بین‌المللی رسیده‌اند. مهم‌ترین شاخص برای تعریف استارت‌آپ، امکان مقیاس‌پذیری بالاست. به این معنا که اگر استارت‌آپی محصول خوبی و ارزش پیشنهادی جذابی داشته باشد، می‌تواند تعداد زیادی از مخاطبان را جلب کند و هم‌زمان به تعداد زیادی از آن‌ها سرویس ارائه دهد. برای مثال، اگر توپوتا تیراژ فعلی خود را که حدود ۸ الی ۱۰ میلیون نسخه در سال است، ناگهان با توجه به حجم زیاد تقاضای مخاطبان در سراسر جهان مثلاً دو برابر کند، سال‌ها طول می‌کشد تا این کمپانی بتواند

سنگین رویه‌روست و حدود ۴۰ سال است که با تحریم‌های عمومی در صنایع مختلف مواجه هستیم؛ در نتیجه سرمایه‌گذاران خارج از ایران ترجیح می‌دهند به این زیست‌بوم وارد نشوند. تعداد معدود سرمایه‌گذاران خارجی هم ترجیح می‌دهند در صناعی مانند نفت و گاز و پتروشیمی سرمایه‌گذاری کنند که سرمایه‌شان با ریسک کمتری مواجه باشد. چون این صنایع و صناعی مانند فولاد، سیمان، مواد غذایی و... چندین دهه قدمت دارند و آزمون و خطاهای خود را پشت سر گذاشته‌اند. نکته دیگر برمی‌گردد به این مساله که نحوه خروج سرمایه‌ها از کسب‌وکارها در استارت‌آپ‌های ایرانی مبهم است و آگزیت یا خروج معناداری اتفاق نمی‌افتد. به همین دلیل زیست‌بوم استارت‌آپی در ایران به یک جزیره تبدیل شده است. جزیره‌ای بودن زیست‌بوم استارت‌آپی در ایران در مواجهه با جهان به نوع تعامل و دیپلماسی ایران در فضای بین‌الملل هم بازمی‌گردد.

از سویی این سوال مطرح می‌شود که آیا استارت‌آپ‌های بزرگ و صاحب‌نام ایرانی، در صورت مهیا بودن شرایط، توانایی رقابت در بازارهای بین‌المللی را دارند؟ زیست‌بوم استارت‌آپی در ایران ۱۰ سال پیش و زمانی شکل گرفت که کشورهای همسایه مانند ترکیه و امارات متحده از این حوزه غافل بودند. این یک مزیت برای ایران حداقل در سطح منطقه بود، اما با توجه به مواردی که پیش‌تر مطرح شد، ایران از این مزیت استفاده نکرد. به همین دلیل امروزه شاهد استارت‌آپ‌هایی از کشورهای همسایه هستیم که در بازارهای هم‌جوار خود و در بازار کشورهای اروپایی و آمریکایی حضور دارند. درحالی‌که نمونه ایرانی‌شان چندین سال زودتر راه‌اندازی شده بود. در واقع ما یک فرصت طلایی را از دست دادیم. با اینکه زیست‌بوم نوآوری ایران در زمان درستی ایجاد شده بود. ما حتی اگر کشورهای حوزه خلیج فارس و کشورهای همسایه خود را جزو بازار کسب‌وکارهای زیست‌بوم قرار می‌دادیم، حداقل بخشی از بازار بین‌المللی را در اختیار داشتیم. البته در حال حاضر هم زمین حاصل‌خیز منطقه که در اختیار استارت‌آپ‌های کشورهای اطراف قرار گرفته، به‌طور کامل اشغال نشده و همچنان فضا برای ورود استارت‌آپ‌های ایرانی وجود دارد. هرچند حالا ورود سخت‌تر شده چون رقاباتی وجود دارند که به خاطر تجارب بین‌المللی بخش زیادی از بازارها را گرفته‌اند. رفع موانع ورود زیست‌بوم ایران به بازار بین‌المللی یک موضوع با رنگ‌وبوی سیاسی است. نمی‌توان نظر قطعی در این زمینه ارائه کرد، چون گاه نشانه‌های مثبتی برای رفع موانع به نفع استارت‌آپ‌ها دیده می‌شود اما در زمان دیگری باز شاهد محو شدن نشانه‌های مثبت هستیم. باز هم تأکید می‌کنم پیش‌بینی‌پذیری، اصل طلایی فعالیت اقتصادی است و اگر امکان‌پذیر نباشد، منجر به فرار سرمایه‌ها می‌شود. نه سرمایه داخلی امکان رشد دارد و نه سرمایه خارجی مجاب به وارد کردن سرمایه می‌شود.



از طرفی وضعیت اقتصادی در ایران پیش‌بینی‌پذیر نیست در قواعد جهانی کسب‌وکار، استارت‌آپی یک فعالیت اقتصادی محسوب می‌شود مانند هر فعالیت اقتصادی دیگری هم اقتضانات خاص خود را دارد. یکی از مهم‌ترین و البته طبیعی‌ترین مسائل در عالم اقتصاد، پیش‌بینی‌پذیری است. این موضوع در مورد استارت‌آپ‌ها پررنگ‌تر است چراکه آن‌ها ذاتاً نسبت به فعالیت‌های اقتصادی با سابقه‌های طولانی، ریسک‌های بیشتری دارند. همین ریسک بالاتر و از طرفی عدم پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد در ایران، موجب شده تا سرمایه‌گذاران هم نتوانند روی چنین حوزه‌ای سرمایه‌گذاری کلانی انجام بدهند. از طرفی کشور ما بیش از ۱۰ سال است که با تحریم‌های

دوگانه

آیا شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران انقلابی از درون یا گذاری ناگزیر در اقتصاد ایران بود؟

«مهدی محمدی» دبیر ستاد اقتصاد دیجیتال معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. در مرداد ماه سال ۱۳۹۸ مقاله‌ای از او با عنوان «تحلیلی مارکسی - شومپیتری بر شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران» در مجله «تجارت فردا» منتشر شد که در این بخش بازنشر می‌شود.

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های مهدی محمدی، دبیر ستاد اقتصاد دیجیتال معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



سیستم اقتصادی سنتی و رانت‌های تاریخی حاکم بر آن ما را از توجه به شکل‌گیری مکانیزم‌های جدید تولیدی و اقتصادی و شکل گرفتن نسل جدیدی از کارآفرینان غافل کرده و پذیرش این تغییر را برای ما سخت می‌کند. همان‌طور که در مقابل همه اصلاحات ارضی مقاومت شد و اربابان زمین‌دار، حاضر به پذیرش نسل نوبی از کارآفرینان صنعتی نبودند. سطح سوم مقاومت و تغییر، سطحی است که به دنبال تغییر در فناوری و سیستم اقتصادی به همراه خواهد آمد و آن تغییر در الگوهای فکری و سبک تفکر و فلسفه و هنر و سیاست و ساختار سیاسی است. همان‌طور که تغییرات تاریخی حاصل از انقلاب صنعتی و ظهور کارآفرینان و سرمایه‌داران حاصل از این انقلاب کم‌کم با خود سبک فلسفی جدید و ساختارهای سیاسی جدید که مبتنی بر دموکراسی و حکومت قانون بودند را به ارمغان آورد و انقلاب فرانسه نمادی شد برای تغییرات در سطح سوم.

نوع نگاه مارکس به تغییرات حاکم بر نظام سرمایه‌داری، نظریه او را به سمت شکل‌گیری یک سرنوشت محتوم مبتنی بر انقلاب کارگری برد که در نهایت منجر به شکل‌گیری آرمان‌شهری به عنوان جامعه بدون طبقه کمونیستی خواهد شد اما تاریخ نشان داد که این پیش‌بینی مارکس و شکل‌گیری یوتوپیای جامعه بدون طبقه صرفاً

تغییر و پذیرفتن برای انسان‌ها با چارچوب‌های فکری شکل‌گرفته، عادت‌های رفتاری و تابوهای ذهنی پایدار و بعضاً ریشه‌دار در نهادهای شکل‌گرفته رسمی و غیررسمی و آداب و سنن و فرهنگ‌های محلی و حتی مذهبی، بسیار سخت و تا حدودی یک مأموریت غیرممکن است. با رویکرد سه سطحی مارکس می‌توان این مقاومت‌ها را در سطح فناوری، سیستم اقتصادی و فراساختارهای ایدئولوژیک تحلیل کرد.

در سطح اول، گاه قفل‌شدگی ما در رویکردهای سنتی و حتی تعبیرهای غلط فرهنگی و مذهبی مانعی برای پذیرش فناوری‌های جدید از سوی ما می‌شود و تا سال‌ها سعی می‌کنیم که آن‌ها را انکار و ممنوع‌شان کنیم. نمونه‌های فراوانی در همین ایران خودمان از صفویه تاکنون قابل مشاهده است، از مقاومت در برابر نوسازی و تجهیز به سلاح‌های گرم در زمان صفویه که تا شکست بزرگ چالدران ادامه داشت و تا مقاومت‌های بعد از آن در مقابل تلگراف، سینماتوگراف و عکاسی و تا تحصن و مقاومت در شبکه‌چی‌ها در مقابل ماشین دودی و حتی مقاومت در مقابل ویدئو و ماهواره و شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر. این مقاومت‌ها فقط در مقابل فناوری‌های جدید نبوده و علاوه بر این به قول مارکس در سطحی بالاتر گاه پایبندی‌های ما به الگوهای سنتی خلق ثروت و

رویایی بیش نبود. در دهه ۱۹۴۰ میلادی، شومپتر اقتصاددان اتریشی در کتاب معروف «کاپیتالیسم، سوسیالیسم و دموکراسی» تغییرات اقتصاد سرمایه‌داری را تغییراتی از درون و مبتنی بر نوسازی فناوریانه و به عبارت دیگر نوآوری و کارآفرینی دانست که با مکانیزمی به نام تخریب خلاق، محصولات و فرآیندها و شیوه‌های جدید را جایگزین روش‌های سنتی کرده و بر این اساس، زیربنای اقتصاد سرمایه‌داری مبتنی بر ناپایداری است و تخریب خلاق منجر به بحران سرمایه‌داری و تخریب و نابودی آن نمی‌شود بلکه روشی ضروری و طبیعی برای ایجاد و رشد بازار جدید می‌باشد. به عبارت دیگر، شومپتر با نوعی از وجود «طوفان ابدی تخریب خلاق» تکامل طبیعی اقتصادها را توصیف کرد. بسیاری از اقتصاددانان طرفدار نظام سرمایه‌داری مبتنی بر همین نظریه، فرآیند شکست شرکت‌ها و حذف برخی از صنایع و شغل‌ها را طبیعی دانسته و جزیی از فرآیند رشد اقتصادی و پیشرفت می‌دانند؛ بنابراین، **الگوی تخریب برای رشد اقتصادی یک الگوی طبیعی و تکاملی است ولی دردآور و نیازمند پذیرفتن رکود و بیکاری در بخش‌های سنتی و در حال تغییر است.** این الگوی طبیعی را می‌توان در گزارش جهانی ایننوسایت دید که متوسط عمر ۵۰۰ شرکت برتر آمریکا از حدود ۳۲ سال در سال ۱۹۶۵ به حدود ۲۴ سال در سال ۲۰۱۶ رسیده و پیش‌بینی می‌شود که این عدد به ۱۲ سال در سال ۲۰۲۷ برسد.

حال بگذارید با این دو لنز، نگاهی گذرا به شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران از اواخر دهه ۱۳۸۰ تا اوایل دهه ۱۳۹۰ بکنیم. شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران حاصل تلاقی و هم‌زمانی چند نیروی پیشران به صورت هم‌زمان بوده است. بخشی از این نیروها از بیرون و برخی از درون کشور عاملی برای شکل‌گیری یک تغییر پارادایم اقتصادی و شکل‌گیری نوعی از تخریب خلاق در اقتصاد ایران شدند. **نیروی اول**، با ظهور و گسترش اینترنت در ایران و به دنبال آن افزایش پهنای باند و سرعت اینترنت از یک سو و نفوذ هر چه بیشتر موبایل‌های هوشمند از سوی دیگر، کاربردهای بیشتری امکان‌پذیر شد و بر این اساس فرصت‌هایی برای شکل‌گیری کسب‌وکارهای آنلاین و مبتنی بر وب فراهم شد. **نیروی دوم**، انباشت نیروی انسانی و تولید دانش شکل‌گرفته بر اساس سیاست‌هایی بود که از اواخر دهه ۱۳۷۰ در دانشگاه‌ها شکل گرفته بود و حجم زیادی از منابع انسانی تحصیل‌کرده و جوان که دیگر خسته از مکانیزم‌های سنتی دانشگاهی و صرفاً علم برای علم بودند را مهیای ورود به بازار کرده بود. **نیروی سوم**، کاهش بهره‌وری در بخش‌های سنتی اقتصاد از یک سو و گسترش هر چه بیشتر سهم بخش خدمات در اقتصاد کشور از سوی دیگر و همچنین نیاز بیشتر جامعه جوان و رویه‌رشد به خدمات باکیفیت‌تر، سریع‌تر و ارزان‌تر، لزوم بهره‌گیری از روش‌های نوین را در اقتصاد ایران با خود به همراه آورد. به همین علت است که نسل اول استارت‌آپ‌های ایرانی عمدتاً در حوزه‌های خدماتی با حجم مشتری بالا مانند حمل‌ونقل و فروش آنلاین و یا تولید و عرضه محتوا شکل گرفتند. **نیروی**

چهارم، بهبود فضای حاصل از مذاکرات و به نتیجه رسیدن برجام، موج جدیدی از امید را در طبقات نخبه و تحصیل‌کردگان ایرانی خارج از کشور ایجاد کرد و هم‌زمان حمایت‌هایی که معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری از بازگشت این نخبگان به ایران برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا به عمل آورد، باعث شد که بخش زیادی از موج اول استارت‌آپ‌های ایرانی مبتنی بر توانمندی‌های این نخبگان و عمدتاً بر مبنای تقلید از مدل‌های کسب‌وکار موفق در کشورهای پیشرو در حوزه‌های خدماتی شکل بگیرند. **نیروی پنجم**، تحولات مثبت پس از برجام زمینه لازم را برای حضور و فعالیت سرمایه‌گذاران خارجی و بعضاً شناخته‌شده جهانی بدون واسطه یا با واسطه فراهم کرد و می‌بینیم که نقش سرمایه‌گذاری خارجی در شکل‌گیری و یا رشد استارت‌آپ‌های اولیه که اکنون عمدتاً دیگر شرکت‌هایی بزرگ شده‌اند مانند اسنپ و دیجی‌کالا، غیرقابل‌انکار است. **نیروی ششم**، وجود بازارهای خالی و بکر فراوان در اقتصاد سنتی ایران به ویژه در حوزه خدمات زمینه بروز و شکل‌گیری استارت‌آپ‌های را فراهم آورد که می‌توانستند از یک گوشه خالی بازار سنتی سر برآورند و در ابتدا کمتر جدی گرفته شوند و با فتح بازارها و مشتریان خط مقدم ساحلی که عمدتاً طبقه جوان و تحصیل‌کرده جامعه بودند، با سرعت بالایی انتشار پیدا کنند و تا پیش از آن‌که بخش‌های سنتی بتوانند از رانت‌های سیاسی و قانونی خود استفاده کنند، حجم قابل‌توجهی از کاربران را به خود اختصاص دهند و به همین علت هم حذف کامل آن‌ها از سوی بخش سنتی سخت‌تر شد. این شش نیروی پیشران، زیست‌بومی را شکل داد و سرآغاز مقاومت‌هایی از جنس سطوح اول و دوم تغییرات مارکسیستی شد. از سوی دیگر، این نیروهای پیشران کم‌کم عواملی برای شکل‌گیری نوعی از تخریب خلاق را در اقتصاد ایران رقم زد و زمینه تحت تأثیر قرار گرفتن کسب‌وکارهای سنتی به ویژه در حوزه‌های مانند فروش سنتی لوازم الکترونیکی و موبایل و تاکسی‌های سنتی و انتشارات سنتی را رقم زد و کم‌کم حساسیت‌های این بخش‌ها را از طریق اتحادیه‌های صنفی مرتبط و همچنین دستگاه‌های اجرایی دولتی متولی آن بخش‌ها افزایش داد و به افزایش فشارهای رگولاتوری و قانونی بر استارت‌آپ‌ها انجامید.

تا اینجا کار می‌توان تمامی تغییرات رایج مبتنی بر الگوی تخریب خلاق را در شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران دید، در حالی که بخش‌های سنتی موجود در بازار و دولت نمی‌توانستند این واقعیت را بپذیرند که این گذار فناوریانه واقعیتی ناگزیر در اقتصاد است که باید پذیرفته شود و به آن رسمیت بخشید. رسمیتی که نیازمند رگولاتوری و قانونمند کردن این استارت‌آپ‌ها از یک سو و پیوند و بهره‌گیری بخش‌های سنتی از ابزارهای نوین است. اتفاقی که در سال‌های بعد تا حدودی رخ داد ولی هنوز به عنوان پاشنه آشلی در توسعه زیست‌بوم می‌توان از آن یاد کرد.

نیمه روشن، نیمه تاریک

شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی و نوآوری در ایران از کدام سازوکارهای ناکارآمد حکمرانی پرده برداشت؟



برداشتی آزاد از گفتگو با محمدرضا ازلی، مدیر تکراسا

چگونه زیست‌بوم نوآوری کشور به انزوا کشیده شد؟

از همان سال‌های اول شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی به تدریج نهادهای وابسته به حاکمیت به بهانه‌های مختلف در کشور شکل گرفتند که علت وجودی آن‌ها طبیعی به نظر می‌رسید چرا که حاکمیت هم به عنوان نظام حکمرانی کشور مانند بقیه درصدد جایابی خود در فضای جدید پیش‌آمده بود، کمی بعدتر این نهادها زمام بخشی از اقتصاد کشور را در اختیار گرفتند که این هم بنا به دلایلی توجیه‌پذیر بود چون پیشبرد برخی از امور زیرساختی در کشور توسط بخش خصوصی دشوار به نظر می‌رسید یا برای آن جذاب نبود اما مدتی بعد وضع به کلی فرق کرد و این نهادها برخی از دارایی‌های ملی کشور را به مثابه ارث پدری مصادره کردند، و یا به صورت سوری و ظاهری خصوصی‌سازی می‌کردند، تا جایی که ایجاد پست‌های بعضاً ساختگی بر اساس روابط و رانت‌های سرسام‌آور حسابی رواج پیدا کرده بود.

در گیرودار همین ماجراها، ارگان‌هایی در کشور وی‌سی تأسیس کردند که غالباً به افرادی هم‌کیش و هم‌عقیده خود سرمایه تخصیص می‌دادند و اینجا بود که یکی دیگر از

حدود ده سال پیش وقتی که به تازگی زمره‌های استارت‌آپ در گوشه و کنار کشور شنیده می‌شد، اقبال مختلف به این موج تازه پیوستند که ظاهراً به دو دسته تقسیم می‌شدند، عده‌ای در نیمه روشن جریان قرار داشتند که کاملاً خوشبینانه و امیدوار آن را فرصتی ارزشمند هم به نفع خودشان و هم به سود آینده کشور می‌دانستند اما نیمه تاریکی هم وجود داشت، عده‌ای سودجو که دریافته بودند حاکمیت غالباً دروغ شیرین را به حقیقت تلخ ترجیح می‌دهد و به دنبال پول بادآورده یا پست و مقام بودند. بخشی از حاکمیت و نیروهای امنیتی هم در نیمه تاریک جریان قرار گرفتند و از روز اول این موج تازه را نقشه عوامل بیگانه و «استارت‌آپ» را رمز نفوذ و براندازی می‌دانستند. از طرفی از سال‌ها پیش ضعف‌ها و نقایصی در قواعد و چارچوب‌های حکمرانی کشور وجود داشت که طی این ده سال بیش از پیش نمایان شد. سرانجام با غلبه نیمه تاریک و آشکار شدن ضعف‌های جدی حکمرانی، زیست‌بوم نوآوری کشور در رکودی بی‌سابقه فرو رفت؛ از این رو، شاید پرداختن به نیمه تاریک برنده بیش از نیمه روشنش اهمیت داشته باشد.

عناوین مختلف مدام جوانان مستعد، کارآفرین و البته ارزش آفرین کشور را استیضاح می‌کرد. کمی بعد نیمه تاریک حاکمیت ناگهان دستور بستن و مصادره برخی از استارت‌آپ‌های بزرگ را صادر کرد، گویا در ایران همه چیز به جای حاکمیت قانون توسط نهادهای حاکمیتی و امنیتی مشخص می‌شد و این گونه بود که بسیاری از مردم این جامعه، جوانان و نخبگان کشور شهروند درجه دوم و مصداق در وطن خویش غریبه شدند! حتی گاهی قوانین بر علیه آن‌ها نوشته می‌شد. نهادهای حاکمیتی در برخورد با مفسدان واقعی زیست‌بوم هم تعلق کردند و به جای رو کردن دست‌های پشت پرده عده‌ای از کارآفرینان شاخص را در تیررس مردم قرار دادند تا حواس عموم جامعه را از واقعیت پرت کنند و مردم در حالی که هنوز جنبه‌هایی از موضوع برایشان روشن نبود، تحت تأثیر قرار گرفتند.

ضعف دیگر نظام حکمرانی که کشور سال‌ها از آن ضربه خورده عدم اعتنا به جایگاه بخش خصوصی مستقل در اقتصاد کشور بود که اکنون نحیف و بی‌رمق شده است، مگر نه اینکه در کلام امام خمینی (ره) آمده بود «کشاورزی، صنعت و بازرگانی را به ملت واگذارید» سیاستمداران و مسئولین کشور نه تنها چیزی را به دست ملت نداده‌اند بلکه همه چیز را تصاحب کرده‌اند. اکنون به صلاح کشور است تا هر گونه معافیت برای نهادهای مختلف حاکمیتی و تمامی نهادهای زیر نظر رهبری را هر چه زودتر لغو کند تا آن‌ها هم به مانند سایر سازمان‌ها و مردم عادی موظف به پرداخت مالیات شوند و همه تحت نظارت قانون یکسان باشند و قانون مافوق همه قرار گیرد.

طبق قانون، هر کشوری از ساختار معینی برخوردار است که در آن وظیفه تمامی نهادها مشخص شده و مسئولین هر بخش ضمن اختیارات تصمیم‌گیری در حیطه کاری خود مسئولیت اقدامات خود را بر عهده می‌گیرند و در صورت مرتکب شدن اشتباه، تبعات آن را می‌پذیرند اما حاکمیت طی این سال‌ها اختیارات و قدرت تصمیم‌گیری افراد و سازمان‌های مختلفی را سلب کرده است و هر لحظه ممکن است یک مقام بالادستی ضمن مداخله همه چیز را وتو کند و نظر و رأی خود را به نهاد مربوطه تحمیل کند. شاید دیکتاتوری و بی‌قانونی مطلق در یک جامعه تبعات کمتری نسبت به اجرای ناقص قانون بدین شکل داشته باشد.

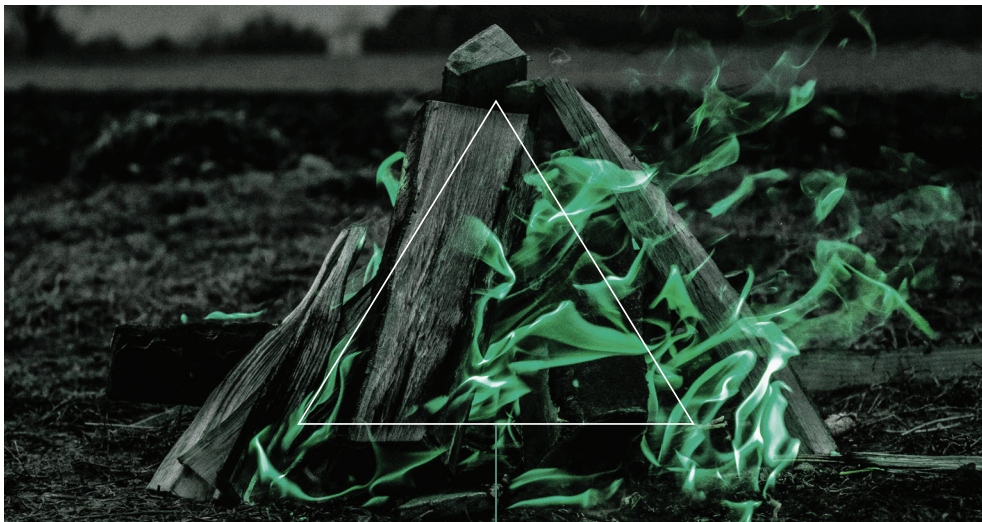
در حال حاضر شکاف عمیقی میان نهادهای حاکمیتی و سرمایه‌گذاران خصوصی ایجاد شده است و اغلب سرمایه‌گذاران خصوصی متفرق شده‌اند. سیاسیون و مسئولین کشور پیوسته به شکاف بین ملت و مردم

ضعف‌های سازوکار حکمرانی ایران یعنی پارکشی و باندبازی آشکار شد، خاستگاه چنین برخوردی در اوایل پیروزی انقلاب تا حدودی قابل‌توجه بود زیرا بیم آن وجود داشت که عده‌ای دستاوردهای انقلاب را چپاول کنند اما پس از گذشت این همه سال این تفکر هنوز پابرجا مانده بود. خودی و غیرخودی کردن نه فقط در جذب سرمایه بلکه در روند گزینش دولت و سایر نهادهای غیرمردمی وجود داشت و آنجا هم بر اساس اعتقادات ظاهری عمل می‌شد. قرار گرفتن افرادی در پست‌های مدیریتی بدون داشتن استحقاق لازم این پیام را به جوانان این کشور مخایره می‌کرد که گویی قرار نیست هرگز به این جوانان بازی داده شود و تنها راه ورود آن‌ها به بازی بزرگان و داشتن فرصتی برای کار کردن، مجیزه‌گویی و تملق مدیران بی‌کفایتی است که با رانت و تقلب میزهایشان را تصاحب کرده‌اند.

در حالی که در هر بخشی از کشور باند یا گروهی شکل گرفته بود که سرمایه مملکت را بدون خلق حتی کوچک‌ترین ارزشی بر باد می‌داد و در مقابل جوانان تحصیل‌کرده‌ای بودند که بدون سرمایه نجومی و رانت، بی‌زیستی را سر پا نگه می‌داشتند که ناگهان آرزوهایشان با شیبخون تصمیمات سیاسی - اقتصادی دولت که بی‌دلیل سیاست و امنیت را به اقتصاد گره می‌زد، دود می‌شد و خودشان هم راهی خارج از ایران می‌شدند. این شد که طی ده سال گذشته، بیشتر جوانان مستعد زیست‌بوم استارت‌آپی به هر طریقی از کشور مهاجرت یا به تعبیر بهتر فرار کردند. عجیب آن‌که حاکمیت ساده‌انگارانه تصور می‌کرد که مهاجرت فقط عده‌ای از جمعیت بیش از هشتاد و پنج میلیونی، تهدیدی برای کشور نیست؛ غافل از اینکه هر کشوری تنها تعداد معدودی استعداد کم‌نظیر دارد که قابلیت ایجاد یک جهش یا تغییر بزرگ را داشته باشند. حکومت هرگز تهدید مهاجرت جوانانش را جدی نگرفت و بالعکس حتی در مقاطعی با سیاست‌گذاری‌های غلط روند فرار جوانان نخبه را تسریع کرد.

کمی که گذشت تعدادی از استارت‌آپ‌های موج اول به موفقیت‌های بزرگی دست یافتند و دیگر در بین مردم شناخته شده بودند و درآمدشان روزبه‌روز بیشتر می‌شد. از همان زمان نهادهای امنیتی مداخله در امور داخلی شرکت‌ها را آغاز کردند. آن‌ها طی این ده سال بارها و به بهانه‌های مختلف با مداخله بی‌جا در امور بی‌اهمیتی همچون حجاب کارمندان در محیط کار انواع فشارهای روحی و روانی را به دست‌اندرکاران استارت‌آپ‌ها وارد کردند. جالب اینکه حاکمیت در شرایطی که هیچ‌یک از نهادهای وابسته به آن در خصوص اقدامات خود پاسخگو نیستند، به





دامن می‌زنند و ملت را به جان یکدیگر می‌اندازند که جامعه را به لحاظ ذهنی به مرز فروپاشی رسانده‌اند. در حوزه اقتصادی نیز هر یک از به ظاهر متحدان ما یعنی چین و روسیه هر بار به بهانه‌ای ضربه‌ای مهلک به اقتصاد و در پی آن به بخش خصوصی وارد می‌کنند، گویی حکومت نمی‌داند این جوان‌ها در طی ۱۰ سال گذشته به واسطه تصمیمات سیاست خارجی کسب‌وکارشان بارها نابود شده و مجبور شده‌اند دوباره از نو آن را بسازند. من به عنوان عضو کوچکی از جامعه کارآفرینی بعد از سال ۹۷ کسب‌وکار «تکراسا انگلیسی» را بعد از سه سال کار به اجبار و به دلیل تحریم‌ها تعطیل کردم. رویداد و مسابقه استارت‌آپی بین‌المللی «جاده ابریشم» را بعد از برگزاری دو دوره در سال ۹۸ تعطیل کردم. پروژه «نورونیم» که در راستای آموزش مدل ذهنی کارآفرینان برای جوانان بود در انتهای سال ۹۸ پس از رخدادهای پیش‌آمده تعطیل کردم. «تکراسا فارسی» و «تکراسا ایناست (تحقیقات بازار)» به مدت سه ماه در پی اعتراضات به مرگ مهسا امینی تعطیل شد و هنوز شرایط به حال عادی برنگشته است. سؤال من از دولتمردان و رهبران کشور این است: فردی که بهترین سال‌ها و پربازده‌ترین سال‌های (ده سال گذشته) جوانی و زندگی خود را صرف کارآفرینی و ارزش‌آفرینی در کشور کرده است، مگر چقدر توان و نیروی جوانی در وجودش دارد که هر بار بسازد و شما با تصمیمات نابه‌جا آن را نابود کنید؟ آیا دولتمردان و رهبران کشور درک می‌کنند نسل جوان پس از من برای کارآفرینی در کشور به تجربیات نسل من نگاه می‌کند و نه به صداوسیما و رسانه‌های تحت مالکیت حکومت؟

محبوس شده و باید هر چه سریع‌تر راهی برای خروج از آن پیدا کند. این سال‌ها هر کشوری در منطقه سعی کرد تا در بخشی از فناوری و صنایع نوظهور خود را جایابی کند؛ عربستان ۳۸ میلیارد دلار برای تبدیل شدن به قطب صنعت بازی، ویزن ۲۰۳۰ عربستان و پروژه نیوم صرف کرد، امارات به هاب بلاک‌چین و کریپتو تبدیل شد و ترکیه از «علی‌بابا» سرمایه ۲ میلیارد دلاری جذب کرد، ایران اما نه تنها گوریدر ترانزیتی خود را از دست داد حتی نتوانست از فرصت تبدیل شدن به یک هاب استارت‌آپی به درستی استفاده کند. ایران که در این میان از قافله جا مانده حالا فقط می‌خواهد با توسعه صنایع نظامی و موشکی به نوعی نقش پلیس منطقه را بازی کند. ایران بیش از هر زمان دیگری نیاز دارد تا هر چه سریع‌تر خود را در منطقه جایابی کند و بر اساس تأمین منافعش با دنیا ارتباط بگیرد، در حالی که ایران از همه سو کشورهای مختلف جهان را پس می‌زند و هنوز به این باور نرسیده است که استقلال واقعی در بستن مبادی کشور به روی سایر کشورها نیست که البته این نیز در مورد ایران در حد شعار پوچ و تو خالی باقی مانده است. استقلال، بزرگ‌ترین دروغ ۴۰ سال گذشته ایران بوده است. تحقق استقلال واقعی در گرو برقراری تعاملات دوسویه اقتصادی و فرهنگی با کشورهای همسایه و سایر کشورها است درست مانند چین و آمریکا که علی‌رغم کشمکش‌ها و گری‌خوانی‌های مداوم همکاری و درهم‌تنیدگی اقتصادی گسترده‌ای با یکدیگر دارند که هیچ یک در آینده قادر نیست تهدیدی یک‌جانبه برای دیگری محسوب شود.

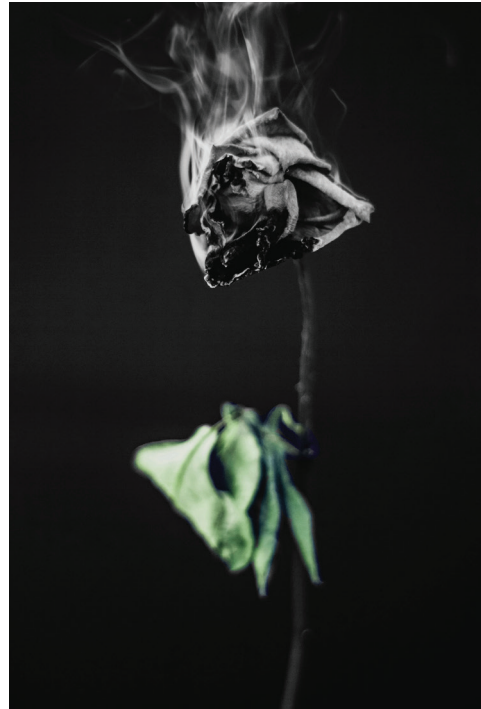
■ آیا راهی برای خاتمه دادن به جریان

فرصت‌سوزی‌ها در کشور وجود دارد؟

ایران مدت‌هاست که در حصار یک اقتصاد صنعتی سنگین

این است نمی‌خواهد بپذیرد که فرهنگ این مرزوبوم فقط ریشه‌های دینی ندارد بلکه از بنیان‌های مدرن هم برخوردار است و این دو از هم جدایی‌ناپذیرند؛ در یک کلام، حاکمیت در اتصال میان ریشه‌های اخلاق و فرهنگ اسلامی با بنیان‌های مدرن به هیچ طریقی همراهی نمی‌کند. منظور از همراهی، لزوماً شکل‌گیری دموکراسی یا لیبرالیسم نیست بلکه لازم است تغییر جدیدی با توجه به خاستگاه فرهنگی، تاریخی، دینی و اقتصادی ایران ایجاد شود که قطعاً در آن مردم امت اسلامی نیستند بلکه ملت ایران هستند.

حکومت زمانی قصد داشت عدالت اجتماعی، استقلال و آزادی را برای مردم به ارمغان بیاورد و به قانون اساسی جامه عمل بپوشاند اما ناگهان در یک حالت تدافعی قرار گرفت که اکنون حفظ بقای خودش به تنها اولویت او تبدیل شده است. از شعار استقلال، آزادی، جمهوری اسلامی تنها بخش آخر آن باقی مانده است. ما دچار خطای شناختی شدید هدف و وسیله را تشخیص نمی‌دهیم. جمهوری اسلامی ساختار و سیستم یا ابزاری برای تحقق «استقلال و آزادی» مردم این سرزمین بود. با این حال همچنان باور دارم در این برهه زمانی انقلاب کردن، راهکار درستی برای برون‌رفت از وضعیت نابه‌سامان کنونی نیست. امیدواریم ساختار حاکمیت به سرعت تصمیم به اصلاح بنیادین سیستم بگیرد و صرفاً به جابه‌جایی افراد بسنده نکند و حتی در مواردی به تغییر قانون اساسی تن دهد و بپذیرد که ایران در مسیر مدرنیته شدن قرار دارد و دیگر ممکن نیست که بتوان با تفکری سنتی آن را محدود کرد بلکه زمان آن فرا رسیده است که ریشه‌های اسلامی با ریشه‌های ملی، فرهنگی، جغرافیایی و مدرن درهم‌تنیده شوند تا فضایی فراهم شود که هر ایرانی چه دین‌دار، بی‌دین، تجددگرا، سنت‌گرا، محافظه‌کار، اصلاح‌طلب و ... بتواند احساس امنیت، پذیرفته شدن و آرامش کند و کشور از این فضای دوقطبی خارج شود.



زیرساخت سرازیر شود. از طرفی اصلاح قوانینی همچون مشمول مالیات شدن شرکت‌های کوچک و روند طولانی و فرسایشی ثبت شرکت، قوانین مربوط به بیمه و ده‌ها قانون دیگر از ملزومات جدی این حوزه است. عملکرد فعلی حاکمیت چندان نشان از این ندارد که حاکمیت ناگزیر به سرمایه‌گذاری در زیست‌بوم نوآورانه و فناورانه باشد. اغلب سران مملکتی و سیاسیون کشوری هیچ چشم‌اندازی برای کشور ترسیم نمی‌کنند و تمام تصور چنین مسئولینی از خدمت به مردم، خاموش کردن موقتی آتشی است که جایی شعله‌ور شده است و در تفکر آن‌ها اثری از یک برنامه مدون و رویکردی مناسب برای خلق ارزش نیست. مدیران و مسئولان در دولت و حاکمیت، به جای سیستم‌ساز بودن، صرفاً آتش خاموش‌کن هستند.

این سال‌ها در حالی که ایران در منطقه مشغول فرصت‌سوزی بود، در درون کشور نیز سرمایه اجتماعی‌اش به دلیل سیاست‌های غلط حاکمیتی از دست می‌رفت. یکی از اشتباهات محرز حاکمیت

کُت اجباری

آیا حاکمیت در ایفای نقش خود در زیست بوم استارت‌آپی ایران رونوشت ضعیفی از غرب را ارائه داد؟



برداشتی آزاد از گفتگو با رضا جوکار، مشاور اقتصادی مدیرعامل همراه اول

را مشغول کرد. سوابق تاریخی ایران نشان می‌دهد که حاکمیت و دولت می‌تواند در کوتاه‌مدت و بنا به مصلحت، پذیرای عوامل محرک خارجی باشند.

در مورد استارت‌آپ اما پاسخ مناسبی در کشور به این محرک‌های بیرونی داده نشد، چون ایران از همان ابتدا فلسفه محکمی در این باره نداشت و هرگز استارت‌آپ را به عنوان یک پدیده مستقل به رسمیت نمی‌شناخت و همین باعث شده بود که نتواند اجزای آن را به درستی فراهم کند و در نتیجه فقط به مجموعه‌ای از کارکردهای ناتمام رسیده بود، مثلاً هنوز هم بعد از گذشت ده سال زیست‌بوم استارت‌آپی کشور برای تأمین ملزومات طبیعی یک شغل مانند حقوق و دستمزد، بیمه، امنیت شغلی هیچ‌گونه مسئول و متولی مشخصی ندارد. از طرفی اجزای زیست‌بوم استارت‌آپی کشور غالباً کپی شده و ناکارآمد بودند و همین اندک آموخته‌ها درباره زیست‌بوم استارت‌آپی هم حاصل سعی و خطای پیاپی عده زیادی با تجارب منحصربه‌فرد بود که هرگز منجر به یک تلقی واحد نشد. اگرچه در این ده سال شتاب‌دهنده‌ها و VC‌هایی زیادی هم شروع به کار کردند اما غالباً عده‌ای آن‌ها را از زور بیکاری و صرفاً با یافتن فرصت تازه‌ای در این زیست‌بوم تأسیس کرده بودند و طبیعی بود که کسی از آن‌ها انتظار نداشت که تغییری شگرف ایجاد کنند. افزون بر تمام کاستی‌ها الگوی زنده مناسبی هم برای ترغیب جوانان وجود نداشت تا از دانشگاه و تحصیل به دنیای استارت‌آپ قدم بگذارند و از این راه در پی خلق ارزش باشند.

■ ورود استارت‌آپ به ایران: انتخابی آگاهانه یا پاسخی نابه‌جا به محرک‌های بیرونی؟

پس از سال ۲۰۰۹ و در جریان اتفاقاتی که در اقتصاد ایالات متحده رخ داد، دولت آن تصمیم گرفت تا سیاست‌های اقتصادی جدیدی را در پیش گیرد. این تمهیدات برای ایالات متحده نتیجه‌بخش بود و استارت‌آپ هم در خلال همین تغییرات در آمریکا شکل گرفت و به تدریج به تمام دنیا از جمله ایران راه پیدا کرد. ورود استارت‌آپ به ایران طبق روال معمول، تحت تأثیر محرک‌های خارجی و عوامل بیرونی اتفاق افتاد. محرک‌های خارجی نه به این معنی که آمریکا عمداً عوامل مخرب و مهاجمی را برنامه‌ریزی کرده بود تا به ایران یا هر کشور دیگری صدمه بزند بلکه فقط به این منظور که ایران هرگز مواجهه حساب‌شده و کارآمدی با این جریان جدید نداشت و حتی به موقع هم این محرک‌های بیرونی را شناسایی نکرد. شیوه پاسخ ایران در آن زمان به این محرک‌های خارجی درست مشابه وقتی بود که با تأسیس دانشگاه آزاد در کشور موافقت شد. دانشگاه آزاد فارغ از بازخوردهای مثبت و منفی، وقتی شکل گرفت که ایران با معضل ورود و شمار زیادی از جوانان به بازار کار روبه‌رو شده بود و در نوع خودش یک رهیافت مدیریت و مهندسی اجتماعی بود و انصافاً نقشه هوشمندانه‌ای در آن زمان به نظر می‌رسید که با کمترین هزینه و تبعاتی به گفتمان خاصی در کشور پاسخ داد و جماعتی

در کشور ما هم روزی عده‌ای جوان تازه‌نفس و خوش فکر در جریان خیزش موج استارت‌آپی ظهور کردند، اما به راستی آیا ایران نیز اوبامایی داشت که در مقابل آن‌ها بنشیند و کتش را در بیاورد؟! به گمانم که نداشت که اگر می‌داشت زیست‌بوم استارت‌آپی کشور دست کم در این ده سال به توفیقاتی می‌رسید نه اینکه حالا هیچ چشم‌انداز امیدوارکننده‌ای برای خودش متصور نباشد. حاکمیت نه تنها کت خود را از تن در نیآورده بلکه در مقاطعی به زور جوانان کارآفرین را به پوشیدن کت وا داشته و در برابر آن‌ها کارکردهای تقابلی از خود بروز داده است.

کم‌کاری‌های حاکمیت در این ده سال کم نبوده، مثلاً در اقدامی عجیب مدت‌ها مانع از ورود استارت‌آپ‌ها به بورس شد. گویا ساختار حکمرانی، پایه‌های ایدئولوژیک و فلسفی ایران از یک تضاد معنایی حل‌نشده‌ی در مواجهه با استارت‌آپ‌ها رنج می‌برد و در حالی که از اساس با مفاهیمی مانند ثروت‌اندوزی مقابله می‌کند، چگونه می‌تواند مفهوم سرمایه‌گذاری خطرپذیر را در خود جای دهد؟ و به تعبیر ساده‌تر حاکمیت از سویی در کشور به منظور چندبرابر کردن سرمایه، شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر تأسیس می‌کند ولی در عمل به نقطه‌ای رسیده که از بورسی شدن استارت‌آپ‌هایی که به یک شرکت میلیون دلاری تبدیل شدند، ابراز نگرانی می‌کند! گویی در نگاه حاکمیت این شرکت‌های نوپا هیچ‌گاه به عنوان یک رهیافت جدی برای توسعه کشور مطرح نبودند بلکه آن‌ها صرفاً مشغله‌ای مانند دانشگاه آزاد بودند که حاکمیت به عقابت آن‌ها حتی فکر هم نمی‌کرد!

حقیقتاً برخورد‌های حاکمیت با این جریان تازه نتیجه‌ای جز ایجاد قطبیدگی میان او با فعالان زیست‌بوم نداشت. زیست‌بوم استارت‌آپی کشور هرچند در مرزهای جغرافیای ایران شکل گرفته بود اما در واقعیت به آن تعلق نداشت و همواره خود را با دنیا مقایسه می‌کرد و بخش عمده‌ای از آنچه که بعضاً شکل مبارزات مدنی به خود گرفت، در چارچوب ضدیت و تقابل کارآفرینان و حاکمیت در قالب پرسش‌هایی مانند این بروز پیدا کرد که «در کجای دنیا یک استارت‌آپ پس از رشد و بالندگی با دولت و حاکمیت کشورش به گفتمان مشترک نمی‌رسد؟» کشوری که نه جذب سرمایه خارجی داشت و نه از امنیت سرمایه‌گذاری داخلی برخوردار بود و در نهایت در برابر بورسی شدن شرکت‌های بزرگ ایستادگی می‌کرد چگونه می‌خواست و می‌توانست کارآفرینان خود را به فعالیت در بازار سفید ترغیب کند و از آن‌ها انتظار شفافیت عملکرد هم داشته باشد در حالی که خود حاکمیت پایان‌بندی درستی برای داستان آن‌ها تعریف نکرده بود.



■ استارت‌آپ‌ها: یک رهیافتِ تغییر یا سرگرمی موقت برای حاکمیت؟

ایالات متحده هم که خیلی‌ها آن را مهد استارت‌آپ می‌دانند، همیشه سیاست‌گذاری یکسانی در قبال حوزه‌های نوظهور فناوریانه نداشته است، مثلاً اوایاما بر درآمد ناخالص داخلی تمرکز کرد و با افزایش امنیت سرمایه‌گذاری در فضای فناوریانه در جذب منابع دنیا تا حدود زیادی موفق ظاهر شد. در یکی از این جلسات، «مارک زاکربرگ» مالک «فیس‌بوک» که برخلاف میل باطنی‌اش کت و شلوار به تن کرده بود در خلال گفتگو می‌گوید: «رئیس جمهور تنها کسی هستند که می‌توانند مرا مجبور به پوشیدن کت و شلوار کنند»، در همین لحظه و در حرکتی تأثیرگذار اوایاما کتش را درمی‌آورد و رو به او می‌گوید: «مارک تنها کسی است که می‌تواند من را مجبور به درآوردن کتم کند.» این صحنه نماد تعامل حاکمیت و دولت آمریکا با یک فضای جدید فناوریانه بود. در مقابل روحیه تعامل‌پذیری اوایاما، تفکرات بسته و سختگیرانه ترامپ قرار داشت که از همان نخستین روزها ضمن مخالفت صریح با زیست‌بوم نوآوران دستور بستن «تیک تاک» را صادر کرد؛ در نگاه او تولید و بهره‌وری داخلی و افزایش اشتغال‌زایی در همین چارچوب یک دغدغه بزرگ بود. با وجود تفاوت‌های بنیادین میان این دو دیدگاه، حافظه تاریخی آمریکا اما قادر نیست هرگز اوایاما را به دلیل افزایش درآمد ملی و ترامپ را به دلیل افزایش اشتغال و تولید داخلی فراموش کند. هر یک از آن‌ها در عملی کردن آنچه که به آن اعتقاد داشتند، موفق بودند.

بازیگران و دوم، حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است. حاکمیت در برداشتی ناقص از دنیا هرچند به خوبی دریافته بود که باید از وجود شرکت‌های نوپا حمایت کند و به ترویج آن‌ها کمک کرده و از خدمات مختلف حمایت از مشتریان و اثر اجتماعی استقبال کند اما از بخش مهم رگولاتوری یعنی تنظیم قواعد آنتی- تراست (ضد انحصاری) به کلی غافل شده بود که اتفاقاً چنین قوانینی هم موجب تنظیم روابط بازیگران و هم تأمین بخش دیگری از حقوق کاربران می‌شد. حاکمیت ایران نه تنها از ظهور بازیگران دوم در حوزه‌های مختلف استقبال نکرد بلکه روند حفاظت از بازیگر اول را در پیش گرفت و طی اقدامی نادرست نفع اکثریت را با یک تک‌بازیگر مصالحه کرد و به نظر می‌رسد منشأ این نوع سوگیری رفتاری حکمرانان بدون قضاوت‌های بی‌رحمانه‌تر در کم‌سوادی آن‌ها نهفته باشد. از طرفی حاکمیت نمی‌دانست که تنظیم این قواعد با اعمال فشار و زور ممکن نیست بلکه باید در چارچوب قوانین منطقی، مدون و در قالب عدد و رقم به شکلی مسالمت‌آمیز صورت می‌گرفت.

■ رگولاتوری حاکمیت: رونوشت ضعیفی از غرب؟

میان اقتصاد خرد و کلان کشورها، شرکت‌هایی قرار دارند که قادرند بازارسازی کنند و در جریان مقیاس‌پذیری به حد کافی بزرگ شوند اما ظاهراً به نظر می‌رسد نه بلوغ کافی در تیم‌ها و نه فرصت مناسب در ساختار کشور برای شکل‌گیری چنین شرکت‌هایی وجود داشته باشد و تعداد استارت‌آپ‌های بزرگ در ایران از تعداد انگشتان یک دست نیز کمترند و متأسفانه به دلیل نبود قواعد مناسب و متناسب، همین معدود شرکت‌ها نیز کارکرد ضدتوسعه یافته‌اند، کشور ما در این زمینه الگوبرداری ناقصی از دنیا داشته است، گویی فیلمی را تا نیمه تماشا کرده و سپس مابقی آن را خودش تجسم کرده است. حاکمیت حتی در حد یک تنظیم‌گر یا رگولاتور هم قادر به نقش‌آفرینی درست نبود. در تقلیل نقش حاکمیت به تنظیم‌گر یا رگولاتور (مستقل از اینکه چه دلیلی برای رگولاتور بودن حاکمیت وجود دارد که بحث مجزایی را می‌طلبد)، چکیده مهم‌ترین وظایف رگولاتور در دو بخش خلاصه می‌شود که اول، تنظیم روابط بین

شاید مرده خواندن زیست‌بوم استارت‌آپی کشور ظاهراً بدبینانه و منفی‌نگرانه به نظر برسد اما حقیقتاً هیچ روزنه امیددی نیست و تغییر عملکرد و رویکردی در هیچ یک از فعالان آن اعم از کارآفرینان، سرمایه‌گذاران، حکمرانان و بقیه دیده نمی‌شود. متأسفانه هنوز در کشور برنامه‌هایی دنبال می‌شود که اگر به عقب برگردیم احتمالاً معلوم می‌شود که بسیاری از ابعاد آن‌ها هنوز توسط هیچ کسی حتی آنان که روزی آن را ترویج و تبلیغ می‌کردند به‌درستی درک نشده است، حدود یک دهه پیش، گفتمانی در کشور شکل گرفت که سعی داشت لایه خدمات را از محصولات جدا کند و بر همین اساس در مجاورت زیست‌بوم مستقر، به رشد استارت‌آپ‌ها بها داده شد اما به راستی کشور از رشد این زیست‌بوم چه هدفی را دنبال می‌کرد و از منظر شاخص‌ها اگر به چه آماری دست پیدا می‌کرد برایش رضایت‌بخش بود؟ اکنون در اغلب گزارش‌ها به تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور به عنوان معیار رشد و توسعه اشاره می‌شود اما هرگز معلوم نمی‌شود که افراد شاغل در این شرکت‌ها با چه هدفی و مشغول به چه کاری هستند؟ معضل اصلی این است که حاکمیت هیچ‌گاه با یک نگاه کلان و یک خرد اصولی به مسائل توجه نمی‌کند بلکه صرفاً با مجموعه‌ای از پدیده‌ها مواجه می‌شود که تحت تأثیر عوامل متعدد منعکس شده و بروز و ظهور یافته است که آن نیز تنها از زاویه دید خود حاکمیت است. در یک کلام هرچند تلخ، به دلیل غفلت و عدم خودآگاهی حاکمیت، آینده زیست‌بوم نوآوری کشور در هاله‌ای از ابهام قرار دارد.

آینده زیست‌بوم استارت‌آپی: حقیقت یا فریب؟

وضعیت امروز زیست‌بوم استارت‌آپی در کشور مصداق این عبارت است که «عده‌ای از مردم را برای همیشه و همه مردم را برای مدتی محدود می‌توان فریب داد، اما فریب همه مردم برای همیشه ممکن نیست.» زیست‌بوم استارت‌آپی کشور به یک مرده یا بیمار بی‌رمقی در حال احتضار می‌ماند که نیازمند احیاست و بدون شک احیای آن با فیلترینگ و سرکوب جریان‌های مخالف ممکن نمی‌شود. وقتی موج استارت‌آپی در کشور به راه افتاد، اینکه همه طیف‌ها به آن بیبوندند از موافقان و حامیان گرفته تا سودجویان و فرصت‌طلبان و حتی مخالفان و یا هر طیف دیگری کاملاً طبیعی به نظر می‌رسید، رخداد غیرطبیعی اما این بود که قشر خاصی در کشور بر بقیه غلبه پیدا کرد و با استفاده غفلت حاکمیت همه چیز را مصادره نمود. مجموعه کنش‌های کشور چه خواسته یا ناخواسته در آن زمان نشان می‌داد که گویا کشور در دو قطب کمونیست- لیبرالیست گرفتار شده است، گاهی چوبی برمی‌داشت و با ادبیات برابری به نفی همه رفتارهای توسعه‌ای می‌پرداخت و گاهی نیز تیشه برداشته و این بار با ادبیات توسعه‌ای به ریشه همه اجزای اجتماعی می‌زد. همین معضل تقابل جریان‌ها و غلبه یکی بر دیگری ارزش پیشنهادی کشور را هر بار تغییر می‌داد، یک روز ارزش، برجام بود و روز دیگری در کمال تعجب کشور به بهانه حفظ آرمان‌ها هیچ ارزش پیشنهادی نداشت! غافل از اینکه ایران رسماً از جریان توسعه‌جا مانده بود؛ زیرا حکومت‌داری شایسته معتقد به توسعه متناسب است نه توقف توسعه و در هیچ مدلی از آن توصیه نشده که توسعه باعث تجمع ثروت و منابع در دست اقلیتی از جامعه شود.

عبور از ترس کهنه

آیا هنوز زمان حکمرانی نوین بر عصر دیجیتال در ایران فرا نرسیده است؟



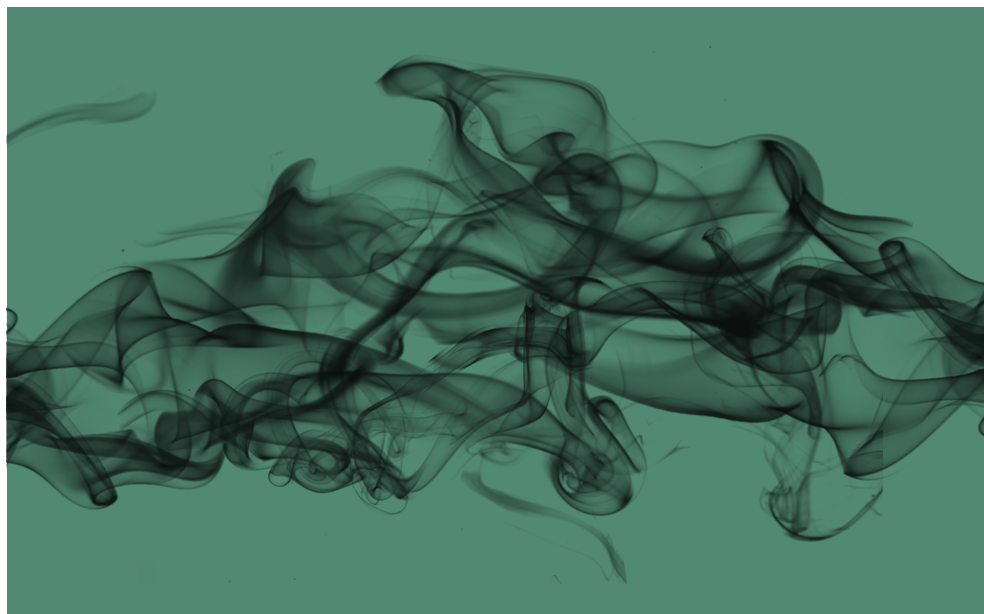
برداشتی آزاد از گفتگو با محمد فرجود، مدیرعامل هلدینگ فناوری بانک تجارت (تفتا)

■ لمس نزدیک زیست‌بوم استارت‌آپی چگونه می‌تواند باشد؟

سال ۱۳۸۵ در مرکز مطالعات تکنولوژی دانشگاه شریف، گروه‌های مختلفی فعالیت می‌کردند و در این بین ما نیز در همکاری با مراکز مختلف به ویژه دفتر همکاری فناوری ریاست جمهوری پروژه‌هایی انجام می‌دادیم. آن سال‌ها تازه بحث فناوری‌های نوین و های‌تک مطرح شده بود و هنوز خبری از زیست‌بوم استارت‌آپی نبود. مدتی بعد موفق شدیم تا شرکت سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی را مجاب کنیم تا برای سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری هم مجموعه‌ای راه‌اندازی کند و شرکتی به نام «مدیریت سرمایه نوین تأمین» ذیل شخصاً تأسیس شد و مأموریتش این بود که در شرکت‌های فناور محور سرمایه‌گذاری کند. سال ۱۳۸۷ از میان شرکت‌هایی که در این حوزه‌ها تأسیس شده بودند تعدادی پس از بررسی بیزینس پلن برای سرمایه‌گذاری انتخاب شدند. اولین مواجهه من با مجموعه‌های سرمایه‌گذار آن هم از جنس فناور محور همین جا بود. حوالی سال ۱۳۹۰ اما زمزمه استارت‌آپ از گوشه‌وکنار کشور به سردمداری «دیجی‌کالا» و «کافه‌بازار» شنیده می‌شد.

زیست‌بوم نوآوری کشور به تدریج در حال شکل‌گیری بود اما حرکت پرشتاب آن با ورود «موبایل اینترنت» آغاز شد چون کارهای زیادی که تا پیش از این ممکن نبود را شدنی کرد. یکی از منابع اصلی تأمین مالی شرکت‌هایی که بعدها به عنوان سرمایه‌گذار یا بازیگران فعال به زیست‌بوم راه یافتند، اتفاقاً به دوره‌ای برمی‌گشت که سرویس‌های اپراتورهای تلفن همراه فعال شدند. بسیاری از خدمات، مبتنی بر پیامک بود و اپلیکیشن‌ها به تازگی وارد کشور شده بودند و بسیاری از شرکت‌ها از سرویس پیامک، به منابع خوبی دست پیدا کردند و این منابع به چیزی سرریز شد که بعدها زیست‌بوم استارت‌آپی نام گرفت، مثلاً عمده فعالیت شرکت «رهنما» از همان زمان آغاز شد. بعد از آن منابعی از خارج به ایران راه یافت که تغییر چشمگیری در پی داشت و کمی بعدتر هم گروه راکت، «اسنپ» را به ایران آورد. بین سال‌های ۹۰ تا ۹۲ اندازه شرکت‌های استارت‌آپی در کشور بسیار کوچک بود، بعد از ورود راکت و گروه سروا کم‌کم ادبیات استارت‌آپی هم در ایران شکل گرفت و بزرگ شدن زیست‌بوم نوآوری کشور تا حد زیادی متأثر از آن‌ها بود. شکل گرفتن زیست‌بوم نوآوری موجب شد تا ظرفیت‌ها و پتانسیل نیروی انسانی کشور در آن به کار گرفته شود و ایران به موجب دسترسی به ارزان‌ترین دولوپرهای دنیا از مزیتی بالایی در این زمینه برخوردار بود. در سال‌های بعد به تدریج فناوری‌های پیشرفته هم وارد میدان شدند. حالا دیگر پس از توافق برجام شرایط اقتصادی هم کمی بهتر شده بود و پول و سرمایه به سیستم تزریق می‌شد و شرکت‌های دیگری هم به حوزه سرمایه‌گذاری وارد شدند. در این اثنا، حلقه بازگشت کارآفرینان و نخبگان از خارج به راه افتاده بود. بازگشت ایرانیان خارج‌نشین نه فقط به خاطر سرمایه بلکه به دلیل تجاربی که داشتند کمک زیادی کرد. در حقیقت جریان جدیدی در کشور شکل گرفته بود که عده‌ای زیادی در ادامه به آن پیوستند ولی نتیجه آن چیزی نبود که همه انتظار داشتند. به راستی در حالی که همه چیز به نظر خوب می‌رسید چرا این جریان به توفیق نرسید؟ طبیعتاً این سؤال کلیدی فقط یک پاسخ ندارد.





■ مرگ تدریجی یک رویا چگونه به وقوع

پیوست؟

هر موجی ولو بزرگ بالاخره پس از مدتی به ساحل می‌رسد و فروکش می‌کند و برای داشتن یک جریان مداوم باید موج‌ها یکی پس از دیگری به دنبال هم بیایند و بروند. هرچند در اکثر تجارب دنیا، حتی زیست‌بوم چین و هند که زمانی به شدت رشد کردند، دیگر شرایط مانند گذشته نیست اما فقط برای یک نمونه با پول یک استارت‌آپ موفق در هند در راه‌اندازی حدود هشتاد استارت‌آپ دیگر مشارکت شده است که چنین کاری موجب تداوم موج استارت‌آپی می‌شود در حالی که در ایران این‌طور نبود و پس از موج خروشان اولیه هیچ موج دیگری به راه نیفتاد و البته حتماً شرایط بد اقتصادی و نوسانات قیمت ارز هم مزید بر علت بودند. در این سال‌ها مهاجرت نخبگان هم روند تضعیف زیست‌بوم نوآوری کشور را سرعت بخشید. چه کسی است که نداند استارت‌آپ‌های شناخته‌شده روی شانه‌های افراد مستعد شکل می‌گیرند. طبیعتاً پس از گذشت یک دهه بالاخره اکنون سطحی از بلوغ و انباشتی از دانش و تجربه در زیست‌بوم شکل گرفته است اما خلا اصلی، جریان ورود نفرات مستعد در بدنه استارت‌آپ‌هاست که حالا دیگر متأثر از مهاجرت به شدت کم شده است. موضوع دیگری که در درستی آن تردید دارم اشباع ایده‌های نوآورانه است

که به رکود پیش‌آمده دامن می‌زند. استارت‌آپ‌های برتر در موج اول اغلب کپی موفق‌تری از استارت‌آپ‌های بزرگ دنیا مانند آمازون، نتفلیکس، اوبر و غیره بودند که اکثراً خدماتی محسوب می‌شدند و گویا اغلب ایده‌های بزرگ جهان تیک خورده است، البته نه بدین معنی که دیگر شاهکارهای نوآورانه دنیا تمام شده باشد اما رو کردن یک ایده نو دیگر به سهولت قبل نیست و احتمالاً کمی پیچیده‌تر شده باشد. به رسم همیشه هرگاه موجی نو آغاز می‌شود، جلب توجهات همگان، پول و سرمایه را به آنجا سرازیر می‌کند. در اثر هیجانات و شاید حباب اولیه سرمایه زیادی به زیست‌بوم راه یافت. مجموعه‌های خصوصی فراوانی بودند که مرکز نوآوری تأسیس کردند اما در سه سال اخیر بسیاری از آن‌ها را تعطیل نمودند. دغدغه اول و آخر یک سرمایه‌گذار رسیدن به سود است و شمار زیادی از آن‌ها در ابتدا به امید کسب منفعت چندین برابری وارد شدند اما بعد از مدتی به اشتباه خود پی بردند. هرچند همه‌گیری کرونا در به درآمد نرسیدن و سودده نبودن استارت‌آپ‌ها بی‌تأثیر نبود اما باید قبول کرد که اقتصاد کشور به طرز افراطی مبتنی بر ملک و دارایی محور است و هر بار سرمایه زیادی از مردم به آن‌ها اختصاص داده می‌شود و هنوز زیست‌بوم استارت‌آپی به عنوان یک حوزه سرمایه‌گذاری به رسمیت شناخته نشده است چرا که عدم قطعیت بالایی دارد.

■ چگونه نظام حکمرانی ایران روند ناکامی

زیست‌بوم استارت‌آپی را تسریع کرد؟

افزون بر عدم قطعیت بالا و احتمال بالای شکست که در مورد استارت‌آپ‌ها و در همه دنیا وجود دارد چالش‌هایی در کشور وجود داشت که کاملاً مختص ایران بود و در ارتباط با دولت و حاکمیت در کسوت رگولاتور یا تنظیم‌گر مانع توسعه این کسب‌کارها می‌شد. در دوره‌های اول و دوم سرمایه‌گذاری که زیست‌بوم به تازگی شکل گرفته بود، شاید به درآمد نرسیدن استارت‌آپ‌ها طبیعی جلوه می‌کرد و هنوز فرصت زیادی باقی بود اما عجیب آن‌که اکنون پس از گذشت یک دهه هنوز هم بسیاری از استارت‌آپ‌ها قیمت‌گذاری نشده‌اند و دیگر نمی‌توانند سرمایه‌گذاران‌شان را قانع کنند تا هنوز از آن‌ها حمایت کنند.

فقط در یک نمونه «دیجی کالا» بعد از ده سال هنوز نتوانسته است بین سرمایه‌گذارانش سود توزیع کند. این قیود حاکمیتی باعث می‌شود که سرمایه واقعی و بزرگ به این شرکت‌ها وارد نشود. بسته بودن درهای بازار سرمایه به روی استارت‌آپ‌ها ضربه بزرگی به آن‌ها زده است، بازار سرمایه می‌تواند کمک کند تا عیار استارت‌آپ‌ها معلوم شود و فرصتی ایجاد شود تا مردم با سرمایه‌گذاری به رشد آن‌ها کمک کنند. اشکال بعدی، سیر نامعلوم تحول دیجیتال در کشور بود. هرچند پذیرش تکنولوژی و سازگاری با آن بین مردم در کشور وضعیت خوبی دارد و آنان به سرعت به تغییرات تازه عادت می‌کنند، بازار موبایل و فناوری اطلاعات هم در ایران به نظر خوب می‌رسد، با این همه چنین پیشرفتی فقط به حوزه خدمات محدود شده است و هنوز در حوزه فناوری‌های پیشرفته و در عرصه تولید که معمولاً صنایع مختلف مشتری آن هستند، ضعف زیادی مشاهده می‌شود و در کشور خریداری برای فناوری‌های پیشرفته نیست. در حقیقت کشور هنوز به موج اصلی تحول دیجیتال که صنایع را متحول می‌کند نرسیده است. یکی از علل اصلی آن شرایط بد اقتصادی کشور است که اهداف تحولی و پیشگامانه را به اولویت‌های بعدی بدل می‌کند. اکثر کارخانه‌ها و صنایع به اندازه‌ای که در حال فرسودگی هستند، پول برای نوسازی ندارند. اگر واقعا به اندازه‌ای پول داشته باشند که کارهایی در راستای تحول دیجیتال کنند، فضا برای شرکت‌های استارت‌آپی و نوآوران ایجاد می‌شود که با تکنولوژی پاسخی به نیازهای آن‌ها بدهند و به بازار بزرگی برسند. توسعه فناوری‌های پیشرفته مانند ساخت ربات یا انواع خدمات هوش مصنوعی زمانی پول‌ساز می‌شوند که علاوه بر کاربردهایی برای عموم مردم به کارخانه‌ها، صنایع و چرخه تولید راه یابند و حتماً اگر نهاد‌های حمایتی به میدان بیایند اوضاع بهتر می‌شود. ناگفته نماند که توسعه حوزه تکنولوژی در زیست‌بوم، هیچ استراتژی شفاف‌ی در کشور ندارد، اگر چه قانون جدید در این زمینه تعریف شده و مالیات برای آن وضع شده است اما هنوز اثرات آن مشاهده

نمی‌شود. مجموعه ضوابط و قوانینی که برای کسب‌کارها گذاشته می‌شود، لزوماً هم‌راستا با این جریان نیست، بسیاری از نهادها که باید نقش حمایتی ایفا کنند بی‌اهمیت به سرنوشت شمار زیادی از این شرکت‌های نوپا به رویه سابق خود عمل می‌کنند و هنوز اغلب شرکت‌های حوزه تکنولوژی همچنان با چالش مالیات، شهرداری و تأمین اجتماعی روبه‌رو هستند. بسیاری از این نهادهای حمایتی خودشان با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند، مثلاً سازمان تأمین اجتماعی نیاز به به منابع مالی برای پرداخت حقوق بازنشستگان دارد و نمی‌توان از او انتظار داشت که از استارت‌آپ‌ها هزینه بیمه دریافت نکند تا شرکت‌ها رشد کنند. معضل بعدی منابع ناچیزی است که هر بار همچون مسکن به زیست‌بوم تزریق می‌شود. هرچند نهادهای متولی زیست‌بوم مانند صندوق نوآوری شکوفایی و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هر بار سرمایه‌ناچیزی را به زیست‌بوم تزریق می‌کنند اما در مقایسه با سرمایه‌گذاری پانصد میلیون دلاری عربستان گاهی در برابر کوه است. شاید در تمام دنیا بتوان با منابع محدود زیست‌بوم نوآوری را تا مدت طولانی زنده نگه داشت در حالی که بی‌جان و بی‌رُمق شده اما رشد و بالندگی آن فقط با سرمایه‌های بزرگ ممکن می‌شود.

در کنار همه کاستی‌ها از نبود چشم‌انداز روشن برای سرمایه‌گذاران، درهای بسته تالار بورس گرفته تا استراتژی نامعلوم تحول دیجیتال و حمایت‌های نصف‌ونیمه، گویا در نهایت برخورد نهادهای امنیتی تیر خلاصی بود بر پیکره این جسم بی‌رُمق. کشور برای استارت‌آپ‌هایی که در حال بزرگ شدن هستند، عمیقاً نیاز به بازنگری و تنظیم مجدد روابط دارد. نهادهای امنیتی از همان روز اول معتقد بودند که جریان جدید خطرناک است و البته که اگر به درستی کنترل نشود، بیم آن می‌رود که آسیب بزنند اما در کنار این نگاه محافظه‌کارانه باید توجه داشت که اینان معدود مواردی در اقتصاد ما هستند که در مسیر رشد قرار دارند. اگر توسعه اقتصاد دیجیتال هم بر مبنای رویکردی بازدارنده و موضع ترس بنا شود، این شرکت‌ها نابود می‌شوند. رویه معقول این است که حاکمیت از موضع ترس و احساس تهدید بیرون بیاید و سعی کند کمی بیشتر این شرکت‌ها را بشناسد و متناسب با ماهیت آن‌ها چارچوب درستی به آن‌ها ارائه دهد تا رشد کنند و کمی بعد در ادامه، روابط خود را با آنان تنظیم نماید، مثلاً ضوابط وارد شدن به بورس از منظر حاکمیتی را به طور شفاف بیان کند. شفاف‌سازی و یکپارچگی در نظارت و حکمرانی بر حوزه دیجیتال بسیار مهم است. عدم قطعیت و سردرگمی به مراتب از داشتن ضوابط معلوم و روشن ولو سخت‌گیرانه، آزاردهنده‌تر است. پس حاکمیت باید در حقیقت به همان اندازه که به آن‌ها کمک می‌کند تا رشد کنند و موانع را از سر راه آن‌ها برمی‌دارد تا در اقتصاد دیجیتال و اشتغال کشور سهم بیشتری داشته باشند، از آن‌ها مطالبه کمک کند تا مشکلات این حوزه‌ها رفع شود و از آن‌ها بخواهد که قواعد حاکمیت را بپذیرند.

جریان طبیعی

آیا برقراری تعادل و توازن جمعیت‌شناختی در زیست‌بوم استارت‌آپی کشور بدون مداخله سراسیمه حاکمیت هم ممکن بود؟



به قلم امیر رودی، مدیرعامل تترا

جمله جهش‌های فناورانه (مثل اینترنت پرسرعت) و ادیبانی که از سال‌های ۹۰ حول موضوع دانش‌بنیان در کشور شیوع پیدا کرده بود، در تشدید این اتفاق بی‌تأثیر نبود. این نسل موفقیت اقتصاد غرب را در شکل‌گیری زیست‌بوم‌های نوآوری و استارت‌آپی می‌دانست و درست یا غلط دوست داشت هر چه بیشتر خود را شبیه به آن بکند. هم‌زمان با رشد ادبیات استارت‌آپی، ایرانی‌هایی که در همین فضاها در کشورهای غربی مشغول فعالیت بودند، در موضع تعامل و همکاری با استارت‌آپ‌ها، شتاب‌دهنده‌ها و سرمایه‌گذاران داخلی قرار گرفتند. آن‌ها حس کردند که با این زیست‌بوم و افراد فعال در آن هم‌دما هستند و می‌توانند با آن ارتباط برقرار کنند؛ لذا تعاملات با ایرانی‌های خارج از کشور و حتی از طریق ایشان با فعالان نوآور و کارآفرینان غیرایرانی، بسیار بیشتر از سایر زیست‌بوم‌ها و صنایع شکل گرفت. در همین راستا وقتی این شکاف رفته‌رفته بیشتر شد، بدنه سنتی اقتصاد بیش از پیش احساس خطر کرد. این احساس به دلیل تغییر پارادایم‌های قدرت اقتصادی و انتقال قدرت از یک بخش به بخش دیگر شکل گرفت. جایی که دیگر صاحبان قدرت قبلی در آن نقش پررنگی نداشتند و کسی برای آن‌ها احترامی قائل نبود.

زیست‌بوم استارت‌آپی که در سال‌های ۹۴-۹۳ با ادبیات جدید خود بر سر زبان‌ها افتاد، شبیه هر پدیده نوظهور دیگری در کشور ما با ملاحظات مختلفی در لایه‌های متفاوت همراه شد. حرکت این موج که عمدتاً توسط قشر جوان با علائق و روحیات مدرن و ساختارشکن صورت گرفت، باعث ایجاد اولین شکاف، میان نسل سنتی کسب‌وکارها با نسل جدیدی از کسب‌وکارها به نام «استارت‌آپ» شد.

تفاوت‌های جدی در رویکردها، اعتقادات، مدل رشد، مدل سودآوری، جنس کار، تفاوت اصالت‌ها، ترکیب نیروی انسانی، نوع مهارت‌های موردنیاز، مدل فروش و تبلیغات، بسترهای متفاوت عرضه خدمات و محصولات و خیلی موارد دیگر میان بدنه سنتی با زیست‌بوم تازه جان‌گرفته استارت‌آپی رفته‌رفته خود را بیشتر از قبل نمایان می‌کرد. نسل ساختارشکن که نقدهای جدی نسبت به رویکرد سنتی داشتند و همیشه خود را با هم‌نوعان خود در سایر زیست‌بوم‌های بالغ در کشورهای غربی مقایسه می‌کرد، با سرعت خیلی زیادی در حال تکثیر بود. البته برخی عوامل خارجی از

جدی در زیست‌بوم نوآوری کشور کشف شده باشد و اقدام ایشان بیشتر شبیه به یک پاتک تبلیغاتی و کار رسانه‌ای اطلاعاتی بود. به شکلی که پیام خود را به فعالان این حوزه منتقل کند که فعالیت ایشان در این بستر جدید کاملاً تحت نظارت نهادهای امنیتی هست! همان‌طور که پیش‌بینی می‌شد، رویکرد سلبی در مدیریت زیست‌بوم نوآوری که فعالان آن را بیشتر افراد غیرهمراه با نظام تشکیل می‌دهند، جواب نداد و این مقابله در نهایت به نفع نهاد حاکمیت تمام نشد. مهارت و قدرت رسانه‌ای فعالان زیست‌بوم نوآوری در نشان دادن ضعف عملکردی طرف مقابل از یک سو و تلاش‌های مقطعی و ناموفق مجموعه‌های وابسته به نهادهای حاکمیتی و فعال در فضای نوآوری از سوی دیگر، باعث شد تعاملات مثبتی میان این دو گروه شکل نگیرد و در نهایت دوستی میان به اصلاح فعالان مذهبی همراه نظام و فعالان استارت‌آپی غیرهمراه با نظام ادامه یابد و حتی شکاف میان‌شان بیشتر از قبل شود. تا جایی که بعد از تحولات سیاسی مختلف مثل آبان ۹۸ و مهر ۱۴۰۱ این فضا تشدید شد. به نظر می‌رسد در صورتی که نهادهای امنیتی با ادبیات نفوذ و نهادهای وابسته حاکمیتی نیز به طور مستقیم و در برخی موارد نامتوازن و شلخته وارد این فضا نمی‌شدند، روند طبیعی شکل‌گیری و رشد زیست‌بوم نوآوری به شکل بهتری ادامه می‌یافت. دغدغه‌مندان مذهبی در بخش خصوصی نیز پس از مدتی خودشان وارد این فضا می‌شدند و در مجموع تعادل به طور طبیعی میان افراد با ذهنیت‌های مختلف شکل می‌گرفت.

شکاف و اختلافی که بسیار جدی شده بود، باعث شد ادبیات مشترکی میان این دو طیف شکل نگیرد. هرچند که هر دو گروه در ظاهر به صورت مسالمت‌آمیزی در کنار هم زندگی می‌کردند، اما این تفاوت رویکردها به دلیل تفاوت دیدگاه‌ها و اعتقادات افراد اصلی و پیشرو در هر یک، به صورت طبیعی و به تدریج به مباحث سیاسی و فرهنگی هم سرایت کرد. به طوری که معتقدان به هر یک از این رویکردها، نه تنها از نظر اقتصادی، بلکه از نظر سیاسی و فرهنگی نیز کم‌کم به یکدیگر شبیه می‌شدند. اینجا بود که حاکمیت وقت که عمدتاً خود را با ادبیات جدید شکل گرفته در زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپی، تطبیق نداده بود، ورودش به این مساله را آغاز و به دلایل مختلفی توجه کرد. یکی از مهم‌ترین این توجیهات، احساس خطر راهبردی و امنیتی در دو مرحله متفاوت بود. در وهله اول که رویکردی درست‌تر به نظر می‌رسید، تلاش کرد با لباسی مبدل! حرکتی همراه با فعالان، اما با هدف اصلاح، در این زیست‌بوم داشته باشد؛ لذا در نهادهای حاکمیتی که پشتوانه مالی خوبی داشتند، مجموعه‌هایی شکل گرفت تا تعادل قدرت را به شکلی توزیع شده میان همه اқشار جامعه شکل دهد. اما حاکمیت مانند موارد مشابه دیگر، نتوانست صبر راهبردی در این زمینه از خود نشان دهد.

این شد که در وهله دوم که ساده‌تر بود حاکمیت به مقابله با این موج پرداخت و مثل همیشه بحث امنیتی را مطرح کرد و برجسب نفوذ و ضدنظام بودن را به افراد مختلف طیف مقابل زد. با توجه به مدل مواجهه نیروهای امنیتی، به نظر نمی‌رسید که واقعا یک مساله



دولت‌ها در برابر استارت‌آپ‌ها

رویکرد و عملکرد دولت ایران در مواجهه با زیست‌بوم نوآوری کشور تا چه اندازه با دول مختلف جهان تفاوت داشت؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های علی‌تهرانی نصر، عضو هیئت‌مدیره حرکت اول

«علی‌تهرانی نصر»، نایب رئیس هیئت‌مدیره «حرکت اول» است که در سوابق او معاونت توسعه کسب‌وکار هلدینگ «صبا ایده» و «سرآوا» هم به چشم می‌خورد. یادداشت کوتاهی از او درباره رویکرد دولت‌ها در برابر استارت‌آپ‌ها وجود دارد که در این بخش بازنشر می‌شود.

جسورانه‌ای مانند Golden Gate و Infocomm با حمایت دولت در حال فعالیت هستند. در هنگ‌کنگ فضای کاری مناسب برای فعالیت استارت‌آپ‌ها با حمایت دولت به نام Cyberport ایجاد شده است. در انگلستان، صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه در حمایت از برنامه‌های EIS و SEIS دولت هستند و این طرح‌ها در واقع ارائه‌دهنده مشوق‌های مالیاتی به این شرکت‌ها هستند. نکته مهم دیگر در اتخاذ رهیافت مناسب از سوی دولت‌ها، میزان درک آن‌ها از استارت‌آپ‌ها است. اگر تعریف عملیاتی یک استارت‌آپ به درستی تفهیم نشود، حمایت از آن نیز به درستی انجام نخواهد شد. این حقیقت که در ذات استارت‌آپ‌ها بنگاه‌های اقتصادی متفاوتی هستند و ویژگی‌های آن‌ها لزوماً با خصوصیات شرکت‌های سنتی یکی نیست، باعث لزوم درک و نگاه متفاوتی خواهد شد. دولتمردان لازم است با مطالعه و تعامل با این بنگاه‌ها به جزئیات ویژگی‌های غالباً متفاوت و منحصربه‌فرد این شرکت‌های نوپیان پی ببرند. نکته جالب این است که در بسیاری از موارد مطالعه صرف نمی‌تواند درک کامل و درستی به مسئولان ارائه دهد، بلکه ایشان لازم است با تعامل مداوم با بازیگران زیست‌بوم استارت‌آپی کشور

در اقتصاد آزاد همواره تأکید بر آن بوده است که نقش دولت تنها به سیاست‌گذاری کارآ و مؤثر ختم شود و این رویکرد در روند توسعه کشورها در بخش‌های گوناگون اقتصادی هم به خوبی دیده می‌شود. دولت‌هایی که آموزه‌های اقتصاد آزاد را در دستور کار خود دارند معمولاً نقش خود را به سیاست‌گذاری محدود می‌کنند. اما آیا این در مورد استارت‌آپ‌ها نیز صدق می‌کند؟ با نگاهی به کشورهایی مانند آمریکا که از پیشگامان حوزه استارت‌آپی هستند، می‌توان به وضوح مشاهده کرد که دولت حداقل دخالت و مقررات‌گذاری را در این زیست‌بوم بر عهده دارد. در این کشور در واقع این بخش خصوصی است که کاملاً ساکنان‌دار پیشرفت فضای کسب‌وکار استارت‌آپ‌ها است. حال آیا این رویکرد در تمامی اقتصادهای آزاد نیز به همین‌گونه است؟ به نظر می‌رسد پاسخ به این سوال به میزان بلوغ زیست‌بوم استارت‌آپ‌ها در هر کشور متفاوت است. با اینکه کشورهایی مانند کره جنوبی، سنگاپور، هنگ‌کنگ و حتی کشورهای اتحادیه اروپا از پیشروهای اقتصاد آزاد به شمار می‌روند اما در مورد استارت‌آپ‌ها رویکرد کمی متفاوت اتخاذ کرده‌اند، برای مثال در سنگاپور صندوق‌های سرمایه‌گذاری



این حوزه ارائه دهد. باید به‌خاطر داشته باشیم که الگوی هر کشور با توجه به شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی و سیاسی آن متفاوت خواهد بود. چنانچه رویکردهای کره جنوبی یا انگلستان لزوماً بهترین گزینه برای ایران نخواهند بود. اما به‌طور کلی می‌توان از بهینه‌کاوی رفتار دولت‌ها در کشورهای مختلف به این نتیجه رسید که نقش دولت بیشتر متمرکز بر سیاست‌گذاری‌های کلان مؤثر در جهت بهبود فضای استارت‌آپی آن کشور بوده است با این تفاوت که در برخی کشورها بسته‌های حمایتی دولت شامل حمایت از صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیز خواهد بود. اما آنچه در کمتر کشوری دیده می‌شود تأکید بر تعدد و پیچیدگی مقررات دست‌وپاگیر است که نه تنها کمکی به فضای رشد استارت‌آپ‌ها نمی‌کند، بلکه باعث کندی سرعت رشد آن‌ها نیز خواهد شد. چیزی که متأسفانه به وفور در فضای سیاست‌گذاری کشورمان قابل مشاهده است. متأسفانه با مطالعه دیگر کشورها در کمتر فضایی می‌توان مشاهده کرد که یک استارت‌آپ به اندازه ایران دچار سیاست‌های در حال تغییر، مقررات زیاد و نیاز به اخذ مجوزهای فراوان باشد.

با چالش‌ها، فرصت‌ها، مقتضیات و خصوصیات این شرکت‌ها بیشتر آشنا شوند. به‌طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که با بالغ شدن فضای استارت‌آپی هر کشور، دولت‌ها عمدتاً از فضای حمایتی مستقیم به سمت تمرکز بیشتر روی سیاست‌گذاری‌های کارآ و مؤثر برای جامعه استارت‌آپ‌ها حرکت می‌کنند.

اما در مورد رویکردهای دولت ایران باید ابتدا به یک موضوع زیربنایی اشاره کنیم. به‌طور کلی بهینه‌کاوی و مطالعه رفتار دولت‌ها در کشورهای مختلف می‌تواند شاخص‌های خوبی را برای هر دولت پدید آورد، اما به هیچ عنوان توصیه نمی‌شود که هیچ دولتی بدون مطالعه و توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد فضای کسب‌وکار و زیست‌بوم استارت‌آپ‌های آن کشور، تنها دنباله‌رو یکی از الگوهای اجرا شده در دنیا باشد. با این حال باید مراقب بود که دچار حالت عکس این موضوع نیز نشویم. به این معنی که از دیگر مشکلات دولت و شرکت‌های ایرانی این است که ایشان اغلب اوقات مایلند چرخ را از اول اختراع کنند. مسلماً رویکردی متعادل در این میان بهترین گزینه خواهد بود. بررسی الگوها و بهترین عملکردهای دیگر کشورها و دولت‌ها می‌تواند نگاه خوبی به دولتمردان و فعالان

تکیه بر بزرگان

آیا زیست‌بوم نوآوری ایران حول بنگاه‌های اقتصادی بزرگ شکل گرفته است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمود کریمی، مدیرعامل پلنت

«محمود کریمی» مدیرعامل «پلنت» ارائه‌دهنده راهکارهای نوآورانه به بازیگران صنعت بیمه و عضو هیئت‌مدیره «پادرو» شرکت ارائه‌دهنده خدمات به شرکت‌های کوچک و متوسط است. نکته جالب درباره محمود کریمی اینکه او اولین مدیرعامل کارخانه نوآوری آزادی بوده است. مقاله‌ای از او در رسانه «کارنگ» در اردیبهشت ۱۴۰۰ آمده است که در این بخش بازنشر می‌شود.

■ فقر نرم‌افزاری و مغزافزاری چگونه سخت‌افزارهای فضای نوآوری کشور را بلااستفاده کرده است؟

در این سال‌ها توسعه فیزیکی و تعداد فضاهایی که مبدأ و منشأ شکل‌گیری نوآوری فرض می‌شوند، افزایش قابل‌توجهی داشته‌اند. اما این فضاها تا چه حد و با چه کمیت و کیفیتی می‌توانند در رونق اقتصاد نوآوری سهم مولد داشته باشند، پرسشی مهم است. اگرچه برای ایجاد چنین فضاهایی، نگاهی ناپیوسته به تجربه کشورهای پیشرفته دنیا داشته‌ایم، اما چیزی که در نهایت پیش چشم داریم، گویای این است که پشت صحنه‌ها و فرآیندهای نرم آن‌ها را به‌دقت واکاوی نکرده‌ایم؛ لایه فیزیکی را برگرفته‌ایم و از لایه‌های نرم‌افزاری و مغزافزاری سهواً غفلت کردیم. برای اینکه این تفاوت را به شکلی ملموس بیان کنم، مثالی می‌زنم: قصد داریم ساختمانی بسازیم و در آن زندگی کنیم. یک راه این است که طراحی آن را به مهندس معمار بسپاریم تا متناسب با شخصیت و احوال خانواده شما، درون و بیرون سازه و محل زندگی‌تان را طراحی کند و در

آفرینش آن تا حد ممکن تاریخ و جغرافیای اکنون و آینده شما را به خدمت بگیرد. روش دوم این است که سراغ طرح‌های از قبل موجود برویم و با جستجویی در خیابان‌ها و وب‌سایت‌ها و تصویرهای اینجا و آنجا، از یک مهندس عمران بخواهیم مشابه یکی از آن‌ها را برایمان با تغییراتی یا بدون تغییر، بسازد. در مورد اول سازگاری و ربط اکوسیستمی یک زندگی دیده می‌شود، اما در روش دوم، تنها تعدادی ساختمان دارید که الزاماً ارتباطی با کاربری موردنظر و تاریخ و جغرافیای آن مکان و کاربرانش ندارد؛ بنابراین جدا از آن فقر نرم‌افزاری و مغزافزاری در چنین فضاهایی - که در ادامه به آن می‌پردازیم - بسیاری از فضاهای ما به دلیل کپی‌برداری از نمونه‌های موجود یا لحاظ نکردن ویژگی‌های منطقه‌ای، در خدمت آن اقلیم نیستند، مثلاً ممکن است اگر در گرگان فضایی به کسب‌وکارهای نوآور اختصاص داده شده، مساله صنایع و انسان‌های آن محیط در آن لحاظ نشود و این فضا می‌تواند هر جای دیگری از ایران مثل اصفهان، یزد یا شیراز هم باشد. به عبارت دیگر، درون آن‌ها انعکاسی از اقلیم‌شان ندارد، شاید بیرون‌شان داشته باشد. این مساله قابل‌تأمل است که ما از حیث کمیت در فضاهای نوآوری، از

اشتباه رواج یافتند و با حجم سرمایه‌گذاری‌هایی که از طرف مبدعان یا حامیان این واژه‌ها صورت گرفت، تبدیل به ادبیات غالب شد. هم‌زمان مسئولان دولتی که با فرض دلسوزی، علاقه‌مند به حمایت از چنین فضا‌هایی بودند (حمایتی که گاهی از مرز دخالت گذر کرده است)، از همین ادبیات استفاده کردند و به دلیل منابع و رسانه‌هایی که داشتند، صدایشان اکو شد و در کل فضا پیچید. این در حالی است که در دنیا، اکوسیستم نوآوری حول یک بنگاه اقتصادی شکل می‌گیرد. بخشی از این اتفاق به دلیل تهییج و تشویق از سمت بخش‌هایی از ساختار دولتی بود که در موضوع نوآوری ورود کرده بودند و بخشی هم به خاطر اینکه هنوز صنایع و بنگاه‌هایمان آمادگی و درکی از رقابت کردن در یک اقتصاد مبتنی بر نوآوری نداشتند؛ بنابراین نتیجه چیزی شد که در حال حاضر می‌بینیم و باید زمان بگذرد تا در آینده تعدیل شود و این اتفاق هم خواهد افتاد. اینک افرادی که فعالیت‌های قابل‌اعتنایی انجام می‌دهند، به این بلوغ رسیده‌اند که باید از قیمت‌گذاری‌های حبابی و ناز کردن برای سرمایه‌گذار عبور کنند و می‌دانند موفق و مؤثر بودن‌شان، نه در داشتن مالکیت حداکثری، بلکه در معاشرت و پیوند با بنگاه بزرگ با رعایت مطلوبیت طرفین است که اتفاقاً می‌تواند برایشان بازکننده مسیر موفقیت باشد؛ درست مثل اتکای یک نهال به درختی بزرگ یا پا گرفتن یک شاگرد در کنار یک استاد، به شرطی که انحصار و استثمار در کار نباشد.

بسیاری شهرها و کشورهای شناخته‌شده در حوزه نوآوری پیش افتاده‌ایم که البته این موضوع می‌تواند با وجود فقر نوآوری در کشور و ساختار اقتصادی وابسته به درآمد نفتی و کارفرمای دولتی سدشکن باشد یا زیرساختی ایجاد کند برای جوانانی که در آینده دوست دارند کارآفرینی نوآورانه کنند، ولی این موضوع را نباید از نظر دور داشت که در مقابل، تعداد کمی از افراد هستند که واقعا می‌دانند چطور از این فضاها بهره‌برداری کنند و فعالیت خود را پیش ببرند. حتی در زمینه افرادی که به نوعی نقش منتور یا راهنمای کسب‌وکارها را بازی می‌کنند، با کمبود نیروی انسانی مواجهیم و این همان چیزی است که از آن با عنوان فقر نرم‌افزاری و مغزافزاری یاد می‌کنیم.

■ مسیر موفقیت استارت‌آپ: مالکیت

حداکثری یا اتکا به بنگاه‌های اقتصادی بزرگ؟

در ادبیات نوآوری دنیا، دو پدیده داریم: یکی پدیده اکوسیستم نوآوری است که پیرامون بنگاه‌ها و شرکت‌ها شکل می‌گیرد و دیگری، نظام نوآوری است که موضوعی ملی فرض می‌شود. ما در حال حاضر با ملغمه‌ای از این مفاهیم رویه‌رو هستیم. واژه‌هایی چون اکوسیستم استارت‌آپی، اکوسیستم کارآفرینی، اکوسیستم نوآوری و ... ابتدا به دلیل تازگی و جذابیت‌شان با درون‌مایه



پروپاگانداي دولتي‌ها

چرا با وجود نبود سرمایه کافی برای استارت‌آپ‌ها همچنان باید از پول دولتي حذر کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های فریدون کورنگی، مؤسس شتاب‌دهنده مپس

اظهارات مختلف کورنگی، «رضا جمیلی» مطلب کوتاهی در هفته‌نامه «شنبه» منتشر کرد و گفت: «در روزهایی که امیدی به جذب سرمایه خارجی وجود ندارد و سرمایه‌های خرد، سکه و دلار را دوست دارند و از طرفی یک زیست‌بوم مستعد اما محتاج پول روی دست همه ما افتاده، یکی از گزینه‌ها این است که به کمک معدود دولتی‌های آشنا به مفاهیم سرمایه‌گذاری خطرپذیر، تسهیلات خانه‌خراب‌کن بانک‌ها را به سرمایه خطرپذیر تبدیل کرد جناب کورنگی!». در ادامه رونوشتی از جوابیه کورنگی به رضا جمیلی بازنشر شده که می‌تواند در روشن ساختن مواضع واقعی او درباره نقش دولت در زیست‌بوم مؤثر باشد.

«فریدون کورنگی»، ۱۵ ساله بود که از ایران به آمریکا رفت و سال ۱۳۹۱ بعد از ۵۶ سال به دلیل فوت مادرش به ایران بازگشت تا پدرش را راضی کند تا به همراه او به آمریکا برود ولی همه چیز برعکس شد و خودش در ایران ماند و پایه‌گذار شتاب‌دهنده «مپس» شد. او همواره صریح و بی‌پرده نظراتش را عنوان می‌کند و مخالف صددرصدی ورود مستقیم بخش دولتی به زیست‌بوم استارت‌آپی بوده و همچنان هست. او معتقد است هر چند دولت واقعاً نیت توانمندسازی در حوزه‌ای را داشته باشد ولی حقیقت آن است که ساختارهای دولتی به محض ورود به هر حیطه‌ای اصل اول را مبنای توسعه خودشان می‌گذارند. در نقد

پیوستگی فناوری، خود محرک نوآوری و نیز ارزش‌آفرینی است؟ با جواب مثبت به هر دو این سؤال‌ها باید آماده باشیم تا پاسخی برای سؤال اینکه چرا این حرکت‌ها منشأی در دره سیلیکون در کالیفرنیا داشته و نیز بهره‌بر (بهره‌ور) عمده آن نیز همان منطقه بوده، داشته باشیم. این بدین معناست که ارزش‌آفرینی فوق‌العاده در دره سیلیکون در خود ایالات متحده نیز استثنایی است و آنچه در «دره» به وجود آمده و دره منشأ آن بوده، به طوری گسست‌آفرین (Disruptive) به سراسر دنیا نفوذ کرده و مبنای توسعه فناوری‌های دیگر شده است.

همیشه باور داشته‌ام تصمیمات بدون خردمندی و منطق که شاید در کوتاه‌مدت نتایجی جالب و مورد قبول نیز به دست می‌آورند، دیر یا زود در معادلات لازم‌پایداری یک سیستم، ضعف خود را نشان داده و منطق و خرد، گریبان ما را خواهند گرفت تا حفره‌های خالی را نشانمان دهند و تاوان سستی پایه‌ها را بگیرند! این گریبان‌گیری خود را در نبود استمرار و پایداری و عکس‌العمل‌های حاصل و نیز رفتارهای ما نشان می‌دهد. اجازه دهید با مثال آنچه بر زیست‌بوم توسعه فناوری گذشته، بیشتر مساله را باز کنم. با چند سؤال شروع می‌کنم: آیا حرکت‌های ارزش‌آفرینی (کارآفرینی) در نقاط مختلف جهان متأثر از یکدیگر هستند؟ آیا

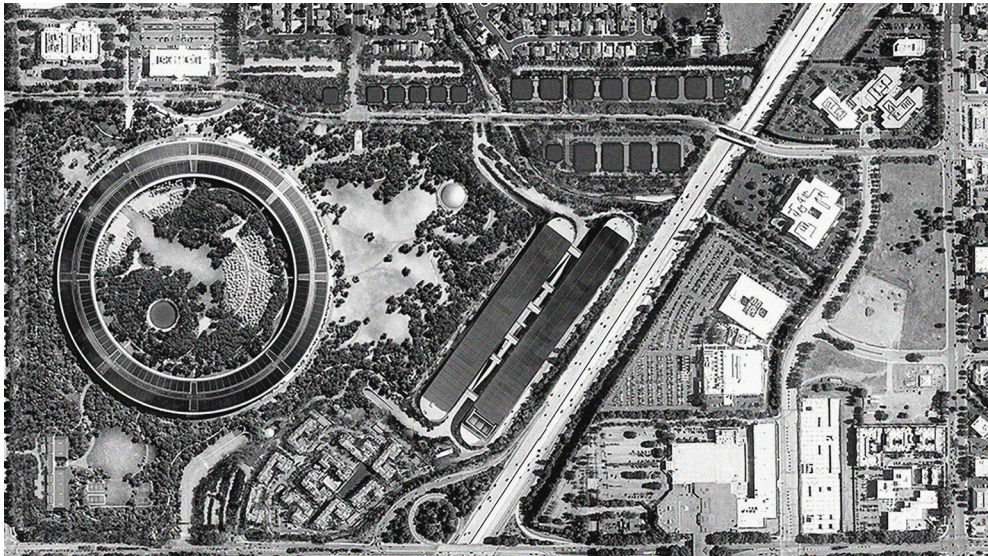
فرهنگ پوشاک خود را به عنوان عاملی آزادکننده به همه یا بیشتر نقاط جهان صادر کرده است.

یا نمونه‌ای بهتر دسترسی به سرمایه‌گذاران جسورانه در دره سیلیکون است که یکی از عوامل توسعه پرسرعت شناخته می‌شود ولی در مورد شاخص‌های ریسک‌پذیری و عوامل مهیاکننده جهت ریسک‌پذیری جسورانه را نمی‌توان به راحتی شناسایی یا به راحتی به کار گرفت چون هزینه بالای فرهنگی آن را تحمل نمی‌کنیم. در صورتی که سرمایه‌گذاران جسور دره سیلیکون دفاتر و صندوق‌های خود را به لندن و شانگهای و حیدرآباد نیز برده و در آنجا فعالیت‌های گسترده دارند، ولی نه تنها شکوفایی مشابه را ملاحظه نکرده‌اند بلکه بازدهی‌های مرسوم سرمایه‌شان را نیز به دست نیاورده‌اند، ولی مشخصاً آنچه در حال انتقال یافتن است، ارزش‌ها و ساختارهای مدل‌های فکری است که اجازه توسعه سریع و پایدار را بدهند. هندوستان و چین نمونه‌های بسیار موفق این انتقال طرز فکر را نشان داده‌اند. به نظر نگارنده، چیدمان تمامی عوامل موجود در یک زیست‌بوم برای به وجود آوردن زیست‌بوم مشابه، از شروط لازم، ولی کافی نیست. اینجاست که نگارنده به چالش فرهنگ به عنوان تعیین‌کننده نوع و کیفیت اتمسفر زیست‌بوم تکیه کرده و این چالش را با دیدی بنیادی مطرح کرده است.

فرهنگ ارزش‌آفرینی دره سیلیکون بر مبنای (۱) رقابت شدید، (۲) استقلال فکری، (۳) شکست‌پذیری (۴) تداوم در تلاش و (۵) ارزش شرکت‌های کوچک و نوپا (پذیرابودن اهمیت ارزش‌آفرینی بدون قضاوت)، توانسته تعامل موجود در زیست‌بوم را به کنشی سازنده و ثروت‌زا تبدیل کند. به تحقیق به وجود آوردن این بخش از فرهنگ را هیچ‌کدام از دست‌اندرکاران در مراکز دیگر در جهان وظیفه خود ندانسته‌اند که دلیل آن واضح است: فرهنگ‌سازی؛ هزینه اجتماعی، زمانی و منابع بسیار زیادی لازم دارد و به طور مشخص نیز طریقه‌ای (فرهنگ‌سازی) است که ظرافت‌های لازم جامعه‌شناسی و روانشناسی اجتماعی آن را نمی‌توان به راحتی و بدون هنجارشکنی به کار گرفت. بنده نیز به طور کلی با مفاهیم «فرهنگ‌سازی» ناآشنا هستم و از سر نادانی استفاده از آن را توصیه نمی‌کنم، اما در شناسایی عوامل بازدارنده در به وجود آوردن فرهنگ مناسب کوشا بوده‌ام و این نیز به خاطر تاریخچه تجربه شخصی خود در راه‌اندازی شرکت‌های متعدد نوپا (استارت‌آپ) بوده است. یکی از عوامل بازدارنده به نظر بنده، نداشتن استقلال فکری و یا شاید بهتر باشد بگویم اشتباه جوانان ارزش‌آفرین در چگونگی مستقل‌بودن فکری است. ارزش‌آفرین ایرانی باید با چالش‌های بسیار بیشتری دست‌وپنجه نرم کند، چالش‌های منابع، بازار محدود، دسترسی نداشتن به منابع جهانی، ساختارهای نامناسب فناوری، مجوزی و قانون‌محوری، همگی این کمبودها را در ۵ سال اخیر به آسانی مشاهده کرده‌ایم با اینکه شاید به تک‌تک آنان توجه

در اکثر ایالت‌ها در ایالات متحده در ۵۰ سال اخیر سعی بر به وجود آوردن مدلی مشابه به دره سیلیکون آزمون شده است. از کریدرور جاده ۱۲۸ در بوستون (Corridor, Boston ۱۲۸ Route) تا مثلث تحقیق در کارولینا (Research Triangle) و کوچه‌های سیلیکون در نیویورک (Silicon Alley) همه و همه تکه‌هایی مشابه را ساخته و تا حدی نتایج برجسته ولی گوشه و کناری داشته‌اند. دره سیلیکون هنوز بیش از ۵۰ سال است که مرجع شناخته‌شده فناوری و نیز رهبر نوآوری و خلاقیت در حیطه‌های مختلف فناوری است. جالب اینکه حتی فناوری‌های تولیدشده در نقاط دیگر آمریکا یا دنیا نیز شرایط دره سیلیکون را جهت توسعه و ورود به بازارهای جهانی بهتر دانسته و به آنجا مهاجرت می‌کنند. پس تأثیرگذاری حرکت‌های ارزش‌آفرینی روی یکدیگر در هر کجای دنیا که باشند را نمی‌توان نادیده گرفت. منطق، با ارائه وجود مسلم آمار و حقایق، آنچه در دره سیلیکون می‌گذرد را قابل‌تکرار نشان می‌دهد ولی نمی‌تواند همان‌گونه با استفاده از آمار و حقایق چرایی اینکه این اتفاق در جاهای مختلف شکل نگرفته را نشان دهد! پس با استفاده از منطق و بر مبنای آمار و داده‌های مشهود و به وجود آوردن عوامل فعال در آن زیست‌بوم نمی‌توان نمونه مشابه را به وجود آورد. تجربه و تحقیقات نگارنده نشان‌دهنده عواملی هستند که به دلیل نداشتن خاصیت شمارش و آماری، به کارگرفتنشان سخت و تا حدی غیرممکن است. این عوامل که بیشتر فرهنگی، رفتاری و شناختی محسوب می‌شوند را بیشتر با اثری که داشته و دارند، می‌شناسیم و می‌توانیم اندازه‌گیری کنیم، بنابراین می‌دانیم که هستند ولی کمتر به ریشه و منشأ آن‌ها فکر می‌کنیم. به طور مثال، زیست‌بوم طبیعت شمال کالیفرنیا که شخص را تا حد زیادی از حساس بودن و آماده بودن در مقابل سرما و گرما فارغ از دغدغه می‌کند، چگونه بر لباس پوشیدن معمول آدم‌ها و خصوصاً جوانان تأثیر گذاشته و این دغدغه نداشتن چگونه مد و طریقی که همه ما با آن آشنا شده‌ایم (تی‌شرت، شلوار جین و یا شورت و شلوارک) را بسیاری از نطفه‌های موجود در اروپا و آسیا کپی و تکرار کرده و می‌کنند! در صورتی که این نوع بی‌دغدغه‌بودن شاید در آرهوس دانمارک (Aarhus, Denmark) با متوسط دمای ۴ درجه در زمستان که منجر به سرماخوردگی شدید خواهد شد را نباید و نتوان ترویج کرد ولی دره سیلیکون لباس و





راهکاری نکرده‌ایم.

یکی از نمونه‌های بارز نبود استقلال فکری اعلام و شناسایی «سرمایه» به عنوان یکی از اولین منابع موردنیاز استارت‌آپ‌ها در ایران است. به نظر می‌رسد این شناسایی اولین بار به وسیله دولتمردان با دغدغه اشتغال‌زایی مطرح شد و سپس با راهکارهایی مانند صندوق نوآوری و شکوفایی مطرح و به کار گرفته شد. دولت که مسئولیت پرورش زیست‌بوم نحیف فناوری را از آن خود می‌داند، به سرعت این مسئولیت را به «مالکیت»، که با در دست داشتن منابع مالی و نسبتاً کلان کشوری امکان آن را می‌دید، تبدیل کرد و دولتمردان دروازه‌های «دانش‌بنیان»، «خلاق»، مجوز پارک‌های فناوری و مراکز رشد و... را بنا نهادند تا مبادا عنان «فرهنگ‌سازی» از کنترل آنان خارج شود. اینکه منابع دولتی، منابع کشور و تمامی هموطنان است، بحثی نیست، اما ماجرا از آنجا نشأت می‌گیرد که پول بیت‌المال تفاوت زیادی با نفت ملی ندارد و آوردن مستقیم هر دو به سفره مردم «بودار» و ناشایسته به نظر می‌رسد و تاکنون تجربه مثبتی در این مهم نداشته‌ایم. با گذشت بیش از ۶ سال از آغاز مرکز «مپس»، بنده هنوز ارزش‌آفرینی را ملاقات نکرده‌ام که در بدو شروع اولین منبع لازم برای ارزش‌آفرینی را تحقیقات بازاری و شناخت اعلای خود از نیاز بازار و یا محدودیت‌های فناوری و زیرساختی اعلام کرده باشد و یا چگونگی تبدیل منابع انسانی به سرمایه انسانی را راهکار بقای استارت‌آپ خود بدانند. این توجه به سرمایه و به کاربردن نیروهای سازمان نحیف یک استارت‌آپ برای جلب آن باعث شده است که راهکارهای زودبازده و بازه‌های زمانی کوتاه، مدنظر همه قرارگیرد و توجه را از اهداف اساسی که به توسعه و پایداری یک طرح و پتانسیل

آن برای ثروت‌افزایی می‌انجامند، منحرف کنند. نگارنده در این بازه، دولت و تمامی ساختارهای دولتی را مقصر دانسته و با برحذر داشتن جوانان ارزش‌آفرین از استفاده از منابع دولتی سعی کرده‌ام که مساله استقلال فکری را به عنوان عاملی تأثیرگذار و بخشی از عوامل موجود در دنیا برای موفقیت و توسعه زیست‌بوم فناوری مطرح کرده و بر آن تأکید داشته‌ام. استقلال فکری به معنای مرسوم آن موردنظر نیست بلکه استقلال از تمامی دغدغه‌هایی است که بازدارنده و یا مشوق‌هایی که در میان‌مدت و کلان‌مدت مخرب هستند. بر این عقیده‌ام که تشویق ارزش‌آفرینان به جلب سرمایه از هر منبعی، تشویق آنان به مصادق «هم‌رنگ جماعت‌شدن» است که نتایج مثبتی در پی نخواهند داشت، ولی تشویق آنان به بقا با تمرکز روی نکات قوت و نیز به دست آوردن نرخ رشد استثنایی (با میزان و یا کمی آن تفاوت دارد) تا شاید به مرحله‌ای برسند که سرمایه‌گذاران به سوی آنان بروند که امری کاملاً متفاوت و بسیار مناسب است. بر این عقیده بوده‌ام که ساختار، در شکل‌گرفتن محتوا نقش اول و اساسی را دارد. با این برداشت باید دید گرفتن وام‌های بانکی و یا دولتی اجازه می‌دهد که محتوا به طریقی که موردنیاز بازار است، شکل گیرد و یا متأثر از پروپاگانداي دولتی و تعهدات بانکی دست به تولید آمار و ارقام بدون تأثیر و یا خدای‌ناکرده دروغین خواهد زد. آیا ارزش‌آفرینی که هنوز در مراحل اولیه یادگیری مفاهیم اولیه امور مالی (فاینانس) در حیطه تجاری است را باید به گرفتن وامی چندصد میلیونی و یا میلیاردي ترغیب کرد؟ با این ترغیب، آینده او را چگونه و به چه سوی سوق می‌دهیم؟ خرد ایجاب می‌کند که ساختار نگاه‌های تجارتي را زمانی که آماده پذیرش سرمایه کلان هستند، بدان سوی ببریم.

التزام جلب سرمایه برای چند استارت‌آپی که منتظر یک میلیارد تومان سرمایه هستند تا فرو نپاشند، مبنای خردمند تصمیم گرفتن را عوض نمی‌کند و با اینکه بنده مشخصاً منعی در آن نمی‌بینم، اما تأسف و مرحمت الهی را برای آن بانک‌هایی باید خورد و خواست که بدون خردمندی و شاید بر مبنای توصیه و رانت و یا به اقتضای شعارهای اقتصادی، وام‌هایی آن‌سان برای پایداری شرکت‌هایی می‌دهند که شاید در مراحل «تکامل از طریق انتخاب طبیعی» نباید پایدار می‌بودند، مثال دیگری از نبود خرد در فرایندها را تکرار می‌کنم: ارزش‌گذاری‌های چند سال اخیر را بنگرید، در برخورد اول آن را بسیار مثبت و نمونه پیشرفت زیست‌بوم دیدیم. افتخار داشتن اولین یونیکورن سرمایه‌داری جسورانه را بیش از رسیدن به آن اعلام می‌کردیم و آن را نمونه بارزی از دستاورد اکوسیستم در حال شکل‌گیری می‌دیدیم، ولی امروز عاملی بازدارنده در جلب سرمایه‌های جدید شده است چون با ارزش‌گذاری‌های حبابی اهمیت صرفه‌جویی و دانش در استفاده از سرمایه کلان را فراموش کرده و به ارزش‌آفرینان مان نیاموختیم و نه تنها برنامه‌ها و سرویس‌های کپی‌شده را برتر دانستیم بلکه زرق‌وبرق ساختمان‌ها، دفاتر کاری و میزهای کاری شرکت‌های نوپا را هم با کپی از غرب، نمونه موفقیت دانستیم. سرمایه کلان دولتی و خصوصی به جای متمرکزشدن روی زیرساخت و به وجود آوردن بهترین آن‌ها در آسیا که می‌توانست و می‌توانستیم به آن افتخار کنیم، روی ظاهر و آمار اشتغال و پروپاگاندا‌ی نمایشگاهی متمرکز شد. شاید در این مرحله طبیعی باشد که بپرسیم اگر منابع دولتی و یا بانکی و خصوصی را نگیریم، در این دوران بحرانی چه باید کرد؟ به هر حال نگرش واقع‌بینانه نشان می‌دهد که شرکت‌های نوپا بیشتر از هر زمان دیگر دچار بحران مالی شده‌اند و سوال این است که برای آنان چه باید کرد؟ من می‌توانم با کمال میل در این گفتمان شرکت کنم و تا آنجایی که دانش و تجربه و تخصص اجازه می‌دهد، به راهکارها اشاره و توصیه کنم. مشخصاً در مسیر طوفان قرار گرفته‌ایم و دانش آن مشوقی کافی است که راهکار مقابله و چاره‌ساز پیدا کنیم. اما به قولی حتی در زمان‌های سخت و پر از التهاب هم، خرد و عقلانیت را نمی‌توانیم کنار بگذاریم، فقط باید طبیعت خود را تنظیم کنیم که با استقلال فکری و با سرعت زیاد، بقا و پایداری را با اصولی که خرد توصیه می‌کند، همگون و هم‌سو سازیم.



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های احسان تکلو، کارشناس مدیریت کسب‌وکار



«احسان تکلو» کارشناس حوزه کسب‌وکار است که در مقابل دوربین مستند «لاتارینو» ساخته «معجد رستگار» و به تهیه‌کنندگی «حسن پناهی» هم ظاهر شد. این مستند گویای تأثیر فرهنگی زیست‌بوم استارت‌آپی بر زندگی جوانان و نقدی صریح و جدی بر عملکرد معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بود. او چه در بخش‌هایی از این مستند و چه در مصاحبه‌هایش با رسانه‌های مختلف از جمله «سیمافکر» همواره سعی کرده به واکاوی آنچه در این یک دهه رخ داده بپردازد، از این رو، با گفتگوها، یادداشت‌ها و مصاحبه‌هایش همراه شدیم تا شاید به تصویر درست‌تر و البته واقعی‌تر از این دوران برسیم.

استارت‌آپ، ته‌تغاری چشم‌رنگی ایران

آیا استارت‌آپ‌های آی‌تی محور علاج اقتصاد ایران بودند؟

■ به چالش کشیدن باوری ده ساله: کدام نوآوری؟ کدام دانش‌بنیان؟

سال‌ها بود که اقتصاد تماماً نفتی ایران نقل محافل سیاسی و اقتصادی کشور شده بود و همه درباره آن هشدار می‌دادند و هر کسی برای خروج از آن نسخه‌ای می‌پیچید. پُر واضح بود که اقتصاد ایران به یک گفتمان تحول اقتصادی یا یک تکان اساسی نیاز دارد تا از این مخمصه قدیمی خارج شود. از اواخر ده هشتاد و اوایل دهه نود بود که تحولات جهانی در فناوری اطلاعات به ایران هم رسید و با دسترسی عمومی جامعه به اینترنت 3G و 4G مفهوم جدیدی به نام اقتصاد دیجیتال در ایران شکل گرفت. با روی کار آمدن دولت روحانی مأموریت مهم ریاست معاونت علمی و فناوری به دکتر ستاری رسید که بسیار جوان‌تر از کابینه نسبتاً مسن دولت وقت به نظر می‌رسید. او از همان روز اول نوید خروج از اقتصاد نفتی را داد و اعلام کرد که فناوری تنها راه تحول اقتصادی کشور است. برای کشوری که سال‌ها در حصار یک اقتصاد نفتی محبوس شده بود این شعارها رنگ و بوی گفتمان توسعه اقتصادی می‌داد. همین شد که به تدریج ادبیات جدید استارت‌آپی و نوآوری باب شد و دیری نگذشت که جوانان کشور که تعدادشان در آن زمان کم هم نبود به جریان جدید «نوآوری باز» پیوستند، بازگشت خارج‌نشینان از ایران و جذب سرمایه خارجی، برگزاری رویدادهای متعدد و جشنواره وب و موبایل، راه‌اندازی وی‌سی‌ها و شتاب‌دهنده‌های متنوع تب تندی را در کشور به راه انداخت که اتفاقاً زود به عرق نشست. تا

به خودمان آمدم اغلب دولتمردان و مسئولین کشور با یکدیگر هم‌صدا شدند که چه نشتید که راه خلاصی کشور از اقتصاد تماماً نفتی آن دوران به ایده تحقق اقتصاد دانش‌بنیان گره خورده و راه‌حل آن از مسیر کارآفرینی جوانان ما و ایجاد کسب‌وکارهای نو با ایده‌های استارت‌آپی می‌گذرد و این شد خلاصه سیاست‌گذاری حوزه علم و فناوری ایران در دهه نود و تا جایی پیش رفت که به ایده پیش‌برنده تحول اقتصادی ایران بدل شد که هم توقع بخش حاکمیتی و هم غیرحاکمیتی کشور شد. معاونت بازاری شروع شده را همچنان ادامه می‌داد و او که تا پیش از این داعیه توسعه علم و فناوری را داشت حالا هم‌زمان متولی گفتمان استارت‌آپی در کشور شده بود و همین باعث شد تا استارت‌آپ را به دانش‌بنیان هم گره بزند و هیچ کسی هم نبود که فریاد برآورد که کجای فروش آنلاین غذای «مامان‌پز» دانش‌بنیان و فناورانه است؟ همان معدود نمونه‌های موفق هم کپی‌کاری کسب‌وکارهای خارجی بودند که قبلاً در جای دیگری امتحان خود را پس داده بودند. عجیب آن‌که رخدادهای عادی در جهان به یک‌باره در ایران به موضوعی غیرعادی بدل شد و در حالی که از کانتکس جهانی‌اش فاصله می‌گرفت به یگانه الگوی اقتصادی ایران بدل شد که اگر بی آن را نمی‌گرفتیم عقب‌مانده بودیم غافل از اینکه معاونت اگر دست روی دست هم می‌گذاشت و جریان استارت‌آپی را در بوق و کرنا هم نمی‌کرد که ای کاش نکرده بود! باز هم همین شرکت‌های امروزی در سیری طبیعی پدید می‌آمدند کم‌اینکه پیش از معاونت علمی هم وجود داشتند.

■ حمایت اجتماعی و سیاسی همه‌جانبه از ایده ناکارآمد تحول اقتصادی با گفتمان استارت‌آپی چگونه ممکن شد؟

اگر گفتمان استارت‌آپی برای تحول اقتصادی ایران یک ایده ناپخته و کودکانه بود چرا اغلب نهادها و جریان‌های سیاسی از آن حمایت کردند؟ گذشته از اینکه در آن زمان تقریباً هیچ گفتمان جدی و قوام‌یافته اقتصادی و سیاسی در کشور وجود نداشت تا با آنچه ظهور کرده بود، مقابله کند و حتی نهاد دانشگاه هم در مقابل چنین جریانی ایستادگی نکرد اما مهم‌تر از همه این بود که این جریان به دلایلی به مذاق حاکمیت خوش می‌آمد. اول اینکه دولت با حمایت از چنین گفتمانی می‌توانست تا مدتی به معضل اشتغال ده‌شصتی‌ها پاسخ دهد و به جوانان جویای کار این‌گونه القا کند که باید خودشان دست به کار شوند و کارآفرینی کنند. دولت با این گفتمان همراه شد چون ظرفیت حل بسیاری از مسائل دولت را داشت و دوم اینکه اغلب آرمان‌های عمومی انقلاب مانند اهمیت به دانش و رشد و اعتلای کشور و جامعه را به عاریه داشت و این گفتمان مستعد این بود که یک سیاست‌مدار بدون در نظر گرفتن منافع ملی یک رزومه قوی از انقلابی‌گری‌هایش بسازد!

موضوع اصلی این بود که اقتصاد دیجیتال مبتنی بر فناوری اطلاعات می‌توانست به سرعت تمام جهان را فراگیرد و نسبت به اقتصاد سخت فرصت بی‌نظیری برای ظهور آبرشرکت‌هایی ایجاد می‌کرد که بسیار الهام‌بخش بودند. اینکه جوانی از قشر فرودست می‌توانست از هیچ، رشد کند و طبقات اجتماعی را در هم بشکند و حتی میلیاردر شود! خصلت نمایش‌گونه گفتمان استارت‌آپی تصویری از جهان ساخت که نه تنها عموم مردم بلکه لایه نخبگانی و سیاست‌گذار ما را فریب داد تا داستان یک خطی ساده‌انگارانه‌ای که جوانی در کنج زیرپله خانه‌اش تنها با یک ایده نوآورانه غول‌های فناوری جهان را ساخته است، باور کردند، در حالی که واقعیت چیز دیگری بود. گفتمان نوآوری امتدادی از دنیای سرمایه‌داری به دنیای آبرسرمایه‌داری است که جهان را از شرکت‌های منطقه‌ای به شرکت‌های بین‌المللی می‌رساند، یعنی یک تجمع سرمایه بزرگ که باعث می‌شد شرکتی به کل دنیا خدمات دهد و با الگویی رفتار مصرفی جهان را به هم نزدیک کند اما فقط تصویر ساده‌ای از آن

■ چرا شرکت‌های استارت‌آپی و دانش‌بنیان نمی‌توانستند نسبتی با توسعه کشور و تحول اقتصادی پیدا کنند؟

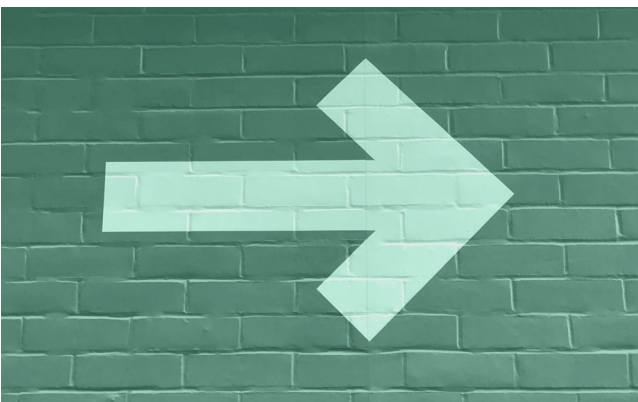
به راستی مگر چه ایرادی داشت که شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی موجب تحول اقتصادی ایران شوند، مگر شعارهای دکتر ستاری چه اشکالی داشت؟ داستان از این قرار بود که معاونت علمی و فناوری که اکنون امتیاز «دانش‌بنیان» بودن یا نبودن را همچون یک علامت تجاری در انحصار خود دارد؛ تعبیر عجیبی از تحقق اقتصاد دانش‌بنیان در کشور داشت و تصور می‌کرد اگر هر ساله بر تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان بیفزاید احتمالاً اقتصاد دانش‌بنیان محقق خواهد شد و کشور تحول اقتصادی را تجربه می‌کند، غافل از اینکه چیزی که بتواند اقتصاد ایران را دانش‌بنیان کند پیش از همه باید در حد و اندازه‌های اقتصاد ایران و تولید ناخالص داخلی‌اش باشد. به وضوح پیداست که گفتمان اقتصاد دیجیتال در ایران در تناسب با گردش مالی اقتصاد ایران اصلاً به اندازه‌ای نیست که بتوان به آن به عنوان مدلی برای تحول اقتصادی حتی فکر کرد و نه تنها اکنون بلکه به نظر می‌رسد در آینده هم چنین ظرفیتی نخواهد داشت. شاید روزی توسعه استارت‌آپ یا اقتصاد آی‌تی محور در جهان بتواند به عنوان الگو پیش‌برنده اقتصاد مطرح شود اما هنوز کشوری در جهان نیست که یگانه ایده پیش‌برنده اقتصادش همین استارت‌آپ‌ها باشند، حتی در آمریکا، مهد سیلیکون‌ولی هم سهم اقتصاد دیجیتال از کل اقتصاد آن کمتر از ده درصد است! به علاوه ایده اقتصاد دانش‌بنیان به شکلی که در داخل کشور وجود دارد چندان مابه‌ازای جهانی ندارد گویا یک گفتمان بومی است و متأسفانه حتی همین ساخته وطنی هم مانند بسیاری از مسائل در جمهوری اسلامی فقط در سطح ایده باقی مانده و در تبدیل شدن به استراتژی و سیاست ضعف جدی داشت و کشور در برخورداری از متفکرانی که باید این ایده‌ها را بگیرند، هضم کرده و تبدیل به سازه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کنند، خلأ جدی داشت و همچنان هم دارد.



رقابتی کشور یعنی نیروی جوان ارزان قیمت با الگوی اقتصادی ایران یعنی پیشگامی اقتصاد دیجیتال نداشت و نمی توانست یک راهبرد اقتصادی باشد درست برعکس تصمیم چین در ۴۰ ساله گذشته درباره اقتصاد که با توجه به همین مزیت رقابتی نیروی انسانی ارزان به تولید در مقیاس کوچک با محوریت نیروی انسانی و راه اندازی کارگاه های کوچک و متوسط اقتصادی روی آورده است. الگوی سیاسی و توسعه ای ما نتیجه ای متناسب با خودش خواهد داشت فارغ از اینکه سیاستمداران ما متوجه آن باشند یا نه؟ وقتی سیاستمداری قادر به درک چنین موضوع ساده ای نیست که یک الگوی سیاسی و اقتصادی از چه آبخشوری می آید و چه نتایجی می تواند داشته باشد باید انتظار داشته باشیم که این بلاها بر سر ما نازل شود. این ساده انگاری سیاستمدار ما در قبال مسائل پیچیده و چندلایه سیاست گذاری، ریشه در سیاست زدایی از این مسائل داشت که موجب شد تا این ایده ها قدرت تبدیل شدن به یک گفتمان سیاسی یا ظرفیت به عهده گرفتن تحولات اقتصادی را پیدا نکنند، چون ایده پردازان آن ها ظرفیت لازم برای ایجاد یک گفتمان سیاسی یا تحول اقتصادی و راهبردی کشور را نداشتند. هر کسی که کمترین درکی از علوم انسانی و کارکرد مدل های اقتصادی و سیاست های مختلف اقتصاد سیاسی داشته باشد، می تواند دریابد که هر سیاستی چه تبعاتی دارد ولی وقتی سیاست گذار ما اساساً مساله را هیچ وقت آن قدر جدی نمی گیرد و فکر کردن به ابعاد مختلف مساله ای تا این حد مهم به نظرش پیچیده کردن موضوع می آید ما هیچ وقت نمی توانیم توقع داشته باشیم که این الگوها تحول اساسی ایجاد کنند! چه تأسف بار که حالا پس از گذشته یک دهه می بینیم جریان استارت آپی نه تنها تحول اقتصادی ایجاد نکرده است بلکه تنها جهت گیری نیروی انسانی متخصص کشور را تحت الشعاع قرار داده تا در مقطعی جذب جو و فضایی شود و به نوع خاصی از زیست انسانی خود کند که چندان سودی برای او و مملکت نداشت.



به ما بازتاب شد که دیگر قدرت ویژه ای وجود ندارد و همه آدم ها می توانند در آن موفق باشند. در چنین بازی فریبکارانه ای خلا جدی سیاست و سیاست گذاری در کشور به بزرگترین معضل ما بدل شد. در حقیقت داستان شانه خالی کردن دولت از زیر بار این بود که باید الگویی برای تحول و پیشبرد اقتصاد می داشت و سپس واسپاری ساده انگارانه آن به مردم بود تا از این پس برای دولتی نبودن اقتصاد، مردم خودشان اقتصادی بسازند! یکی از ویژگی های مهم مطالعه سیاست های استارت آپی در این یک دهه این بود که موضوع ابداً برای هیچ کسی سیاسی نبود، نهادها و جریان های سیاسی کشور که در کوچکترین مسائل سیاسی با هم کش و قوس فراوانی داشتند در این موضوع خاص هیچ گونه موضع گیری سیاسی نمی کردند، اتفاق نظر واحدی داشتند و گویا دولتمردان از مساله ای تا این حد سیاسی، فهم سیاست زدایانه داشتند. در حالی که گسترش گفتمان استارت آپی بسط یک سیاست ثنوبرال در جهان بود که یک الگوی کاملاً ابرسرمایه داری را ترویج می کرد اما دولتمردان سعی داشتند آن را به عنوان یک الگوی خنثی اداره و سیاست گذاری و البته امری بدیهی بدانند این اوج اختگی مساله سیاست در ایران را نشان می داد. غالباً در مواجهه با شرکت های آی تی در جهان سیاست گذاران نقش یک تنظیم گر و رگولاتور را بازی می کنند و با وضع قوانین سختگیرانه و ضدانحصاری از بازیگران خرد حمایت می کنند اما در یک دهه گذشته سیاست گذاران ما در تحول اقتصادی نقشی معکوس و حمایتی ایفا کردند؛ به تعبیری دولت طی یک تصمیم سیاسی مهم ظرفیت رانت را در مورد این شرکت ها افزایش داد که متأسفانه دولتمردان ما ابعاد سیاسی آن را هرگز نفهمیدند که با یک تصمیم کاملاً راستگرایانه رقبا کوچک را از میدان به در کرده و تجمیع سرمایه را رقم زدند که لزوماً اتفاق بدی نبود اما طبیعتاً با اهدافی که داشتیم مغایرت داشت. در آن سال ها مزیت



ازدهای خفته

هجوم دولتی‌ها به زیست‌بوم استارت‌آپی کشور چه پیامدهایی به دنبال داشت؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های ناصر غانم‌زاده، فعال زیست‌بوم استارت‌آپی کشور

هم در سیلیکون‌ولی با مدیران و استارت‌آپ‌های بزرگ حشر و نشر داشته اما عاقبت به جایی نرسید. او آن قدر هم شناخته شده است که نمایندگی رویداد جهانی Lean Startup Machine در ایران را به هم او داده‌اند. غانم‌زاده بیش از هر شخص دیگری صلاحیت اظهارنظر درباره زیست‌بوم نوآورانه کشور را دارد. نقدهایی او به سیستم حمایت و دخالت‌های دولت در فضای استارت‌آپی و از همه مهم‌تر وی‌سی‌ها و کارهایشان شنیدنی است. این معرفی سلسله گفت‌وگوهای «تاریخ شفاهی وب» از ناصر غانم‌زاده است که در تیرماه سال ۹۹ با او مصاحبه‌ای کرده است که در اینجا مضمونی از آن را بازنشر می‌کنیم.

«ناصر غانم‌زاده» از قدیمی‌های زیست‌بوم استارت‌آپی ایران است. هم‌نسل همان ویلاگ‌نویس‌های دهه ۸۰ که شروع به نوشتن کردند. او که به نوعی خاک‌خورده زیست‌بوم استارت‌آپی محسوب می‌شود برای اولین بار خودش کلمه «اکوسیستم» را بر زبان آورد. غانم‌زاده یک استارت‌آپ حسابداری به عنوان «نیو» دارد و پیش‌تر هم در کسوت مشاور راه و چاه را به استارت‌آپ‌ها نشان می‌داد. مدتی مدیر شتاب‌دهنده «فینووا» بوده و حتی با تأسیس شرکت سرمایه‌گذاری «اپاتان»، وارد حوزه سرمایه‌گذاری هم شد. شرکتی که به گفته خودش برای راه‌اندازی‌اش دو ماه و نیم در استنفورد آمریکا دوره آموزشی وی‌سی را گذراند و دو ماهی

■ جرقه تشکیل زیست‌بوم استارت‌آپی ایران چگونه زده شد؟

بود و تب‌وتاب کارآفرینی در کشور حسایی داغ شده بود و جامعه تا حدودی به سمت کارآفرینی سوق پیدا کرده بود. حتی خاطرمد هست که وزارت کار طرح دوره‌های آموزش کارآفرینی ۷۲ ساعته و گام‌به‌گام را به صورت کشوری برگزار می‌کرد که مختص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط طراحی شده بود. همین موج کارآفرینی، برگزاری دوره‌های آموزشی برای کسب‌وکارها، انرژی نهفته جامعه در دوره احمدی‌نژاد و خیل عظیم دانش‌آموختگان بیکار حوزه آی‌تی همه دست‌به‌دست هم داد

زیست‌بوم استارت‌آپی کشور برخلاف تصور بسیاری از اوایل ده نود شمسی آغاز نشده است بلکه سال‌های پیش از آن یعنی از اواخر دهه ۸۰ تا سال ۹۱ در شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی کشور مهم بوده است، سال‌هایی که «دیجی‌کالا» و «کافه‌بازار» متولد شدند و ده‌ها استارت‌آپ دیگر هم روی کار آمدند و شکست خوردند و کسی هم خبردار نشد. دوران پر فرازونشیب دولت دهم

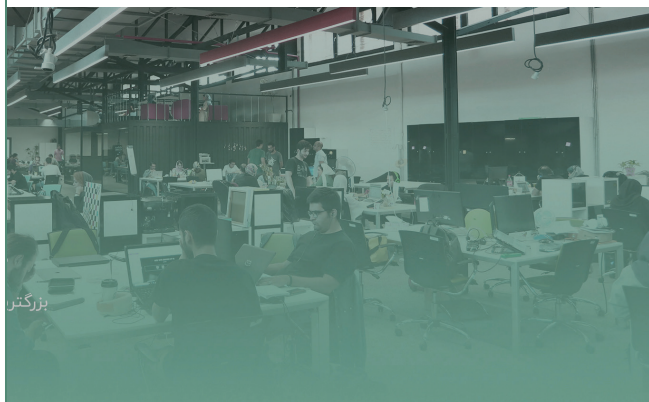
دولتی استفاده کنند. به رغم خدماتی که «سرآوا» به زیست‌بوم استارت‌آپی ایران روا داشت دو ضربه مهلک به آن وارد کرده است: اول اینکه مخارج شرکت سرآوا به دلیل ارتباط با دولت و گرفتن جا و پول نسبت به دیگران کمتر و ارزان‌تر می‌شد، همین موجب شد سایر بازیگران مستقل به این عرصه ورود نکنند، چون در چنین وضعی ریسک سرمایه‌گذاری خصوصی‌های مستقل بالاتر می‌رفت. دوم اینکه شرکت سرآوا ارتباط نزدیک به دولت و استفاده از رانت را به معنای واقعی نهادینه کرد؛ بنابراین استارت‌آپ‌ها پیوسته سعی داشتند تا به هر طریقی خودشان را به دولت نزدیک کنند، چون با وجود رانت برای یک استارت‌آپ، مزیت رقابتی برای بقیه آن‌ها از بین می‌رفت. ناگفته نماند که به گواه کارآفرینانی که آن زمان به سرآوا مراجعه می‌کردند قراردادهای این شرکت چندان هم منصفانه نبود اما چون در آن برهه فقط این شرکت بود که عملاً سرمایه‌گذاری می‌کرد، مصداق کاجی به از هیچی پیدا کرده بود! نوع قرارداد و رویکرد سرآوا موجب شد به جز درباره دو، سه استارت‌آپ اصلی، سایر کسب‌وکارها شکست خوردند. به جز سعید رحمانی که با بقیه افراد سرآوا یک سر و گردن فاصله داشت، معضل این شرکت جذب افرادی بود که ماهیتاً استارت‌آپی نبودند و طبیعتاً ارتباط خوبی با استارت‌آپ‌ها نداشتند و این موضوع باعث خستگی و استهلاک استارت‌آپی‌ها می‌شد.

■ فرمان به دست دولت: اقدامات مخرب دولت

در زیست‌بوم استارت‌آپی ایران چه بود؟

هجوم دولتی‌ها به زیست‌بوم استارت‌آپی تا جایی ادامه داشت که حتی در برهه‌ای از سال ۹۵ کنترل از دست سرآوا هم خارج شد. دولتی‌ها به ویژه معاونت علمی و فناوری وارد این حوزه شدند. در واقع در آن دوران به تعبیری فرمان را به دست دولتی‌ها دادند اما دیگر آن را به ما پس ندادند که تبعات زیادی داشت. دولتی‌ها با ورودشان حتی استارت‌آپ‌ویکند را هم منحرف کردند، از نام خارجی‌اش ایراد گرفتند و با سوسپسید دادن به آن، این رویداد را در حد یک اردوی بی‌کیفیت تنزل دادند و به اقداماتی دست می‌زدند که تناسبی با اهداف استارت‌آپ‌ویکند نداشت. از طرفی چون معاونت برای کمک مالی به کسب‌وکارها ناعادلانه رفتار می‌کرد، موجب حبّ و بغض عده‌ای شده بود که بعدها شروع به تخریب زیست‌بوم کردند. معاونت و نهادهای دولتی اصولاً خصوصی‌ها را درک نمی‌کردند، به‌ویژه استارت‌آپ‌ها که بخش خصوصی هم شناخت صحیحی از آن‌ها نداشت. همچنین به دلیل کمک‌های مالی به برخی از شرکت‌ها رقابت را از بین بردند. استفاده سرآوا از ارتباطاتش برای گرفتن محل پیشین آوانک (در دانشگاه تهران) هم مکافات بعدی بود که بعد از آن موجب شکل‌گیری برخی از شتاب‌دهنده‌ها شد به این امید که بتوانند همانند سرآوا از دولت کمک مالی دریافت کنند که البته بعضی‌هایشان به شکل‌های مختلف حمایت‌های دولتی هم دریافت کردند. شتاب‌دهنده هم جزو چیزهایی بود که دولتی‌ها به دلیل صدور مجوزهای بی‌رویه آن را منحرف

و به یک‌باره در زمان دولت آقای «روحانی» با برگزاری رویداد «استارت‌آپ‌ویکند» جرقه زیست‌بوم استارت‌آپی کشور زده شد. اگر بخواهم برای آن دوران اسمی بگذارم، اژدهای خفته (ژوگه لیانگ) برگرفته از کارتون «افسانه سه بردار» را انتخاب می‌کنم! گویی از مدت‌ها قبل همه پتانسیل‌ها وجود داشت و انرژی‌ها ذخیره شده بود و تنها اتفاق اوایل دهه نود این بود که فنر کشیده‌شده، به یک‌باره رها شد. بعد از آن، روزنامه‌ها و رسانه‌ها درباره استارت‌آپ‌ها شروع به نوشتن کردند. برخی از مزایا و عده‌ای از معایب آن می‌نوشتند البته آنان که از معایب استارت‌آپ‌ها می‌گفتند، به مراتب سروصدای بیشتری به پا می‌کردند. سال‌های ۹۱ تا ۹۳ دوران شکل‌گیری و رشد زیست‌بوم استارت‌آپی کشور بود که پس از آن در سال ۹۴ رشد نمایی بی‌سابقه‌ای را تجربه کرد و از اواسط سال ۹۶ به بعد در سرانحی سقوط افتاد که تا به امروز همچنان ادامه داشته اما هنوز به صفر نرسیده است.



■ سرآوا: جرأت سرمایه‌گذاری خطرپذیر یا

نهادینه کردن رانت دولتی؟

آغاز فعالیت استارت‌آپ‌ویکند در کشور به خوبی شکل گرفت و اتفاق خوشایندی بود. کمی بعدتر هم شرکت سرمایه‌گذاری خطرپذیر «سرآوا» به دست سعید رحمانی تأسیس شد. قبل از سرآوا، وی‌سی‌های دیگری در کشور وجود داشتند، به علاوه مدل‌های سنتی پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد هم بودند، اما همگی عملاً فقط نام وی‌سی را یدک می‌کشیدند و جرأت یا میل سرمایه‌گذاری نداشتند، این سعید رحمانی بود که موتور سرمایه‌گذاری در کشور را به حرکت درآورد. او خدمات زیادی برای زیست‌بوم داشت؛ مقداری سرمایه خارجی وارد آن کرد و خارجی‌ها را به‌عنوان کارشناس به کشور آورد. همه چیز خوب پیش می‌رفت تا اینکه به گفته خودشان به دلیل محدودیت منابع، کم‌کم پای دولتی‌ها را به این حوزه باز کردند، اما حقیقتاً به‌خاطر منافع شخصی‌شان بود، چون واقعاً تمایل داشتند از ارتباط و رانت

در رأس آن مدیرعامل قرار می‌گیرد، نه (General Partner) GP! و از آنجایی که سرمایه دیگران در اختیار اوست، بنابراین ترجیح می‌دهد در چند صبا‌حی که هست حقوق مدیرعاملی‌اش را بگیرد! از طرفی در صنعت وی‌سی از میان کیس‌های سرمایه‌گذاری شده برخی شکست می‌خورند، بعضی پول را برمی‌گرداند و هستند موارد معدودی که پول اولیه را چندبرابر می‌کنند، اما پیش از همه این شکست‌ها هستند که زودتر نمایان می‌شوند و در چنین شرایطی مدیرعاملی که هنوز از روی کار بودنش تا ده سال آینده مطمئن نیست تا بتواند نتیجه سرمایه‌گذاری‌هایش را ببیند چه رغبتی به این کار دارد؟ به عبارتی ساختار موجود انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری ایجاد نمی‌کند، در چنین فضای افراد برای سرمایه‌گذاری تشویق نمی‌شوند، اما ممکن است تشبیه شوند. چاره کار این بود که دولت کامیوتی (Limited Partner) LP تشکیل می‌داد، یعنی نهادها و اشخاص پول‌شان را در وی‌سی‌ها سرمایه‌گذاری می‌کردند. وظیفه و کار LPها راه‌اندازی وی‌سی نیست و به‌صورت مستقیم روی استارت‌آپ‌ها سرمایه‌گذاری نمی‌کنند، بلکه این کار را به GPها می‌سپارند، چون زبان استارت‌آپ‌ها را می‌فهمند، متأسفانه ما در کشور کامیوتی LP را شکل ندادیم. پس از قریب یک دهه هنوز باور روزهای نخست را دارم که وارد شدن به زیست‌بوم استارت‌آپی کار بسیار دشواری است. شبیه عاشق شدن است، اگرچه لذت‌هایی دارد اما در کنارش مرارت‌های پرشماری باید متحمل شد. هنوز هم معتقدم کارآفرینی اشتباه نیست، اگرچه اکنون به اقتضای شرایط کشور آن را توصیه نمی‌کنم اما واقعیت این است که کارآفرینی همیشه به‌عنوان یک گزینه وجود دارد و معایب و مزایایی هم خواهد داشت. سال‌های ۹۴، ۹۵ با اینکه مسیر زیست‌بوم استارت‌آپی ایران درست نبود، اما دست‌کم رشد می‌کرد، اما با اتفاق‌های پیاپی مانند انگ‌های سیاسی و اطلاعاتی که زده شد و رکود اقتصادی پیش‌آمده دیگر ورود به بورس هم بسیار سخت شده است. آینده سخت و مبهمی برای زیست‌بوم استارت‌آپی در پیش است، سه سال پیش معتقد بودم استارت‌آپ‌ها در ایران شکل بگیرند و بعد از اینکه بزرگ شدند از ایران بروند. اما اکنون نظر دیگری دارم حالا باید بلافاصله بعد از شکل‌گیری از کشور خارج شده و وارد بازارهای جهانی شوند و درآمد ارزی داشته باشند و نهایتاً بخشی از آن پول و تجربه را به کشور برگردانند.



کردند، مرکز شتاب‌دهی نوآوری را تأسیس کردند که وظیفه آن اعطای مجوز به شتاب‌دهنده‌ها و ایونت‌ها بود. شروع کردند به نهادسازی و به چند شتاب‌دهنده پول دادند، هنوز هم برخی از شتاب‌دهنده‌ها یا فضاهای کار اشتراکی هستند که بخشی از هزینه‌هایشان را معاونت پرداخت می‌کند. مهم‌ترین المان شتاب‌دهنده، تجربه بنیان‌گذاران و منتورها بود که در آن مقطع هیچ یک از این دو را نداشتند و اغلب افرادی که منتور شتاب‌دهنده‌ها می‌شدند، کارآمدی و تجربه لازم را نداشتند. منتورها به جای آن که کسب‌وکار خود را داشته باشند و در شرکت حضور پیدا کنند اغلب سخنران بودند و به عنوان تفتن منتوری می‌کردند که البته هنوز هم شبکه منتورها در ایران شکل نگرفته است! در اقدام دیگری همین اواخر، دولت عده‌ای مشاور را به خدمت گرفت تا روی استارت‌آپ‌ها ارزش‌گذاری کند و به آن‌ها مجوز ارزش‌گذاری هم دادند! از سال ۹۴ حرف‌ها در مورد استارت‌آپ‌ها زیاد شد، در حالی که نیازی نبود که دولت این همه سروصدا به راه بیندازد. منتقدان دولت وقت که قصد داشتند دولت را تخریب کرده و زیر فشار قرار دهند چون در این کار موفق نشدند، بنابراین شروع به تخریب استارت‌آپ‌ها کردند که این تخریب و فشارها از سال ۹۴ شروع شد و سال‌های ۹۵، ۹۶ به اوج خود رسید. در دنیا مدل سرمایه‌گذاری و تزریق پول دولتی به استارت‌آپ‌ها وجود دارد، اما نه به این شکل! در سایر کشورها دولت نقش تسهیلگر و وظیفه شبکه‌سازی دارد و پولی به استارت‌آپ‌ها نمی‌دهد، بلکه تسهیلاتی مثل اقامت الکترونیکی و ویزای استارت‌آپی می‌دهد و فرآیند ثبت را تسهیل می‌کند اما در ایران دولت مستقیماً وارد زیست‌بوم شد. حکایت وی‌سی‌ها در کشور قصه پرغصه دیگری دارد. با وجود دخالت‌های دولتی، صنعت وی‌سی در ایران دست‌کم ۲۰ سال از دانش آمریکا عقب‌تر است و با دنیا فاصله زیادی دارد. برخلاف خیلی‌ها با فراوانی پول و منابع مالی در زیست‌بوم چندان موافق نیستم، میزان سرمایه‌گذاری جسورانه کشور در سال ۹۷، به زحمت به حدود ۵۰ میلیون دلار می‌رسد که در مقایسه با معاملات چندصد میلیون دلاری در دنیا بیشتر به جوکی تلخ می‌ماند! عملاً پول خاصی به صنعت وی‌سی کشور نیامده است. همین پول‌های اندکی که از قضا آمده هم سرمایه‌گذاری نمی‌شود! علت سرمایه‌گذاری نشدن هم به استاندارد نبودن ساختار وی‌سی‌های در کشور مربوط می‌شود. ساختار وی‌سی‌ها به‌گونه‌ای پایه‌ریزی شده که

استارت آپ، انگیزه درونی مجسم

انگیزه‌های درونی در برابر سرمایه‌های هنگفت و رانت‌های سنگین، چه چیزی استارت آپ را زنده نگه می‌دارد؟



به قلم یحیی نوریان، مدیرعامل فبل

نیروی درونی است که اجازه توسعه‌های فزاینده و مقیاس عوض کردن‌ها را نیز به یک استارت آپ می‌دهد. این نیروی درونی تا زمانی که فعال است اجازه رشد و وسعت به استارت آپ می‌دهد و برای اهل سرمایه و سرمایه‌گذاری نیز این توسعه‌پذیری بی‌حدومرز از همه چیز جذاب‌تر است. حال تصور کنید جریان سرمایه به طور غیرمتناسب فراتر از نیروهای درونی یک تجربه کسب و کاری به آن تزریق شود. چه خواهد شد؟ در اینجا احتمالاً یک شبیه‌سازی از کسب و کارهای سنتی سرمایه‌محور مجدداً شکل گرفته است که این بار با خودش عنوان و برند استارت آپ را نیز یدک می‌کشد! این سرمایه‌گذاری‌های نامتناسب، چه به دلیل جوزدگی و اعتماد به تصویرسازی‌های غیرواقعی بنیان‌گذاران و چه به دلیل عدم نظارت و ساختارهایی رانتی در نهادهای عمومی و ... باشد، در نتیجه آن که از ریخت‌انداختن زیست‌بوم استارت آپی کشور و ایجاد عدم توازن باشد تأثیر مشابهی دارد. در دهه گذشته در کشور سرمایه‌گذاری وسیعی روی تجربیات به اصطلاح استارت آپی داشته‌ایم؛ چالش‌های زیاد دولت در قالب معاونت علمی ریاست جمهوری، نهادهای فرهنگی و سرمایه‌گذاری غیردولتی و حتی بازیگران خصوصی در این عرصه تأثیر زیادی گذاشته‌اند اما در موارد زیادی جریان سرمایه به سمت توسعه کسب و کارهایی با انگیزه درونی واقعی نرفته است. طبق معمول بازیگرانی در این

استارت آپ چیست؟ تعاریفی در جهان برای آن وجود دارد ولی من بنا ندارم روی آن خطوط حرکت کنم. تعریفی از استارت آپ ارائه می‌دهم که در ادامه بحث بیشتر خوانا می‌شود. استارت آپ فعالیتی کسب و کاری و یا حتی غیرکسب و کاری اما حرفه‌ایست که از صفر شروع می‌کند. پشتوانه‌های اولیه و سنتی را ندارد پس لاجرم محرک‌اش نیروی درونی است که طبیعتاً باید تا منزلی مشخص آن را برساند! گاهی ممکن است در کسب و کار یا رسته‌ی کسب و کاری شروع به فعالیت کنیم که بر تجربیات، دانش و سرمایه پیش از خودمان مستقر باشد، برای مثال ادامه‌دهنده یک کسب و کار خانوادگی باشیم یا توسعه‌دهنده بخشی در یک کسب و کار مستقر. گاهی دیگر ممکن است واقعاً شروع‌کننده کاری باشیم اما سرمایه‌های بیرونی قابل توجهی نیز در اختیار داشته باشیم و همین سرمایه‌ها انگیزه حرکت ما شوند، مانند شروع خیلی از کسب و کارهای صاحبان سرمایه یا متأسفانه بسیاری از تجربه‌های رانتی! اما استارت آپ نیروی درونی دارد که با آن در مقابل مشکلات جرأت ایستادن پیدا می‌کند. از این منظر استارت آپ (حداقل ابتدای راه) دستش روی زانوهای خودش قرار دارد. دقیقاً همین نیروی درونی فعال است که به یک استارت آپ اجازه می‌دهد با مسائلی که حتی ممکن است گاهی کسب و کارهایی مستقر را به چالش بکشاند، مبارزه کند و موفق باشد. همین

خودش اگر درست دریافته می‌شد، استارت‌آب‌های این حوزه شکل می‌گرفت. جایگزینی تماس تصویری، کاهش هزینه‌های ارتباطی، تغییر روابط آنلاین و فرصت‌های جدید تجارت الکترونیک و غیره که همه در آن مقطع مخالفت‌های طبیعی وسیعی از سمت اپراتورها و بازار سنتی و... را به همراه داشت، در یک دهه بعد جایش را به انگیزه‌ی بیرونی امنیتی داد. ما به نفع و لایبی بی‌زینس‌های سنتی، مانع رشد این‌ها شدیم دقیقاً مانند زمانی که «اسنپ» و «تپسی» داشتند هندسه حمل‌ونقل را بازطراحی می‌کردند و نیروی مخالف تاکسیرانی این بازطراحی را برنمی‌تافت. بعدتر هم دیگر نتوانستیم با دو صد انگیزه‌ی بیرونی جای خالی پیام‌رسان داخلی را به راحتی پر کنیم تا انگیزه‌های درونی درست پرورش پیدا نکند، امید این‌گونه از توسعه کسب‌وکاری برای کشور نمی‌توان داشت. اما انگیزه‌های درونی چه زمانی شکل می‌گیرد؟ پیدا کردن یک صورت‌مساله واقعی و مؤثر قطعاً بخشی از شکل‌گیری انگیزه‌هاست اما ما فکر می‌کنیم پیش از هر چیزی نوعی «خودباوری» شخصی نیاز است. تا زمانی که حس نکنیم می‌توانیم یک گام مؤثر برداریم و احساس نکنیم که «می‌توانیم» شاید صورت‌مساله‌ها و فرصت‌های پاسخ و ارزش‌آفرینی چندان به کار انگیزش درونی ما نیاید. انگیزه‌های درونی ما وقتی در برخورد با مسائل و مشکلات، تحریک می‌شود که نوعی باور به توانایی در ما ایجاد و نهادینه شده باشد. به این ترتیب به نظر می‌رسد توسعه و پیشرفت کشور و خصوصاً زیست‌بوم استارت‌آبی آن نیز متوقف بر فرهنگ خودباوری است که مقدمه هر انگیزشی خواهد بود. ما در «فلب» مشغول این بخش از پازل بزرگ زیست نوآورانه هستیم. «فلب» نوعی فضای کار و کارگاه اشتراکی است که تمرکز بر خودباوری ساختی آدم‌ها دارد. این که آدم‌ها می‌توانند پیرامون خودشان را بسازند و آن طور که نیاز است آن را تغییر دهند. در «فلب» روش‌های ساختن را با عنصر طراحی که همان اندیشه در پس ساختن است، به موضوع بین آدم‌ها تبدیل می‌کنیم. آدم‌ها در «فلب» زیست می‌کنند که چطور با هر صورت‌مساله‌ای به صورت واقعی روبه‌رو شوند. زیست می‌کنند که چطور به مسائل به صورت طراحانه نگاه کنند و بعد دست به کار حل آن‌ها شوند. زیست می‌کنند تا فاصله بین ایده و اجرای آن، فاصله بین ذهن و دست و ماشین و مواد و مصالح را به صفر برسانند. در «فلب» ایده‌ها خیلی بیشتر از همیشه به واقعیت نزدیک هستند. مرزها و تفکیک رشته‌ها و مواردی از این دست نیز در این جا معنی ندارد. بسیاری از فعالان «فلب» علاقه‌مندان و دست‌اندرکاران طراحی هستند اما بستر «فلب» برای امکان تجربه توسط گروه خاصی تعریف نشده است. فضایی مانند «فلب» می‌تواند نقطه شروع باورها و انگیزه‌ها باشد. انگیزه‌هایی درونی که اگر درست شکل گرفت و نسبتش را با جهان پیرامون پیدا کرد، امید هست که بتواند یک حرکت منسجم تحت عنوان «استارت‌آپ» را رقم بزند. حالا سرمایه‌گذاری‌ها می‌توانند امیدوارانه‌تر پا در میدان بگذارند.

هندسه حضور داشته‌اند که برای حرکت‌هایی با انگیزه‌های اندک درونی، تصویرسازی‌هایی رنگی کرده‌اند و در نهایت موفق به جذب سرمایه‌های گسترده شده‌اند. در موارد قابل توجهی نیز، ورود به بازی زیست‌بوم آن‌قدر جذاب بوده است که فلان نهاد از درون خودش بخواهد به طریقی انگیزه‌های ولو سوسوزن پروپوزال کند تا بتواند مانند یک کسب‌وکار سنتی بچه‌پولداری پای آن ایده پول بپاشد و اعتبار و نام «استارت‌آپ» را نیز یدک بکشد. حضور متعدد این بازیگران نامربوط، گاهی ریخت این شبکه و زیست‌بوم را نیز نامتقارن کرده و به هم ریخته است و منجر به خلأ سرمایه برای ایده‌هایی با انگیزش‌های واقعی درونی شده است. این را در کنار برخی چالش‌های فرهنگی و سیاسی شاید بتوان از بهانه‌های مهم مهاجرت برخی از ایده‌ها و استارت‌آپ‌ها از کشور برشمرد. شاید مثال ملموس این عدم تعادل را بتوان در موضوع پیام‌رسان داخلی جستجو کرد. شاید ۱۵-۱۰ سال پیش، زمانی که نخستین شبکه‌های اجتماعی وسیع و پیام‌رسان‌های ناکامل در جهان تجربه می‌شد و در داخل نیز با «فیس‌بوک»، «وایبر» و «وی‌چت» و نسخه‌های نخست «تلگرام» و غیره سروکار داشتیم، انگیزه‌های درونی کافی برای توسعه پیام‌رسانی بومی نیز وجود داشت. این انگیزه‌ها عموماً اقتصادی و طبیعی بودند. در آن زمان آن طور که می‌شد حاکمیت کمک یا بسترسازی مناسبی برای این ایده‌ها نداشت؛ انگیزه درونی بود اما سرمایه‌ای نبود که آن را مستحکم کند. با بروز بحران‌های امنیتی ۸۸ و بعدتر، یک تلقی امنیتی و نیاز واقعی حال به پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی داخلی از سوی حاکمیت حس شده بود اما توسعه زیاد نسخه‌های خارجی و بلعیده شدن بازار اصلی توسط آن‌ها، در کنار برخی موضوعات فرهنگی و سیاسی دیگر اجازه نمی‌داد این نیاز حاکمیتی به یک انگیزش درونی برای صاحبان تکنولوژی و تیم‌های جوان آتیه‌دار تبدیل شود. پس حاکمیت دست به کار شد تا با صرف بودجه‌های وسیع این انگیزه‌ها را ایجاد کند. زودتر از آن که فکرش را بکنید، جاروبرقی‌ها پشت میز قراردادهای نشسته بودند. هنوز دقیقاً مشخص نیست چند ده میلیارد تومان هزینه شده است تا چندین پیام‌رسان عرضه و سپس جمع شود. این ایده‌ها که فاقد انگیزه‌های درونی هستند با بالا و پایین شدن بودجه‌ها و مدیریت‌ها به راحتی رها می‌شوند. با تغییر سیاست‌ها و الگوهای اقتصادی دیگر نفعی نداشته و انگیزه و ابتکار لازم را نیز برای بازطراحی مسیر حرکت خود ندارد. حتی برخی بازیگران آرموده‌شده این عرصه دوباره و چندباره نیز موفق به انجام پروژه برای حاکمیت شده‌اند، این موضوع نمودار کاملی از الگوی مورد بحثی است که مطرح کردم. سرمایه‌گذاری بر ایده‌هایی که واقعاً درونی و عمیق نیست، در بهترین حالت یک جور راه‌اندازی کسب‌وکارهای روتین و سنتی است و از این منظر نباید و نمی‌تواند عنوان استارت‌آپ را به خود بگیرد و حتی در مورد توسعه‌های پیش روی آن نیز لازم است نگاه واقع‌گرایانه‌ای داشت. انگیزه‌های درونی راه‌اندازی پیام‌رسان داخلی در زمان

فصل سوم

چندقدمی: شنیدن حقایق از زبان بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌های نام‌آشنا در ایران

در این فصل، نقطه‌نظرات جمعی از بنیان‌گذاران (فاندرها) استارت‌آپ‌های نام‌آشنا و شناخته‌شده در ایران جمع‌آوری شده است که اغلب آن‌ها در اواخر دهه هشتاد و اوایل دهه نود شمسی کار خود را آغاز کردند. آنان که از نزدیک شاهد اتفاقاتی بودند که در زیست‌بوم نوآوری کشور در جریان بود و مستقیماً در معرض تبعات تصمیمات درست و غلط اقتصادی و سیاسی آن سال‌ها قرار داشتند به خوبی می‌توانند شرح ماجرا دهند. آن‌ها شاهدان عینی یک واقعه بزرگ در تاریخ توسعه علم و فناوری ایران هستند که ثبت تجربیات‌شان منبع ارزشمند و عبرت‌آموز برای نسل‌های آینده است.

چشم در چشم واقعیت

چرا در ایران باید به جای اسب شاخ‌دار یک شتر سرسخت بود!؟



به قلم میلاد منشی‌پور، هم‌بنیان‌گذار تپسی

■ **حوزه سرمایه‌گذاری:** واقعیت این است که سرمایه‌گذاران کشور ما، نگاهی کوتاه‌مدت به دارایی دارند و با توجه به ریسک سیستماتیکی که در کشور وجود دارد، ترجیح می‌دهند به دارایی‌های پرریسک یا دیربازده ورود نکنند. اوایل دهه نود با شکل‌گیری جریان استارت‌آپی کشور، چند سرمایه‌گذار خارجی و خطرپذیر وارد کشور شدند اما به جز آن‌ها، سرمایه‌گذاران داخلی عمدتاً علاقه‌ای برای ورود به این حوزه از خود نشان ندادند. شاید بتوان گفت که پایین بودن «امید به آینده»، مهم‌ترین دلیل نگاه کوتاه‌مدت سرمایه‌گذاران داخلی به دارایی‌هایشان است. سرمایه‌گذاران ما تمایل به سرمایه‌گذاری در دارایی‌های کم‌ریسک و زودبازده دارند که دقیقاً در تضاد با ماهیت سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌هاست. در مدل‌های خارجی، سرمایه‌گذار با تزریق سرمایه معنادار در یک استارت‌آپ، شرایط را برای رشد و توسعه سریع آن مهیا می‌کند و به امید کسب سود در آینده دورتر، به انتظار می‌نشیند.

اوایل دهه نود، زمانی که موج اولیه شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها در کشور به راه افتاد، هنوز بازیگران این حوزه با واقعیت‌های موجود در کشورمان برای ایجاد و رشد یک کسب‌وکار آشنا نبودند. استارت‌آپ‌ها در کشورهای توسعه‌یافته به سرعت در حال شکل‌گیری و رشد بودند و ایده‌های جذاب یکی پس از دیگری متولد می‌شدند. توجه سرمایه‌گذاران به کسب‌وکارهای پلتفرمی و استارت‌آپی جذب شده بود و رویدادهای زیادی یکی پس از دیگری، برای تشویق ورود به این حوزه و تبدیل کردن ایده به کسب‌وکار برگزار می‌شد. در همین حال بود که موج شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها به کشور ما هم رسید و در بدو ورود، با هیجان زیاد و استقبال گسترده از سمت افراد صاحب‌ایده و مستعد کشور مواجه شد اما ادامه مسیر به شیرینی ابتدای آن نبود و به زودی، فعالان این حوزه با واقعیت‌های موجود در کشور مواجه شدند. واقعیت‌هایی که مسیر شکل‌گیری و رشد یک استارت‌آپ را، مانند سایر صنایع، به کلی نسبت به دیگر کشورها متفاوت می‌کرد. این مواجهه سخت را می‌توان به صورت خلاصه، در سه حوزه زیر دسته‌بندی کرد:

نمی‌توان آن را با سایر کشورها مقایسه کرد. برای مثال، عملیات تهیسی دقیقاً هم اندازه با عملیات شرکت کریم در امارات است اما با مقایسه، در شرایطی که متوسط قیمت ۱ به حدود ۵ است، در ارزش‌گذاری دو شرکت تفاوت به ۱ به ۳۵ می‌رسد.

تجربه این شرایط سخت و متفاوت در سال‌های اخیر، در نهایت استارت‌آپ‌ها را به سمت انتخاب مسیرهای متفاوتی سوق داد: یک عده شکست خوردند، تسلیم شدند و کار را رها کردند. عده‌ای روش‌های جدیدی مانند جذب شدن در دل کسب‌وکارهای بزرگ‌تر را برای ادامه مسیر انتخاب کردند و گروه دیگری از شرکت‌ها نیز با تغییر مدل کسب‌وکارشان، سعی کردند به سرعت به سوددهی برسند و زنده بمانند. در این میان برخی از شرکت‌ها هم که دره مرگ را طی کرده بودند، با توجه به تعداد کاربر و حجم بازاری که کسب کرده بودند، توانستند همچنان به مسیرشان ادامه دهند.

در دوران همه‌گیری کرونا، مجله کسب‌وکار «هاروارد» با انتشار مقاله‌ای، وضعیت استارت‌آپ‌ها را به شتری تشبیه کرده بود که در مواجهه با شرایط سخت، برای زنده ماندن باید از ذخایر خود استفاده می‌کرد. استارت‌آپ‌های کشور ما نیز طی دهه گذشته، متوجه شدند که با در نظر گرفتن واقعیت‌های موجود در کشورمان، نه به شکل یک اسب شاخ‌دار، بلکه باید شبیه یک شتر سرسخت عمل کنند تا بتوانند بر موانع موجود فائق آمده و به اهدافشان برسند. از دید من، با در نظر گرفتن شرایط فعلی، در آینده اقبال به این حوزه کمتر خواهد شد. به نظر می‌رسد اقتصاد دیجیتال در کشور ما، در شرایطی که می‌توانست پیشران اقتصاد کشور باشد، با الگوهای موجود نمی‌تواند نقش معناداری در توسعه اقتصاد ایفا کند. البته هنوز امید هست که این صنعت بتواند رشدی بیشتر از متوسط کشور داشته باشد و بازیگر مهم‌تری برای اقتصاد کشور باشد اما با نگاهی واقع‌بینانه، باید بپذیریم که با مدل‌های موجود، نمی‌توان اقتصاد دیجیتال کشور را هم‌تراز با سایر کشورها توسعه داد مگر آن‌که تغییر بنیادینی در ساختار اقتصاد کشور و الگوهای حاکم بر آن ایجاد شود.

■ **حوزه نیروی متخصص و استعدادها:** یکی از توانمندی‌های ما برای توسعه زیست‌بوم استارت‌آپی کشور در دهه نود، وجود متخصصان باتجربه یا فارغ‌التحصیلان مستعد به‌ویژه در حوزه فنی بود. توانمندی‌ای که عملاً با سرعت گرفتن مهاجرت در کشور به‌ویژه در سال‌های آخر دهه نود، به یک چالش جدی تبدیل شد. شرکت‌ها با این واقعیت مواجه شدند که نیروهای متخصص و مستعد، ماندگاری ندارند و تنها اندکی پس از کسب تجربه، عزم مهاجرت می‌کنند. محصل این موضوع، جنگ و رقابت برای جذب تعداد محدود افراد مستعد و باتجربه در این حوزه بود و عملاً باعث شد که استارت‌آپ‌ها برای توسعه کسب‌وکارشان، از یک سو با کمبود نیروی متخصص و از سوی دیگر با افزایش هزینه عملیاتی در این حوزه مواجه شوند.

■ **حوزه رگولاتوری و قانون‌گذاری:** مدت کوتاهی از شکل‌گیری کسب‌وکارهای استارت‌آپی نگذشته بود که مانعی با نام بخش سنتی، در مقابل فعالان این حوزه قد علم کرد. کسب‌وکارهای این حوزه در هر اندازه‌ای که بودند، با سد بزرگ بخش سنتی مواجه شدند و نبود قوانین به‌روز در این حوزه برای حمایت از کسب‌وکارهای آنلاین، شرایط را سخت‌تر کرد. عدم تناسب قوانین با ماهیت کسب‌وکارهای آنلاین، پیچیده بودن قوانین موجود، تداخل قوانین در برخی حوزه‌ها و تعدد تصمیم‌گیران، عملاً اجازه رشد سریع به استارت‌آپ‌ها را نمی‌داد. موضوعی که باعث شد بخش عمده‌ای از وقت و انرژی بنیان‌گذاران و مدیران استارت‌آپ‌ها، به جای تمرکز بر توسعه، صرف ایجاد و یا اصلاح قوانین شود، کاری سخت و فرسایشی که گاهی تا چند سال به درازا می‌کشید.

تمام موارد فوق، استارت‌آپ‌ها را با یک واقعیت کلان‌تر مواجه کرد: مدل رشد کسب‌وکار در کشور ما، شبیه مدل‌های اروپایی و آمریکایی و حتی آسیایی خودش نیست و با در نظر گرفتن واقعیت‌های اقتصادی و پیرامونی موجود، نمی‌توان عملکردی مشابه استارت‌آپ‌ها در نقاط دیگر دنیا داشت. کوچک بودن اعداد در کشورمان نیز این تفاوت را عمیق‌تر کرد. اعداد و ارزش‌گذاری‌ها در کشور ما، متناسب با ابعاد اقتصاد کشور کوچک است و



خاطرات ذهن بیمار من

چه باورهای غلطی در میان برخی از فعالین حوزه فناوری درباره عوامل موفقیت کسب و کارهای نوپا وجود دارد؟



به قلم محمد عظیمی، مدیرعامل سابق شرکت سرمایه گذاری رایان سلامت آم

کسب و کارمان کد بزند. فقط خدا می داند که مقوله کد زدن از همه چیز واجب تر است تا این مرحله را رد نکرده و تمام باگها را رفع نکنیم خیری از عرضه محصول نیست.

● سرمایه گذار با پول کافی و بی زبان: کار را که بدون سرمایه نمی توان شروع کرد، باید سرمایه گذاری پیدا کرد و با اهرم کردن سرمایه اش تسهیلات گرفت، نسبت ۱۰ برای اهرم کردن خوب به نظر می رسد! با سرمایه حتی می شود تبلیغات تلویزیونی گرفت و بیلورد زد و کل شهر را به دست گرفت.

● ایدئولوژی: تصویر زیر، نه یک حرف کم نه یک حرف بیش!



● محصول های تک ضامن موفقیت: اگر کسی هوس ورود به حوزه کاری ما را کند، دست کم ۲۰ سال طول می کشد. یک بار زحمت می کشیم و چندین سال منفعتش را می بریم. شاید ۵ سالی طول بکشد ولی همه می دانند که درخت بامبو اگر چه در ۵ سال اول عمرش رشد نمی کند ولی در سال ششم به یکباره تا ۳۰ متر هم بلند می شود.

● PR خوب: یک صفحه اینستاگرامی می سازم و فقط تجربیات کسب و کارم را به اشتراک می گذارم. حتماً یادم باشد هر

شاید عجیب به نظر برسد ولی برخی تصور می کنند موفقیت شرکت ها از چیزهایی غیر از آدم هایشان به دست می آید. شاید آنچه در ادامه خواهیم گفت بیشتر به شوخی شبیه باشد ولی در پی مرور خاطراتم جملاتی از فعالان و دست اندرکاران زیست بوم استارت آپی در ذهنم می چرخد که اگر چه باورکردنی نیست اما تک به تک این گفته ها را در رسمی ترین جلساتی که فکرش را بکنید با تیم ها و فعالین حوزه فناوری شنیده ام! در ادامه برخی از این گفته ها را بازگو می کنم:

● رنگ، لوگو، برند بوک و نام شرکت: رنگ و نام شرکت ها بسته به صنایع، متفاوتند، مثلاً در صنعت سلامت بهتر آن است که رنگ سازمانی آبی و سبز باشد و حتماً در نام شرکت واژه «سینا» به کار برود. برای القای حس فناوری هم یک پسوند io, tech یا چیزی شبیه به این ها را در انتهای نام شرکت قرار می دهیم تا موفقیتمان تضمین شود. در هلدینگ هم بهتر است اسم شرکت ها همه با یک کلمه شروع و به یک کلمه خاتمه یابند یا همگی بر وزن و آهنگ خاصی باشند، مثلاً مفاعیلن مفاعیلن فعولن!

● FS یا فایل مالی خوب: یک فایل FS خوب باید داینامیک باشد و ترازنامه را تا ۷ سال آینده هم حساب کند و در ارزش گذاریش «وک»، متغیر با بتای ۱/۵ باشد و ترمینال ولیو را هم با رشد صنعت ۵٪ در نظر بگیریم تا این گونه سهم کمتری به سرمایه گذارهای نئولیبرال داده باشیم.

● کد خوب: بعد از تهیه فایل مالی با مشخصات فوق باید یک شرکت کدنویس پیدا کنیم که با هزینه ارزان تری برای

چند قدمی

محصول را وارد بازار توسعه نیافته آفریقا کنیم. به علاوه ویزای مالی امارات را هم می‌گیریم و از شرّ پرداخت ۳۱۰ درهم هم خلاص می‌شویم!

• هیچ کاری بدون برنامه‌ریزی ممکن نیست: KPI چراغ راه موفقیت ماست. باید اهداف قابل‌سنجش، باورپذیر و واقع‌بینانه باشند. بعد از تعیین اهداف به گانت چارت خوب در می‌آوریم و وظایف (Tasks) را مشخص می‌کنیم. گزارش‌گیری هفتگی برای کنترل CPM بسیار مهم است و انحراف بالای ۲۰٪ از برنامه‌ریزی قابل قبول نیست.

• استراتژی پلن: پس از تکمیل بیانیه ارزش، چشم‌انداز را مشخص می‌کنیم و بعد از چشم‌انداز، اهداف و مأموریت‌ها را احصا می‌کنیم. برای این کار شرکتی سراغ داریم که در ازای گرفتن ۴۰۰ میلیون تومان استراتژی پلن را ۲۰ روزه آن هم با پرینت رنگی تحویل می‌دهد. اگر استراتژی پلن را از آن‌ها بگیریم برند بوک را آسانترین می‌زنند. فقط باید حواسمان جمع باشد تا برنامه کمتر از ۵ سال باشد که قیمتش ارزان‌تر شود.

• کسب‌وکار یعنی شکار فرصت‌ها: باید هر چه سریع‌تر ترندها را تشخیص دهیم و زودتر برایش راهکار پیدا کنیم. باید سعی کنیم تا در تقاطع ترندها کار کنیم مثلاً تقاطع بیوتک و نانوتک با چاشنی افسردگی و سالمندی جامعه بهترین فرصت ۵ سال آینده برای موفقیت است!

• کسب‌وکار یعنی کاربر: هر چه تعداد کاربر بیشتر، کسب‌وکار موفق‌تر است. مثلاً می‌دانید یک اپلیکیشن که ۴ میلیون نصب فعال دارد چقدر با ارزش است؟ پیش به سوی تعداد زیاد کاربر به هر قیمتی؛ اگر هم نشد اپلیکیشنی با کاربران زیاد می‌خریم و محصول خودمان را به هر زحمتی که شده به کاربران آن تحمیل می‌کنیم.

• پول نقد پادشاه است (Cash is king): باید هر طور شده به نقدینگی نزدیک شد و باید در کار از هر چیزی که می‌شود پول درآورد. می‌توانیم پشت‌بام را برای گلخانه اجاره دهیم و سایت را مگااپ کنیم، تا اپ‌های دیگر آیکون‌هایشان را در آنجا قرار دهند و از آن‌ها اجاره بگیریم و کمی بعد هم به زور مجبورشان کنیم تا پول‌شان را از درگاه ما جابه‌جا کنند.

• مصرف‌کننده حرف آخر را می‌زند: باید گشت و محصولی را پیدا کرد که مثلاً ۲۰,۰۰۰,۰۰۰ نفر از آن استفاده کنند. اگر در هر محصول ۱۰ هزار تومان سود کنیم، می‌شود سالی ۲۰۰ میلیارد تومان. حالا اگر بتوان فقط ۱۰٪ بازار را گرفت می‌شود سالی ۲۰ میلیارد تومان که خداوند برکت دهد. مگر ما از زندگی چه می‌خواهیم جز یک خانه در شهرک غرب و یک ماشین لوکس و سالی هم ۴ سفر خارجی.

• اندازه کسب‌وکار باید بزرگ باشد: اصلاً کسب‌وکاری که کمتر از ۱۰۰۰ تا خرج دارد در نباید شروع کرد. از اول باید بزرگ فکر کرد و بزرگ شروع کرد و total solution داشته باشیم. حجم capex باید زیاد باشد و مارچین سود بالای ۵۰٪ شود. حداقل

چه همایش، دوره‌می و ورکشاپ هم هست شرکت کنیم تا همه از تجربیات من در ساخت محصول لذت ببرند. همین حالا هم یک سخنرانی دارم با موضوع «آینده استفاده مجدد از کتتهای یکبارمصرف در دوران پساکرونا و پسابرجام در شهر سیرجان!» کلاً من باید در همه شبکه‌های اجتماعی باشم.

• محصول باید داده‌محور (data driven) باشد: ظاهر کسب‌وکار ما چیز دیگری است ولی در اصل ما به دنبال داده‌های مشتریان هستیم، این موضوع را به کسی نباید گفت، داده مثل خاک‌آزه‌های یک نجاری است که روزی به ارزش آن پی خواهید برد.

• چارت سازمانی: بین ماتریسی، شبکه‌ای و افقی بودن ساختار سازمانی تردید دارم، همین شد که یک مربی (کوچ) خوب به خدمت گرفتم و ۴ نفر متخصص منابع انسانی گماشتم؛ کل کار را به آن‌ها سپردم و بناست ارزیابی عملکرد ۳۶۰ درجه پیاده‌سازی کنند.

• بازاریابی: هنوز کسی ارزش بازاریابی را به اندازه من درک نکرده است؛ یک بودجه ۳ میلیارد تومانی برای ۶ ماه می‌خواهیم که یک صفحه اینستاگرام، یک کانال تلگرام راه بیندازیم و تبلیغات کنیم. با آشنایی که دارم صحبت کردم که بلیورد سر همت را ۱۵ روزه برای تبلیغات فقط دو میلیارد تومان اجاره می‌دهد. با شبکه چهار هم صحبت کردم، قرار شد هر روز ۶ صبح بعد از برنامه «لاهو تیان تا حوریان» ۳۰ ثانیه تبلیغ داشته باشیم که یک سالش می‌شود به عبارتی ۳ میلیارد تومان! باید مارکت پلن بنویسیم و سرمایه‌گذار عوض کنیم چون سرمایه‌گذار فعلی بابت این کارها پول نمی‌دهد.

• ما باید بین‌المللی کار کنیم: اینجا (داخل ایران) محصول را پایلوت اجرا می‌کنیم و بعد از اینکه باگ‌هایش به کلی برطرف شد، از استونی سرمایه جذب می‌کنیم که ۶ یونیورکون دارد و مهد استارت‌آپ‌های اروپا است، باید جهانی فکر کرد و محلی عمل نمود.

• کنترل شرکت مهم‌ترین رکن موفقیت است: باید طوری سهام‌داری کرد که مجمع به دست ما باشد، من اساساً به کسی سهام نمی‌دهم. بهترین آدم‌ها هم بالاخره قیمتی دارند. با حقوق خوب به اضافه پاداش همه را دور هم جمع می‌کنم. تیم باید قدر باشد ولی از طرفی سهام خط قرمز من است!

• تأمین‌کننده باید تحت کنترل باشد: ۱۰ همت داخل بازار می‌ریزیم و کل محصول را پیش خرید می‌کنیم و بعد آن‌ها را در ۲۰۰,۰۰۰ مترمربع انبار نگه‌داری می‌کنیم و بعد محصولات را به صورت کنترل‌شده به بازار می‌بریم و این‌گونه قیمت را پایین نگه می‌داریم تا به نفع مصرف‌کننده باشد.

• اندازه بازار مهم است: بازار ایران بسیار کوچک است، بهتر است یک شرکت در امارات بزیم تا هم دانش را انتقال داده باشیم و هم CKD قطعات را به آنجا برده و تحت لیسانس هنکل آلمان

صراحتاً به بنیان‌گذارش گفتم «تو نمی‌خواهی کار کنی و فقط اینجا را به دید یک پارکینگ نگاه می‌کنی تا زمانی که یک فرصت شغلی دیگر پیدا کنی.» شاید این فرد اگر از ابتدا صراحتاً و به دور از سانسور نیت‌هایش را بیان می‌کرد خیلی زودتر و کم‌هزینه‌تر می‌شد به او کمک کرد.

● تواضع بنیان‌گذار مهم‌ترین لازمه موفقیت کسب‌وکارها است، ما اگر تواضع داشته باشیم به راحتی ایرادات خود را می‌پذیریم و از تجربیات دیگران استفاده می‌کنیم. به سادگی آموخته‌های اشتباه خود را از ذهنمان پاک می‌کنیم. از رشد نمودن دیگران استقبال می‌کنیم و بهتر کار تیمی انجام می‌دهیم. از اشتباه کردن نمی‌ترسیم و کم‌کم صفت خوب شجاعت را در کسب‌وکار به دست می‌آوریم. شجاعتی که از تواضع به دست بیاید پیشران خوبی برای رشد کسب‌وکار است.

عواملی که در ایجاد تواضع در ما اثرات مثبتی دارند شامل:

- ۱- خودتان را با دیگران مقایسه نکنید و تلاش کنید خودتان را با خودتان مقایسه کنید.
- ۲- شنونده خوبی باشید و کمتر حرف بزنید، برای تمرین یک ساعت به صحبت‌های یک نفر در یک دیالوگ به طور دقیق گوش دهید و با احساسات او همراه شوید.
- ۳- طبیعت‌گردی کنید مخصوصاً جنگل‌نوردی، کوه‌نوردی و دریانوردی زیرا عظمت طبیعت آدم‌ها را خاشع و آرام می‌کند.
- ۴- بدون منت و حساب و کتاب به دیگران کمک کنید و در جهت رشد آن‌ها تلاش کنید.
- ۵- از واژه «نمی‌دانم» باید مطالعه کنم یا باید بررسی بیشتری کنم استفاده کنید.
- ۶- اولویت در رفع ایرادات خودمان نسبت به بیان ایرادات دیگران است.
- ۷- از شهود کردن و بدون منطق و دلیل حرف زدن اجتناب کنید.

در کل تواضع بنیان‌گذار، شاه‌کلید موفقیت در کسب‌وکارها است. کسب‌وکاری را از نزدیک دیدم که ۵ سال مسیر اشتباهی را می‌رفت و تجربیات این مسیر را هم در همه جا با دیگران به اشتراک می‌گذاشت یا بی‌زینس دیگری که نمیی از سرمایه‌اش را صرف محصولی «هایتک» کرد که در بازار هیچ خریداری نداشت و معتقد بود بازار ایران قدر او را نمی‌داند و باید مهاجرت کند ولی تواضعی که داشتند نجاتشان داد؛ سریع آموزش می‌گیرند و از تجربیات قبل استفاده می‌کنند و مسیرشان را اصلاح کرده و آماده موفقیت می‌شوند.

افتادگی آموز اگر طالب فیضی

هرگز نخورد آب زمینی که بلند است.

۳۰٪ سرمایه را از صندوق توسعه ملی بگیریم و ۳۰٪ دیگر را از صندوق نوآوری و شکوفایی یا از این VC‌های بورسی؛ در این راه ۵٪ سهم را احتمالاً از دست می‌دهیم ولی کسب‌وکار که روی غلتک بیفتد، دوساله IPO می‌شود و یک سبدگردان خوب جور می‌کنیم ۵٪ سهم شرکت را روی قیمت قبل از IPO به او می‌دهیم تا سهم را دوبرابر کند و ما سهم را خالی می‌کنیم و سراغ پروژه بعدی می‌رویم.

● ترند تکنولوژی: باید در جهت ترند تکنولوژی حرکت کرد قطعاً موفق می‌شویم (این افراد خیلی آسیبی نمی‌زنند چون اغلب فقط مشاهده می‌کنند).

● کیفیت راز موفقیت: اگر باکیفیت‌ترین و بی‌نقص‌ترین محصول را درست کنیم کل دنیا مشتری ماست (محصول این دسته افراد هیچ وقت وارد بازار نمی‌شود. این قدر طول می‌کشد تا تکنولوژی عوض شود).

● کنترل زنجیره ارزش: این مورد مهم‌ترین ضامن موفقیت ماست، ما باید توسعه پیش‌رو و پس‌رو داشته باشیم و کل زنجیره را تحت کنترل بگیریم. زنجیره را تا انتها می‌رویم تا به commodity برسیم. اصل سود همان‌جاست که دسته واسطه‌ها را قطع کنیم.

به ازای هر یک از این افراد با تفکرات فوق، چندین مدل موفقیت وجود دارد که می‌توان به آن‌ها پرداخت، البته وقتی عده‌ای از این افراد دور هم جمع می‌شوند یک مدل ترکیبی می‌سازند که واقعاً تحلیل و اصلاح آن سخت می‌شود. فرض کنید شرکتی داده‌محور که در ارزیابی عملکرد ۳۶۰ مستقر شده با ساختار سازمانی مسطح؛ سر اتوبان همت بلبورد زده و کد زدن را برون‌سپاری کرده و شرکت کدنویس ۸۰ روز در تحویل کد تأخیر کرده و پول بلیط سیرجان را هم ندارد در حالی که استهلاک capex هم سالی ۲۰ میلیارد تومان است چه ملغمه‌ای می‌شود.

ما ناامید از اصلاح این‌گونه کسب‌وکارها نیستیم و اساساً نمی‌دانیم مسیر اصلاح و رشد این‌ها چگونه است، اما اگر سه شاخص اخلاقی صداقت، صراحت و تواضع در بین بنیان‌گذاران آن‌ها باشد خودشان مسیر رشد را پیدا خواهند کرد.

برای توضیح بیشتر این شاخص‌ها تلاش می‌کنم چند مثال واقعی بزنم و مشخص کنم با داشتن این شاخص‌های اخلاقی سایر مؤلفه‌های لازم برای موفقیت یک کسب‌وکار نیز شکل خواهد گرفت.

● دوستی در یک ورتیکال تخصصی فروشگاه آنلاین تأسیس کرده بود و تلاش می‌کرد در رقابت با دیجی‌کالا در حوزه تخصصی سهمی از بازار کسب کند البته با خدمتی کاملاً مشابه، ۳ سال قبل از شکست با او گفتگویی می‌کردم به این نتیجه رسیده بودیم که هیچ تمایزی در خدمات نسبت به رقیب خود ندارد ولیکن با عدم صداقت با خود بر روی ایده‌اش همچنان پافشاری می‌کرد و مشکل اصلی را سرمایه‌گذار می‌دانست.

● کسب‌وکاری بود که ۲۰ ماه درگیر حل مشکلات کوچک و بزرگ بود و به اصل موضوع بی‌زینس خود نمی‌رسید در آخر روزی

خواب خرگوشی

رانت سیستمی گسترده زیر پوست اقتصاد کشور چگونه توسعه در ایران را به توهمی بدل کرده است؟



به قلم مجید حسینی نژاد، هم‌بنیان‌گذار علی بابا

اولین بار که نهیب خوردم تا از حباب بازی استارت‌آپی و خواب خرگوشی بیرون بیایم زمان خواندن نامه «حسین طائب» به بنیاد مستضعفان بود که گفته بود با کسب‌وکارهای مرتبط با «سراوا» از جمله «علی‌بابا» کار نکنند ولی آن را جدی نگرفتم تا یک‌سال بعد که «سعید رحمانی» برای همیشه از ایران رفت، باز هم آن را جدی نگرفتم و البته ایراداتی به عملکرد سعید (رحمانی) داشتم و به خودم گفتم حتماً تعامل لازم را نداشت تا اینکه دولت عوض شد. عوض شدن دولت درست مثل این بود که انقلاب شده باشد، کم‌کم رفتارها تغییر کرد و من در سال ۱۴۰۲ دنبال جذب سرمایه برای توسعه کسب‌وکار و جبران زیان‌های دوران کرونا بودم. تغییر رفتارهای دولت و نیاز من به جذب سرمایه هم‌زمان شد با آشنایی من با بزرگ‌ترین کسب‌وکارهای خانوادگی ایران که عموماً در حوزه FMCG هستند. ورود به اتاق بزرگانی تهران به عنوان عضو اتاق و هم‌نشینی با آن‌ها و اتفاقات سال ۱۴۰۱ برای «علی بابا» و رخداد‌های سال ۱۴۰۲ برای کل زیست‌بوم استارت‌آپی ایران، برای من مثل روشن شدن چراغ بود که به من فهماند چه اتفاقاتی در اقتصاد ایران در جریان است و بازی اصلی چیست؟ و ما یعنی

با تجربه‌ای که این سال‌ها از انجام دادن انواع کارهای صنعتی کوچک و یا امور بازرگانی متوسط و شاید حتی کمی بزرگ کسب کرده بودم و در حالی که تمامی اموال را در یک پرونده کلاهبرداری از دست داده بودم، قصد کردم مجدداً از طریق فروش آنلاین بلیط در سال ۹۳ خلق ثروت کنم، کسب‌وکار ما خیلی زود موفق شد چون یک نیاز واقعی در جامعه را برطرف می‌کرد. بعد از اینکه یک‌سال از راه‌اندازی کسب‌وکار گذشت تازه متوجه شدم که به این طور کسب‌وکارهای آنلاین «استارت‌آپ» می‌گویند. کمی بعد از طریق یکی از دوستانم توانستم در جلسه‌ای آقای «حمید محمدی» بنیان‌گذار «دیجی‌کالا» را ببینم که این جلسه و دیدن آدم موفق‌تری مثل او تا اندازه‌ای به من قدرت داد که ظرف دو هفته در حالی که بزرگ‌ترین استارت‌آپ فروش بلیط بودیم، توانستیم کسب‌وکارمان را دو برابر کنیم. کم‌کم یاد گرفتم که می‌شود با جذب سرمایه سرعت رشد را بیشتر کرد و مدتی بعد کسب‌وکارهای جدیدی مثل هتل و قطار را به صورت موازی و بعدتر سایت‌های مرتبط جدید مثل «جاباما» را راه‌اندازی کردیم و همین‌طور سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مرتبط همچنان ادامه داشت.





بلیط ما به ۴۰۰۰ مورد کاهش پیدا کرد و در نتیجه قریب به ۶۰ درصد بازار بلیط از شبکه عرضه شفاف خارج و وارد بازار سیاه شد و از آنجا که بازار سیاه خیلی برای حاکمیت مهم نیست و تا جایی که من فهمیدم تنها جلوی دید نبودن قیمت بلیط برای حاکمیت از همه چیز مهم‌تر است، در پستو یا بازار زیرزمینی هر اتفاقی بیفتد خیالی نیست! و البته این نگاه فقط به بلیطفروشی محدود نیست و در کالای قاچاق و یا قیمت کالاهای دست‌دوم و در صدها مورد دیگر نیز حاکمیت روی خوشی به شفافیت نشان نمی‌دهد و حتی آمارها در گزارش‌ها یا دیر معلوم می‌شود و یا به انحاء مختلف دست‌کاری می‌شود و در چنین فضایی، بودن کسب‌وکارهای آنلاین مثل «علی بابا»، «دیجی کالا»، «دیوار» که منجر به شفاف شدن فضای اقتصادی می‌شود، طبیعتاً مطلوب بخش غیرشفاف، فاسد و رانت‌خوار نیست.

خلاصه فضایی برای توسعه ایران شکل گرفت که خامی و ناپختگی بزرگان صنعت استارت‌آپی مثل سعید رحمانی و امثال او، چرخه فساد و رانت بخش‌های قدیمی اقتصاد، تمایل تاریخی و فرهنگی ما برای زیر فرش کردن مسائل و لذا عدم تمایل ما به شفافیت و علاقه حاکمیت به یک‌دست کردن و شبیه کردن همه چیز به خودش ولو به ظاهر منجر به مرگ زیست‌بوم استارت‌آپی ایران شد و امروز فقط بقایایی از زیست‌بوم قبلی برجا مانده که کم‌کم حذف و یا شبیه مطلوب حاکمیت می‌شود و حالا دیگر امید برای داشتن اقتصادی سالم توهمی بیش نیست که ما یا لیاقت و یا جریزه‌اش را نداشتیم که پای آن بایستیم!

زیست‌بوم استارت‌آپی در این بین چقدر اشتباهی هستیم! و اینجا بود که دیگر نتوانستم خودم را گول بزنم. حالا متوجه شده بودم که اصل اقتصاد ایران مبتنی بر ۴ رانت اصلی است: وام ارزان، ارز ارزان، زمین ارزان و انرژی ارزان.

شرکت‌هایی که می‌توانستند با سرمایه‌گذاری روی انتخابات مجلس کاری کنند که نمایندگان وابسته به مجلس بفرستند و یا کمک به بخش‌های دولتی و یا اشخاص خاص به هر طریقی به رانت‌های بالا بیشتر و بیشتر وصل شوند، اکنون بزرگ‌ترین شرکت‌های خصوصی ایران هستند و چون به رانت وصلند، همیشه چراغ خاموش حرکت می‌کنند و در ظاهر خرگوش، سربه‌زیر و مطیع حاکمیت و هم‌رنگ حکومت هستند ولی عموماً در اوج ریا زندگی می‌کنند و از آنجایی که ثروت‌شان از طریق رانت کسب شده بخش بزرگی از آن را به خارج می‌برند که امنیت خودشان را تأمین کنند و اما استارت‌آپ‌ها! استارت‌آپ‌هایی که تقریباً هیچ رانتی نداشتند و اتفاقاً بودن‌شان منجر به شفافیت در اقتصاد می‌شد و در فضای خلق ارزش برای جامعه، کارآفرینی، بالابردن کیفیت زندگی و امید و الگوسازی برای جوانان بودند، طبیعتاً درگیر آن ریا، رانت و فساد هم نبودند و از آنجایی که خیلی سریع رشد کرده بودند تعاملات حاکمیت را خوب نمی‌شناختند و لذا پرتوقع، منتقد و متفاوت بودند تا اینکه سال ۱۴۰۲ اقتصاد و سیاست ایران روی واقعی خودش را به استارت‌آپ‌ها نشان داد و همگی از خواب خرگوشی بیرون آمدیم، برای مثال ما در همین «علی بابا» تا ۲۰ خرداد که تعلیق شدیم روزانه ۱۷۰۰۰ بلیط داخلی می‌فروختیم که از روز تعلیق که منجر به عدم دسترسی مشتری ما به بلیط‌های بالاتر از سقف مصوب سازمان شد، فروش



یک روز معمولی مجرمانه

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و
داداشت‌های حسام آرمندهی، مدیرعامل
کافه‌بازار و دیوار (هلدینگ هزاردستان)



این نوشته بخش‌هایی از گفتگوی «حسام آرمندهی» با رسانه
«کارآفرینت» است که در این بخش بازنشر می‌شود.

آیا صاحبان این کسب‌وکارها با وجود همه
موانع موجود، همچنان توان، حوصله و
قدرت ادامه فعالیت را دارند؟

حسام که هم کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی دانشگاه تهران را قبول شده بود و هم از دانشکده کارآفرینی دانشگاه «چالمرز» سوئد یا به قول خودشان «چال‌مش» پذیرش گرفته بود بنا به دلایل شخصی، سوئد را انتخاب کرد. یک سال از اقامتش در سوئد می‌گذشت. او و تعدادی دانشجوی دیگر از کشورهای گوناگون یک تیم شدند و قرار بود نرم‌افزاری را برنامه‌نویسی کنند که کسانی را که بیش از حد به سایت‌های بازی آنلاین مراجعه می‌کردند، شناسایی کند. پیش از آن که این پروژه به ثمر برسد، تیم از هم پاشید. یکی از دانشجویها به استخدام گوگل درآمد و دیگری در مایکروسافت کارش را شروع کرد. این فروپاشی تیم و فرا رسیدن تعطیلات ژانویه به حسام هم فرصت داد که به ایران برگردد. دی‌ماه سال ۱۳۸۹ در تهران با دوستان هم‌دانشگاهی‌اش ملاقات کرد. آن‌ها به او گفتند که در حال آماده‌سازی «فارسی‌تل» یک سیستم عامل هستند. حسام از این کار دوستان خود به وجد آمد. ابتدا بلیت برگشتش را دو هفته عقب

یکی از شخصیت‌های نام‌آشنای کارآفرینان اینترنتی در ایران «حسام آرمندهی» است. شاید اگر بگوییم مدیر هلدینگ «هزاردستان» کسی نشناسد؛ اما اگر بگوییم یکی از بنیان‌گذاران «کافه‌بازار» یا «دیوار» تقریباً همه متوجه بشوند که در مورد چه فرد مستعد یا شاید نابغه‌ای صحبت می‌کنیم. حسام آرمندهی در ۲۴ شهریور سال ۱۳۶۴ خورشیدی در تهران به دنیا آمد. برای ادامه تحصیل در رشته کارشناسی مهندسی کامپیوتر توانست به دانشگاه صنعتی شریف وارد شود. او که به رشته کارآفرینی علاقه زیادی داشت در کلاس‌های دوره کارآفرینی دانشکده مدیریت دانشگاه صنعتی شریف هم حاضر می‌شد. حسام آرمندهی در سال‌های آخر دانشگاه با دوست قدیمی خود «رضا محمدی» و دوستان دیگری اولین کسب‌وکار خود یعنی طراحی سایت فروشگاه چاپ عکس روی تیشرت با نام «طوطی» را به راه انداختند که در ادامه با مهاجرت دوستان حسام به کشورهای دیگر این بیزینس متوقف شد.



شدند یک پروژه دیگر را به موازات کافهبازار انجام دهند. از آن زمان به بعد، نه سرمایه تازه‌ای به کافهبازار تزریق شد نه پروژه موازی انجام شد و خود کافهبازار درآمذزایی کرد.

بعد از «بازار» نوبت «دیوار» رسید. دیوار از تجربه حسام در سوئد سرچشمه می‌گرفت. او در سوئد یک آی‌پد داشت که می‌خواست به فروش برساند. متوجه شد یک سایت وجود دارد که مردم وسایل و خدمات خود را در آن به فروش می‌گذارند. آرمندهی می‌گوید که از همان موقع در فکر انجام کاری مشابه در ایران بوده است. تعطیلی‌های نوروز ۱۳۹۱ فرصت خوبی برای توسعه این پروژه بود. هدف نخست این بود که اعلامیه‌های دانشجویی که روی دیوار دانشگاه صنعتی شریف چسبانده می‌شود را انتشار دهند. اما سایت دیوار در ابتدای تابستان آماده شد؛ یعنی زمانی که دانشجویها در دانشگاه نبودند. پس آن را به شکل اپلیکیشن هم آماده کردند و در کافهبازار ارائه دادند. استقبال خوبی از دیوار به عمل آمد. دیوار را می‌توان وبسایت و اپلیکیشن نیازمندی‌های اینترنتی و بستری برای خریدوفروش کالاهای نو و دست دوم و ارائه خدمات معرفی کرد. لازم به ذکر است تا سال ۱۳۹۶ شمسی این امکان برای مردم بیش از ۵۰ شهر بزرگ ایران فراهم شد تا کالاهای خود را با تفکیک منطقه و محله خود در دیوار ثبت نمایند. وبسایت دیوار در ادامه فعالیت‌های خود توانست با ایجاد دیوار افغانستان امکان ثبت نیازمندی‌ها را در ۴ شهر کابل، هرات، قندهار و مزارشرف نیز فراهم کند! نکته قابل توجه آنجاست که با موفقیت‌های بیشتر دیوار و توجه تمامی اقشار جامعه به این استارت‌آپ کاربردی باعث شد تا دیگر در دهه‌های روزنامه‌فروشی خبری از رونق روزنامه‌های نیازمندی نباشد. با مرور تمام این موفقیت‌ها کاملاً مشخص است که حسام آرمندهی فردی تأثیرگذار در زیست‌بوم نوآوری کشور بوده است اما آنچه جای تعجب دارد این است که با وجود تمام این تلاش‌ها و اثرگذاری‌ها هنوز این کسب‌وکارها در مواجهه با حاکمیت و مراجع قضایی مشکلات زیادی دارند شهریور ماه سال ۱۴۰۰ بود که مقاله‌ای در دیجیاتو منتشر شد که بخش‌هایی از آن به شرح زیر است:

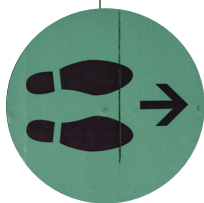
انداخت و بعد یک ماه اما ذوق و شوق او به این کار، او را در ایران ماندگار کرد. اگر چه سرانجام فارسی تل شکست خورد اما حسام و دوستانش ناامید نشدند. آن‌ها چیزهای زیادی یاد گرفته بودند. وقت، انرژی و پول زیادی خرج کرده بودند؛ بنابراین از شکست درس گرفتند و تغییر کردند و خیلی سریع دست به کار شدند. حسام با رضا محمدی و چند نفر از دوستان دیگر بلافاصله سراغ درست کردن یک «اپ‌استور» رفت. در آن زمان، «اندروید مارکت» وجود داشت. «سامسونگ» و «سونی» هم اپ‌استور داشتند. اما هیچ کدام از آن‌ها برای شرایط ایران طراحی و ساخته نشده بودند. تیم آن‌ها تجربه‌ای عالی در زمینه اندروید به دست آورده بود و خیلی زود «کافهبازار» را آماده کردند. کافه بازاری که نوروز ۱۳۹۰ در دسترس قرار گرفته بود، تابستان همان سال ۱۰۰,۰۰۰ کاربر داشت. هدف یک‌ساله حسام و دوستانش ظرف سه ماه محقق شده بود. حسام آرمندهی معتقد است که وقتی یک استارت‌آپ کارش را آغاز می‌کند نباید دنبال درآمد باشد، باید دنبال استقبال مردم باشد. اما داستان دست‌یافتن به قابلیت پرداخت هم جالب است. به دلیل تحریم، آن‌ها نتوانسته بودند از قابلیت‌های پرداخت سونی استفاده کنند. پس مجبور شدند خودشان دست‌به‌کار شوند. شاید ندانید که در آن زمان، پرداخت موبایلی وجود نداشت. حسام با یکی از دوستانش به نام «هومن مسگری» صحبت کرد. در آن زمان، او در فناپ بود. در آخرین روزهای تابستان ۱۳۹۰ بود که قابلیت پرداخت را به «کافهبازار» اضافه کردند. آن‌ها صفحه پرداخت موبایل برای بانک «پاسارگاد» درست کردند. وقت درآمذزایی بود. در ابتدا حسام و تیمش فکر می‌کردند از راه تبلیغات می‌توانند درآمذزایی کنند. اما کم‌کم به این فکر افتادند که از فروش برنامه‌ها هم درآمد داشته باشند. نخستین برنامه‌ای که برای آن مبلغ دریافت کردند، یک تقویم فارسی بود که خودشان آن را توسعه داده بودند. آزمایش موفقیت‌آمیزی بود. امکان پرداخت با بازخورد خوبی روبه‌رو شد و تعدادی از توسعه‌دهندگان برنامه‌ها به کافهبازار ایمیل زدند. آن‌ها می‌خواستند برنامه‌شان در «کافهبازار» قرار بگیرد. با وجود همه این‌ها در سال اول برای این که به لحاظ مالی سرپا بمانند مجبور

چندقدمی

آن پاسخگو باشید. آنچه امروز در پی این احضاریه‌ها، مدام نگرانی بیشتری را در بین استارت‌آپ‌ها رواج داده چگونگی مواجهه قانون با آن‌ها است. به نظر می‌رسد قانون‌گذاری و رگولاتوری فعالیت‌های استارت‌آپی به درستی انجام نشده و همین موضوع هر بار سد جدیدی در مسیر فعالیت آن‌ها ایجاد می‌کند. این موضوع در حالی است که توسعه کسب‌وکارها امروز بیشتر از همیشه در حوزه‌های مبتنی بر فناوری‌های نوآورانه است. حالا سؤال اینجاست که آیا صاحبان این کسب‌وکارها با وجود همه موانع موجود، همچنان توان، حوصله و قدرت ادامه فعالیت را دارند؟ «شاهین اکبریان طبری»، بنیان‌گذار شرکت مهندسی چارگون و مدیرعامل پدیدار به تازگی در اکانت توئیتر خود خبر داد که فعلاً با قرار کفالت دادگاه جرایم رایانه‌ای حکم آزادی او را تأیید کرده است. طبری با دریافت احضاریه به دادگاه جرایم رسانه‌ای فراخوانده شده بود. توئیتر طبری اما انگار زخم کهنه فعالان زیست‌بوم را دوباره باز کرد. هر یک از فعالان اکوسیستم نوآوری کشور از تجربه خود گفتند و این نشان‌دهنده عمر تلاش قانون برای مواجهه با نوآوری است. «حسام آرمندهی» بنیان‌گذار کافه‌بازار هم با یادآوری توئیتر ۵ سال قبل خود «یک روز معمولی مجرمانه در کافه‌بازار؛ ۹ داسرا، ۱۰ دادگاه تجدیدنظر، ۱۲ بازپرسی، دو احضاریه فتا، ۳ خبر تخریبی فارس» نوشت: «۵ سال گذشت و در روی همون پاشنه می‌چرخه.»!

ضلع سوم مثلث برمودای کسب‌وکارهای حوزه فناوری‌های نوآورانه مدت‌هاست تکمیل شده و گویا قرار هم نیست به این زودی‌ها صاحبان این کسب‌وکارها را خلاص کند. احضار متعدد به مراجع قضایی همچنان در دسرس می‌آفریند و این روند همچنان ادامه دارد تا بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌های ایرانی هر روز بیشتر مطمئن شوند که برای بقای کسب‌وکارشان علاوه بر کفش آهنین باید زره آهنین بپوشند و اعصابشان هم از فولاد باشد. کارآفرینانی که یک‌به‌یک بابت مسائل مختلف به دادگاه احضار می‌شوند و تجربیات تلخی از این شرایط برایشان رقم خورده به طوری که ناامیدشان کرده است؛ آن هم در سالی که شعار مانع‌زدایی را به دوش می‌کشد. مثلث تحریم‌های خارجی، طرح صیانت از فضای مجازی و البته احضار شدن به مراجع قضایی به دلایل نامعلوم شرایطی را پیش آورده که امید ادامه کار در زیست‌بوم فناوری‌های نوآورانه را هر روز کمتر از روز گذشته می‌کند. این شرایط را تصور کنید که قرار است یک روز صبح بدون هیچ پیش‌فرضی ایمیلی از یک غول فناوری ارتباطات جهانی دریافت کنید. این ایمیل نه حاوی پیامی برای افزایش همکاری‌هاست و نه خبری معمولی؛ بر اساس آن فقط این غول دیگر قادر به ارائه سرویس و خدمات به اپلیکیشن شما نیست و آن را از بستر پلتفرم خود حذف کرده است. شاید ظهر نشده هم احضاریه دادگاه به دستتان برسد که فلان سازمان و نهاد سرگرمی داخلی از شما شکایت کرده و باید در دادگاه نسبت به حقوق تضییع‌شده





یک قدم عقب‌تر

در حالی که دولت و قوانین همیشه یک قدم عقب‌تر از تکنولوژی هستند، چه باید کرد؟

نوشته زیر بخش‌هایی از مصاحبه «محمدجواد شکوری مقدم» با برنامه ویدیویی «تک‌شاخ» در سال ۹۹ و گفتگوی هفته‌نامه «شنبه» با او در سال ۹۷ پس از دریافت نشان کارآفرینی امین‌الضرب از اتاق بازرگانی تهران را بازنشر می‌کند.

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدجواد شکوری مقدم، مدیرعامل شرکت صبا ایده (آپارات و فیلمو)



طریق درآمدزایی می‌کرد، هرچند در ابتدا درآمد زیادی نداشت و حتی شکوری مقدم مجبور شد تا پرایدش را بفروشد اما کمی بعد وضعیت تبلیغات بهتر شد. تا پیش از سال ۸۸ کلاب از پلتفرم «یوتیوب» برای بارگذاری محتوای ویدیویی استفاده می‌کرد اما با فیلتر شدن آن، سرویس ویدیویی «آپارات» به کلاب اضافه شد که بعدها آن قدر بزرگ و پرطرفدار شد که حتی پس از بسته شدن «کلاب» باقی ماند و به کارش ادامه داد. شکوری مقدم در رابطه با فعالیت سرویس آپارات به رسانه «تک‌شاخ» این‌طور گفت: «اگر یوتیوب باز بود ما آپارات را راه‌اندازی نمی‌کردیم. من بارها گفتم و هر کسی برداشت خودش را داشته است؛ اما اگر این‌طور بود، ما حتماً کار دیگری می‌کردیم.» مدتی بعد هم شکوری مقدم با راه‌اندازی پلتفرم نمایش خانگی «فیلمو» به دنیای VOD قدم گذاشت.

«محمد جواد شکوری مقدم» متولد سال ۱۳۶۱ در تهران است. ۱۸ سال و اندی داشت که ازدواج کرد و بعد هم وارد دانشگاه شد. خیلی نگذشته بود که با نفوذ به شبکه دانشگاه، گزارش امنیتی برای او صادر شد و از طرفی انتظاراتش از دانشگاه برآورده نشده بود! این شد که به گفته خودش هر دو طرف (او و دانشگاه) همدیگر را ترک کردند. سپس از آنجا که علاقه زیادی به برنامه‌نویسی و نفوذ شبکه داشت، مشغول به یادگیری در همین زمینه شد. اوایل دهه ۸۰ حساب اینترنت در جهان و حتی ایران در حال شکل‌گیری بود و شبکه اجتماعی «اورکات» در دنیا قبل از فیس‌بوک طرفداران زیادی پیدا کرده بود؛ از این رو، او تصمیم گرفت تا مشابه داخلی آن را در کشور توسعه دهد و شبکه اجتماعی «کلاب» را راه‌اندازی کرد و موفق شد تا ۳/۵ میلیون کاربر جذب کند و همه چیز خوب بود تا اینکه با آمدن فیس‌بوک ادبیات شبکه‌های اجتماعی به کلی عوض شد. کلاب به یک آژانس تبلیغاتی تبدیل شده بود که از این

او در ادامه بیان معضلاتی که در «فیلیمو» با آن روبه‌رو بوده است به بحث گرفتن معجز از ساترا-رگولاتوری که در کمال تعجب خودش یکی از بازیگران این عرصه است- اشاره کرد و گفت: «اینکه رگولاتور شما کیست و چیست؟ مهم است؛ از لحاظ ریاضی اینکه رگولاتور شما کسی باشد که در چنین جایگاهی (بازیگر) قرار دارد این کار غلط است؛ اما ما قبول کردیم و با ساترا کار خود را شروع کردیم و رگولیشن سازمانی را زیر نظر صداوسیما پذیرفتیم و کار می‌کنیم و همیشه از روز اول از ایشان می‌پرسیدیم که شما از رشد ما خوشحال می‌شوید یا ناراحت؟ سوال ساده‌ای است. بحث منطقی بود و اصلاً بنای دعوا و کری خواندن نبود. پاسخی که می‌شدیم این بود که حتماً بله! به‌صورت کاملاً مشهود و روشن مثل خورشید، صداوسیما نه از رشد ما خوشحال می‌شود نه از پیشرفت مان، ولی موضع ساترا این‌گونه نیست و فکر می‌کنم دچار یک تضاد است، هم می‌خواهد ما رشد کنیم هم نمی‌داند جواب صداوسیما را چه بدهد، این خیلی غم‌انگیز است.» مدیرعامل «فیلیمو» در ادامه از ممانعت از تبلیغ فیلیمو در رسانه ملی گله کرد گفت: «عید امسال که سریال «پایتخت»، پخش شد، روی اینستاگرام مانور می‌داد؛ در حقیقت یک سریال ایرانی در حال تبلیغ یک سرویس خارجی به صورت رایگان بود. ما سرویسی هستیم تحت رگولیشن این کشور و می‌خواهیم پول بدهیم و تبلیغ شویم؛ ولی نمی‌توانیم یا نمی‌گذارند این کار را بکنیم. این یعنی چه؟» او همچنین بحث عدم حمایت صداوسیما و شهرک غزالی از ساخت سریال «جبران» را پیش کشید و گفت صداوسیما به محض اینکه پی برد «فیلیمو» و «نماوا» پشت سریال جبران هستند، با وجود قرارداد جلوی کار را گرفت و ادامه داد: «من سوالم این است که چرا با ما این کار را می‌کنند. من نباشم یکی دیگر. دیگری نباشد دیگری. من از طرف فیلیمو و آپارات حرف نمی‌زنم از طرف جوانی حرف می‌زنم که ۱۸ سال است زندگی‌اش را در این کار گذاشته است. چرا ما را دوست ندارید؟ دنبال چه هستید؟ در کشور یا باید خدمات از این جنس مثل دیجی کالا و اسنپ و... در حمایت کنیم و کار را به دست جوانانی از قلهک و پاسداران و سیدخندان و کرمان بدهیم؛ یا اینکه خدمات را از کسی در «منهتن» یا «تل آویو» می‌گیرد. گزینه سومی وجود ندارد که فکر می‌کنند یک بخش خصوصی یا خودی یا هر چه اسمش را می‌گذارند این کار را انجام بدهد. کاری که ما می‌کنیم، دی‌ان‌ای اصلی آن عشق است و در قالب یک فرهنگ سازمانی بسیار منسجم شکل گرفته که اصلاً شما نمی‌توانید این را در جایی دیگر، مگر در بخش خصوصی پیدا کنید. هیچ کجا این کار را برایتان نمی‌کند. جهل این بزرگواران نسبت به این مطلب باعث اختلال کار ماست؛ تا اینکه روزی انگشت بگزند که فیلیمو تحت رگولاتوری و با سرمایه‌گذاری صدرصد خصوصی داشت کارش را می‌کرد.»

آپارات در این سال‌ها چه مشکلاتی را از سر گذرانده است؟

او به دو چالش اصلی درباره آپارات اشاره کرد، مورد اول اتهام استفاده از رانت که در این باره گفت: «کمی به کسانی که این‌طور قضاوت می‌کنند، حق می‌دهم و کمی هم حق نمی‌دهم. رانت بود؛ اما برای کسانی که در پاریس، آتن و استانبول بودند، نه نسبت به کسانی که در تهران و ایران زندگی می‌کردند، ما هم یکی بودیم مثل بقیه افرادی که در این کشور کار می‌کنند، ما فقط کمی زودتر شروع کردیم و مجموع دلایلی چون سرویس دهی بهتر، هوش تجاری ناشی از بوت‌استرپ باعث بقا و موفقیت ما شد.» مورد دوم درخصوص محتوای ویدئوهای نشرشده در آپارات و احضارهای قضایی و دادگاه‌های پی‌درپی او در این سال‌ها بود که این‌طور توضیح می‌دهد: «در تمام این دوران، قوانین عقب‌تر از ما بوده‌اند. اصل مساله این است که با قوانین و آیین‌نامه‌هایی که تصویب و به اجرا درآمده است، هنوز نمی‌دانیم مسئولیت محتوا با چه کسی است. همچنان برخی جاها در مرحله اول و برخی در مرحله دوم، مسئولیت محتوای بارگذاری شده را متوجه ما می‌دانند. در حالی که ما در آپارات ساختار مشخص و خیلی دقیقی برای کنترل محتوا داریم که مهم‌ترین بخش آن گزارش کاربری است. در روز بیش از ۱۰ هزار گزارش کاربری دریافت می‌کنیم... در بضاعت خودمان روش‌هایی که داشتیم را به کار بستیم.»



فیلیمو با چه چالش‌هایی دست‌وپنجه نرم می‌کند؟

شکوری مقدم طی ۱۴ سال اخیر، خود را در تبدیل فضای کسب‌وکار دیجیتال جزو پیشتازان می‌داند و معتقد است از همین حیث مشقت‌ها و ناملایمات زیادی را از بدنه حاکمیت برای بازکردن این راه متحمل شده است. او در مصاحبه‌اش با هفته‌نامه «شنبه» در سال ۹۷ درباره چالش‌هایش در صنعت نمایش خانگی این‌طور می‌گوید: «چالش‌های ما هم با صاحبان کسب‌وکارهای فیزیکی بوده که محتوا را به ما نمی‌دادند و هم چالش‌های قانونی زیادی وجود داشت چون متولی این حوزه مشخص نبود. چالش دیگر فروختن سرویس به مردم به ازای ارائه خدمات آنلاین و تا حدودی ناشناخته و ایجاد اعتماد و پایداری برای برند و سرویس فیلیمو بود. به لحاظ فنی هم کار بسیار پیچیده‌ای پیش رو داشتیم، چون مخاطب باید یکی دو ساعت محتوایی را بدون هیچ اشکال و سکتی‌ای و بدون قطع شدن دریافت کند و آماده‌سازی زیرساخت‌های فنی چنین کاری و عملیاتی کردن آن بسیار سخت است.»

■ آیا جذب سرمایه از بدنه کسب و کارهای فیزیکی و سنتی برای استارت‌آپ‌ها محقق شده است؟

او در گفتگو با هفته‌نامه شنبه پس از دریافت نشان امین‌الضرب، درباره ورود سرمایه‌گذاران بخش خصوصی گفت: «نیاز به جذب سرمایه از سرمایه‌داران بخش خصوصی قطعاً وجود دارد؛ بنابراین به باور من طی ۴ تا ۵ سال آینده، سرمایه‌گذاری سرمایه‌داران بخش خصوصی که تاکنون در حوزه‌های صنعت و تجارت فعال بوده‌اند، روی استارت‌آپ‌ها جدی‌تر خواهد شد و روند خیلی بهتری را شاهد خواهیم بود، چون همین که کسب و کارهای آنلاین در چنین مراسمی نشان دریافت می‌کنند، حاکی از این واقعیت است که نوعی باورمندی به استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای حوزه آنلاین در بین کارآفرینان حوزه‌های سنتی یا به تعبیری کسب و کارهای فیزیکی ایجاد شده است. همین که داستان‌های موفقیت بیشتری از اکوسیستم شنیده و معرفی شود، زمینه‌ساز حضور پررنگ‌تر سرمایه‌داران بخش خصوصی و به‌ویژه فرزندان‌شان و نسل‌های جوان‌تر این قشر خواهد بود. البته اکوسیستم هم باید ظرفیت‌هایش را هر چه بیشتر به‌روز کند و داستان‌های موفقیت بیشتری بسازد، چون جامعه کارآفرینی یک جامعه کوچک است و همان‌طور که داستان‌های موفقیت در آن به خوبی شنیده می‌شوند، داستان‌های شکست هم با قدرت بیشتری پخش می‌شوند که این امر مانعی برای حضور سرمایه‌گذارانی است که هنوز شناخت کاملی از حوزه استارت‌آپی ندارند؛ بنابراین هر چه شنیده‌ها از اکوسیستم مثبت‌تر باشد، امید به جذب سرمایه هم بیشتر خواهد بود.» او معتقد است هر جریانی یک دوره گذار دارد تا دو طرف جریان، چارچوب‌های کار را یاد بگیرند. به نظر او این دوران گذار ظرف ۵ تا ۶ سال گذشته طی شده و گذشت زمان موجب شده تا هم سرمایه‌گذاران باهوش‌تر عمل کنند و هم استارت‌آپ‌ها با برنامه بهتری به جذب سرمایه اقدام کنند؛ یعنی دیگر نه استارت‌آپ‌ها ارزش‌های نامعقول و وحشتناکی را برای خودشان متصور می‌شوند بدون اینکه ارزشی تولید کرده باشند و نه سرمایه‌گذاران گول‌چین اعداد و ارقامی را می‌خورند؛ بنابراین به نظر شکوری مقدم اکوسیستم به پایداری نسبتاً خوبی رسیده است. پس جای نگرانی ویژه‌ای وجود ندارد که حیات کلی اکوسیستم را تهدید کند. در کشورهای دیگر هم همین روندها طی می‌شود اما برای اینکه سرمایه‌ها به اکوسیستم جذب شود، باید روند شفافیت ادامه یابد و ارزش واقعی خلق شود تا بتوان به جذب سرمایه از بدنه کسب و کارهای فیزیکی و سنتی برای استارت‌آپ‌ها امیدوار بود.



■ مواجهه با قانون: بی‌قانون و تندمراج یا سخت‌جان!

مدیرعامل صبا ایده در مورد مجلس و قانون‌گذاری این‌طور گفت: «ما از قانون‌گذاری و چهارچوب دادن به این فضا خوشحال می‌شویم و ما در این فضا بازی می‌کنیم. اگر دنبال بازی کردن خارج از این زمین بودیم، سالیان سال در اینجا کار نمی‌کردیم. مساله این است که این قوانین درست طراحی شوند. جاهای مختلف آن با هم تضارب نداشته باشد و از یک جایی به یک جای دیگر خسارت وارد نکند و از آن مهم‌تر در اجرای آن نیت و رویکرد سازنده و پذیرای رشد داشته باشند نه رویکرد محدودکننده و مخرب. در نتیجه ما استقبال می‌کنیم که این اتفاقا بیفتد. به هر حال همه جای دنیا پر از لابی است و در صداوسیما همی که ما در دامن قوانین‌اش کار می‌کنیم کمی جدی‌تر است؛ اما در کل اتفاقی که هست دوستان ندارند و از رشد ما خوشحال نمی‌شوند. اگر جای ما را با یک نفر دیگر در خارج از کشور عوض کنند، مشکل‌شان با آن کمتر است. شب راحت‌تر می‌خوابند. خیلی غم‌انگیز است، ... وقتی صدای ما در می‌آید می‌گویند «چرا این قدر خارج از قانون و تند هستید.» در حالی که این‌طور نیست. اگر ما خیلی بره و خرگوش بودیم که در این سال‌ها نمی‌توانستیم شرکتی را در این شرایط اقتصادی درست کنیم و توسعه دهیم. کمی ما آدم‌های سخت‌جان‌تری هستیم؛ ولی در چهارچوب قانون کار می‌کنیم و توقع داریم قانون را درست بگذارند و اجرا کنند و به دنبال رشد سرویس داخلی باشند؛ اگر این‌طور باشد مطمئناً هم حال ما و هم حال آن‌ها بهتر است.»



■ تعامل زیست‌بوم استارت‌آپی با دولت‌ها:

تقابل یا مدارا؟

شکوری مقدم پیش از این به دوره گذار اشاره کرد و به دو طرف آن یعنی استارت‌آپ و سرمایه‌گذار هم پرداخت. اما معتقد است این جریان یک بعد سوم هم دارد به نام دولت و این‌طور توضیح می‌دهد: «به نظر من معمولاً دولت‌ها نسبت به مردم از ضریب هوشی پایین‌تری برخوردارند و از نظر سرعت عمل تغییر هم کندتر عمل می‌کنند. بنابراین اگر دوران گذار رابطه سرمایه‌گذار و استارت‌آپ، ۵ سال برای معقول شدن طول کشیده است، این دوره برای اینکه دولت‌ها به چنین تعقلی برسند و مسائلی را باور کنند، شاید ۱۰ سال طول بکشد؛ یعنی باید زمان بیشتری بگذرد تا حاکمیت باور کرده و این واقعیت را هضم کند که ورود سرمایه خارجی به معنای کنترل بازار ایران نیست، یا کسانی که در حال کار و کارآفرینی هستند، دنبال ساختن جریان‌هایی بر ضد کشورشان نیستند و... بنابراین باید چند سال دیگری هم صبر کرد تا حاکمیت، فضای استارت‌آپی و جوانان فعال در این حوزه را باور کند.» اما اصل قضیه از نظر شکوری مقدم این است که امثال او که در حوزه محتوا و تصویر فعالیت می‌کنند که از حساسیت بیشتری هم برخوردار است، چاره‌ای ندارند جز اینکه کار کنند و به کارشان ادامه دهند. تجربه شخصی او به آموخته که منتظر کسی و چیزی نماند و موضوعی که به خوبی برای او روشن شده این است که باید همچنان کار کند و هر روز، بهتر از روز گذشته باشد. ضمن اینکه در کنار کار کردن باید هر روز میزان شفافیت عملکردش بیفزاید تا متولیان که ضریب هوشی بالایی ندارند، واهمه‌ای از کارکردنش نداشته باشند.

جهاد زیست‌بوم

استارت‌آپ‌ها در حل معضلات بی‌شمار کشور چه نقشی می‌توانند ایفا کنند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدرضا آقایا، مدیرعامل شرکت توسعه و تدبیر جوامع باسلام

«محمدرضا» آقایا یکی از شخصیت‌های فعال در عرصه اقتصاد و کارآفرینی است که در دیدار اخیر تولیدکنندگان و کارآفرینان با رهبر معظم انقلاب اسلامی در بهمن ماه سال ۱۴۰۱ به ایراد سخن پرداخت، متن این سخنرانی که به برخی از معضلات حوزه کارآفرینی در کشور اشاره دارد از سایت خبرگزاری فارس بازنشر می‌شود.

در ایران مستقر شوند تا با هم کار کنیم؟ اگرچه آغاز بسیار خوبی را با هدایت رهبر انقلاب در حوزه‌های دانش‌بنیان داشته‌ایم، اما اکنون انرژی در آن تضعیف شده و نیروهای تأثیرگذار در این حوزه مشغول به فعالیت نیستند و این موضوع باعث شده ثبات راهبردی برای افق‌های بلندمدت و بزرگ را نداشته باشیم. لازم به ذکر است، اکنون وضعیت حکمرانی در حوزه علم و تکنولوژی نیاز به ارتقای جدی دارد.

در حوزه زیرساخت رایانش ابری می‌توانیم علاوه بر پرداختن به مساله ترافیک داخلی، میزبانی کشورهای همسایه را به عهده بگیریم. همچنین می‌توانیم در حوزه هوش مصنوعی در جهان مدل متفاوتی عرضه نماییم. ما اکنون به دانش اکوسیستم‌سازی رسیده‌ایم که می‌توانیم این دانش را در منطقه هم تکرار کنیم و با هم پیوندهای عمیق‌تر فراهم کنیم. این صنعت ارزش سرمایه‌گذاری بلندمدت را خلق می‌کند و در جهان از بهینه‌ترین‌هاست. بیشتر استارت‌آپ‌ها سن‌شان به ۳۰ سال نمی‌رسد و تماماً توسط صندوق‌های خطرپذیر تأمین مالی شده‌اند. این اکوسیستم به خاطر تحریم و کمبود سرمایه از این هم بهینه‌تر شده و بهشت سرمایه‌گذاری در ایران است. اگر تأثیر این استارت‌آپ‌ها در بهبود حکمرانی عمومی، قدرت ایجاد امید و انرژی در کشور، معکوس کردن جریان مهاجرت به خصوص جریان مهاجرت نخبگان، تأثیرگذاری در دیپلماسی عمومی و اثر مثبت در زیست‌بوم و طبیعت را در نظر بگیریم، می‌توان گفت مشابه آن در کشور نیست. سیستم قضایی و امنیتی کشور استارت‌آپ‌ها را یاور خود در بهبودی کشور ببینند و شیوه تعامل را ارتقا دهند. همچنین مالکیت معنوی و تبدیل دارایی‌های نامشهود به سرمایه هم، هر چه سریع‌تر تبدیل به نرم حسابرسی حقوقی کشور شود و دارایی شرکت‌های دانش‌بنیان نیازمند تأمین مالی بزرگ‌تری است که با ورود بیشتر استارت‌آپ‌ها در بورس این مشکل حل می‌شود.

این اکوسیستم (نوآوری و استارت‌آپی) از جوانانی است که در روزهای آغازین جنگ خودشان وارد میدان شدند، منتظر دولت وقت نماندند، دست خالی ایستادند، دفاع کردند و نهایتاً جنگ را خودشان اداره کردند. جهاد امروز در این اکوسیستم، حل مساله‌های مردم است، ناکارآمدی‌ها را تبدیل به فرصت می‌کنند و آن‌ها را یک‌به‌یک شروع به حل می‌کنند. این اکوسیستم، حمل‌ونقل عمومی و گردشگری کشور را متحول کرده است، در فناوری‌های مالی اغلب خدماتی که سمت کاربر نهایی توسعه داده می‌شود توسط استارت‌آپ‌ها صورت می‌گیرد، در تجارت الکترونیک تمام کالاها و خدمات ایران از همه جای کشور آنلاین و با قیمت شفاف قابل دسترس شده است، در پیام‌رسان‌ها به توان هندل (اداره) کردن ترافیک سنگین و پر حجم در لحظه رسیده و زیرساخت امنیت لازم برای تحقق تراکنش‌های میلیونی آنلاین را فراهم کرده است.

تمامی این دستاوردها فقط با سرمایه‌گذاری حداکثر ۶۰۰ میلیون دلاری رخ داده است که یک‌سوم آن خارجی بوده و گاهی اوقات این رقم، به اندازه سرمایه‌گذاری یک استارت‌آپ در همین کشورهای اطراف ماست. اتفاقی که در این اکوسیستم در حال جریان است، می‌تواند سرنوشت کشور را بهبود بخشد، چهره ایران را در جهان ارتقا دهد، همچنین مایه پیوند، محبت و تعامل مردم این منطقه، با یکدیگر شود. اکنون از رهبر انقلاب می‌خواهیم حل مساله‌های بزرگ این کشور را از این جمع بخواهند، به خصوص مانند جوانان جنگ به این جمع اعتماد کنند و به آنان انرژی، نور و باور وجود خود را منتقل کنند. ایران معدن طلا و الماس نیروی انسانی است، به غیر از غرب تمامی کشورهای اطراف همه از این ظرفیت و نعمت خدادادی در حال بهره‌مندی هستند. در زمینه‌های منابع انسانی هم می‌توانیم زمین بازی را تغییر دهیم. چرا ما به استعدادهای منطقه و تیم‌هایی که آرمان‌های بلند دارند، ویزا و اقامت کارآفرینی نداریم و از آنان نخواهیم که بیایند و

شیر بی‌یال و کوپال

خلا قوانین یا نبود متولی قوی، کدام یک بلای جان استارت‌آپ‌ها و پلتفرم‌ها شده است؟

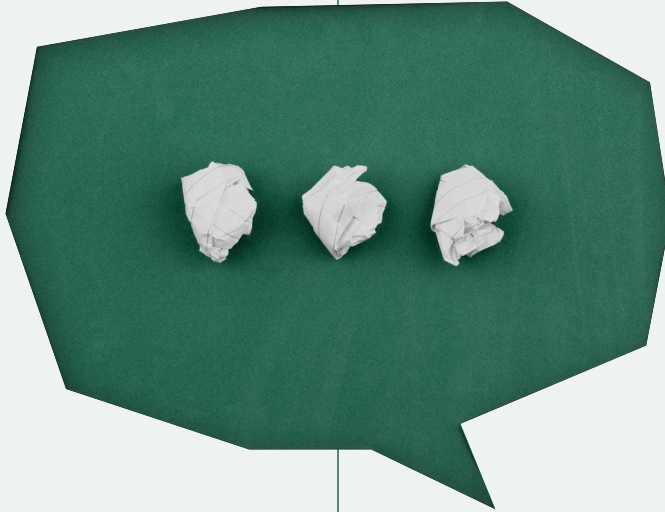
بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محسن غفاری، مدیرعامل پیام‌رسان ایتا



دیگر این توقع نمی‌رود که قانون تماماً حمایت‌کننده و سامان‌بخش باشد و هیچ محدودیتی هم ایجاد نکند. قانون‌گذار موضوعات حمایت و محدودیت را کلی می‌بیند و در تلافی حمایت‌ها با تکالیف گاهی تضاد منافع رخ می‌دهد و آنجاست که مخالفت‌ها با اصل قانون آغاز می‌شود. بنابراین امروز بیش از نبود قانون، با کمبود قوانین حمایتی درگیر هستیم. البته که با اصل قانون‌گذاری موافقم و با توجه به سابقه تلاشی که برای وضع مقررات و قانون در این حوزه می‌بینم، با اصل ریل‌گذاری و قانون‌گذاری موافقم. اما روند قانون‌گذاری در کشور ما به شدت کند است که یکی از دلایل اصلی آن به سیاست‌زدگی شدید کشور مربوط می‌شود تا جایی که قانون‌گذاری‌ها هم رنگ و بوی سیاسی به خود گرفته و طرح‌های مختلف متأثر از جناح‌های سیاسی مختلف موافق یا مخالف پیدا می‌کنند و عملاً کشمکش جناح‌های سیاسی مختلف به رد یا تأیید طرح‌ها و لوایح هم کشیده می‌شود و قانون‌گذار ناچار می‌شود همه را راضی کند و سرانجام قانون به صورت شیر بی‌یال و کوپالی در می‌آید و از هدف اصلی اولیه فاصله می‌گیرد.

فعالان اقتصاد دیجیتال جزو معدود بخش‌های اقتصاد کشور هستند که در شرایطی که رشد اقتصادی در ایران و اغلب کشورها به دلیل شیوع ویروس کرونا منفی بود، رشد کردند و سهم‌شان از تولید ناخالص ملی را افزایش دادند. با این حال، فعالان این صنف که کسب‌وکار آن‌ها با فضای مجازی گره خورده است، همواره به لزوم حمایت قانونی، وضع قوانین شفاف، به‌روز و قابل اجرا در این حوزه تأکید داشتند و بارها گلابه‌های خود را از آسیبی که نبود قوانین کارآمد به آن‌ها زده، بیان کرده‌اند. «محسن غفاری»، مدیرعامل پیام‌رسان داخلی «ایتا» در گفت‌وگو با خبرنگار فارس، در این باره نقطه نظرانی داشته که در اینجا گفته‌های او بازنشر می‌شود.

همکاران ما (فعالان اقتصاد دیجیتال) به کرات اعلام می‌کنند که در حوزه فضای مجازی با کمبود قانون مواجه هستیم، باید اما به هنگام مطالبه قوانین جدید به این موضوع هم توجه داشت که قوانین از دو بخش حمایتی، نظم‌بخشی و سامان‌دهی و همچنین محدودسازی تشکیل شده‌اند؛ پس وقتی از ضرورت قانون‌گذاری صحبت می‌کنیم، نمی‌توانیم انتظار قوانینی تک‌بعدی داشته باشیم و



برخی از فعالان اقتصاد دیجیتال معضلات نبود ارائه خدمات بومی مثل دولت الکترونیک و امکان پرداخت به پیام‌رسان‌ها را مصداقی از کمبود قانون لازم می‌دانند که من نظر دیگری دارم و احساس می‌کنم این موضوعات بیش از آنکه با قانون حل شود با متولی امر قوی قابل حل است. متولی قوی می‌تواند تمام سازمان‌ها را به‌خط کند و مدیران آن‌ها را حتی با همین قوانین به ظاهر ناقص موجود توجیه کند، مثلاً وقتی مقام معظم رهبری بر موضوع استفاده از تولیدات داخلی تأکید می‌کنند، یعنی شخص اول مملکت روی این موضوع پافشاری دارند، دیگر همه باید برای حداکثر استفاده از توان داخلی بسیج شوند. اگر در حوزه شبکه‌های داخلی هم این‌طور بود، دیگر وقتی از کسی می‌پرسیدیم که چرا در شبکه داخلی حضور ندارید؟ لازم نباشد که بگوید که قانون تکلیفی نکرده است! یکی از این متولیان امر مهم، مرکز ملی فضای مجازی است که امیدواریم به زودی شاهد اتفاق خوبی در آن باشیم یا متولیان آن تغییر نگاه و رویه دهند. دولت شاید بیش از یکصد خدمت کشوری را ارائه می‌کند و به زودی هم قرار است به صورت یکپارچه خدمات دولتی ارائه کند، می‌توانیم بدون اینکه بخواهیم مردم را محدود کنیم، آن‌ها را به سمت این خدمات در شبکه‌های داخلی سوق دهیم یا اینکه مسئولان دولتی بدون حبّ و بغض خدمات را در اختیار شبکه‌های داخلی قرار دهند که این اقدامات بیش از قانون نیاز به متولیان امر قوی دارد.

کارخانه‌های خانه خراب کن

چرخ‌دنده‌های زیست‌بوم استارت‌آپی در کارخانه‌های نوآوری به
چرخش درآمد یا شکست؟



به قلم حامد حافظی، مدیرعامل سابق پارادایس هاب

مرکز نوآوری، کارخانه نوآوری، شتاب‌دهنده، فضای کار اشتراکی، پارک علم و فناوری و ... فضاهایی هستند که عکس‌ها و اسامی‌شان برای بسیاری جذاب بوده و هست. در فواید و ضرورت‌های وجود این مجموعه‌ها سایر نویسندگان این نشریه مطالبی گفته‌اند و بسیار هست. من اما از دو جنبه نقادانه و جدید به موضوع می‌پردازم:

دانش‌بنیانی شد. حال اصل فرهنگ‌سازی هم به طور عکس عمل کرد و مسئولین (و حتی مردمی) که پیش از این نسبت به زیست‌بوم استارت‌آپی خالی‌الذهن بودند، به آن بدبین شدند. افراط در ایجاد این کارخانه‌ها بیش از هرکسی دودش در چشم همین زیست‌بوم رفت! اخیراً شنیدم متولیان جدید معاونت علمی با ذوق و شوق از توسعه کارخانه‌های نوآوری دم می‌زنند.

■ آب طلب‌نگرده همیشه مراد نیست، شاید بهبان‌ایست که قربانی‌ات کنند!

هم‌ارز قرار دادن نوآوری با زیرساخت‌های مربوط به آن، آسیب دیگری هم به زیست‌بوم وارد کرد. از آنجا که پیشنهاد زیست‌بوم شتاب‌دهنده‌ها بودند، مدیران دولتی فکر کردند خوب است مدیریت کارخانه‌های نوآوری در دست شتاب‌دهنده‌ها باشد. غافل از اینکه کار شتاب‌دهنده از جنس سرمایه‌گذاری و منتورینگ است و کار اداره‌کننده کارخانه نوآوری دریافت به موقع اجاره‌بها و خدمات نظافت و نگهداری زیرساخت‌هایی مثل سرمایش و گرمایش و در یک کلام هتل‌داری است. شتاب‌دهنده‌های نابالغ آن دوره زیست‌بوم که با پیشنهاد مدیریت کارخانه نوآوری مواجه شده بودند، این جام زیبا را سرکشیدند و نمی‌دانستند جام زهر است نه جام شراب. ای کاش معذوریت مانع نمی‌شد نام شتاب‌دهنده‌های متعددی که از این ناحیه آسیب دیدند را می‌بردم تا بهتر نتایج مهلک این ساده‌انگاری مدیریت کارخانه‌های نوآوری و واگذاری آن به شتاب‌دهنده‌ها جا می‌افتاد.

■ آفتابه لگن هفت‌دست، شام و نهار هیچی

دکتر ستاری (که از نظر من بسیار بر گردن زیست‌بوم حق دارند) برای توسعه فرهنگ استارت‌آپی نیاز به جایی برای نشان دادن استارت‌آپ‌ها داشتند. این شد که کارخانه نوآوری آزادی تبدیل به ویتروینی پر زرق‌وبرق شد که مسئولین کشور با زیست‌بوم آشنا شوند و سر کیسه را برای تزریق منابع شل کنند. این حربه جواب داد و بودجه معاونت علمی نسبت به قبل ده‌ها برابر شد. تا اینجا کار همه چیز خوب بود اما رفته‌رفته ظرف به جای مظروف هدف شد و ایجاد کارخانه نوآوری اصالت پیدا کرد نه تیم‌هایی که قرار بود به آن هویت دهند. مانند فروشنده‌ای که از تأثیر رنگ و لعاب بسته‌بندی محصولش در فروش به وجد آمده باشد و ناخودآگاه بیش از آن که به خود محصول برسد به بسته‌بندی آن توجه کند. بدتر اینکه این مراکز، مایه چشم‌وهم‌چشمی شهرها و وزارتخانه‌های گوناگون شدند. هر شهر و سازمان، کارخانه نوآوری شیک و بزرگ‌تر می‌ساخت و مسئولینی که عقل‌شان به چشم‌شان بود کلنگ می‌زدند و ربان می‌چیدند به این می‌اندیشیدند که دیگر از فردا شهر/وزارتخانه ما هم دانش‌بنیان شد و دست‌مریزاد به خودم که عجب حرکتی در راستای شعار سال زدم!

جایی که پیش از آن نه شرکت دانش‌بنیانی وجود داشت و نه زیست‌بومی، حالا بزرگ‌ترین و مجلل‌ترین مراکز نوآوری را داشت و به آن فخر می‌فروخت. غافل از اینکه مشکل اصلی، نیروی انسانی و فرهنگ کارآفرینی و نبود سرمایه‌گذار خطرپذیر بخش خصوصی است. تلخی این اشتباه به هدررفت بودجه دانش‌بنیان ختم نشد و پس از چندی مسئولین مواجه شدند با کارخانه‌های نوآوری فاقد تیم نوآور و سبب دل‌سردی و روی‌گردانی آن‌ها از مقوله

پیام‌رسان بومی

آیا موانع رشد پیام‌رسان‌های بومی در کشور صرفاً چالش‌های فنی است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های مهدی انجیدنی، مدیرعامل پیام‌رسان گپ

و چه کیفیتی پیام‌رسان بومی بسازد برایشان دغدغه بود نه اینکه به هر طرحی مبالغه‌نگفتی داده شود و در نهایت شمار زیادی از آن‌ها بی‌نتیجه بماند. از آن مهم‌تر آیا حاکمیت و دولت در امر حفاظت از حریم خصوصی کاربران جایگزین خوبی برای بیگانگان بود و تضمینی وجود داشت که از اطلاعات محرمانه کاربران استفاده نامتعارفی صورت نگیرد. در همین راستا این متن برگرفته از مصاحبه «مهدی انجیدنی» مدیرعامل پیام‌رسان گپ در گفت‌وگو با خبرنگار گروه علمی و دانشگاهی خبرگزاری فارس در مردادماه سال ۱۳۹۹ به رشته تحریر درآمده است تا با نقطه‌نظرات او به عنوان کسی که از نزدیک شاهد ماجرا بوده است، بیشتر آشنا شویم.

سال‌هاست که دنیا به اهمیت داده‌ها در جهان امروز پی برده است و به خوبی دریافته که انتشار داده‌ها و اطلاعات جوامع چه تبعات جبران‌ناپذیری را در پی خواهد داشت؛ از این رو، هر کشوری به داده‌های مردم جامعه‌اش به چشم یک سرمایه ملی نگاه می‌کند که باید تمام تلاش و امکاناتش را به کار ببندد تا از آن‌ها پاسداری کند. پیام‌رسان‌های داخلی و بومی بستر حفاظت از داده‌ها و اطلاعات جوامع را به خوبی فراهم می‌کنند و مدت‌هاست که

پیام‌رسان‌های بومی یکی از موضوعات داغ زیست‌بوم نوآوری کشور در یک دهه گذشته محسوب می‌شوند که مدتی به دغدغه اصلی حاکمیت بدل شده بودند و بودجه‌هایی به شرکت‌ها و طرح‌های مختلفی هم در این باره تخصیص داده شد تا جایی که در یک برهه زمانی چندین طرح هم‌زمان روی ساخت پیام‌رسان ملی یا داخلی کار می‌کردند که در آن زمان انتقادات زیادی را به دنبال داشت و طیفی از بازخوردها دیده می‌شد. برخی در سر این طیف لزومی برای راه‌اندازی یک پیام‌رسان بومی نمی‌دیدند وقتی نسخه‌های بهتر خارجی آن وجود داشت، عده‌ای در سر دیگر این طیف ماجرا سوءاستفاده بیگانگان از داده‌های محرمانه کشور و ملاحظات امنیتی را پیش می‌کشیدند و بنابراین ساخت هرچه سریع‌تر آن را از نان شب واجب‌تر می‌دانستند. دسته دیگری اما در میانه این طیف با ساخت پیام‌رسان داخلی از اساس مشکلی نداشتند اما در ظرفیت زیرساختی کشور و آمادگی جامعه به لحاظ فرهنگی برای پذیرش استفاده از پلتفرم‌های داخلی و اعتماد به آن‌ها تردید داشتند. در واقع با چگونگی ساخت و بهره‌برداری از آن مساله داشتند اینکه چه کسی یا کسانی با چه بودجه‌ای در چه مدت

چند قدمی ●

چنین کارکردی از پیام‌رسان‌ها در دنیا متداول شده است. افزون بر این قریب یک دهه است که پیام‌رسان‌ها به عنوان یک پلتفرم ضروری برای اقتصاد کشورها شناخته می‌شوند و به‌مثابه ابزاری برای رشد کسب‌وکارها استفاده می‌شوند، کشورهای کره جنوبی و چین توانسته‌اند اقتصاد خود را با بهره‌گیری از پیام‌رسان‌ها متحول کنند. کره جنوبی توانست با استفاده از فناوری اطلاعات و پیام‌رسان بومی در مبارزه با شیوع ویروس کرونا، فاصله‌گذاری هوشمند را انجام دهد و موفق شد در همان ماه‌های ابتدایی این بیماری را کنترل و سپس ریشه‌کن کند. همچنین کشورهایی مانند انگلستان، چین و فلات در صورت رفع بیماری کرونا، موضوع آموزش برخط را ادامه خواهند داد، چرا که با استفاده از پیام‌رسان‌های بومی کشور خود می‌توانند بسیاری از هزینه‌ها را کاهش داده و آموزش‌ها را به صورت آنلاین و با کیفیت بیشتری ممکن کنند. همه کشورهای دنیا اهمیت پیام‌رسان‌ها را درک کرده و سرمایه‌گذاری‌های زیادی بر روی آن‌ها انجام داده‌اند با این همه اما در ایران وضع کاملاً فرق می‌کند! از ده سال قبل که موضوع پیام‌رسان ایرانی یا همان بومی در کشور مطرح شد، متأسفانه در یک چشم‌پوشی تمام‌مزیای و کارکردهای استراتژیک این پلتفرم‌های بومی به حاشیه رفت و واگذاشته شد و آنچه بر سر زبان‌ها افتاد چیزی نبود جز حريم خصوصی مردم که گویی با آمدن این نسخه‌های بومی در معرض ناامنی و هجوم نظام حکمرانی قرار داشت. این موضوع دهان به دهان در بین مردم می‌چرخید و برخی از رسانه‌ها آن را منعکس می‌کردند تا مردم را از استفاده این پیام‌رسان‌ها بر حذر بدارند. نه فقط عموم جامعه بلکه حتی مسئولان و رسانه‌ها هم شناخت و تفسیر درستی از یک پلتفرم بومی نداشتند و از آن هیچ حمایتی نکردند. گویی پیام‌رسان‌های داخلی از هیچ جهتی و برای هیچ کسی درک‌شدنی نبود و از یک فهم‌نشده‌گی همه‌جانبه رنج می‌برد. مسئولین کشور حتی حاضر نبودند استفاده از پیام‌رسان‌های خارجی را متوقف کنند و شخصاً از نسخه‌های بومی آن استفاده کنند و به همین میزان هم حمایت خود را دریغ کردند و چنین کاری عموم مردم جامعه را بحق به یک دوگانگی رسانده بود، صرفاً استفاده از اپلیکیشن‌های داخلی، کمترین حمایتی بود که آن‌ها می‌توانستند انجام دهند که دریغ کردند. متأسفانه ما در ایران هنوز در گیرودار سیاست‌بازی‌های معمول گرفتاریم و همچنان به بهانه ملاحظات سیاسی، از رشد این اپلیکیشن‌ها ممانعت می‌شود. در حقیقت مشکل پیام‌رسان‌های بومی نه در حوزه فنی و نه حتی سرمایه‌گذاری است، بلکه درد اصلی آن‌ها شکاف فرهنگی و رفتار دوگانه مسئولان است. فرهنگ استفاده از پیام‌رسان‌های داخلی و وحشت‌زدایی عمومی درباره آن‌ها جدی گرفته نمی‌شود. در حال حاضر اپلیکیشن (گپ) چندین قرارداد بین‌المللی را با کشورهای مختلف منعقد کرده است و استقبال خوبی از پیام‌رسان‌های ایرانی شده که می‌توان به کارکرد خوب آن‌ها اشاره کرد.



فصل چهارم

زنان از زبان زنان: بررسی نقش زنان در زیست‌بوم استارت‌آپی ایران و چالش‌های حضورشان

چالش‌ها و موارث‌هایی که در زیست‌بوم استارت‌آپی و نوآوری کشور جریان دارد، وقتی پای زنان این سرزمین در میان باشد چندین برابر بزرگ‌تر و حتی سنگین‌تر می‌شود. محدودیت فعالیت زنان ایرانی در سطوح مختلف اجتماعی و حتی موقعیت‌های بسیار ساده‌تر از دنیای استارت‌آپی هم به چشم می‌آید چه رسد به این دنیای مبهم و پرمخاطره! با این همه اما زنان قوی ایران پا پس نکشیدند و این بار نیز با ایفای نقش‌شان در مقام مؤسس استارت‌آپ برای این شرکت‌های نوپا مادری کرده و آن‌ها در دامن خود پروریدند یا زنانی که به جهت توانمندی و درک دقیق‌ترشان از دنیای زنانه مسئولیت‌های مختلف این حوزه را بر دوش گرفتند. در این فصل، نقطه نظرات جمعی از این زنان فعال و شناخته‌شده زیست‌بوم نوآوری ایران به نگارش درآمده است.

اتاق مورتی

در زیست‌بوم استارت‌آپی ایران تا چه اندازه با عینک بانوان به موضوعات نگرینسته شده است؟

برداشتی آزاد از گفتگو با حکمیبه فریزاده، مدیرعامل شتاب‌دهنده مانا



داستان مانا: نحوه نقش‌آفرینی زنان در زیست‌بوم نوآوری کشور چگونه بود؟

ماه‌های آخر سال ۱۳۹۴ بود که مجموعه «آواتک»، دور اول سرمایه را از معاونت علمی و فناوری دریافت کرد و نهاد تازه‌ای به نام شتاب‌دهنده به صورت رسمی در کشور فعالیتش را آغاز نمود. آن زمان حمایت مالی از سوی معاونت تأمین می‌شد و «آواتک» هفتاد و پنج درصد سهام را به تیم‌ها اختصاص می‌داد و مابقی آن را به عنوان سربار و یا همان هزینه نیروهای انسانی برمی‌داشت. همین باعث شد تا موج ابتدایی شکل‌گیری شتاب‌دهنده‌ها در کشور تحت فضایی هیجانی و نابالغ به درستی ایجاد نشود. تلقی اغلب افراد از تأسیس شتاب‌دهنده در آن زمان یک بی‌زینس زودبازده بود که مداخله حاکمیت و ورود پول دولتی در این حوزه به این باورها دامن می‌زد و شتاب‌دهنده‌های زیادی به سودای همین پول بادآورده تأسیس شدند. در آن سال‌ها عملاً زیست‌بومی برای بانوان وجود نداشت، کار ما از سال ۱۳۹۴ نه با هدف ایجاد زیست‌بوم زنان بلکه با هدف افزایش حضور اجتماعی و اقتصادی آنان شروع شد. آن زمان دغدغه‌ام این بود در حالی که کشور هزینه زیادی برای آموزش زنان تحصیل کرده در رشته‌های فنی و مهندسی صرف می‌کرد چرا توزیع جمعیت آنان در موقعیت‌های شغلی متناسب با تحصیلاتشان به شکل نرمال و زنگوله‌ای نبود و در بخش‌هایی مانند ورود به

فضاهای آکادمیک و رشته‌های غیر تخصصی بیرون‌زدگی و اشباع بیش از حد مشاهده می‌شد. در این باره پژوهشی را در مؤسسه فتوت قم انجام دادیم که نشان می‌داد، نبود زیرساخت مناسب برای فعالیت‌های زنان یکی از دلایل اصلی سوق پیدا کردن آنان به سمت محیط‌های غیر تخصصی است. پس از آن تصمیم گرفتیم تا یک دانشگاه فنی و مهندسی طراحی کنیم به طوری که حضور و فعالیت زنان در آن مزیت محسوب شود اما در همین بین به واسطه آشنایی با زیست‌بوم استارت‌آپی و مؤسسه دانش‌بنیان برکت که به تازگی کارش را آغاز کرده بود به این نتیجه رسیدیم که احتمالاً دانشگاه یک چشم‌انداز بلندمدت است و شاید بهتر باشد برای استخراج نمونه اولیه از فضای حضور تخصصی زنان یک شتاب‌دهنده مختص آنان تأسیس کنیم.

در آن زمان، تصویر حضور بانوان در زیست‌بوم استارت‌آپی شبیه به یک دفتر سفید و خالی بود و حوزه بانوان به عنوان یک بخش تخصصی تا مدت‌ها نادیده گرفته می‌شد و عملاً زیست‌بومی مختص بانوان وجود نداشت. از طرفی تا سال ۱۳۹۶ هیچ یک از دستگاه‌های دولتی مشاور بانوان نداشتند تا اینکه در سال ۱۳۹۵ گزارش «جندرگپ» منتشر شد و ایران در بین ۱۴۴ کشور به دلیل حضور کم‌رنگ زنان در لایه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، در جایگاه ۱۴۲ام قرار گرفت. به همین بهانه طرحی در هیئت وزیران مصوب شد مبنی بر اینکه از آن پس همه دستگاه‌ها از مشاور

بانوان برخوردار شوند. در مهر ماه سال ۱۳۹۶ حکم خانم دکتر «حمیدزاده» به عنوان مشاور بانوان معاونت علمی و فناوری صادر شد. ما هم تا آن موقع یک رویداد استارت‌آپی برگزار کرده بودیم و در حال طراحی و تدارک رویداد دوم در دانشگاه صنعتی شریف بودیم. در همین حین، آقای مهندس «جلالی منش» مدیرعامل مؤسسه دانش‌بنیان برکت مرا به خانم «حمیدزاده» معرفی کردند و ما با یکدیگر در آبان ماه سال ۱۳۹۶ گفتگویی داشتیم. در آن زمان معاونت علمی و فناوری داده‌های درستی از حضور زنان در زیست‌بوم نوآوری کشور نداشت، فقط تعدادی اعداد و ارقام پراکنده وجود داشت که در آن مقطع سعی می‌شد تا به‌روز شود اما صحت این داده‌ها کاملاً مبهم بود. کمی بعد در گزارش عملکرد معاونت علمی و فناوری در بخش مشاوره بانوان، دکتر «ستاری» از خانم «حمیدزاده» خواستند تا ذیل زیست‌بوم بانوان شروع به طراحی کنند. در همین راستا، ما هم در بهمن ماه سال ۱۳۹۶ رویدادی را با نام «گوآپ» برگزار کردیم، همچون رویداد اول برنامه مفصلی داشت و سعی شده بود طراحی آن از استارت‌آپ و یکند متفاوت باشد. اولین بار بود که یک رویداد و فرصت تخصصی برای بانوان در زیست‌بوم، ایجاد شده بود؛ بنابراین بازخورد رسانه‌ای خوبی داشت.

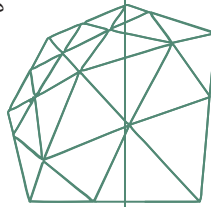
گزارش این رویداد به گوش آقای دکتر «ستاری» رسید و پس از آن ایشان پروپزال ما با نام شاب (شتاب‌دهنده اختصاصی بانوان) همان «مانا» فعلی را مطالعه کردند، آخرین پیامی که اسفند ماه ۱۳۹۶ از سوی ایشان به من رسید حامل اصلاحاتی مانند افزودن آمار جهانی حضور زنان بود که نشان می‌داد ضریب حضور بانوان حتی در سطح سیلیکون‌ولی هم فقط ۱۵ درصد است؛ در واقع حضور کم‌رنگ زنان در حوزه‌های نوآوری یک معضل جهانی بود. پس از انجام اصلاحات به تدریج «مرکز نوآوری» مانا پا گرفت، فضایی برای خانم‌های خلاق، نوآور و متخصص تا فرصت عملی کردن ایده‌های خود را در فضایی کاملاً حرفه‌ای به دست بیاورند.

■ آیا زنان به پاشنه آشیل جمهوری اسلامی بدل شده‌اند؟

در سال‌های ۱۳۹۶ و ۹۷ که طرح شتاب‌دهنده اختصاصی بانوان را در جاهای مختلف بارها ارائه می‌کردم همیشه تأکید داشتم که زنان پاشنه آشیل جمهوری اسلامی هستند و حاکمیت باید اکنون راه‌حلی برای آن‌ها داشته باشد وگرنه بعدها حتماً مجبور می‌شود مانند بسیاری مسائل دیگر در چارچوب جمهوری اسلامی به دلیل حجم‌ها و حمله‌های وارده بر آن در پارادایم دفاع قرار گیرد تا کاری برای آن انجام دهد اما در کمال ناباوری همه حاضرین می‌خندیدند! اتفاقات زنان در کشور ما بی‌شابهت به سرریز شدن دیگ زودپز نبود؛ یعنی طبیعت اتفاقات، حجم‌ها و

■ تکوین زیست‌بوم استارت‌آپی در ایران از چه ضعف‌های بنیادینی رنج می‌برد؟

در تمام دنیا هم شرکت‌های عادی و سنتی و هم استارت‌آپ‌ها در کنار هم فعالیت می‌کنند که دو مقوله متفاوتند اما در ایران این دو به شکلی درهم‌تنیده وارد کشور شدند. در آن سال‌ها گزارش‌های بین‌المللی روند توسعه شرکت‌های حوزه آئی‌تی را مطرح می‌کردند و لازم بود در آن مقطع کشور به توسعه انواع شرکت‌های حوزه آئی‌تی توجه می‌داشت نه اینکه تمام منابع و توجه خود را صرفاً به استارت‌آپ‌های حوزه آئی‌تی اختصاص دهد. شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی در کشور نابالغانه و غیرارگانیک بود. مقیاس‌پذیری و رشد نمایی استارت‌آپ در کشورهایی معنا می‌یابد که اقتصادشان به مرحله‌ای از شکوفایی رسیده باشد و ظرفیت آن وجود داشته باشد اما اقتصاد ایران این طور نبود که اگر می‌بود باید تاکنون حداقل پنج مورد عرضه عمومی (IPO) در این مدت می‌داشت. کشور هنوز از ثبات اقتصادی کافی برخوردار نیست که رشد یک بیزینس، بدون دستکاری رخ دهد، مثلاً «تپسی» با وجود دستکاری‌ها و تزریق پول حاکمیتی بورسی شده است یا رشد «اسنپ» و همین‌طور «دیجی‌کالا» ابداً زیست‌بومی نبوده است، بلکه پای یک پول کلان خارجی و یک زیست‌بوم خارجی در میان بوده است، در هیچ یک از این موارد کسی با یک ایده بکر از کنج انباری خانه‌اش شروع نکرده که حالا به رشد نمایی رسیده باشد؛ اتفاقاً اگر دست حاکمیت از زیست‌بوم کوتاه شود، همه چیز فرو می‌ریزد. تزریق‌ات حاکمیت تاکنون این زیست‌بوم را زنده و سر پا نگه داشته است. حقیقتاً زیست‌بوم ایران برای کدام سرمایه‌گذار خصوصی جذابیت دارد؟ در حالی که اگر سیستمی واقعاً بالغ بود باید سرمایه‌گذاری در حوزه استارت‌آپی برای هر نهاد خصوصی



و جزئی در مسائل تقلیل داده می‌شد. عده‌ای تعبیه واگن بانوان در مترو را طراحی برای زنان می‌دانند یا بوستان مادر و کودک می‌سازند که تنها تفاوتش با سایر پارک‌ها در منع حضور مردان و وجود یک اتاق مادر و کودک است ولی اساساً طراحی هیچ یک از آن‌ها برای استفاده بانوان نیست. در زیست‌بوم هم حتی یک بار به قرارداد سرمایه‌گذاری با این دید نگاه نشده که قرار است یک زن این قرارداد را امضا کند که طبق قوانین جمهوری اسلامی ولی آن، پدر یا همسر او هستند، آیا کشیدن چک، دادن سفته و تعهدات قرارداد متناسب با یک زن است. در یک کلام تاکنون هیچ طراحی خاصی، حتی در جهت منفی هم در خصوص بانوان انجام نشده است.

در فراز پایانی سختم احساس می‌کنم که شاید ثمره مرکز نوآوری «مانا»، این عبارت بود که «با عینک بانوان موضوعات را ببیند». از طرفی در خصوص طراحی برای حضور زنان در زیست‌بوم استارت‌آپی تأکید دارم که باید حقایقی را پذیرفت. واقعیت اینکه در کل زیست‌بوم نوآوری و فناوری، تنها زن چادری، من هستم! این حقیقت باید در طراحی لحاظ شود. مساله بی‌حجابی کارکنان زن در استارت‌آپ‌ها فقط محدود به دو یا سه شرکت بزرگ نیست بلکه مستقل از مذهبی یا غیرمذهبی بودن مدیران، جو زیست‌بوم نوآوری مبتنی بر بی‌حجابی است البته نه به معنای ناسالم بودن! همچنین اگر بناست چیزی برای بانوان طراحی شود، باید مشخص شود که نقطه عزیمت کجاست و بدانیم که قصد داریم چه کنیم؟ یکی از نگرانی‌ها در خصوص حوزه زنان عدم تعریف یک مطلوب مناسب است که بتوان مسیری به سمت آن تصور کرد. به تازگی در برنامه هفتم توسعه، خانم دکتر «قاسم‌پور» پیشنهادی از طرف کمیسیون زنان و خانواده ارائه کرده‌اند که معاونت علمی مأمور به ایجاد فضاهایی شبیه به «مانا» (فضاهای دوستدار کودک) باشد که بیش از آن که مرا خوشحال کند موجب نگرانیم شده که مبادا سطح دغدغه پیرامون زنان را تا حدی تقلیل دهیم که فقط درصدد به راه انداختن مهد کودک باشیم. اینکه همه مراکز نوآوری یک مهد کودک داشته باشند، شاید یک رویکرد مناسب باشد اما پیش از هر چیز باید مساله زنان را در سطح کلان تبیین کرد.

جذابیت می‌داشت. از طرفی در تحلیل وضعیت کنونی زیست‌بوم نوآوری کشور نباید اتفاقات اقتصادی سال‌های ۱۳۹۶ و ۹۷ مانند جهش دلاری و مهاجرت نیروی انسانی متخصص را نادیده گرفت. به علاوه از همان ابتدا تفسیر اشتباهی از وضعیت موجود داشت و این توهم در بسیاری ایجاد شده بود که همه قصد داشتند تا پلنفرمی شبیه «اسنپ» و «دیجی کالا» بسازند بی‌آنکه لحظه‌ای فکر کنند که مگر در دنیا چند آمازون، اوپو، اینستاگرام وجود دارد؟ تصویری در ذهن آدم‌ها ایجاد شده بود که توقعات و انتظارات‌شان را به طرز عجیبی بالا برده بود و این افراد به محض شکست که اتفاقاً بسیار محتمل بود، ضربه مهلکی را متحمل می‌شدند و همین موجب افزایش نرخ ناامیدی و موج مهاجرت شد.

■ آیا مانا پرچمدار رسالت «زندگی از زاویه

دید زنان» است؟

اساساً معتقدم که بانوان نیازمند به تبعیض مثبت یا خاص‌انگاری نیستند بلکه فقط کفایت تا دیده شوند، اما متأسفانه در بسیاری از بخش‌ها زنان ابدأ در نظر گرفته نمی‌شوند. در پارامترهای نظام تربیتی اسلامی، مقوله شخصی‌سازی تربیتی وجود دارد یعنی برخلاف نظام آموزش و پرورش فعلی کشور همه افراد با یک متر و معیار سنجیده نمی‌شوند، در موضوعات مربوط به بانوان هم شخصی‌سازی یک ضرورت است. در طراحی اغلب فضاهای کشور از مدرسه، مسجد، بخش بستری بیمارستان گرفته تا سرفصل‌های درسی و موارد متعدد دیگری عملاً زنان دیده نشده‌اند. کاش سیاست‌مداران، قانون‌گذاران و مسئولین برای یک بار هم که شده در لایه کلان سیاست‌گذاری با عینک زنان به موضوعات بنگرند، گویی کل مملکت برای مردان طراحی شده و زنان هم به ناچار از آن استفاده می‌کنند. شاید حتی اگر از زاویه زنان به موضوعات توجه شود در نهایت به این نتیجه برسند که نیاز به هیچ تغییری وجود ندارد اما فقط یک بار به چنین نگاهی بها داده شود. زمانی را به یاد می‌آورم که وقتی از مرکز نوآوری بانوان سخن می‌گفتم، عده‌ای در زیست‌بوم ما را به سخره می‌گرفتند که قرار است یک جای صورتی بسازید! متأسفانه گاهی شخصی‌سازی و متناسب‌سازی برای زنان به همین صورت‌بندی‌های ظاهری



فرار از جنسیت زدگی

زنان در یک دهه گذشته چه نقشی را در زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپی کشور ایفا کردند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های زینب حمیدزاده، مشاور سابق امور بانوان معاونت علمی و فناوری

متخصص ایرانی به کشور بازگشتند که از این میزان، ۲۲۰ نفر از بانوان متخصص و نخبه ایرانی مهاجر به دیگر کشورها بودند. با وجود این ظرفیت اما نقش و سهم زنان کم‌رنگ‌تر از آن است که باید باشد البته در این مسیر موانع فرهنگی و اجتماعی زیادی وجود دارد که فقط مختص به کشور ما نیست بلکه در سراسر دنیا حضور بانوان با محدودیت‌هایی همراه است. یکی از محدودیت‌های فرهنگی این حوزه شاید نگاه جنسیت‌زده به مقوله حضور زنان در عرصه نوآوری باشد. اسفند ماه سال ۱۳۹۶ بود که «زینب حمیدزاده»، از دوازدهمین نمایشگاه زنان و تولید ملی بازدید کرد و همان جا بود که از برابری مشارکت زنان و مردان در فضای کسب‌وکار گفت: «بانوان در عرصه‌های مختلف تولید نیاز به حمایت و نگاه ویژه ندارند و اگر به صورت مساوی و برابر در فضاهای کسب‌وکار مشارکت داده شوند می‌توانند توانمندسازی خود را نشان دهند؛ بنابراین در معاونت علمی بسترسازی برای این فعالیت‌ها را در اولویت قرار داده‌ایم.» او حوزه‌های استارت‌آپی را یکی از فرصت‌های مهم برای نمایش توانمندی‌های زنان دانست و تأکید کرد: «در فعالیت‌های استارت‌آپی قدرت ذهنی، خلاقیت و مدیریت کسب‌وکار از عوامل موفقیت محسوب می‌شود؛ بنابراین در این حوزه نمی‌توان دیدی جنسیت‌محور داشت و زنان می‌توانند در آن حضوری پررنگ‌تر داشته باشند.»

مگر می‌شود از زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپی کشور سخن گفت اما صحبتی از بانوان به میان نیاورد. زمانی که در سراسر تاریخ پر فرازونشیب این کشور هر جا که باید، به موقع در صحنه حاضر شدند و دیری نپایید که جای درست خود را در هر بزنگاه تاریخی یافته و با شایستگی تمام هر بار تصمیمی سرنوشت‌ساز گرفتند و باری را از دوش کشورشان برداشتند تماماً این بار هم حرفی برای گفتن داشتند. آمار و اعداد مفصل و متقنی از حضور زنان در پهنه نوآوری ایران وجود ندارد اما شاید دکتر «زینب حمیدزاده» مشاور معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در امور بانوان مطلع‌ترین فردی باشد که از نزدیک جریان حضور زنان و نقش‌شان در زیست‌بوم استارت‌آپی کشور را پیگیری می‌کند. به همین بهانه در مصاحبه‌ها، گفتگوها و یادداشت‌هایش چرخه زدیم تا شاید به تصویر درستی از فعالیت زنان در زیست‌بوم استارت‌آپی برسیم. در این سال‌ها زنان هم به مانند دیگر اقشار مختلف جامعه به زیست‌بوم استارت‌آپی کشور پیوستند و در میان کارآفرینان، زنان موفق‌تری ظهور کردند و به گفته مشاور معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در امور بانوان، ۵۰۰ شرکت دانش‌بنیان تا اواخر سال ۱۳۹۸ توسط بانوان در کشور تأسیس شده و بانوان در ۱۵۰ شرکت خلاق و استارت‌آپی نیز حضور فعال داشتند و همچنین با اجرای برنامه بازگشت نخبگان ایرانی غیرمقیم یک هزار و ۱۰۹



صورت‌بندی مساله همچون معاونت طبیعتاً هر کسی با شنیدن این آمار و ارقام این پرسش به ذهنش خطور می‌کند که چرا؟ به چه دلیل زنان تحصیل‌کرده تمایلی به حضور اجتماعی در جامعه ندارند؟ که در ادامه مشاور بانوان معاونت علمی ریاست جمهوری به این سوال این‌گونه پاسخ داد، او با اشاره به مطالعات آسیب‌شناسی در خصوص حضور زنان در جامعه در ستاد اجرایی فرمان امام (ره)، یادآور شد: «این مطالعات نشان داد که اکثریت زنان تحصیل‌کرده به دلیل توجه به هویت زنان در جامعه هویت اجتماعی خود را فراموش می‌کنند و دلیل این افت آن است که بانوان علاوه بر نقش اجتماعی نقش‌های گوناگون دیگری را پذیرفته‌اند که میان آن‌ها توازن وجود ندارد، از سویی بانوان روحیه خودباوری و اعتماد به نفس ضعیف‌تری دارند. لازم بود تا راهی پیدا کنیم که بانوان متخصص بتوانند در جامعه هویت اجتماعی خود را حفظ کنند.» به همین دلیل معاونت مدلی را ارائه کرد که حمیدزاده در این باره گفت: «بر این اساس مدلی برای حضور زنان در زیست‌بوم نوآوری طراحی کردیم که این مدل در معاونت علمی با نام «توان‌افزایی بانوان خلاق» در سه محور در دستور کار قرار گرفت.» او الگوسازی، تقویت زیرساخت‌ها و توسعه شبکه را از جمله محورهای اجرای این برنامه نام برد و این‌طور ادامه داد مدلی که برای راه‌اندازی مرکز نوآوری بانوان بوده، بر اساس دو فرمایش رهبری استخراج شده که یکی از این فرمایشات آن بود که به گفته ایشان مساله مادری، همسری، خانه و خانواده جزو مسائل اساسی است و تأکیدات دوم ایشان نیز آن بود که در طرح‌هایی که برای حوزه زنان طراحی می‌شود، خود بانوان نیز باید حضور داشته باشند، ما این دو موضوع را سرلوحه کار خود قرار دادیم. اکنون چند سالی از این اظهارات می‌گذرد و هنوز معلوم نیست که آیا در آن زمان آسیب‌شناسی‌ها به درستی انجام شده بود و آیا پرسش و طرح مساله معاونت در خصوص حضور زنان در زیست‌بوم استارت‌آپی چارچوب‌بندی درستی داشت و مهم‌تر از همه آیا تمهیدات معاونت و مدل «توان‌افزایی بانوان خلاق» تاکنون نتیجه‌بخش بوده و حضور زنان در این عرصه بیشتر شده است که متأسفانه آمار و ارقام جدیدی از حضور بانوان در این عرصه در دست نیست.

به نظر می‌رسد معاونت علمی و فناوری در ابتدای کار انتظار داشت که میان خیل عظیم زنان تحصیل‌کرده در کشور و راهیابی آنان به زیست‌بوم استارت‌آپی نسبت مستقیمی برقرار باشد و گویی تصور می‌کرد که همان زنانی که روزی با مدارک و مدارج علمی بالا از دانشگاه‌های کشور فارغ‌التحصیل شده‌اند اکنون باید استارت‌آپ بزنند! گذشته از اینکه این تصور تا چه اندازه درست است یا خیر؟ و اینکه آیا می‌توان از زنان تحصیل‌کرده بیش از بقیه زنان انتظار کارآفرینی داشت؟ یا برعکس ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه از زنان خلاق و هنرمند ولو کم‌سواد هم ساخته است؟ آیا اساساً میزان ورود تحصیل‌کردگان به وادی استارت‌آپ معیار مناسبی برای سنجش نقش زنان در این حوزه است؟ اما هر چه که بود این تلقی معاونت علمی و فناوری در کشور خلاف واقعیت جامعه بود. سخنان «حمیدزاده» در مراسم افتتاح اولین مرکز نوآوری بانوان دانشگاه علم و صنعت در شهریور ماه سال ۹۸ این موضوع را تأیید می‌کند. او در این باره این‌طور توضیح می‌دهد: «در ۴۰ سال اخیر میزان دانش‌آموختگان زن نسبت به آغاز انقلاب ۱۷ برابر شده است و در مقابل ۸۰ درصد از این زنان در مقاطع کارشناسی و بالاتر هستند و میزان تحصیل‌کردگان زن با مرد برابر شده و حتی در برخی شهرهای کشور نسبت ۷۰ به ۳۰ را شاهد هستیم که اکثر فارغ‌التحصیلان را زنان تشکیل می‌دهند اما وقتی زیست‌بوم نوآوری و فناوری را بررسی می‌کنیم، تنها شاهد حضور ۲۵ درصدی بانوان در مشاغلی چون عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها خواهیم بود. همچنین در میان شرکت‌های دانش‌بنیان تنها ۱۰ درصد آن‌ها را شرکت‌هایی تشکیل می‌دهند که مدیرعامل آن‌ها زنان هستند که این مقدار از سال ۹۷ به ۱۲ درصد افزایش یافته است، این عدد نسبت به میزان فارغ‌التحصیلان زن عدد قابل‌قبولی نیست، هرچند که در دانشگاه‌ها مقاومتی برای حضور زنان در زیست‌بوم نوآوری صورت نمی‌گیرد.» از این جملات این‌طور برداشت می‌شود که گویی صورت مساله برای معاونت علمی و فناوری تغییر کرده بود و دغدغه حضور زنان در زیست‌بوم نوآوری به دغدغه حضور زنان تحصیل‌کرده در اجتماع ازجمله زیست‌بوم استارت‌آپی بدل شده بود. با فرض همراهی با

دج‌بیس‌ج

زیست‌بوم استارت‌آپی ایران در نگاه زنی
مقاوم همچون کوه و ظریف مانند تارهای
فرش چگونه است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های آرزو خسروی، مدیرعامل فرش آنلاین

■ حکایت فرش آنلاین از زبان مؤسس چگونه است؟

«آرزو خسروی» مدیرعامل کسب‌وکار اینترنتی «فرش آنلاین» است که به گفته خودش از ۱۸ سالگی کار کرده و از آنجا که به زبان انگلیسی تسلط داشت ابتدا روزنامه جام‌جم شد و در ضمیمه «پانوراما» به انگلیسی مقاله می‌نوشت، کمی بعدتر هم به «تهران تایمز» راه پیدا کرد. عمده مقالاتش در خصوص زنان و معضلات اجتماعی مربوط به آن‌ها بود. هنوز بیست سالش نشده بود که با جسارتی مثال‌زدنی وارد دفتر سازمان ملل در تهران شد و برای اولین بار کار بین‌المللی را تجربه کرد. بعدها او به عنوان فعال حقوق زنان به کشورهای زیادی سفر می‌کرد و سخنرانی‌های متعددی داشت. آن روزها با اینکه شغل و درآمد دلاری خوبی داشت اما تصمیم تازه‌ای گرفت تا فراتر از شرکت در کنفرانس‌ها و حرف زدن از حقوق زنان در عمل هم قدمی برای توانمندسازی زنان بردارد تا آن‌ها هم به درآمد خوبی برسند و هم از آسیب‌های اجتماعی ناشی از فقر که همواره زنان را تهدید می‌کرد در امان باشند. پس تصمیم گرفت تا به کمک همسرش کسب‌وکار اینترنتی «فرش آنلاین» را در سال ۱۳۸۹ تأسیس کند. خانواده همسرش از قدیمی‌های حوزه فرش بودند و او به همین واسطه توانست شناخت خوبی از بازار فرش پیدا کند و پس از ۶ ماه مطالعه و بررسی رسماً شغل پردرآمد و باکلاس‌اش را رها کرد و به رغم مخالفت‌های اطرافیان بسیار مصمم کسب‌وکارش را راه‌اندازی کرد. او مسیر

فرش آنلاین را این‌گونه توضیح می‌دهد: «در آن زمان ما کارمان را با فرش ماشینی شروع کردیم و بعد از سه سال با فرش دستباف و پس از چهار یا پنج سال هم با ورود به حیطه‌های دکوراسیون و صنایع دستی ایران کار را ادامه دادیم. صادرات به کشورهای حوزه خلیج فارس، کشورهای اروپایی و اسکاندیناوی را از سال چهارم آغاز کردیم و از سال ششم، قبل از آن‌که ترامپ رئیس‌جمهور شود، یک دفتر در کالیفرنیا افتتاح کردیم که چند پارت خیلی موفق هم فرستادیم اما بعد از برجام همه آن‌ها تعطیل شد. با توجه به اوضاع سیاسی و اقتصادی ایران شرایط برای ما همیشه ثابت نبوده و یک روزهایی در اوج بودیم و روزهایی دیگر تحت تأثیر همین تحولات، روزهای خوبی نبوده است. در حال حاضر با وجود تحریم‌ها و تهدیدهای خارجی در کشورهایی مثل چین، عمان، قطر، آلمان و جدیداً ژوهانسبورگ از آفریقای جنوبی فعالیت داریم. اما اصولاً ما راهکار خروج از این شرایط را داشتیم که نیچ مارکتی در کشوری دیگر پیدا کنیم و هیچ‌وقت به صفر نرسیدیم و نخواهیم رسید، اما بازار و شرایط سخت است و تغییر ارزهای خارجی خیلی جدی است و بانک‌های خارجی خیلی با ما کار نمی‌کنند و مراودات مالی اگر قبل‌تر به روال خیلی عادی‌ای انجام می‌شد حالا این روال تغییر کرده و با وقت و تیم بیشتری باید صورت پذیرد.» او پیدا کردن یک بازار بین‌المللی و پذیرفته شدن به عنوان یک شریک تجاری در عرصه بین‌المللی را وابسته به عوامل زیادی می‌داند و در مورد کسب‌وکار فرش آنلاین این‌طور توضیح می‌دهد: «تاجرهای

حرف بزنم اما حمایت تا جایی که بتواند یک سری از دغدغه‌های ذهنی بانوان را کم کند چرا که نه، چون از نظر من مسئولیت زنان در زندگی با اینکه یک شراکت است، بیشتر از مردان بوده مخصوصاً وقتی که مادر می‌شوند. پس اگر سازمان‌های حمایتی باشد که مثلاً برای کارمندانی که به دلیل بارداری یا عدم اجازه همسر خانه‌نشین شدند، جلسات روانشناسی می‌گذرانند و به آقایان جایگاه زن را توضیح می‌دهند و با حمایت‌های کوچکی مثل نگاه‌داری از بچه‌ها در دو یا سه روز، قاعدتاً آن زنان الان روحیه بهتری داشتند و کارشان را هم ادامه می‌دادند و برای زندگی خودشان و جامعه مفیدتر بودند و مستقل‌تر درآمدی هم داشتند.»

او در توضیح معضل درونی این‌بار چالش را متوجه خود زنان دانسته و تأکید می‌کند: «این خود ما هستیم که تعیین می‌کنیم وارد اکوسیستم بشویم یا نه؛ اکوسیستم قرار نیست ما را بپذیرد، ما باید آن را بپذیریم و این نوع نگاه من به عنوان یک زن است. تنها چیز موردنیاز این است که واقعا مهارت‌مان را بالا ببریم، چیزی که الان شاهدش هستیم این است که هر روز برای ما کلی رزومه می‌آید و همیشه کلی فرصت شغلی داریم و دنبال نیروهای کاری خوب هستیم، رزومه‌های خوبی هستند اما هم خانم‌ها و هم آقایان مهارت‌هایشان کافی نیست.» او مهارت‌آموزی و کسب تجارب و حتی دوره‌های آنلاین گذرانده‌شده را مهم‌تر و اثرگذارتر از رفتن به دانشگاه و تحصیل صرف می‌داند. او باور دارد هر کسی به رغم جنسیتی که دارد نیاز به کسب مهارت‌های نرم و تخصصی دارد و ادامه می‌دهد: «در مورد زنان اولین مهارتی که باید تقویت شود، اعتماد به نفس است، واقعاً احساس می‌کنم بانوان ما اعتماد به نفسشان از آقایان خیلی کمتر است، مثلاً وقتی برای استخدام می‌آیند و فرم‌های ما را پر می‌کنند در مورد یک موقعیت شغلی یکسان مقدار حقوق پیشنهادی خانم‌ها به مراتب کمتر از آقایان است و این در حالی است که وقتی آن‌ها را برای کار تست می‌کنیم، خانم کار را دقیق‌تر انجام می‌دهد. اولاً درست است که جامعه خیلی از توانایی‌هایی ما سوءاستفاده کرده است، چون به اعتقاد من خانم‌ها خیلی دقیق‌تر، منظم‌تر و منسجم‌تر از آقایان کار می‌کنند و این فاکتورهای مهمی برای یک‌سری از کارهاست اما از اعتماد به نفسشان متوجه می‌شوم که خودشان این موضوع را قبول ندارند. در مقابل می‌بینم عده‌ای خیلی جنگنده هستند ولی طبل تو خالی‌اند، من روی صحبت‌ها با آن بانوانی است که خیلی قدرتمند، توانا و با مهارت‌اند اما به خاطر اعتماد به نفس پایین خودشان را دست کم می‌گیرند.» خسروی با تمام مواضع حمایتی‌اش در مورد زنان اما ابداً به خود نگاه جنسیتی ندارد و به گفته خودش همیشه به عنوان یک مدیر به خود نگاه کرده و از بچگی آموخته که باید فارغ از هر جنسیتی توانا باشد و در نظر او زنان و مردان فرقی ندارند، هر کسی باید کاری کند که از آن لذت می‌برد و آن را درست انجام دهد اما متأسفانه جامعه و به طور خاص بازار سنتی فرش همیشه پذیرای چنین باوری نبوده است.

بین‌المللی خوبی از قبل ما را می‌شناختند و از کیفیت کارهای ما رضایت داشتند. در ابتدای کار بازار خیلی سنتی بود و کاردهای زیادی وجود داشت، اما از ابتدای کار هم به واسطه پدر همسرم که سال‌ها در کار فرش بودند و از خوش‌نامان این حیطه، آدم‌های زیادی با ما کار می‌کردند و با وجود اینکه بازارهای قدرتمند جلوی ما ایستادند که حداقل پیشرفت نکنیم اما بعد از مدتی هم‌سوی ما شدند و تقریباً همه دارند با ما کار می‌کنند. بعد از شیوع کرونا مردم دیگر به پلتفرم‌های آنلاین اعتماد کردند، در زمانی که ما کارمان را شروع کردیم گستردگی اینترنت مانند حالا نبود و کاری که ما کردیم شروع با سرمایه شخصی بود و آن‌قدر پول نداشتیم که بیلبورد بزنیم و فقط کیفیتی که عرضه می‌کردیم بهترین نوع کیفیت بود و به عکس و تولید محتوای سایت خیلی دقت داشتیم و این کمک کرد تا مشتری جذب کنیم و چون مردم تا صدای یک نفر را نمی‌شنیدند اعتماد نمی‌کردند از اول خط‌های تلفنی ۲۴ ساعته داشتیم و همیشه محصول را می‌فرستادیم و بعد هزینه را دریافت می‌کردیم، تمام این کارها باعث شد تا به ما اعتماد کنند.»

■ بانوان استارت‌آپی در زیست‌بوم کارآفرینی ایران چه مشکلاتی دارند؟

آرزو خسروی در مصاحبه‌ای با «۱۰۰ استارت‌آپ» به این سوال پاسخ داده است، او زیست‌بوم استارت‌آپی ایران را در مقایسه با نمونه‌های جهانی بزرگ نمی‌داند اما آن را پویا و خلاق توصیف می‌کند و معتقد است که قاعدتاً نمی‌تواند بگوید که فضای اکوسیستم مردانه یا زنانه است اما مانند تمام مشاغل خوب دیگر در ایران تعداد مردان بیش از زنان است. در نظر او هرچند عمده بنیان‌گذاران استارت‌آپی را مردان تشکیل می‌دهند اما در مراحل میانی نقش زنان پررنگ‌تر است، آنان به عنوان مدیران ارشد و داخلی در مقام قلب تپنده پلتفرم یا بیزینس، تصمیمات مهمی می‌گیرند در حالی که نشان داده نمی‌شوند و همه چیز به اسم فاندورها تمام می‌شود. اگرچه ابراز امیدواری می‌کند که در سال‌های آینده تعداد بنیان‌گذاران زن نیز افزایش یابد اما در شرایط فعلی، افزایش بنیان‌گذاران چه مرد یا زن را دشوار می‌داند. او چالش‌های فراوان حضور اجتماعی زنان را تنها محدود به ایران نمی‌داند و از نظر او این یک معضل جهانی است اما به دو چالش مهم بیرونی و درونی در مورد زنان استارت‌آپی در زیست‌بوم ایران اشاره می‌کند. او در معضل بیرونی معتقد است در اغلب نقاط دنیا قوانینی برای حمایت از زنان متأهل و فرزنددار وضع می‌شود تا بتوانند به فعالیت خود در سطوح اجتماعی ادامه دهند و این‌طور می‌گوید: «برای یک فاندور خانم در ایران هیچ قانون حمایتی برای ازدواج و بچه‌داری وجود نداشت و گویا ما را به رسمیت نمی‌شناختند. قاعدتاً فضاها و ایونت‌هایی مانند مانا برای خانم‌ها کم‌کمرسان هستند و راه را یاد می‌دهند. واقعاً هیچ سازمانی وجود نداشت که بخواهد از ما حمایت کند و من هم هیچ‌وقت طعمش را نچشیدم تا بتوانم از آن

اشک‌ها لبخندها

مهم‌ترین موانع زنان برای نقش‌آفرینی به‌عنوان صاحب‌کسب‌وکار در ایران چیست؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های نازنین دانشور، مدیرعامل تخفیفان و نت‌برگ

مشکلاتی که وجود داشت «تخفیفان» روزبه‌روز پیشرفت می‌کرد و نام «نازنین دانشور» بر سر زبان‌ها افتاد. تا اینکه در تیرماه ۱۴۰۲ خبر مهاجرت او به آلمان دست به دست شد. او که مدیرعامل یکی از بزرگ‌ترین سرویس‌دهنده‌های حوزه تخفیف، کسب‌وکار و سرویس‌های افزایش قدرت خرید مردم یعنی تخفیفان و نت‌برگ بود مدیریت تیم خود را به «احسان جهانی» سپرد و از کشور خارج شد. مطلبی از او درباره مهم‌ترین موانع زنان برای نقش‌آفرینی به‌عنوان صاحب‌کسب‌وکار در ۱۰ سال گذشته در نشریه «کاررنگ» منتشر شده که در ادامه بازنشر می‌شود.

نازنین دانشور متولد ۱۳۶۲ در تهران است. لیسانس مهندسی نرم‌افزار و فوق‌لیسانس IT از دانشگاه امیرکبیر دارد. حدود ۱۰ سال در زمینه تجارت الکترونیک در داخل و خارج از کشور فعالیت می‌کرد. سال‌هایی هم به‌عنوان مدیر فنی در آلمان و انگلستان فعالیت داشت و همیشه به دنبال راه‌اندازی کسب‌وکاری مستقل بود. مدتی در آلمان در شرکت Groupon در بخش فنی کار می‌کرد و ایده راه‌اندازی سیستمی مشابه این شرکت، در ایران ذهن او را مشغول کرده بود و همین شد که به ایران آمد و سایت «تخفیفان» را راه‌اندازی کرد. علی‌رغم

کنیم و یاد بگیریم که چطور یک خانم توانسته کسب و کاری در این شکل و اندازه راه بیندازد. مدل‌سازی و نشان دادن به جامعه مهم است؛ اینکه زنان کارآفرین هم کسانی هستند از جنس خود شما و با توان شما که از هیچ فرصت ویژه‌ای برخوردار نبوده‌اند اعتماد به نفس خود را تقویت کرده‌اند، و صرفاً جسارتی به خرج داده‌اند و خطر کرده‌اند. در سوئد می‌بینیم که دو تن در خارج از کشور مثلاً از وزرای حاکمیت زنان جوان هستند. این علاوه بر تخصص و دانش افراد شکل سمبلیک هم دارد. نشان دادن و عرضه کردن این نقش‌ها به جامعه می‌تواند این نقش‌ها را برای دیگران هم زنده و پررنگ کند و این ذهنیت را به وجود آورد که اگر این زن کارآفرین توانسته، من هم می‌توانم.

او همچنین درباره حقیقت خروجش از کشور در مصاحبه با پادکست «طبقه ۱۶» مطالبی عنوان کرد که بخش‌هایی از آن در ادامه بازگو می‌شود.

من با پای خودم از ایران خارج شدم. کرونا اصطلاح زیادی برایم ایجاد کرده بود و ۸۰ درصد فروش ما کاهش یافته بود و به مرز تعطیلی رسیده بودیم. نوسانات قیمت ارز، تقابلات و کشمکش با شهرداری، بیمه و احضار شدن‌ها برای پاره‌ای از توضیحات همچنان مشابه روند این چند سال ادامه داشت فقط تعداد دعواتش بیشتر شده بود اما پس از موضوع مهسا امینی چند ماهی افسردگی شدیدی گرفتم. فشار شرایط اقتصادی و اجتماعی و برخی از انتظارات حاکمیتی همگی توان روحی مرا به صفر رساند. از طرفی مسائل خانوادگی و شخصی و دو فرزند کوچکم ذهن مرا مشغول کرده بود. ارزشمندترین چیزی که یک کارآفرین دارد امید و حال خوب است که در آن برهه زمانی دیگر نداشتیمش. من پیش از تخفیفان از آنجایی که در خارج از ایران درآمد و موقعیت شغلی خوبی داشتم هرگز برای انتفاع اقتصادی، دوباره به ایران بازنگشتم بلکه ایجاد تغییر در کشورم، ارتباط با آدم‌ها، گرفتن بازخوردهای مثبت از اطرافیان و حس خوب به من انگیزه بازگشت می‌داد و این اواخر به جایی رسیده بودم که همه آن‌ها را در آستانه فروپاشی می‌دیدم. آنچه در کف خیابان‌ها می‌گذشت خوب نبود و از طرفی از حقوقی که به کارمندانم می‌دادم که اتفاقاً عدد کمی هم نبود، شرمسار بودم چرا که به دلیل فشار شدید اقتصادی به زحمت کفاف نیازهای روزمره آن‌ها را می‌داد. در آن مقطع توان روحی جنگیدن نداشتم و ترجیح دادم مهاجرت کنم. من که خود را فرد اثرگذاری در ایران می‌دانستم اکنون بعد از ۱۲ سال کار در ایران و ساختن چیزی با تمام وجودم، مانند بسیاری دیگر حس آوارگی دارم!

زنان کسب و کاری؛ 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 مساله به کاهش اعتماد به نفس و جسارت خطر کردن منجر می‌شود. مساله بعد، نبود مدل‌های نقش‌آفرینی به اندازه کافی است. در ایران چیزی که بیش از نقاط دیگر دنیا به چشم می‌خورد، این است که خانم‌ها بر اساس عملکردشان قضاوت می‌شوند، ولی آقایان بر اساس ظرفیت و پتانسیل‌شان. این مساله برای خود من هم در یک‌سری بازه‌های زمانی صادق بوده است. وقتی چیزی کمتر دیده می‌شود، اعتماد به آن هم سخت است. کمبود رول مدل‌ها برای زنان مصداق همین مساله است. پس مساله فرهنگی خصوصاً در خانواده‌ها که سعی می‌کند زنان را به فضای محافظه‌کارانه و کم‌ریسک سوق دهد، عامل مهمی است. تقویت نشدن ریسک‌پذیری، کمبود اعتماد به نفس و جرئت زنان یکی از موضوعاتی است که باعث می‌شود خودباوری اتفاق نیفتد. نوع قضاوت به آقایان و خانم‌ها متفاوت است. چه در مسیر استخدام، چه در مسیر جذب سرمایه یا اعتماد به یک استارت‌آپ. آقایان به صورت پیش‌فرض پذیرفته شده‌اند؛ چرا که رول مدل‌های بسیاری دارند و نقش‌شان در جامعه و کسب و کار پررنگ است، اما این مساله برای خانم‌ها به مراتب سخت‌تر و پیچیده‌تر است. سخت‌تر به خانم‌ها اعتماد می‌کنند و این اعتماد از خانواده شروع می‌شود که در نتیجه سخت‌تر می‌توانند تیم جمع کرده و سرمایه جذب کنند. این‌ها مسائل ریشه‌ای است که در کنار مشکلاتی که کرونا برای اقتصاد به وجود آورد و محدودیت‌های زیرساختی اخیر، اصلاً فضا را برای زنانی که می‌خواهند کسب و کاری راه‌اندازی کنند، مساعد نمی‌بینم. ساختارها به گونه‌ای چیده نشده که استقلال زنان را تقویت کند. محدودیت فضاهای عادلانه‌ای مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی نیز که بستر شکل‌گیری کسب و کارهای خانگی، خصوصاً برای بانوان بود، ضربه جبران‌ناپذیری ایجاد کرده است. نقش زنان در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار ظاهراً دغدغه روی میز نیست؛ این در حالی است که در کشورهای توسعه‌یافته یکی از شاخصه‌های ارانسه تسهیلات، میزان اشتغال خانم‌ها نسبت به آقایان در آن کسب و کار است. این مساله در کشور ما نه دیده می‌شود و نه اهمیتی برای کسی دارد و وقتی اهمیت نداشته باشد طبیعتاً راه‌حلی وجود نخواهد داشت. بسیاری از کسانی که جذب سازمان ما شده‌اند، به خصوص خانم‌ها به این نکته اذعان داشته‌اند که یکی از انگیزه‌های ما برای کار کردن در مجموعه تخفیفان این بوده که تجربه

بانوی تلنت‌باز

IRAN TALENT

چگونه فیلترینگ و محدودیت اینترنت بحران تعدیل نیروی انسانی در کشور را تشدید کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های آسیه حاتمی، مدیرعامل ایران تلنت

ایران تلنت را در شرایطی راه‌اندازی کرد که اقتصاد ایران در دوره اصلاحات رو به شکوفایی بود و تعداد زیادی از شرکت‌ها در حوزه‌های مختلف مهندسی و صنعت نفت به ایران آمده بودند و به دنبال نیرو می‌گشتند و همین شد که تمرکز اصلی شرکت ایران تلنت در آن سال‌ها روی جذب نیرو برای شرکت‌های خارجی بود. ایران تلنت در واقع یک بازار رقابتی آنلاین، هم برای افرادی است که به دنبال کار می‌گردند و هم کارفرمایانی که در جستجوی نیرو هستند. در ادامه برگرفته از مصاحبه‌های او پایگاه خبری «رهش» و «رسانه دیجیتال» در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ مهم‌ترین چالش‌های زیست‌بوم استارت‌آپی کشور را از نگاه او مرور می‌کنیم.

آسیه حاتمی متولد ۱۳۵۸ و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی پلیمر از دانشگاه امیرکبیر است که در سال‌های گذشته دوره‌های متعددی را در حوزه‌های کسب‌وکار، استارت‌آپ‌ها و مفاهیم بیزینس در نقاط مختلف جهان گذرانده و همیشه تلاش کرده است خود را به‌روز نگه دارد. حاتمی مجموعه «ایران تلنت» را ۲۰ سال قبل و در سال ۱۳۸۲ راه‌اندازی کرد. زمانی که اکوسیستم استارت‌آپی ایران فقط از معدود مجموعه‌هایی مانند «دیجی کالا» تشکیل شده بود. او به عنوان یک بانوی موفق معتقد است فعالیت برای زنان در زیست‌بوم استارت‌آپی ایران سخت‌تر از مردان است و اصولاً مشکل عمده خانم‌ها در شروع کسب‌وکارهایشان «برداشتن گام اول» و ذهنیت «باید بهترین باشند» است که مانع آغاز کار می‌شود. آسیه حاتمی سایت

را گزارش کرد. طبق این نظرسنجی محدودیت‌های اینترنت موجب شده بود تا یک چهارم شرکت‌ها دست به تعدیل یا توقف استخدام نیرو بزنند. شرایط به گونه‌ای رقم خورده بود که کسب‌وکارها به دنبال کاهش هزینه‌ها بودند و استخدام و توسعه در اولویت آن‌ها نبود. فیلترینگ و محدودیت‌های اینترنت زنگ خطری را برای کسب‌وکارها به صدا درآورده که گویا به گوش هیچ مسئول حاکمیتی نمی‌رسد. تا پیش از این با توجه به مهاجرت‌ها، شرکت‌ها با بحران یافتن نیروی متخصص رویه‌رو بودند، اما اکنون این بحران جوانب دیگری نیز یافته است. کسب‌وکارها در مدت دو ماهه اخیر با خسارت مالی رویه‌رو شده‌اند اما بر اساس نظرسنجی صورت گرفته از مدیران شرکت‌ها در آبان ماه سال ۱۴۰۱، ۹۵ درصد شرکت‌ها اعلام کردند از این محدودیت‌ها متضرر شدند. حداقل خسارت وارد شده به آن‌ها نیز ۲۵ درصد بوده است. جدای از این نیز بهره‌وری نیروی انسانی کاهش یافته است و همچنین شاهد تعدیل نیرو و توقف استخدام‌ها توسط شرکت‌ها بودیم. شرکت‌های رسانه‌ای ۵۸ درصد و شرکت‌های حوزه دیجیتال ۲۹ درصد کاهش استخدام داشته‌اند و در مقابل شرکت‌های دارویی کمترین کاهش حجم استخدام را در این مدت تجربه کرده‌اند. سابقه ۲۰ ساله فعالیتیم در ایران تلنت و تاثیر اتفاق‌های مختلف بر بازار کار نشان می‌دهد که هر زمان که عدم اطمینانی در کشور به وجود می‌آید، شرکت‌ها یک رفتار خاص از خود نشان می‌دهند و دوره انتظار که کسب‌وکارها منتظر پایداری هستند موجب می‌شود شرکت‌ها هزینه‌های خود را کنترل کنند و روی تعدیل نیرو و عدم استخدام آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در حال حاضر نیز موضوع عدم اطمینان از آینده وجود دارد و استخدام از اولویت شرکت‌ها خارج شده است. تقاضای شغل در بخش تحقیق و توسعه ۱۱ درصد، در بخش گرافیک ۴۳ درصد و در بخش برنامه‌نویسی ۲۱ درصد کاهش داشته است. به نظر می‌رسد فیلتر کردن اینستاگرام به گرافیک‌ها ضربه بزرگی زده و نیاز به آن‌ها را کاهش داده بود.

با این همه و با وجود تمام مشکلات باور دارم که طی ۲۰ سال گذشته مسیر سختی را طی کردم و بارها احساس کردم که شکست خوردم اما برای رسیدن به اهداف زندگی‌ام هیچ وقت کاری را نیمه‌تمام رها نکردم. اشتیاق رسیدن به آن هدف، من را به مسائلی چون سختی مسیر و مشکلات مشغول نکرده است. اصولاً در ابتدای کار به مشکلات فکر نمی‌کنم و نداشته‌ها مشغولم نمی‌کند. بلکه همیشه به داشته‌های امروزم فکر می‌کنم. انرژی‌ام را از اتفاقات شیرین کوچک می‌گیرم و منتظر اتفاقات خوشایند بزرگ نمی‌مانم که فقط با آن‌ها شاد باشم. لذت من در کار فقط دستاوردهای مالی نیست بلکه از رشد، احساس مفید بودن و انگیزه گرفتن آدم‌های اطرافم در ایران تلنت لذت می‌برم. مهم‌ترین داشته هر کسی، خود آدم است.

اولین و بزرگ‌ترین مشکل زیست‌بوم استارت‌آپی کشور به قوانین مربوط می‌شود. در بسیاری از موضوعات نوآوری و کارآفرینی اساساً قوانین لازم وجود ندارد و یا اگر هم هست آن‌قدر درگیر جزئیات شده که کارکرد درستی ندارد. اکنون بعد از گذشت این همه سال، دولت و حاکمیت به تازگی پذیرفته‌اند که کارهایی که ما در بستر اقتصاد دیجیتال انجام می‌دهیم به نفع کشور است. روزهای اول در نقطه شروع بودیم، پیش از ما شرکتی این‌چنینی وجود نداشت و طبیعتاً قانونی هم نبود. آن اوایل سالی چند بار شخصاً در سازمان‌ها و وزارتخانه‌های مختلف جواب پس می‌دادم اما حالا شاید سالی یک بار گذرم به آنجا بیفتد. در ۱۲ سال ابتدایی به تنهایی در حال ساختن بازار بودم؛ بنابراین مجبور بودم تا یکه و تنها با نهادهای مختلفی مانند وزارت کار، وزارت ارشاد، وزارت ارتباطات و ده‌ها نهاد دیگر رویه‌رو شوم. اما اکنون اوضاع بهتر از گذشته است، امروز این صنعت شکل گرفته و کسب‌وکارهای دیگری هم هستند و بازار بزرگ‌تر شده و قوانین تغییر کرده و این به نفع همه است. دومین چالش این زیست‌بوم پرمساله، علاقه شدید دولت ایران برای ورود به حوزه اجرایی است در حالی که کار دولت اساساً دخالت در امور اجرایی نیست. هنر دولت این است که با بسترسازی فضایی ایجاد کند که مثلاً ده شرکت، مانند ایران تلنت، در آن رقابت کنند که وضعیت استخدامی و شغلی مردم و شرکت‌ها بهتر شود. اما معضل مهم بعدی که بی‌ارتباط به حوزه فعالیت ایران تلنت نیست، آذرماه سال ۱۴۰۱ بود که نتایج نظرسنجی ایران تلنت آمار نامیدکننده‌ای



مامان‌پز

زنان کارآفرین در حوزه استارت‌آپی چه نقشی دارند؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های تبسم لطیفی، مدیرعامل مامان‌پز

بنیان‌گذار استارت‌آپ مامان‌پز، به‌عنوان نماینده زنان کارآفرین زیست‌بوم استارت‌آپی حضور داشت. او از دغدغه‌ها و مشکلات خود و تیمش در فضای کسب‌وکار صحبت کرد که در ادامه به خلاصه‌ای از آن‌ها اشاره می‌شود.

مراسم رونمایی سامانه ایران نوآفرین در تیرماه سال ۱۳۹۸ با حضور وزیر ارتباطات و معاون اول رئیس‌جمهور برگزار شد. در این رویداد که با تمرکز بر حمایت از استارت‌آپ‌های ایرانی برگزار شده بود، جمعی از فعالان استارت‌آپی کشور هم شرکت کرده بودند. از میان شرکت‌کنندگان در مراسم، تبسم لطیفی،

و اشتغال زنان و نیاز به کسب اجازه از همسر، شرایط ورود به فضای کسب‌وکار را برای بانوان نابرابر کرده است. همین قوانین و مواردی همچون قانون نفقه مردان را مسئول اصلی کسب درآمد برای خانواده عنوان می‌کند؛ به همین دلیل، انرژی لازم برای کارآفرینی هم در زنان ایجاد نمی‌شود. معضل دیگر نابرابری‌های جنسیتی در فضای کار است. فضای کنونی کسب‌وکار ایران امکان پیشرفت زنان در سطوح داخل سازمانی را فراهم نمی‌کند. به بیان دیگر، زنان آینده‌ای شامل مدیریت یا ریاست یا کارآفرینی را در کسب‌وکار

در جامعه ما کودکان هنوز به‌طور نابرابر آموزش می‌بینند و دختران از سنین کودکی، اعتمادبه‌نفس لازم را برای ورود جدی به دنیای کسب‌وکار نمی‌آموزند. درواقع، خانواده‌های ایرانی آینده‌ای شامل اشتغال و کارآفرینی را برای کودکان دختر خود متصور نیستند و آن‌گونه که پسران به اشتغال و درآمدزایی تشویق می‌شوند، دختران چنین موج مثبتی را از خانواده نمی‌گیرند. از طرفی قوانین اشتغال و کارآفرینی ایران در خصوص زنان بعضاً به نفع مردان سنگینی می‌کند، محدودیت‌های استخدام



برابر، ۵ درصد بیان می‌شود. فضای استارت‌آپی برای اشتغال زنان ظرفیت‌های بالایی دارد.

صرف‌نظر از زن بودن، مشکلاتی هستند که تمامی فعالیت‌های استارت‌آپی با آن‌ها روبه‌رو هستند. از میان آن‌ها می‌توان به مشکلات مالیاتی و دارایی اشاره کرد. هنوز سازوکار مشخصی برای محاسبه و کسب مالیات از استارت‌آپ‌ها وجود ندارد و در این میان، کسب‌وکارهای پلتفرمی (کسب‌وکارهایی که به‌عنوان واسط بین خریدار و فروشنده فعالیت می‌کنند) وضعیت نامناسب‌تری دارند. نوسانات قیمتی مواد اولیه و خدمات در بازار داخلی هم از معضلاتی است که استارت‌آپ‌ها را به‌عنوان واسط میان خریدار و فروشنده با بحرانی جدی روبه‌رو می‌کند. مهاجرت نیروهای متخصص از مشکلات مهمی است که نمی‌توان نسبت به آن بی‌تفاوت بود. خروج نیروهای حرفه‌ای از کشور امروزه بسیاری از استارت‌آپ‌ها را در فرایند توسعه با مشکل روبه‌رو می‌کند. برای مثال، استارت‌آپی که با چند برنامه‌نویس حرفه‌ای فعالیت خود را شروع می‌کند، در صورت خروج نیروها، بار دیگر با بحران‌های جذب نیرو و آموزش و هماهنگی مواجه خواهد شد.

خود نمی‌بینند؛ از این‌رو، شاید تلاش آنچنانی برای پیشرفت هم نمی‌کنند. استارت‌آپ مامان‌پز از معدود سرویس‌هایی است که اشتغال و درآمدزایی زنان خانه‌دار را به‌عنوان اولویت اصلی مدنظر دارد. زنان خانه‌دار که عموماً در آمارهای سرشماری جزو جامعه غیرفعال از نظر اقتصادی محسوب می‌شوند، با عضو شدن در مامان‌پز می‌توانند با ارائه خدمات و کالا، درآمدزایی کنند. نرخ مشارکت اقتصادی زنان در ایران ۱۶/۳ درصد بیان شد. این آمار در حالی ارائه می‌شود که همین نرخ در سطح جهانی، به ۴۷/۶ درصد می‌رسد. تعداد زنان خانه‌دار ایرانی ۲۱ میلیون نفر است که ۵۲/۶ درصد از افراد غیرفعال از نظر اقتصادی را تشکیل می‌دهند. استارت‌آپ مامان‌پز تاکنون موفق شده است برای ۱۵۰۰ زن خانه‌دار درآمدزایی کند. البته در حال حاضر، ۵۰۰ کاربر فعال در این سرویس فعالیت می‌کنند. زنان هنوز فرصت زیادی برای پیشرفت در فضای کسب‌وکار حس نمی‌کنند. ۱۵ درصد از زنان شاغل در مامان‌پز، خانم‌های سرپرست خانوار هستند، ۴۵ درصد از آن‌ها تحصیلات کارشناسی یا بالاتر دارند و آمار شاغلان با سن بیش از ۶۰ سال و کمتر از ۳۰ سال نیز به‌صورت

تبعیض مثبت

آیا سیاست‌های تبعیض مثبت و سهمیه‌بندی به افزایش فعالیت زنان در زیست‌بوم استارت‌آپی کشور کمک خواهد کرد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های مشکلات اسدی، مشاور مشارکت زنان رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران

مشکلات اسدی، مشاور زنان و توانمندسازی اجتماعی معاون وزیر ارتباطات و رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران است. او همچنین یکی از بانوان فعال در زمینه کارآفرینی زنان به حساب می‌آید و تجربیات زیادی در این عرصه دارد؛ در این بخش به بازنشر صحبت‌های او در مصاحبه‌ای با «۱۰۰ استارت‌آپ» خواهیم پرداخت.

بررسی‌ها نشان می‌دهد اینکه چرا زنان نسبت به بقیه آحاد جامعه نادیده گرفته شده‌اند؟ چرا از برابری فرصت‌ها برخوردار نبودند؟ همگی یک ریشه تاریخی دارد و یک معضل سطحی نیست که به امروز یا فردا مربوط باشد و طبیعتاً به زودی قابل حل نیست. یکی از راهکارهایی که در دنیا برای برابری سهم اجتماعی زنان استفاده می‌شود، سیاست تبعیض مثبت یا سهمیه‌بندی است؛ برای مثال در دنیا برای احزاب سهمیه‌ای برای ورود زنان مثلاً ۲۰ درصد از کل کرسی‌های پارلمان را در نظر می‌گیرند یا ظرفیت خاصی برای رنگین‌پوستان در ورود به دانشگاه لحاظ می‌کنند. عمیقاً بر این باورم اگر سیاست تبعیض مثبت به معنای برخورداری زنان از دوره‌های آموزشی ویژه، تسهیل‌گری از طرف دولت برای برخورداری از امکانات جامعه و در راستای فعال‌تر کردن آنان باشد بسیار راهگشاست اما اگر این سهمیه‌بندی به معنای سیاست‌های تفکیک جنسیتی از لحاظ فیزیکی و حضوری باشد که باعث محدودیت زنان در عرصه‌های اجتماعی شود، مخالف آن هستیم. به طور کلی موفقیت این نوع سیاست‌ها تا حد زیادی به نحوه اجرای درست آن‌ها در جامعه بستگی دارد.

اساساً یک زیست‌بوم به طور آتی و لحظه‌ای شکل نمی‌گیرد بلکه شبکه‌ای از ارتباطات است که در کنار شبکه‌های دیگر، یک سیستم بزرگ‌تر را به وجود می‌آورد، به همین دلیل زیست‌بوم استارت‌آپی کشور در کنار سایر شبکه‌هایی که در حوزه اقتصاد، مسائل اجتماعی و تولید علم کشور هستند فعالیت می‌کند و تحت تأثیر نقاط ضعف و قوت زیست‌بوم کلان کشور و حتی زیست‌بوم جهانی قرار دارد، این نقاط ضعف و قوت موجود در رده‌های بالاتر به شبکه‌های زیرین سرایت می‌کند. من تفاوت بارز مثبت یا حتی منفی بین حوزه زنان در زیست‌بوم استارت‌آپی نسبت به حوزه‌های دیگر مشاهده نکردم، در کشور ما همواره زنان موفق بودند که از موانع فرهنگی و اجتماعی گذشته‌اند و به اهدافشان رسیده‌اند که می‌توانستند یک معلم، پزشک یا یک بنیان‌گذار استارت‌آپ باشند. در حقیقت آنچه که باعث موفقیت زنان در عرصه‌های اجتماعی مختلف شده ویژگی‌های فردی هر یک از آن‌ها بوده است، یعنی ساختار محیطی و اجتماعی هیچ کمکی به موفقیت زنان در عرصه‌های مختلف نکرده است و این همان پتانسیل، توانایی و تلاش فردی هر زن است که باعث شده به موفقیتی نه فقط در حوزه استارت‌آپ بلکه در حوزه‌های دیگر برسد.



فارغ از جنسیت زنانه یا مردانه، هر اقلیتی باید فضا و فرصت برابری نسبت به گروه‌های دیگر داشته باشد. امروزه اکثریت افراد حاضر در برنامه‌های تلویزیونی، ویدیویی، پنل‌ها و رویدادهای گوناگون با موضوعات مختلف، مردان هستند و اگر هم بانویی در جلسه حضور دارد احتمال مجری جلسه است. یا اینکه اگر تعدادی از افراد به صورت ثابت در جلسات حضور پیدا کنند و طبیعتاً به بیان موضوعات تکراری روی آورند، مطلب و رویکرد جدیدی وارد فضای جلسات نمی‌شود. در زیست‌بوم استارت‌آپی هم این مصادره جایگاه‌ها و فرصت‌ها توسط اقلیتی به وضوح پیداست. محدود نفراتی در رویدادها شرکت می‌کنند و غالباً حرف جدیدی برای گفتن ندارند. روشن است که وقتی از تفکیک جنسیتی و حضور بانوان در رویدادها انتقاد می‌کنیم، هدف ما فقط حضور کمی بانوان نیست بلکه بر این باوریم که اگر بانوان به عنوان بنیان‌گذار استارت‌آپ در پنل‌ها دعوت شوند تجربه آن‌ها در کنار تجربه مردان بسیار متفاوت خواهد بود و در نتیجه این برنامه یک خروجی پربار، متعادل و اثرگذار خواهد داشت؛ به عبارت بهتر، هر چه ورودی متنوع‌تر باشد خروجی متعادل‌تر خواهد بود.

ما در سازمان فناوری اطلاعات ایران، در زمینه توانمندسازی اجتماعی و افزایش مشارکت زنان با استفاده از ظرفیت‌های ICT پروژه‌ای را آغاز کردیم. اولین اقدام ما شناسایی زنان فعال کشور در زیست‌بوم IT و نحوه ارتباط با این افراد برای حل مسائل و چالش‌های حوزه زنان در درون این زیست‌بوم بود. اقدام دوم شناسایی توانمندی‌های زنان کشورمان در عرصه رشد و گسترش اقتصاد دیجیتال بود. ما به دو دسته‌بندی کلی از توانمندی‌های زنان در کشور رسیدیم؛ بسیاری از زنان به عنوان مدیرعامل و مدیران میانی در حوزه اقتصاد دیجیتال فعالیت می‌کنند، دسته دوم بانوانی بودند که در جوامع محلی تولیدکننده محصولات دامی، کشاورزی و صنایع دستی در پلتفرم‌های فروش آنلاین فعالیت می‌کردند. ما، در جوامع محلی به زنان فعال روستایی آموزش دادیم که چگونه در بستر فضای مجازی و آنلاین فروش کالا داشته باشند. دولت به صورت مستقیم نمی‌توانست زنان در جوامع محلی را آموزش دهد بلکه استارت‌آپ‌های فعال در حوزه نوآوری اجتماعی و حوزه فروش محصولات دامی، کشاورزی، گردشگری و صنایع دستی را شناسایی می‌کرد و به آن‌ها تسهیلاتی داده و از آن‌ها درخواست می‌کرد تا به بانوان آموزش دهند. به طور کلی در این پروژه به نوعی از استارت‌آپ‌ها و هم بانوان کارآفرین حمایت شد و خروجی‌های مفیدی را همراه داشت.



فصل پنجم

دانشگاه: بررسی نقش دانشگاه‌ها در جریان شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران

جوآنان نخبه و کارآفرین ایرانی که نقش پررنگی در شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی ایران داشتند و به عنوان بنیان‌گذار استارت‌آپ‌های زیادی را تأسیس کردند و به رونق این موج جدید در کشور کمک کردند، عمدتاً از دانشگاه به این فضا راه یافته بودند و در یک برهه زمانی دانشگاه عملاً به عنوان یک نهاد مهم و کلیدی در میانه این جریان به ایفای نقش پرداخت. در این فصل سعی داریم اهمیت نقش دانشگاه در آن سال‌ها و اساساً ضرورت اقدامات انجام‌شده از سوی آن را مورد بررسی قرار دهیم.

سخت و نرم

آیا شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور مظهر ارتباط دانشگاه و صنعت هستند؟

«مجید دهبیدی‌پور» رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه شریف است، متن زیر خلاصه‌ای از گفتگوها و مصاحبه‌های او با «طاهره خواجه‌گیری» در سال ۱۴۰۰ و رسانه «راه پرداخت» و همچنین صحبت‌هایش در پنل آینده اکوسیستم استارت‌آپی در یلدای کارآفرینی سال ۱۳۹۹ است.

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های مجید دهبیدی‌پور، رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف



■ آیا زیست‌بوم نوآوری و فناوری کشور در یک دهه گذشته هویت یافته است؟

اکنون وضعیت زیست‌بوم نوآوری و فناوری کشور را نسبتاً خوب ارزیابی می‌کنم و مشخصه این وضعیت نسبتاً خوب را امیدآفرینی آن می‌دانم و اینکه نسبت به سایر صنایع، پویایی بهتر و بیشتری دارد. به زعم من شروع جریان‌های نوآوری در کشور به حدود سال ۱۳۸۰ می‌رسد که نخستین پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد به عنوان نهادهای حامی توسعه فناوری در کشور شکل گرفتند. پیش از آن دانشگاه‌ها و مراکز علمی بودند اما راه‌اندازی نهادهایی که به صورت اختصاصی به حمایت از نوآوری می‌پرداختند، اتفاق بسیار مهمی به شمار می‌رفت. همان‌طور که شهرک‌های صنعتی از توسعه صنعتی حمایت می‌کردند لازم بود تا مراکز نوآوری و واحدهای کارآفرینی کوچک نیز از طرف نهادهای حمایت می‌شدند

و همین موجب شد تا پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد در سال ۱۳۸۰ شکل بگیرند؛ بنابراین من نقطه شروع و شکل‌گیری زیست‌بوم نوآوری را از آنجا می‌دانم. اما اینکه سابقه اکوسیستم را ۱۰ ساله در نظر می‌گیریم به این دلیل است که هویت زیست‌بوم نوآوری عملاً از حدود سال‌های ۹۰-۹۱ شکل گرفت و این سال‌ها به نقطه هویت‌یابی این زیست‌بوم بدل شد. از آن زمان به بعد، اجزای جامعه استارت‌آپی به تدریج کامل‌تر شد، یعنی اگر به سال ۹۰ بازگردیم و جامعه استارت‌آپی را ترسیم کرده و آن را با سال ۱۴۰۰ مقایسه کنیم، می‌بینیم که هم از نظر تنوع وضعیت فرق کرده و هم از نظر حجم و کمیت، یعنی هم از نظر نوع نهادهایی همچون وی‌سی‌ها، شتاب‌دهنده‌ها، رسانه‌ها، دانشگاه‌ها وضعیت خیلی متفاوت شده و هم اینکه کارآفرینان هویت پیدا کرده‌اند و اکنون به عنوان مهم‌ترین رکن جامعه استارت‌آپی و صنعت نوآوری به کارشان ادامه می‌دهند.



■ سه نهاد صنعت، دانشگاه و دولت در ارتباط با هم چگونه می‌توانند زیست‌بوم نوآوری کشور را ارتقا دهند؟

شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور مظهر ارتباط دانشگاه و صنعت هستند. آن‌ها با استفاده از نیروی فنی و توانمند خود، دانشی را عرضه می‌کنند که این فناوری و دانش دارای بازار است و کسانی هستند که به آن نیاز دارند. در واقع نیروی انسانی از یک سو به دانشگاه و محل کسب علم و دانش و از سوی دیگر به صنعتی متصل می‌شوند که نیاز فنی دارد. دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است که فضایی را برای بروز استعداد فراهم می‌کند. دانشگاه‌های ما غالباً روی مهارت‌های سخت تمرکز کرده‌اند؛ در حالی که مهارت‌های نرم هم باید در دانشگاه تقویت شود. همچنین باید نهادهایی برای ایجاد فضای اشتباه کردن توسعه پیدا کند، یعنی فضایی را برای تست و تمرین ایده برای استارت‌آپی‌ها فراهم کنند. دانشگاه‌ها نباید وارد فضای بنگاهداری شوند چون هم کسب‌وکار را از بین می‌برد و هم رسالت خود را از دست می‌دهد. من ورود دانشگاه‌ها را به بنگاهداری و شرکت‌های سرمایه‌گذاری منع می‌کنم اما اگر شرکت‌های سرمایه‌گذاری در کنار دانشگاه‌ها قرار بگیرند، می‌توانند مانند یک دوی امدادی عمل کنند و یکدیگر را تقویت کنند. پارک علم و فناوری در یکی، دو دهه گذشته، کم‌کاری کرده و برای مهارت نرم دانشجویان باید نسخه‌های بهتری می‌پیچید تا همان‌قدر که در زمینه مهارت‌های فنی رشد کرده‌اند، مهارت‌های نرم را هم یاد بگیرند و ارتقا پیدا کنند. امروز می‌بینیم که کسب‌وکارهای نوآور و استارت‌آپ‌های زیادی با اینکه از نظر فنی در سطح خوبی قرار دارند، اما نبودن مهارت نرم یکی از نواقص آن‌هاست.

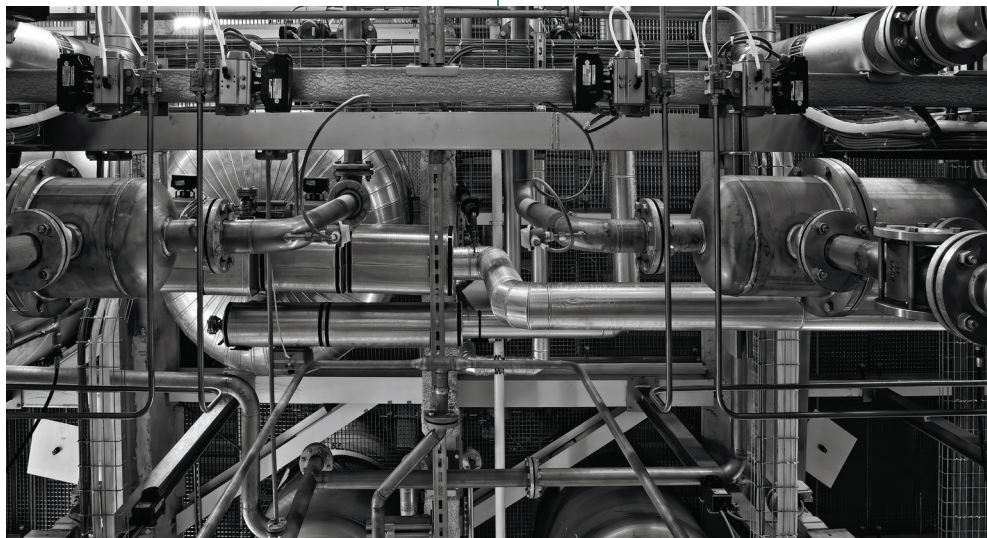
نکته کلیدی مربوط به الهام‌بخشی کارآفرینان است، یعنی از سال‌های ۹۰ به بعد، جامعه با کارآفرینان جوانی مواجه می‌شود که در سنین کم توانسته‌اند کسب‌وکاری راه‌اندازی کنند و مردم هم کمابیش برنامه‌ها و کسب‌وکارهای شان را می‌شناسند و موفق هستند. روایت داستان موفقیت این افراد، الهام‌بخش دیگران شد تا آن‌ها ضمن هم‌ذات‌پنداری با این کارآفرینان جوان، بتوانند تصویری از آینده خود ترسیم کنند و همین مساله عاملی برای رشد این صنعت شد. چون تا پیش از آن کارآفرین یعنی فردی ۵۰-۶۰ ساله که با سرمایه بزرگی کسب‌وکاری راه‌اندازی کرده بود اما جوانان کارآفرین این پارادایم ذهنی را تغییر دادند تا دیگر جوانان هم بتوانند خود را به عنوان کارآفرینان آینده تصور بکنند. مساله مهم این است که در نهایت این مردم هستند که ماندگاری یا عدم ماندگاری یک کسب‌وکار را در بازار تعیین می‌کنند. جریان فعلی نوآوری در کشور، یک جریان پویاست و از آنجایی که اصالت و پشتکار دارد و زندگی مردم را راحت‌تر می‌کند، در نهایت پیروز می‌شود، مثلاً در جدل‌ها و اختلافات مربوط به تاکسی‌ها یا فروشگاه‌های آنلاین یا اپلیکیشن‌های پرداخت با بدنه دولتی یا حوزه‌های سنتی اقتصاد، در نهایت جریان نوآوری پیروز شد. جریان نوآوری مانند جریان آب است که پیوسته در حرکت بوده و مسیر خود را هموار می‌کند. البته قبول هم دارم که در این مسیر مشکلات و محدودیت‌هایی وجود دارد ولی باید همراهی‌ها را هم ببینیم، مثلاً اگر نسبت به فیلترینگ اعتراض داریم، باید فراهم‌شدن فضا برای رشد جریان نوآوری و آسان‌تر شدن زندگی مردم با استفاده از خدمات این جریان را هم ببینیم.

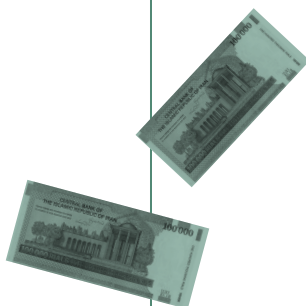
اقتصاد بیشتر دولتی و در اختیار دولت است، به سمت شرکت‌ها ببرد و در اختیار آن‌ها بگذارد. مکانیسم‌هایی که بتوانند بازار بزرگ کشوری با جمعیت ۸۰ میلیون را تأمین کنند و در اختیار شرکت‌های دانش‌بنیان قرار بدهند تا آن‌ها بتوانند به کمک نیروی خود رشد و توسعه پیدا کنند، یک اصل کلیدی است.

با رصد وضعیت صنعت و دانشگاه و پیوند آن‌ها با بازار، این نکته حاصل می‌شود که اگر مشکلات را تنها برآمده از یکی از این سه نهاد (صنعت، دانشگاه و دولت) بدانیم، قطعاً خطا کرده‌ایم. این گزاره از پایه اشتباه است. برای توسعه فناوری و نوآوری، بخشی از وظایف بر عهده نهادهای حامی نوآوری است، مسئولیت‌هایی هم متوجه صاحبان ایده و کارآفرینان است و یک سری وظایف هم به حاکمیت ارتباط دارد. همان طور که پیش از این تأکید کردم ما باید به‌عنوان پارک علم و فناوری، مهارت‌های نرم دانشجویان را ارتقا بدهیم و کمک کنیم زیرساخت‌های نرم و سخت برای توسعه و شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان آماده شود و از کارآفرینان و صاحبان ایده هم توقع داریم خودشان متوجه این ضعف باشند و تلاش کنند مهارت‌های نرم خود را افزایش بدهند و حتماً در طراحی کسب‌وکار، به تیم خوب و نیازمحور بودن فکر کنند و حاکمیت هم ضمن تأمین زیرساخت‌های لازم، بازار را در اختیار کسب‌وکارها بگذارد و فضا را تسهیل کند و عملاً سرعت رشد شرکت‌های دانش‌بنیان را افزایش بدهد و آن را دوچندان کند.

موضوع دیگری که در ارتباط با صنعت و دانشگاه مطرح می‌شود، این است که زیرساخت‌ها تا چه اندازه آماده عملیاتی کردن ایده‌های نوآورانه هستند؟ وقتی قرار است شرکت نوپایی شکل بگیرد و حمایت شود، نیازمند زیرساخت‌های مختلفی، اعم از زیرساخت سخت و نرم است. برای این هدف، باید فضای فیزیکی مناسب داشته باشیم، یعنی باید زیرساخت‌هایی با فضاهای گوناگون داشت که دارای مکانی مشخص و متناسب برای کار اشتراکی، کار اقتصادی و ... باشد؛ بنابراین جنس نیازها متنوع است و ما در زیرساخت‌ها هم ضعف داریم و این در حالی است که زیرساخت برای رشد شرکت دانش‌بنیان اهمیت زیادی دارد.

شناخت بازار هم از مواردی است که هر فعال و صاحب کسب‌وکاری تا زمانی که به شناخت درستی از آن نرسیده باشد، نمی‌تواند به موفقیت یا ادامه‌دار شدن موفقیت خود امیدوار باشد. حس می‌کنم یکی از مواردی که به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک می‌کند، دسترسی آن‌ها به بازار است. دسترسی به بازار، توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان را تسریع می‌کند. من به کسانی که می‌خواهند در این مسیر حرکت کنند، می‌گویم که نیاز، مادر نوآوری است. برای طراحی کسب‌وکار، اول فکر کنید که آیا این بازار خواهانی دارد یا نه؟ کسی بابت ایده شما پول می‌پردازد؟ سازمانی خریدار ایده شما هست؟ اگر کسب‌وکاری بازار نداشته باشد، یعنی نیروی کافی برای حرکت آن کسب‌وکار وجود ندارد. از طرف دیگر حاکمیت باید تلاش کند بازار کشور را در حالتی که





دانشگاه کارآفرین

آیا تبدیل دانشگاه به یک نهاد مولد ثروت در کشور اقدام درستی بود؟



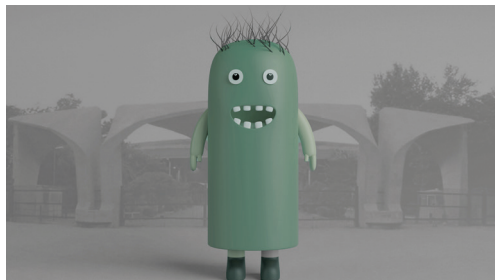
برداشتی آزاد از گفتگو با جواد درویش، دکتری فلسفه علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف

■ دانشگاه پول ساز: فرصتی بکر یا اشتباهی

نابخشودنی؟!

سال‌های اولیه ورود موج استارت‌آپی به ایران بود و کشور به رویه معمولش که همواره با تأخیری از دستاوردهای غرب استفاده می‌کرد، این بار هم در مدل‌های دانشگاهی هم واردکننده مفهومی نو به نام «دانشگاه کارآفرین» شد. در پس این مفهوم بین‌المللی ادبیات تنوریک، STS (Science, Technology, and Society) قرار داشت که طبق آن همان‌گونه که علم از جامعه بهره می‌برد باید متقابلاً به آن نفع می‌رساند؛ این موضوع در غرب توجه کافی داشت به این دلیل که دانشگاه‌ها در جوامع غربی خصوصاً آمریکا و اروپا از بودجه مردمی

مانند مالیات ارتزاق می‌کردند. از طرفی سازوکار و ساختار علم و فناوری دیگر مانند گذشته نبود، هر دستاورد علمی و تکنولوژی باید در چارچوب سلسله‌مراتبی از ساختارهای اجتماعی بالا می‌رفت و پس از چاپ در مجلات علمی دیده می‌شد. دانشگاه کارآفرین، نسل سوم دانشگاه‌ها در جهان محسوب می‌شد که قبل از آن، دو نسل آموزش‌محور و سپس پژوهش‌محور قرار داشت. اینکه در مقوله دانشگاه کارآفرین چطور منفعتی از حوزه علم و فناوری به جامعه سرریز شود مدل‌های مختلفی در غرب و اقلیم‌های گوناگون وجود داشت اما ورود شتاب‌زده دانشگاه کارآفرین به ایران بدون توجه به سازوکارهای لازم تا حدی تحت تأثیر جمعی از نخبگان بود به طور خاص جمعی از دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف



هیولای استارت‌آپ در دانشگاه همه چیز را بلعید؟

دامن زدن به جو استارت‌آپی یک انحراف آشکار در فضای دانشگاه بود و موجب عقب‌ماندگی دانشگاه‌های کشور شد. رتبه دانشگاه صنعتی شریف در رنکینگ دانشگاه‌های جهان سیری نزولی به خود گرفته که بخشی از آن به دلیل مهاجرت نخبگان و بخش دیگری به موجب سوق دادن نخبگان به سمت کسب‌وکار است. یکی دیگر از آسیب‌های جدی راه طی شده عقب‌ماندگی حوزه علم و فناوری کشور است. در این سال‌ها اگر تمام این وقت و سرمایه صرف حوزه هایتک می‌شد تماماً پیشرفت بیشتری در انتظار کشور بود. البته حوزه هایتک واقعی مدنظر است نه اینکه شخصی «مامان‌پز» یا «ترب» راه بیندازد و برای آن سرمایه‌گذاری حاکمیتی جذب کند. این کسب‌وکارها باید خودشان در بازار به اندازه‌ای مشتری داشته باشند که سودآور شوند و نیازی به حمایت حاکمیتی نداشته باشند.

یکی دیگر از تبعات بها دادن کورکورانه و افراطی به موج استارت‌آپی و کارآفرینی در دانشگاه، پس‌رفت محسوس فرهنگی بود. طی دهه نود دغدغه فعالان فرهنگی و فعالیت‌های فرهنگی دانشجویی از نظر کمی و کیفی به طور محسوسی کم شد که یکی از دلایل بارز بیرونی آن کاهش انگیزه و افزایش فشار وارده بر قشر دانشجو بود اما یک علت عمده برای آن، توجه افراطی به تب استارت‌آپ و کارآفرینی در محیط دانشگاه‌ها بود. برای هر انسانی ضرورت دارد تا انواع تجربه‌ها را لمس کند که کسب‌وکار فقط یکی از آن‌ها محسوب می‌شود. یک دانشجو هم باید در یک گروه دانشجویی فعالیت کند، هم باید به کوه برود، کار خیره‌انجام دهد، به دفتر مطالعات سری بزند، تشکل‌ها و هیئت را ببیند. تمامی این تجارب زیسته برای کار و فعالیت یک دانشجو در آینده به مثابه یک اندوخته ارزشمند است و از طرفی این فرصت برای او فراهم می‌شود تا استعدادهايش را در زمینه‌های مختلف کشف کند.

از طرفی جو استارت‌آپی به راه افتاده در دهه نود، سن کار اقتصادی را به شدت پایین آورده بود. برخلاف گذشته که در روند درستی فقط دانشجویان دوره ارشد یا دکترا به دلیل تشکیل خانواده به طور جدی به موضوع کسب‌وکار فکر می‌کردند اما این بار دانشجویان سال اول و دوم مقطع کارشناسی وارد بازار

که در انگلیس در رشته سیاست‌گذاری علم و فناوری بورسیه شده بودند، نفراتی مانند «علی ملکی»، «سید صادق امامیان» و «ابراهیم سوزنچی» که همین حالا هم از مهم‌ترین افراد اثرگذار در عرصه تصمیم‌سازی در موضوع علم و فناوری هستند. این افراد از یک سو دانش غربی را کسب کرده بودند و از سوی دیگر بسیار مورد اعتماد و وثوق حاکمیت بودند؛ از این رو، مراکز مهمی مانند پژوهشکده سیاست‌گذاری را تأسیس کردند که دکتر «سهراب‌پور» بنیان‌گذار آن بود و بعدها دکتر «روستا آزاد» عضو هیئت‌مدیره و نفر اصلی این جریان شد. وقتی که دانشگاه با تمام افراد کلیدی‌اش این طور وارد صحنه شد، بستر برای تبدیل شدن دانشگاه به یک نهاد مولد اقتصاد و ثروت آماده شد، البته این نفرت لزوماً غرب‌زده نبودند و طبیعتاً از سر دلسوزی، وطن‌دوستی و تکلیف‌محوری کاری می‌کردند. دانشگاه به تدریج به لحاظ رویکردی تغییر مسیر داد و از اوایل دوره دکتر «روستا آزاد»، جریان کارآفرینی و مرکز رشد رسماً در دانشگاه صنعتی شریف به راه افتاد و همان موقع یکی از دفاتر اصلی آن، در اقدامی شتاب‌زده و هیجانی درست در وسط دانشگاه تأسیس شد که اعتراضاتی را هم در پی داشت.

در آن روزها دکتر «ستاری» ادبیاتی داشت که همه جا تکرار می‌کرد و همه آن را از بر بودند. ایشان سخنرانی‌هایش را با این جملات شروع می‌کرد که «سرمایه ما فقط نفت نیست، سرمایه ما آدم‌ها هستند که باید کار اقتصادی کنند تا نفت ما بی‌اثر شود»؛ در حقیقت از یک سو دانشجویان را ترغیب می‌کردند که کار کنند و پول دربیاورند و از سوی دیگر حاکمیت را مجاب می‌کردند که جوانان مملکت به دلیل بیکاری مهاجرت می‌کنند و باید به بهانه‌ای سرشان را گرم کرد تا نروند. حتی در همان دوران بعضاً آمارهای مخدوش و شاید هم درست می‌دادند که با جادوی استارت‌آپ جلوی فرار مغزها را گرفته‌اند! غافل از اینکه در عمل مثلاً دختری فارغ‌التحصیل رشته برق از دانشگاه صنعتی شریف استارت‌آپ «مامان‌پز» را راه‌اندازی کرده بود و حاکمیت ساده‌انگارانه به اینکه چنین جوانی را به همین بهانه در مملکت نگه داشته افتخار می‌کرد! اساساً مساله، رفتن نبود بلکه موضوع اصلی شکوفایی استعدادهاست که اینجا با «مامان‌پز» و امثال آن در حال هدر رفتن بود. چنین افرادی باید در مرزهای علم حرکت می‌کردند نه در استارت‌آپ‌های سطح پایین (منظور تمامی استارت‌آپ‌ها نیست!) دکتر «ستاری» به همین هم راضی نشد و هیچ ابایی نداشت از اینکه چنین رویکردی را به بنیاد نخبگان تسری دهد. فلسفه وجودی بنیاد نخبگان از همان ابتدا این بود که به نفرت شاخص کشور کمک کند تا در ایران بمانند و روی حوزه‌های علمی خودشان که اتفاقاً در جامعه اثرگذار بود، تمرکز کنند. اما در بحبویه شکل‌گیری موج نوآوری مجموعه‌ای از آیین‌نامه‌های بنیاد نخبگان تغییر کرد و طبق آن داشتن فعالیت استارت‌آپی مشمول امتیاز بالایی برای نخبگان شد، این موضوع بساط سوءاستفاده از موقعیت را فراهم کرد.

کار تمام وقت شده بودند که برایشان جاذبه زیادی داشت و دو آسیب جدی در پی داشت: اول اینکه این افراد که چند سال بعد وارد جامعه شدند دیگر چندبعدی نبودند. در حالی که این ویژگی برای یک جامعه متمدن بسیار کلیدی است و حالا که قدرت سیاسی در جامعه دموکراتیک به دست مردم است اگر صندوق رأی هم نباشد، مردم در فضای مجازی محتوای زیادی تولید می‌کنند و به تدریج جامعه را به جهت‌های مختلف سوق می‌دهند. کسی که به اصطلاح دست پر نباشد، به راحتی تحت تأثیر جریان‌های مختلف قرار می‌گیرد. دوم اینکه در دهه نود روند تربیت آدم‌های خاص برای عرصه‌های دیگر که همه جامعه بتواند از آن بهره‌بردار باشد با مشکل مواجهه شد. دانشگاه شریف، نه فقط «مریم میرزاخانی» است و نه افراد موفق در استارت‌آپ‌ها مانند «اسنپ»، «کافه بازار» و غیره بلکه دانشگاه صنعتی شریف پدیده‌هایی مانند «رضا امیرخانی» و «عادل فردوسی‌پور»، «کوروش علیانی»، «علی قنوتی»، خانم «برادران» و صدها نفر مهم دیگر در نویسندگی، تئاتر، موسیقی، سینما و ورزش راه یافتند ولی در دهه نود، دیگر افرادی از شریف که در این عرصه‌ها خیلی برجسته باشند مشاهده نشد.

اتفاق محدود و موضعی که در فضای امنیتی افتاد دیگر از منظر امنیتی آسیبی به کلیت ماجرا وارد نشد و اغلب کشمکش‌ها بیش از اینکه امنیتی باشد صرفاً رقابتی اقتصادی بود. مساله مهم دیگر در امنیتی به نظر رسیدن فضا، مردم بودند! به طور کلی هرگاه در کشور فعالیت‌های مردمی و کاملاً خصوصی نه به معنای خصولتی یا گرفت، حاکمیت به آن بی‌اعتماد شد. بخشی از این بی‌اعتمادی به این دلیل است که حاکمیت در این سال‌ها به سمت حذف جریان‌های مردمی و کم‌رنگ کردن‌شان در حرکت است، برخلاف دهه اول پس از پیروزی انقلاب که اغلب جریان‌ها مانند جهاد و بسیج مردمی بودند. ممکن است اشکالات یا جریان‌های مردمی مخربی هم در این بین ایجاد شده باشد که حاکمیت تصور کند که بحق نسبت به مردم بی‌اعتماد شده است! اما به هر حال وقتی که حاکمیت مردم را مقابل خودش قرار داد، آن‌ها هم مستعد این شدند که بخواهند مقابله کنند و استارت‌آپ‌ها یکی از این حوزه‌ها بود.



■ استارت‌آپ: حیات خلوت مردم به دور از چشم کنترل‌گر حاکمیت؟

موج استارت‌آپی در اوایل دهه نود در مقطعی به طور غیرقابل‌تحمیلی در کشور تبلیغ می‌شد و موجب تغییر در سبک زندگی فعالان و بازیگران آن شده بود. این فضا تا حد زیادی معلول نظام عرضه و تقاضا بود و عرضه همواره خود را با تقاضای موجود در جامعه هماهنگ می‌کرد. شاید در روزهای آغازین، این زیست‌بوم بیش از اندازه تبلیغ می‌شد اما نمی‌توان منکر تقاضای موجود شد، شاید برخی این فرضیه را مطرح کنند که این جریان از بیرون هدایت می‌شد، ولی باید قبول کرد سبک زندگی ویژه حوزه استارت‌آپی هم از روش‌های بازاریابی محسوب می‌شد، یعنی مردم در حال گرایش به این سمت بودند و فشار بازار تقاضا برای چنین جوی در مردم و جوانان شکل گرفته بود که در مقطعی به آن پاسخ داده شد و بخش زیادی از آن هماهنگی با

■ نفوذ امنیتی: از مشاخره اقتصادی تا وحشت از مردم؟

اتفاق‌ها، درگیری‌ها و بحث‌هایی که اوایل دهه نود میان گروه‌های مختلف در کشور رخ می‌داد، بیش از آن که امنیتی باشد، یک رقابت اقتصادی ناسالم بود، چیزی شبیه مشاخره دو مغازه‌دار در کنار یکدیگر که یکی کار دیگری را خراب می‌کند تا مشتری او را جذب خودش کند! در حقیقت هر یک از طرفین به دنبال این بود تا طرف مقابل را از میدان به در کند حتی کسانی که شب‌نامه را تهیه کرده بودند سن زیادی نداشتند که صاحب تحلیلی باشند و شاید به آن‌ها این طور القا شده بود که موج استارت‌آپی یک مساله امنیتی به منظور نفوذ است و اغلب آن‌ها بعدها استارت‌آپ تاسیس کردند. آن روزها، هنوز اتفاق بزرگی رخ نداده بود که نگرانی امنیتی معنایی داشته باشد. این نقطه تازه منعقد شده بود و عده‌ای می‌خواستند که این اتفاق در اختیار خودشان باشد. به جز چند

معتقد است که به علوم مختلف باید نگاه متفاوتی داشت. از آنجا که برخی از دانشکده‌های مهندسی قابلیت بیشتری برای پرورش کارآفرین دارند نباید در این بین با داشتن توقع یکسان از تمامی رشته‌ها و حوزه‌ها، سر علوم پایه و علوم انسانی بی‌کلاه بماند. حقیقتاً در دنیا این رویکرد وجود ندارد که همه چیز به سمتی برود که علم حتماً مولد ثروت باشد چون فاصله بعضی از علوم تا بازار بسیار زیاد است حتی در دسته‌بندی سیاست‌گذاری علم و فناوری مانند صنعت موشکی و هسته‌ای برخی از علوم ابداً بازاری ندارند، ولی برای کشور حیاتی‌اند.

دولت آقای روحانی که از همان ابتدا موردبسندم نبود، در جریانات پیش‌آمده نقش مهمی داشت، به این دلیل که به طرزی افراطی راست‌گرا بود و واقعاً درصدد این بود که اقتصاد و تقریباً همه چیز را به سمت نمایشی شدن سوق دهد و قطعاً در مواردی از آن خیلی خوب بهره می‌برد تا روی بسیاری از نابه‌سامانی‌ها سرپوش بگذارد و شمار زیادی از ناراضیان را با خود همراه کند. دولت روحانی همه چیز را به اقتصاد تقلیل می‌داد، دانشگاه هم از چنین تفکری جان سالم به در نبرد، لذا تفکراتی مانند اینکه همه دانشگاه‌ها باید کارآفرین باشند، سودده شوند، از همه چیز باید پول درآورد، در دستور کار قرار گرفت. همیشه مساله داشتیم که چرا ما به عنوان یک کشور اسلامی باید از مدرسه، سلامت، تفریح و به طور کلی تأمین اجتماعی چیزهایی که همه دنیا حتی راست‌ترین و لیبرال‌ترین کشورها به آن سوسپید می‌دهند، پول در بیاوریم؟ انصافاً اگر رهبری (اطرافیان ایشان در بیت که بعضاً خودشان ذی‌نفع بودند) با این جریان همراه نبود، دولت نمی‌توانست این‌طور پیش برود و کار به اینجا برسد.

فضای عمومی جامعه بود و بخش دیگر مربوط به این بود که کسانی که جذب حوزه استارت‌آپی شدند یک فضای مردمی احساس کردند گویا یک حیات خلوتی دور از چشم کنترلگر حاکمیت پیدا شده بود که می‌توانستند همان‌طور که دوست دارند زندگی کنند، کار کنند، بگردند، یک کنج دنجی پیدا شده بود که می‌توانستند سبک زندگی خودشان را داشته باشند.

■ لطفاً به عقب برگردیم!

در مورد تغییر فضای فرهنگی تشبیهی در بحث رسانه وجود دارد: دو لیوان آب را در نظر بگیرید، در یکی یک سکه قرار داده شده، در دیگری یک قطره جوهر ریخته شده است، سکه به راحتی از لیوان خارج می‌شود در حالی که آب همان آب است، ولی جوهر از آب به راحتی جدا نمی‌شود. فضای فرهنگی و تغییرات فرهنگی را نمی‌توان دفعی تغییر داد، مثلاً دکمه‌ای را فشار دهند و همه چیز به وضعیت اول برگردد.

قطعاً نمی‌توان تمام مسیر آمده را برگشت، ولی می‌شود با دو ملاحظه جهت را کمی اصلاح کرد: اول اینکه نخبگان و بهترین‌ها برای انجام بهترین کارها گماشته شوند. کسی که می‌تواند کارهای بزرگ‌تری انجام دهد را به همان کارها مأمور کنند و از او حمایت همه‌جانبه شود. دوم بنیاد نخبگان، نهادهای حمایتی و معاونت علمی باید برای برگرداندن نخبگان تمهیداتی مانند تأمین مسکن به کار بندند و سرمایه‌گذاری در حوزه علم و فناوری را از سر بگیرند. سوم اینکه سرمایه‌گذاری و حمایت از رشته‌های تحصیلی مختلف به طور متوازن صورت گیرد. در دنیا، هیچ دانشگاهی دو نسل پیشین خود را نادیده نگرفته تا فقط به نسل سوم بها دهد بلکه تمامی نسل‌ها اعم از آموزش‌محور و پژوهش‌محور همچنان به کار خود ادامه می‌دهند. رویکرد جهانی



رمز نفوذ: مروری بر نفوذ استارت‌آپی در کشور!

نمی‌توان به تاریخ یک دهه زیست‌بوم نوآوری و فناوری ایران پرداخت اما درباره شائبه نفوذی بودن بخشی از جریان استارت‌آپی حرفی نزد. عده‌ای آن سال‌ها بر این باور بودند که استارت‌آپ رمز نفوذ و برنامه براندازی نظام جمهوری اسلامی ایران است که از سوی غرب طراحی شده و به کمک عده‌ای خائن و دست‌نشانده در کشور در جریان است. برخی از جراید و رسانه‌های حکومتی نیز به طور مفصل به آن پرداختند. کمی بعدتر هم مستند «شب‌نامه» ساخته شد و درباره این جریان تازه هشدارهایی داد. به همین بهانه به برخی از مقالات در این باره که در آن زمان منتشر شده، می‌پردازیم.

از آی بریج تا کارآفرینی گوگل!

اهداف پشت پرده شرکت‌های چندملیتی بزرگ در حوزه فناوری و اینترنت در ایران چه بود؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های زهرا طباطبائی، روزنامه‌کیهان - مهرماه ۱۳۹۴

خدا، به آموزش منابع انسانی ایرانی با حداقل درآمد و حداکثر همکاری دولتی علاقمند هستند و هدف اصلی‌شان چنین است که پولی به جیب ایرانیان واریز کنند و خلاص! امروز تلاش می‌کنیم با همراهی شما مخاطبین گرامی، با اهداف پشت پرده شرکت‌های چندملیتی بزرگ در حوزه فناوری و اینترنت در ایران از زوایای مختلف اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی آشنا شویم و مزایا و معایب حمایت دولت و شهرداری‌ها و مراکز مختلف حاکمیتی از چنین پروژه جهانی را کشف کنیم.

مخاطبان جوان و جویای کار تا به حال با مُد جدید این روزهای بازار اشتغال بر مبنای ایده‌های نوفاورانه یا «استارت‌آپ‌ها» آشنا شده‌اند. چند وقتی است مجموعه‌ای از شرکت‌های نوپدید وابسته به گول‌های چندملیتی حوزه IT در کشورمان کلاس‌های به اصطلاح کارآفرینی و دوره‌های «استارت‌آپ ویکند» برگزار می‌کنند. از گوگل تا اپل و مایکروسافت و ایپای و آمازون همگی به جامعه نخبگان تحصیل کرده و مشتاق کارآفرینی کشورمان هجوم آورده‌اند و طوری وانمود می‌کنند که گویی در راه رضای

به مخاطبین علاوه بر ابداع روشی نوین در خرید با واسطه از بازار، به کمک فناوری وب و اینترنت، به سود هنگفتی نیز به جهت افزایش سریع مخاطبین و کاربران دست یافته است. پس کسب‌وکار مبتنی بر استارت‌آپ چیز بدی نیست و حقیقتاً روشی علمی و حقیقی در مسیر ثروت‌افزایی ملی و کارآفرینی محسوب می‌شود. پس اشکال کار دوره‌های آموزش «استارت‌آپ ویکند» چیست و علت حساسیت کیهان چه می‌تواند باشد؟

■ **استارت‌آپ؟! به زبان ساده** استارت‌آپ یا «START UP» کسب‌وکاری است که قسمتی از آن مبتنی بر فناوری است. هر کسب‌وکار که بر پایه فناوری است، لزوماً استارت‌آپ نیست، ولی همه استارت‌آپ‌ها به نوعی از وب، موبایل، اینترنت و تکنولوژی‌های جدید استفاده می‌کنند تا رشد بالایی داشته باشند و به تعداد کاربران بالایی برسند. به‌طور مثال «دیجی کالا» موفق‌ترین استارت‌آپ ایرانی به شمار می‌رود که با ارائه امکان خرید اینترنتی



■ ایران زندانی بدون اینترنت؟! حسام آرمندهی همچنین
 پیش از این حسابی در مارکت اندروید گوگل داشت که در آن یک اپلیکیشن تقویم فارسی گذاشته بود. این حساب هم بعدها توسط گوگل معلق شد! در سال ۲۰۱۲ وی در کنفرانسی در بارسلونا از اریک اشمیت - رئیس وقت گوگل - در مورد آگاهی‌اش از محدودیت‌های دسترسی به سرویس‌های گوگل در ایران پرسید. اشمیت ابراز تأسف کرد و تنها به قوانین و تحریم‌ها علیه ایران استناد کرد. سپس با گفتن جمله: «جایی مثل زندان اینترنت ندارد»، جمعیت را به خنده انداخت! آرمندهی در این باره می‌گوید: «او حتی پاسخ سؤال مرا با احترام نداد! این مساله باعث شد من انگیزه بیشتری برای آماده‌سازی سرویسی که گوگل به شهروندان ایران نمی‌داد داشته باشم.» پس تمایل به کار در درون مرزهای ایران و برآورده کردن تمامی نیازهای آنلاین ایرانیان یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کارآفرینان ایرانی در حوزه تکنولوژی است که اکنون به واسطه هجوم غول‌های چندملیتی به بازار به تدریج جایی برای استعدادهای نوپای ایرانی باقی نخواهد ماند. اما سیستم چگونه کار می‌کند و چرا شرکت‌هایی مثل گوگل که تا چند سال پیش حتی اپلیکیشن‌های پولی خود را در اختیار ایرانی‌ها قرار نمی‌دادند اکنون ناگهان در نقش «فرشته‌های خیرخواه» به دنبال افزایش ثروت و اشتغال‌زایی در جامعه ایرانی افتاده‌اند؟!



■ فرشتگان سرمایه‌گذار یا دزدان ایده‌های نو؟ چرخه به این شکل است که پس از شناسایی کشوری که از استعدادهای لازم برای سرمایه‌گذاری در حوزه استارت‌آپ از جمله جمعیت جوان، رشد و گسترش سیستم اینترنت پرسرعت و نخبان جویای کار برخوردار است، شرکت‌های چندملیتی با هدف فتح بازارهای جدید و جذب استعدادهای بکر و دست‌نخورده ورود پیدا می‌کنند. طبیعتاً اگر گوگل، مایکروسافت یا اپل تابلوی «دزدی ایده» و «استعمار بازار» را بالا ببرند هیچ نخبه با استعدادی حتی حاکمیت جویای ثروتی راه را برای آن‌ها باز نخواهد کرد! پس در نقش «سرمایه‌گذار خیرخواه» شرکت‌هایی آموزشی در کشورهای در حال توسعه با آینده درخشان در حوزه فناوری تأسیس می‌کنند. هم‌اکنون چند شرکت به‌اصطلاح آموزش کارآفرینی وابسته به شرکت‌های چندملیتی شهر در ایران فعال هستند و مجموعه‌ای از بازاربازها و شکارچیان ایده‌های جدید و بکر را در قالب «مری» به ایران گسیل

■ گوگل و غربی‌ها را از نو بشناسیم! اغلب استارت‌آپ‌های مشهور ایرانی در شرایط تحریم و با تلاش مجدانه جوانان تحصیل‌کرده و خوش‌فکر ایرانی در چند سال اخیر در داخل مرزهای کشور شکل گرفتند. برخی از آن‌ها کپی موفق از یک «ایده خارجی» بودند و برخی دیگر همچون «سفارش اینترنتی کله‌پاچه» دست کم در بخشی از موضوع صرفاً ایده‌ای ایرانی محسوب می‌شوند. حسام آرمندهی مدیر «کافه بازار» می‌گوید در شرایطی که از رفتار شرکت‌های سیلیکون ولی - دهکده تکنولوژی‌های نوین در آمریکا - نسبت به ایران ناامید شده بودم به زادگاهم ایران برگشتم. وی در این باره می‌گوید: «اگر به ایران باز می‌گشتم همه چیز را از دست می‌دادم؛ هر چیزی که خارج از ایران به دست آورده بودم. موقعیت کار در Airbnb و اندروید مارکت را داشتم. در حال از دست دادن همه چیز بودم، اما کماکان از شرایط [ایران] خوشحال نبودم. من حس کردم که باید همه چیز را در ایران خودمان بسازم.» در آن زمان کاربران ایرانی با محدودیت‌هایی در دسترسی به فروشگاه اپلیکیشن‌های اندروید مواجه بودند. این شد که در سال ۱۳۸۹ حسام آرمندهی با راه‌اندازی کافه بازار که فروشنده‌ای از اپلیکیشن‌های اندرویدی است، درها را برای کاربران ایرانی باز کرد. او ظرف سه ماه ۱۰۰ هزار کاربر را جذب کرد. هم‌اکنون بیش از ۱۰ هزار اپلیکیشن اندرویدی تلفن همراه ایرانی که توسط دوهزار توسعه‌دهنده تولید شده‌اند در کافه بازار در دسترس کاربران ایرانی است و طبق گزارش بنیاد جهانی استارت‌آپ، ارزش کافه بازار ۲۰ میلیون دلار است. آرمندهی می‌گوید: «برای مدیریت میزان رشد در فروردین‌ماه ۱۳۹۱ از سرویس Zendesk استفاده کردم.» استارت‌آپی دانمارکی که امکاناتی مانند پشتیبانی بهتر را برای کافه‌بازار مهیا می‌ساخت. او تصور می‌کرد که به واسطه اروپایی بودن Zendesk از تحریم‌ها علیه ایران در امان است. اما ناگهان پس از گذشت هفت ماه، سرویس مربوط، دسترسی او را قطع کرد! همه ایمیل‌ها و بلیت‌های پشتیبانی مشتریان نابود شد! او از شرکت دانمارکی خواست که یک نسخه پشتیبان از اطلاعاتش تحویل دهد. اما هرگز پاسخی دریافت نکرد! بنابراین کافه بازار به سیستم استفاده از ایمیل برای پاسخ‌دهی به مشتریان بازگشت.

داشته‌اند. اخیراً وطن امروز نوشت: «آمار «استارت‌آپ جهانی» مشخص می‌کند که بین ۵۰ کشور بررسی شده، ۳۰ کشور حداقل یک استارت‌آپ با ارزش بیش از یک میلیارد دلار در اختیار دارد. گوگل در ایالات متحده با ارزش تخمینی ۴۱۰ میلیارد دلار، در صدر این فهرست جای گرفته است اما چه کسی می‌داند ایده‌های اولیه از آن نخبگان کدام کشورها بوده است!» پس در اولین مرحله شرکت‌های بومی وابسته به چندملیتی‌هایی همچون گوگل، آمازون، مایکروسافت، اپل، ایبای و غیره با برگزاری دوره‌های کارآفرینی از نخبگان صاحب ایده دعوت می‌کنند به منظور دریافت کمک فکری و آموزش شبکه‌سازی، به آن‌ها مراجعه کرده و ایده خود را به رایگان «فاش» کنند! سپس به منظور ایجاد مشوق سرویس‌هایی همچون پرداخت وام سرمایه‌گذاری، تبلیغات رایگان یا آموزش محدود را تنها به برخی از مخاطبین جهان سومی خود ارائه می‌دهند.

■ **ثروتی که بر باد می‌رود**، هم اکنون تعداد قابل توجهی از استارت‌آپ‌های موفق ایرانی توسط سرمایه‌داران چندملیتی پیش از سوددهی حداکثری با قیمت حداکثر چند میلیون دلاری پیش خرید شده‌اند در حالی که این حق صاحب ایده بود که به واسطه جذب سرمایه بانکی در داخل کشور، بهره‌مندی ملی از ابداع خود را به مرحله فراملی رسانده و با جذب بازارهای منطقه، ثروتی هنگفت از آن کشور کند. اما چرا نخبگان و صاحبان ایده‌های نو در ایران به سمت سرمایه‌گذاران خارجی می‌روند؟! بسیار بعید است که گمان کنیم نخبه‌ای که ایده برتر خود را تا حد و اندازه ایجاد چند ده شغل و سرمایه‌ای متوسط پیش برده از فروش ایده آینده‌دار خود به گوگل و مایکروسافت و غیره لذتی شایان توجه ببرد! مشکل اینجاست که بانک‌ها و مؤسسات مالی داخلی در رفتاری غیرقابل توجیه منابع خود را از دسترس نخبگان ملی دور ساخته‌اند و از ارائه وام سرمایه‌گذاری خودداری می‌کنند. در چنین شرایطی که سرمایه به حکم بی‌حمیتی دولتی در اختیار نخبگان قرار نمی‌گیرد یک کارآفرین نخبه و تولیدکننده ثروت ناچار می‌شود به علت محدودیت مالی در توسعه طرح یا رساندن ایده به مرحله عملیاتی، قید آرزوهای خود را بزند و با فروش پروژه به شکل نیمه‌کاره یا واگذاری ایده به سرمایه‌گذاران خارجی، بودجه‌ای حداقلی در مقایسه با ثروت نهایی حاصل از اجرای پروژه کاسب شود. پس این معامله‌ای است که ضرر ملی آن حتی از میزان خسارت مادی ابداع‌کنندگان و نخبگان ملی نیز بیشتر است و علاوه بر تسریع پروسه «کوچ مغزها» می‌تواند به خالی شدن جامعه از ایده‌های سازنده یک نسل نیز بینجامد. حال ما از رئیس جمهور محترم سؤال می‌کنیم... کجای این طرح ضد اقتصادی شبیه سرمایه‌گذاری قدرت‌های جهان در ایران است که باید به واسطه آن شاد و شکرگزار هم باشیم؟!

داشته‌اند. اخیراً وطن امروز نوشت: «آمار «استارت‌آپ جهانی» مشخص می‌کند که بین ۵۰ کشور بررسی شده، ۳۰ کشور حداقل یک استارت‌آپ با ارزش بیش از یک میلیارد دلار در اختیار دارد. گوگل در ایالات متحده با ارزش تخمینی ۴۱۰ میلیارد دلار، در صدر این فهرست جای گرفته است اما چه کسی می‌داند ایده‌های اولیه از آن نخبگان کدام کشورها بوده است!» پس در اولین مرحله شرکت‌های بومی وابسته به چندملیتی‌هایی همچون گوگل، آمازون، مایکروسافت، اپل، ایبای و غیره با برگزاری دوره‌های کارآفرینی از نخبگان صاحب ایده دعوت می‌کنند به منظور دریافت کمک فکری و آموزش شبکه‌سازی، به آن‌ها مراجعه کرده و ایده خود را به رایگان «فاش» کنند! سپس به منظور ایجاد مشوق سرویس‌هایی همچون پرداخت وام سرمایه‌گذاری، تبلیغات رایگان یا آموزش محدود را تنها به برخی از مخاطبین جهان سومی خود ارائه می‌دهند.



■ **ثبت ایده و اختراع کیلویی چند؟! به بخشی از اطلاعات ارائه‌شده به مخاطبین در سایت «آواتک» توجه کنید:** «شما می‌خواهید یک محصول نو بسازید و دنیا را تغییر دهید؟ سرمایه موردنیاز را ندارید؟ خب راه چاره اینجاست: در آواتک پذیرفته شوید! با موفقیت از دوره پیش‌شتابدهی عبور کنید و ما ۲۵ میلیون تومان (معادل ۸۰۰۰ دلار) به اضافه تعدادی زیادی سرویس دیگر به شما ارائه می‌دهیم و در عوض فقط سهم کوچکی از سهام استارت‌آپ شما که معادل ۱۵ درصد است را می‌گیریم!))» این پروسه که بیشتر شبیه یک کلاهبرداری است به همین جا ختم نمی‌شود و براساس شکل جهانی تا خرید نهایی ایده به شرط تضمین سودآوری حداکثری در فضای جهانی توسط بازاریاب‌های منطقه‌ای ادامه پیدا می‌کند: «سرمایه بیشتر می‌خواهید؟ ما شما را در مقابل بیش از ۱۰۰ سرمایه‌گذار معتبر قرار می‌دهیم و شما را در جذب سرمایه بیشتر کمک می‌کنیم. مبلغ پیشنهادی ما برای همه تیم‌ها یکسان است، اما تیم‌های پذیرفته‌شده در مرحله شتابدهی امکان دریافت تا ۱۰۰ میلیون تومان سرمایه بیشتر را از طریق شبکه فرشتگان سرمایه‌گذار (AngelInvestors) آواتک

■ **نقاط ضعف آشکار و نفوذ حتمی:** حقیقت این است که دشمن با شناسایی نقاط ضعف ملی ما در حوزه اشتغال و بلوک سرمایه‌های بانکی به روی نخبگان، در حال اجرای یک نقشه هوشمندانه در خصوص‌ترین فضای اجتماعی کشور است. مسیری نفوذی که برآمده از ضعف مدیریت و وادادگی رسمی دولتی‌هاست. بنا بر این بود که مدیریت حلقه‌های علم و صنعت با میانجی‌گری نهادهای رسمی همچون معاونت علمی- پژوهشی دفتر ریاست جمهوری و صندوق نوآوری و شکوفایی دولت انجام شود که چنین نشد! ما نمی‌توانیم از مردم و نخبگان خود انتظار داشته باشیم به جهت سر باز زدن بانک‌ها از پرداخت یک وام ۲۵ میلیون تومانی ساده، همه ایده‌های پول‌ساز و پر مشتری خود را بایگانی کنند. در عین حال این خیانتی بزرگ به نخبگان کشورمان محسوب می‌شود که به واسطه وادادگی در عرصه سیاست و اقتصاد آن‌ها را به سمت «ارزان‌فروشی ایده» و «شراکت با حداقل سود با بیگانه» سوق می‌دهیم. به این ترتیب همیشه رأس شبکه قدرت و ثروت در دست خاندان‌های غرب‌گرایی همچون نمازی با کارنامه سیاه فتنه‌گری بر ضدحاکمیت خواهد ماند و آن‌ها نیز در اسرع وقت واسطه‌هایی همچون زواشکیانی، مقدم، صرافان، رنگین‌کمان، جلالی، فروغی و غیره را به داخل مرزها با هدف مدیریت میدانی گسیل خواهند داشت.



■ **نظام بانکی فشل و دولت بی‌برنامه:** وام‌های بانکی کماکان نصیب دلالتان و سوداگران گردن‌کلفت می‌شود و سر نخیه صاحب ایده ایرانی بی‌کلاه می‌ماند... آیا این حق مردم نیست که دست اعتماد خود را از پشت چنین بانک‌هایی برداشته و سیستم قدیمی قرض‌الحسنه‌های محلی را احیا کنند؟ حماقت آن است که نقشه نفوذ دشمن را بشناسیم و فکری به حال بازپس‌گیری مدیریت جامعه از بیگانه نکنیم. معاون علمی - پژوهشی دفتر ریاست جمهوری، وزیر صنعت، وزیر کار و رفاه اجتماعی، وزیر علوم و شخص رئیس‌جمهور در برابر هر ایده نو و طرح کارآفرینانه‌ای که توسط دلالتان ایده‌دزد شرکت‌هایی همچون راکت اینترنت، گوگل، اپل، مایکروسافت و غیره از ید قدرت ایرانی‌ها خارج می‌شود و نخبگان ملی ما را از فتح بازارهای جدید منطقه‌ای و جهانی و ثروت‌آفرینی حداکثری بازمی‌دارد، مسئولند. آیا هنگام پاسخ‌گویی فرا نرسیده است؟

■ **شبکه‌سازی به شرط تغییرات نرم،** علاوه بر خسارت‌های اقتصادی هنگفت، ذات شبکه‌سازی اجتماعی بیگانگان در داخل کشور به واسطه مدیریت آمال و آرزوهای نخبگان و پاسخ‌دهی به حق عمومی «اشتغال» حتی به شرط «کلاه‌گذاری کلان» و بهره‌مندی حداقلی ایرانیان مشتاق کارآفرینی، مشکل‌آفرین است. پس از افشاگری‌های کیهان در خصوص ماهیت دلالتان طرح به اصطلاح حمایت از کارآفرینان برتر حوزه فناوری در ایران در قالب برگزاری همایش «آی‌بریج» در کشور و اعزام نخبگان ملی به برلین با هدف معرفی طعمه‌های ایرانی به کلان سرمایه‌گذاران سیلیکون ولی آمریکا، مجموعه‌ای از رسانه‌های مطرح از جمله واشنگتن پست و گاردین تخریب «نگاه ملی» را در دستور کار قرار دادند.

■ **از آی‌بریج تا جشنواره اریک اشمیت ایران‌ستیز،** در سلسله یادداشت‌های افشای ماهیت برگزارکنندگان همایش «آی‌بریج» افشا کرده بودیم که مجموعه‌ای از دلالتان حوزه نفت و گاز با هدف مدیریت و شبکه‌سازی اجتماعی نخبگان ایرانی تشکیلات مذکور را به راه انداخته‌اند. از جمله به نام‌هایی همچون پری نمازی، باقر نمازی، علی زواشکیانی و چند ایرانی آمریکایی فعال در شرکت‌هایی همچون فنانپ اشاره کردیم. علاوه بر آن‌ها نام‌های پشت‌پرده‌ای همچون کامران الهیان بهایی و شریک قدیمی صهیونیست‌ها، حمید بیگلری، ولید بن طلال سعودی، استفان چمبر، زاهی خوری میلیاردر صهیونیست و بنیادهای آمریکایی- اسرائیلی همچون اسکول، بنیاد فورد و خانه آزادی را فاش کردیم. گاردین در همین رابطه نوشت: «تندروها در ایران از همایش آی‌بریج، ابراز نگرانی کرده‌اند و با اشاره به ارتباط نزدیک مؤسسين آی‌بریج، کامران الهیان و حمید بیگلری، با رژیم صهیونیستی، نسبت به نقش این تحرکات در جهت «براندازی نرم» در ایران به سرویس‌های اطلاعاتی هشدار داده‌اند.» در ادامه این گزارش گاردین می‌نویسد کامران الهیان خود هدف از این همایش را برقرارکردن پل ارتباطی میان ایرانیان داخل و خارج کشور و صنعت فناوری در غرب اعلام کرده و گفته است: «ایده این اقدام پس از آن به وجود آمد که گروه کوچک‌تری از کارآفرینان در سال گذشته میلادی برای بازديد از «سیلیکون‌ولی» مرکز شرکت‌ها و صنایع فناوری ایالات‌متحده، به آمریکا سفر کردند. آی‌بریج محلی برای طرح مسائل سیاسی یا دینی نیست.» الهیان راست می‌گوید! تاکنون هیچ کدام از پروژه‌های اجتماعی تیم نمازی، خواجه‌پور، الهیان، اریک اشمیت با اهداف دینی شکل نگرفته است! اما حقیقت این است که مخاطرات انتقال حلقه «مدیریت اجتماعی نخبگان» به خارج از مرزها حتی از ترویج مستقیم بهائیت یا سکولاریسم نیز می‌تواند خطرناک‌تر باشد چرا که جریان ثروت و قدرت جامعه به تدریج با شبکه‌سازی اجتماعی از ید اختیار مردم خارج شده و با گسست بین‌نسلی اهداف و آرمان‌های جامعه نیز به تدریج تغییر خواهد کرد.

مروری بر نفوذ استارت‌آپی در کشور!

آیا مواضع استارت‌آپ‌ها در خصوص جنبش زن، زندگی، آزادی مهر تأییدی بر شائبه‌های گذشته است؟



بازخوانی و بازنشر مقاله‌ای از بولتن نیوز، مردادماه ۱۴۰۲

به گزارش «بولتن نیوز» به نقل از کانال بیداری ملت، در آوریل سال ۹۴ (۲۰۱۴) تبصره‌ای به قانون تحریم‌ها در آمریکا اضافه شد که مساله آموزش را از موارد دیگری که تحریم‌ها جلوی آن را می‌گیرد، مستثنی می‌کند. در همان سال، دانشگاه برکلی کنفرانس آی‌بریج (iBridge) را برای اولین بار، در دانشگاه برکلی کالیفرنیا برگزار می‌کند که استارت‌آپ‌های ایرانی و خارجی در آن شرکت می‌کنند. دومین کنفرانس آی‌بریج در سال ۲۰۱۵ در برلین آلمان برگزار شد. در کنفرانس برلین، استارت‌آپ‌هایی مانند دیجی‌کالا، تخفیفان، آپارات و کافه بازار شرکت می‌کنند.

روزنامه کیهان در طی دو گزارشی (در سال ۹۴) پرده از یک پروژه نفوذ در ایران در قالب کارآفرینی، برمی‌دارد و همین مساله باعث می‌شود که سومین کنفرانس آی‌بریج در بارسلونا اسپانیا، برگزار نمی‌شود که در ابتدای مستند شب‌نامه، به آن اشاره شده است. سوالی که پیش می‌آید این است که چرا آمریکایی که تحریم‌های سنگین بر علیه مردم ایران در این چندین سال بسته است و حتی تحریم‌های داروهای ضروری را اجرا کرده است، در سال ۹۴ تصمیم می‌گیرد که مساله آموزش را از موارد تحریم جدا کند تا راه برای رفتن استارت‌آپ‌های ایرانی به کنفرانس آی‌بریج باز بشود؟! در اغتشاشات سال گذشته (۱۴۰۱)، نقش استارت‌آپ‌هایی مانند دیجی‌کالا، تخفیفان، آپارات و کافه‌بازار را نیز مشاهده کردیم! حالا هم برخی از پلتفرم‌های استارت‌آپی در سالگرد اغتشاشات بار دیگر با سردمداری دیجی‌کالا، اقدام به کشف حجابی سازمان‌یافته می‌کنند و وقتی از طریق افکار عمومی مواخذه می‌شوند، گردن‌گیرشان کم می‌شود و می‌گویند مواضع رسمی ما این نیست!



بررسی گسترش و نفوذ استارت‌آپ‌ها در ایران

آیا استارت‌آپ‌ها مسیر نفوذ خائنان و جاسوسان خودفروخته را هموار کردند؟

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمد مهدی رامندی، وب‌سایت راهبرد معاصر، دی‌ماه ۱۳۹۶



کاری خود با شبکه‌سازی از جوانان در غالب فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی از کمپین‌های محیط‌زیستی و خیریه گرفته تا برگزاری استارت‌آپ‌های مختلف و طراحی و راه‌اندازی ایده‌های کسب‌وکار مبتنی بر فناوری‌های نوین تلاش می‌کنند نخبگان جوان و فعال کشور را به مسیر موردنظر خود هدایت کنند و همچنین زمینه خروج این نخبگان را از کشور مهیا کنند. در این راستا یکی از نمونه‌های نفوذ این سرویس‌های جاسوسی از طریق استارت‌آپ‌ها را مثال می‌زنیم:

■ **سیامک نمازی:** او چند سال پیش از فتنه ۸۸ راهی آمریکا شد و مستقیم در ساختار تشکیلات ضدامنیتی «نایاک» وابسته به وزارت خارجه آمریکا در کنار «تریتا پارسی» جاگیر شد. خانواده نمازی - خواجه‌پور نیز چند سال پس از افشای شبکه نفوذشان در سال ۸۸، به‌رغم دریافت احکام قضایی با مساعدت دولت‌های غربی از کشور متواری شدند و مستقیم به نایاک و «ویلسون سنتر» پیوستند. سیامک نمازی سرمایه اولیه فعالیت‌های خود را از سهم دلالی وضع قراردادهای یک‌طرفه نفت و گاز ضد کشورمان در «آته بهار» به دست آورد اما به واسطه جلب اعتماد غربی‌ها در این قراردادهای سودآور، موفق شد به سرعت خود را به عنوان مدیری که از توانایی کنترل حاکمیت برخوردار است، معرفی کند. به این ترتیب با افزایش سرمایه صورت گرفته از مسیر خارجی، با کمک دخترعموش، پری نمازی، شبکه اشتغال در شرکت‌های خارجی را در دست گرفت. به این ترتیب نمازی‌ها از یک اقلیت صرفاً وابسته به دولت، به گروهی پرنفوذ در میان تحصیل‌کردگان ایرانی داخل و خارج کشور با توانایی اداره بیش از ۱۰۰ هزار موقعیت شغلی تبدیل شدند. با افزایش قدرت و ثروت و نفوذ سیامک نمازی، وی در کنار پدرش بیش از پیش مورد توجه وزارت خارجه آمریکا قرار گرفت و موفق شد در پی همکاری با

رشد و گسترش استفاده از اینترنت در میان مردم سبب رونق بازار استارت‌آپ در میان نخبگان و افراد تحصیل‌کرده شده است؛ از این رو غرب با مهیا کردن زمینه این استارت‌آپ‌ها بستر جذب این نخبگان را به خود فراهم می‌کند. استارت‌آپ، واژه‌ای که در سال‌های اخیر زیاد در مورد آن شنیده‌ایم. حتی این موضوع وارد کشورمان نیز شده و بعضاً شاهد برگزاری گردهمایی‌هایی تحت عنوان «استارت‌آپ ویکند» در شهرهای مختلف کشور هستیم. اما به واقع تعریف استارت‌آپ چیست؟ بسیاری از مردم استارت‌آپ‌ها را محدود به یک رویداد یا همایش، یک وب‌سایت و یا آب موبایل می‌دانند و این درحالی است که استارت‌آپ یک سازمان موقت است که با هدف یافتن یک مدل کسب‌وکار تکرارپذیر و مقیاس‌پذیر به وجود آمده است. استارت‌آپ‌ها، معمولاً حول ایده‌های نوآورانه و خلاقانه بنا می‌شوند. در واقع فرد یا افرادی خوشفکر، با ایده‌های نو، در جستجوی روش‌هایی برای کسب درآمد از آن ایده و تولید انبوه محصولات یا خدمات مبتنی بر آن ایده هستند. نوآوری در استارت‌آپ‌ها، به شکل نوآوری در بازار یا نوآوری در محصولات و خدمات خود را نشان می‌دهد.

■ خطرات و مضرات گسترش استارت‌آپ‌ها

در ایران چه بود؟

دستیابی سرویس‌های جاسوسی به اطلاعات شهروندان، اینترنت به عنوان بستر عملکرد استارت‌آپ‌ها زمینه مناسبی را برای سرویس‌های جاسوسی مهیا می‌کند که از طریق دستیابی به سرویس‌های اینترنت تمامی اطلاعات و خلیقات و حتی غذای موردعلاقه افراد را مورد شناسایی و بررسی قرار دهند. شناسایی و جذب نخبگان، سرویس‌های اطلاعاتی خارجی به ویژه CIA در مدرن‌ترین روش‌های

■ مزایای پیشرفت و گسترش استارت‌آپ‌ها در ایران چه بود؟

افزایش رونق در کسب‌وکار: مساله اشتغال به ویژه در میان انبوه دانش‌آموختگان دانشگاهی یکی از مسائل فوری و فوری اقتصادی و حتی دارای ابعاد اجتماعی در ایران است. فضای استارت‌آپی ضمن کمک به ثروت‌آفرینی و افزایش بهره‌وری، به چند طریق می‌تواند به تغییر فضای ذهنی و ارتقای توانمندی‌های جوانان جویای کار در کشور یاری دهد که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:

■ تقویت روحیه خودباوری، اعتماد به نفس و خود اتکایی:

آموزه‌های استارت‌آپی به گونه‌ای است که مخاطبان را بیشتر متوجه ظرفیت‌های و توانمندی‌های خودشان می‌کند. روحیه استخدامی و متوقع بودن از دیگران و به ویژه دولت، از جمله نقاط ضعف کارجویان ایرانی است.

■ آموزش مهارت‌های کارآفرینی: متأسفانه مهارت‌های لازم

برای حرکت در مسیر کارآفرینی نظیر طرح تجاری، بازاریابی و... از طریق سیستم آموزش رسمی کشور کمتر به مخاطبان منتقل می‌شود. در حالی که این موضوع از ارکان رویدادهای ترویجی و فضای استارت‌آپی محسوب می‌شود.

■ کمک به راه‌اندازی مشاغل با سرمایه‌گذاری نسبی اندک:

به طور نسبی ایجاد یک فرصت شغلی در یک استارت‌آپ به سرمایه کمتری نیاز داشته و از سرعت بالاتری برخوردار است.

■ کاهش خروج نخبگان از کشور: مساله خروج نخبگان

از کشور چندین سال است که در ایران رو به فزونی گذاشته است. اینکه نخبگان بتوانند افکار و ایده‌های خود را در کشور خود به مرحله عملیاتی‌سازی برسانند طبیعتاً مانع از خروج این افراد از کشور می‌شود و سوی دیگر همین موضوع می‌تواند عاملی برای پیشرفت کشور بشود.

■ نکته: به نظر می‌رسد این میزان از افزایش و گسترش

استارت‌آپ‌ها راه نفوذ مناسبی را برای سرویس‌های اطلاعاتی و جاسوسی مهیا کند اما برای جلوگیری از نفوذ کمپانی‌های غربی در پوشش حمایت از ایده‌های داخلی، کارشناسان معتقدند با توجه به ظرفیت عظیم فارغ‌التحصیلان دانشگاهی کشور در رشته‌های مرتبط با فناوری ارتباطات و اطلاعات باید زمینه‌هایی را در داخل فراهم کرد که نخبگان جوان کشور بتوانند در آن به ارائه ایده‌های خود پردازند. از سوی دیگر افراد صاحب سرمایه که در داخل کشور کم هم نیستند بتوانند بر روی آن ایده‌ها سرمایه‌گذاری کنند. با این اقدام هم خطر نفوذ دشمن به گلرگانه‌های حساس اقتصادی و فناورانه کشور محدود شده است و سود هنگفت ایده‌پردازی و اجرای ایده در داخل کشور ایجاد می‌شود. این امر کمک بسیاری به رشد جایگاه فناورانه کشور که مدنظر رهبر انقلاب در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله بوده است نیز فراهم می‌کند.

آژانس توسعه فراملی آمریکا، چندین انجمن مدیریت نخبگان را در داخل و خارج کشور با هدف انتقال «فرهنگ سرمایه‌داری» به عنوان تنها راهکار علمی و عقلانی و منطقی اداره جامعه راه‌اندازی کند. سیامک نمازی، «رهبر جوان اقتصاد لیبرال - سرمایه‌داری» و مدیر برگزیده راکفلرها در انجمن آسیای نیویورک و باقی عناصر غیرملی شبکه نفوذ هرگز در خدمت ایرانیان نبوده‌اند و همه طرح‌های آن‌ها در مسیر تضعیف ساختار ملی با ترویج طرح‌ها و راهکارهای ابلاغی از جانب دشمن با هدف شکست ایران از درون اجرایی شده است.

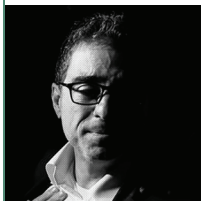
آنچه امروز در حوزه اقتصاد شاهد هستیم نتیجه بارز اجرای سیاست‌های تحمیلی همین لابی خانن و فاسد بانفوذ در ساختار حاکمیت است.

■ گسترش نفوذ شرکت

سامسونگ در ایران: در کنار نام سیامک

نمازی به عنوان متهم جاسوسی در ایران

نام «علیرضا امیدوار» به‌عنوان یکی از مسئولان نمایندگی سامسونگ در ایران هم به چشم می‌خورد. یکی از فعالیت‌های علیرضا امیدوار که تحصیلات خود را در دانشگاه‌های تهران، ناتینگهام و هاروارد گذرانده است اجرای «کمپین کودکان امید سامسونگ» بوده است. فعالیتی که از طریق آن تلاش ویژه‌ای برای حضور در میان اقشار مختلف جامعه به‌خصوص کودکان و دانش‌آموزان شده است. این کمپین یکی از پروژه‌های مسئولیت اجتماعی سامسونگ است که گفته‌شده برای تجهیز مدارس به کلاس‌های هوشمند، راه‌اندازی کتابخانه‌های گویا برای نابینایان و کم‌بینایان و یک مرکز مهندسی با عنوان مرکز آموزش تخصصی برای اشتغال جوانان فعالیت می‌کند. این کمپین با همکاری اداره کل آموزش پرورش استان تهران، سازمان فنی و حرفه‌ای استان تهران، سازمان بهزیستی کل کشور و نهادهای دولتی مرتبط، سازمان‌های غیردولتی چون انجمن نابینایان، مؤسسه عصای سفید و انجمن تعالی صورت پذیرفته است. علیرضا امیدوار همچنین در سخنرانی دیگری در تشریح اهداف برنامه‌های اجتماعی سامسونگ می‌گوید: هدف ما از افتتاح مرکز مهندسی سامسونگ در تهران ایجاد فرصت آموزش برای جوانان با امکان آموزش حدود یک هزارتا یک هزار و ۵۰۰ نفر در سال است. این امر در قالب کمپین «امید برای جوانان» شکل می‌گیرد. البته فعالیت‌های علیرضا امیدوار در ایران به همین چند پروژه همکاری اجتماعی با سامسونگ و شورای شهر تهران ختم نمی‌شود. دامنه فعالیت‌های امیدوار از فعالیت‌های اجتماعی تا اقتصادی گسترده است. او کسی است که نامش با نام افرادی چون سیامک نمازی و بیژن خواجه پور و حتی مهدی هاشمی رفسنجانی گره خورده است.



فصل هفتم

تالار شیشه‌ای: نگاهی به مساله مهم ورود شرکت‌های استارت‌آپی به بورس

تاکنون بارها و بارها تکرار شده که استارت‌آپ‌ها هر چه بزرگ و موفق باشند یا روش‌های متنوع ارزش‌گذاری، میلیون دلاری بودن آن‌ها را تصدیق کند اما تا زمانی که به بورس راه نیافته‌اند، طعم واقعی موفقیت را نمی‌چشند و عیارشان معلوم نخواهد شد. هرچند به تازگی «تپسی» پس از گذشتن از هفت‌خان بالاخره به بورس راه یافت اما بر آن شدیم تا در این فصل ابتدا اهمیت ورود شرکت‌های حوزه اقتصاد دیجیتال به بورس را تبیین کرده و سپس دلایل کندی ورود استارت‌آپ‌ها به آن را جویا شویم.

اولین خروج

ورود نخستین استارت‌آپ ایرانی به بازار سرمایه چه اهمیتی داشت؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های علی ناظمی، معاون سابق صندوق نوآوری و شکوفایی

ورود نخستین استارت‌آپ ایرانی به بورس یکی از مهم‌ترین اتفاقات و نقطه‌عطفی در زیست‌بوم استارت‌آپی کشور است و معتقدم که این اتفاق چشم‌انداز زیست‌بوم استارت‌آپی کشور را به دلایل مختلفی تغییر داده است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این اتفاق رسمیت یافتن استارت‌آپ‌ها از سوی بازار است. این اتفاق، فضای گفت‌وگو و چالش‌های جدید از بُعد مالی، استانداردهای حسابداری و همچنین ارزش‌گذاری را، هم‌به‌زیست‌بوم بازار سرمایه و هم فضای نوآوری و استارت‌آپی کشور وارد کرد. از یک سو استارت‌آپ‌ها با مسائلی چون دانش فنی، برند، دارایی‌های نامشهود، افزایش اندازه و تعداد کاربر به‌عنوان چالش‌های خود روبرو بودند و از طرف دیگر، بازار سرمایه استارت‌آپ‌ها را به رسمیت نمی‌شناخت و به‌عبارتی با آن‌ها بیگانه بود. این اتفاق باعث شد که موضوع گفت‌وگو بین زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپی با بازار کشور، رنگ و بوی دیگری بگیرد و این موارد جدی‌تر دیده شود، پیش از ورود این استارت‌آپ به بورس چندین جلسه برای ارزش‌گذاری آن برگزار شد. افراد مختلف گزارش‌های ارزش‌گذاری را خواندند و با مباحث ارزش‌گذاری آشنا شدند. حتی طی این دو سال، تپسی مجبور شد استانداردهای حسابداری و نحوه ثبت حساب‌ها را تغییر دهد که همگی این موارد یکی از ارمغان‌های این اتفاق بود که به نتیجه رسید.

خردادماه سال ۱۴۰۱ بود که انتظاراتها به پایان رسید و برای نخستین بار یک استارت‌آپ ایرانی (شرکت تاکسی اینترنتی تپسی) به بورس راه پیدا کرد. این اتفاق پس از ده سال از شکل‌گیری زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپی در کشور رخ داد. روش تأمین مالی آن مشابه روش‌های مرسوم نبود؛ یعنی در حالی که سرمایه‌گذاران قبلی سهام خود را حفظ کردند، سرمایه جدید هم وارد شرکت شد. به همین بهانه «علی ناظمی»، معاون سرمایه‌گذاری صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری با روزنامه همشهری، در این باره گفتگویی داشته است که در این بخش به آن می‌پردازیم.

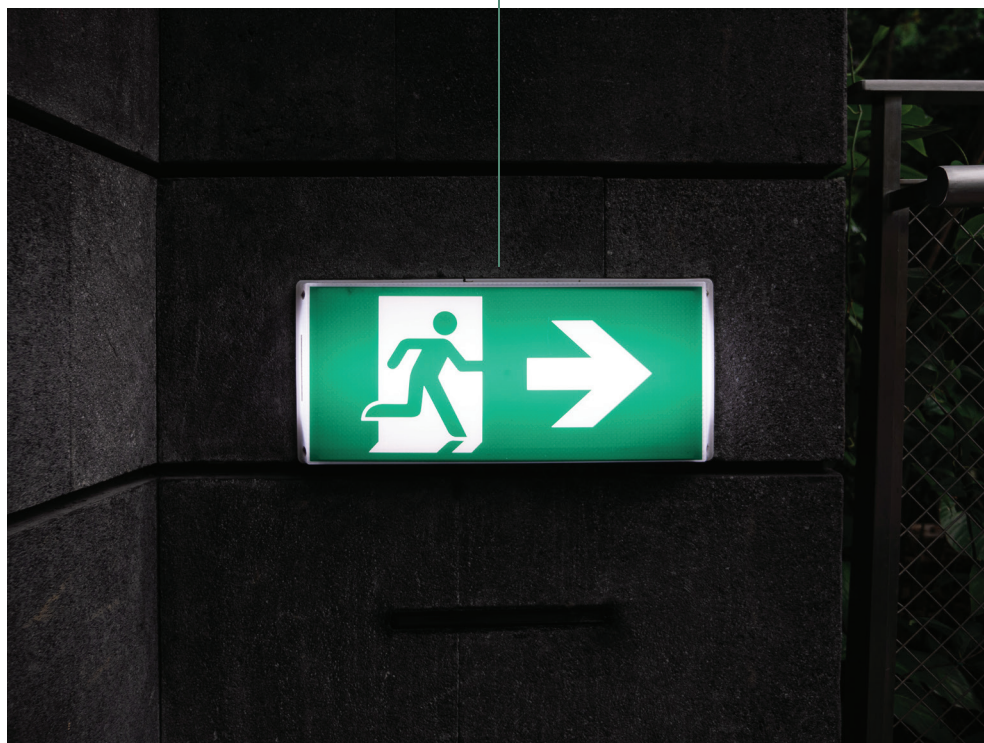
برای یک استارت‌آپ صرفاً داشتن ایده‌های نوآورانه به تنهایی کافی نیست بلکه امکان تصور یک چشم‌انداز «خروج» در زیست‌بوم استارت‌آپی بسیار مهم است. استارت‌آپ‌ها در ایران برای راهیابی به بورس با دشواری‌های فراوانی روبرو هستند اما برای کامل شدن چرخه تأمین مالی خود چاره‌ای ندارند جز اینکه از پس چالش‌های جدید مالی از جمله استانداردهای حسابداری، نحوه ثبت حساب‌ها و همچنین ارزش‌گذاری هم بربینند. افراد زیادی تلاش کردند تا بوسیله شدن اولین شرکت استارت‌آپی رقم بخورد. تیم این استارت‌آپ معنی کارآفرینی را اثبات کرد. آن‌ها از همان ابتدای فرآیندهای عرضه اولیه با مشکلات بسیاری چون موانع قانونی، قانون‌گذاری، اختلافات فکری و موارد دیگر روبرو بودند که یکی پس از دیگری آن‌ها را پشت سر گذاشتند.

است؛ بنابراین اتفاقی که شاهد بودیم، یکبار دیگر به ارزش‌های روی کاغذ عینیت بخشید و آن را «پولی» کرد.

نکته مهم دیگر این بود که بازار سرمایه توانست یکی از کارکردهای مهم به نام «تأمین مالی» را به بهترین نحو ممکن به همه نشان دهد. با اینکه بسیاری مواقع گفته می‌شود که در بورس روزی چند هزار میلیارد تومان معامله (Trade) اتفاق می‌افتد، اما این موضوع لزوماً به معنای تأمین مالی نیست. سهام در بازار ثانویه خرید و فروش می‌شود و همه افراد در آن مشارکت می‌کنند و فقط پول بین آن‌ها جابه‌جا می‌شود، اما پولی وارد بنگاه نمی‌شود. این در حالی است که روش عرضه اولیه این شرکت به دلیل اینکه پول مستقیماً به شرکت راه یافت و به عبارتی، علاوه بر اینکه تپسی به یک شرکت سهامی عام و یک بنگاه تبدیل شد، هم‌زمان توانست تأمین مالی هم انجام دهد بسیار قابل‌تحسین است. کل پولی که پرداخت شد وارد شرکت می‌شود و این‌طور نیست که یک سهام‌دار پول‌های واردشده را بگیرد و سهام خود را به مردم واگذار کند. همه سهام‌داران قبلی همچنان در شرکت حضور دارند و این پول جدید وارد شرکت می‌شود که رشد آن را در پی خواهد داشت. این رخداد بزرگ‌ترین اتفاق پس از ده سال از آغاز شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی کشور است که باید آن را به فال نیک بگیریم و خدا را شاکر باشیم.

دومین دستاورد ورود نخستین استارت‌آپ به بازار سرمایه چشم‌انداز روشن خروج (Exit) و رشد زیست‌بوم است. پیش از این هیچ خروجی آن هم به این شکل انجام نشده بود و به طور مرتب شاهد بودیم که شرکت‌ها بزرگ شده و از بخش خصوصی، صندوق‌های VC و شرکت‌های سرمایه‌گذاری جذب سرمایه می‌کنند. اکنون اگر یک گزارش بین‌المللی از ایران منتشر شود، می‌توانیم با سری افراشته بگوییم که ما در ایران دست‌کم یک داستان موفقیت (Success Story) داریم، داستان موفقیت در زیست‌بوم استارت‌آپی وقتی شکل می‌گیرد که بگوییم چند «خروج» داشته‌ایم؛ به عبارتی اتفاق امروز کورسوی امیدی برای سرمایه‌گذاران روشن کرد.

سومین دستاورد مهمی را که در پی این اتفاق شاهد هستیم، تحقق ارزش پولی است، برای مثال، اگر سه ماه پیش مدعی می‌شدیم که استارت‌آپ ایکس، A تومان ارزش دارد، برای این ارزش، هیچ مبنا و معیاری وجود نداشت. ارزش A تومانی این شرکت را فقط افرادی که در یک فضای بسته با هم تعامل داشتند، اعتبار می‌دادند و در این بین ادعاهایی را هم مطرح می‌کردند. در حالی که هیچ بازاری نبود که برای آن ارزش تعیین کند. «ارزش» در مفهوم جدید اقتصاد، از «بازار» گرفته می‌شود و وقتی بازار روی یک شرکت ارزش می‌گذارد، این به معنای تحقق و عینیت یافتن آن ارزش



رسیدن به تابلو

علت طولانی شدن ورود استارت‌آپ‌ها به بورس چیست؟

در اینجا بخش‌هایی از سخنان امیر هامونی، مدیرعامل فرابورس و بورس در مصاحبه‌اش با ایسنا در سال ۱۳۹۷ و گفتگوی او با ماهنامه «پیوست» در آبان‌ماه سال ۱۴۰۱ بازنشر می‌شود.

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های
امیر هامونی، مدیرعامل فرابورس و بورس



تاکنون نظام اقتصادی ما بیشتر متکی بر زور بازو بوده است و شرکت‌های فعلی بیشتر مواردی هستند که دارایی مشهود مانند تجهیزات، ماشین‌آلات، نیروی کار و کارگر آن‌ها را پیش می‌برد و این شرکت‌ها با تولید به سودآوری می‌رسند. در ایران شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته تحت عنوان «هایتک کامپانی‌ها»، «هایتک مارکت» یا همین استارت‌آپ‌ها معدودند. ما در فرابورس، بازار شرکت‌های کوچک و متوسط (SME Market) راه‌اندازی کردیم که تابلوی رشد دارد و شامل شرکت‌هایی می‌شود که شاید «هایتک» نباشند یا دارایی فکری نداشته باشند، اما یک کپی از نمونه موفق خارجی هستند که به داخل کشور آورده شده‌اند؛ ما به این شرکت‌ها، دانش‌بنیان نمی‌گوییم بلکه آن‌ها یک استارت‌آپ کمپانی و یا یک شرکتی رشدی هستند که مشابه شرکت‌های خارجی می‌توانند کالا یا خدماتی را تولید و کسب سود کنند. در کنار این تابلو، تابلوی دانش‌بنیان را برای شرکت‌هایی که دانش و نوآوری داشته و نه تنها در ایران بلکه در دنیا، پتنت (دارایی فکری) ثبت کرده و برای اولین بار با نوآوری علمی خود توانسته ثروت آفرینی کند، در نظر گرفتیم.

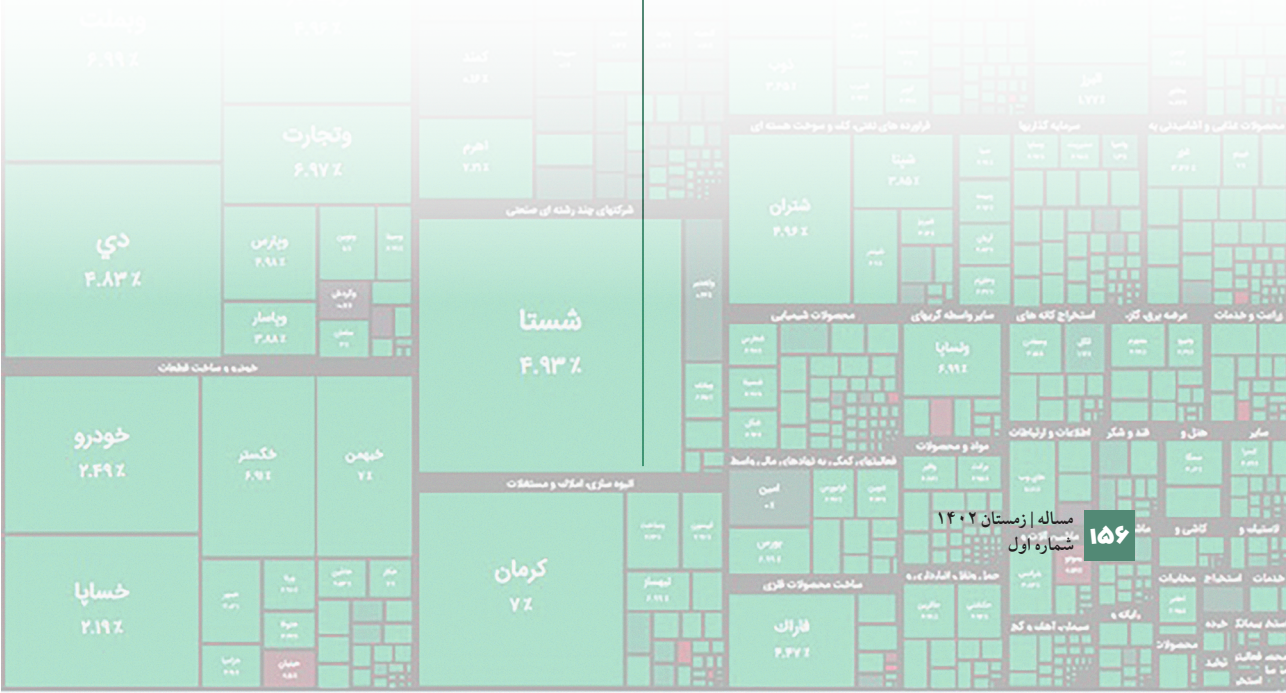
در حال حاضر یکی از چالش‌های مهم زیست‌بوم استارت‌آپی تأمین مالی است به طوری که این موضوع را می‌توان شریان حیاتی شرکت‌های استارت‌آپی دانست. استارت‌آپ‌ها به دلیل ریسک ذاتی و ارزش‌گذاری‌های بسیار بالا توسط سهام‌دارن‌شان و رقم‌های بالای سرمایه موردنیاز، چندان مورد استقبال سرمایه‌گذاران داخلی قرار نمی‌گیرند و قوانین جدید از جمله احکام برنامه ششم توسعه محدودیت‌های جدیدی را در تأمین مالی این بخش ایجاد کرده است و لذا چشم‌انداز روشنی برای تأمین مالی آن‌ها در داخل کشور وجود ندارد، از طرفی سرمایه‌گذاران خارجی نیز به دلیل وضعیت تحریم‌ها و آینده برجام در کنار کاهش ارزش پول ملی و ریسک عدم نقدشوندگی سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته و حتی انتقال سرمایه، رغبت زیادی برای سرمایه‌گذاری ندارند و لذا تأمین مالی یکی از چالش‌های اصلی زیست‌بوم استارت‌آپی در سال‌های آینده خواهد بود. هر چند که در این مورد معتمد که نباید برای سرمایه‌گذار خارجی فرش قرمز پهن کرد!

قرمز ماست و نمی‌توانیم کمک و تسهیلی در این راستا انجام دهیم اما در برخی از موارد مانند سهام شناور آزاد یا سرمایه می‌توانیم تا حدی شرایط را تسهیل کنیم، چرا که بسیاری از بورس‌های پیشرفته در دنیا این شرایط را تسهیل کردند، اما شفافیت یک مفهوم غیرقابل معامله است و ما نیز نمی‌توانیم شفافیت را معامله یا فدای توسعه بازار کنیم و بگوییم چون استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌های دانش‌بنیان می‌خواهند وارد بازار سرمایه شوند، ما شفافیت را نادیده بگیریم، شفافیت اصل حرفه‌ای برای هر بازار رسمی مانند بورس است.

دومین موضوع بحث حاکمیت شرکتی است. این موضوع در شرکت‌های استارت‌آپی و دانش‌بنیان بسیار کم‌رنگ است و آن‌ها چندان روحیه بنگاهداری ندارند و خیلی نمی‌دانند که شرکت چطور باید اداره شود، نقش، وظایف و اختیارات مدیرعامل چیست و هیئت‌مدیره چه جایگاهی دارد و سهام‌دارن شرکت دانش‌بنیان که شاید VC هم باشند، چه نقش و چه اختیاراتی دارند و روی مدیرعامل یا همان مدیر اجرایی یا روی تیم اجرایی چه نظارت‌هایی می‌توانند داشته باشند. این‌ها مفاهیمی است که در بازار SME با آن‌ها مواجه هستیم و با علم به این موضوع بازار SME، «هایتک مارکت» و بازار رشد را راه‌اندازی کردیم که این ادبیات شکل بگیرد و حاکمیت شرکتی در این شرکت‌ها کم‌کم نهادینه شود، مفهوم حسابرسی و

چندی پیش عده‌ای همچون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات وقت (محمد جواد زهرمی) یکی از دلایل کند پیش رفتن ورود شرکت‌های بزرگ استارت‌آپی به بورس را، نگرانی برخی دستگاه‌ها در برابر بزرگ شدن اقتصاد شرکت‌هایی دانستند که وابستگی به نهادهای حکومتی ندارند. براساس اظهارات ایشان ترس از داشتن سرمایه‌دار بزرگ در کشور که یک بحث سنتی در نظام حکومتی ایرانی بوده، در نهایت سبب شده تا چرخه ورود شرکت‌های استارت‌آپی به بازار سرمایه کند شود. این موارد حتماً وجود دارد و فقط هم مختص استارت‌آپ‌ها نیست و همه شرکت‌ها درگیر چنین حساسیت‌هایی هستند اما ما موظفیم از تمامی مراجع مربوطه استعلام کنیم و منتظر جواب این استعلام‌ها بمانیم.

مهم‌ترین عامل طولانی شدن ورود استارت‌آپ‌ها به بورس دارایی‌های نامشهود برخی از شرکت‌ها است. دو چالش اساسی در ورود شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ به فرابورس داریم که یکی بحث حاکمیت شرکتی و دیگری بحث صورت‌های مالی حسابرسی شده، است. در حال حاضر علی‌رغم اینکه بسیاری از شرکت‌های این حوزه علاقه به حضور در بورس، بزرگ شدن و کشف قیمت روی تابلو را دارند، اما هنوز بدیهیات ورود به یک بازار رسمی، متشکل و خود انتظام را نمی‌دانند. صورت‌های مالی خط



حسابرسی معتمد شکل بگیرد و شرکت‌ها حسابرسی انجام دهند و روی تابلو ببینند.

معضل دیگر اینکه شرکت‌های استارت‌آپی بعضاً بر اساس مؤلفه‌هایی ارزش‌گذاری می‌شوند که این مؤلفه‌ها در دنیای مالی قابل بررسی نیست و جای کار دارد. معمولاً صاحبان شرکت‌ها علاقه دارند که سهم خود را به بالاترین قیمت بفروشند. برای این کار به هر مؤلفه‌ای رجوع می‌کنند، برای مثال تعداد مشتری، تعداد دانلود و تعداد کاربر و ... اما در ارزش‌گذاری، باید انعکاس این آمار و ارقام در صورت‌های مالی خودش را نشان دهد. در دنیای مالی معمولاً از بازار BCF استفاده می‌کنند، یعنی بازار آینده را تخمین می‌زنند و جریان و جوجه نقد آینده شرکت را استخراج می‌کنند تا بتوانند ارزش روز را محاسبه کنند. مساله اصلی در ارزش‌گذاری این است که آن بازار آینده چطور تخمین زده می‌شود. اگر این موضوع به درستی تخمین زده شود می‌تواند ارزش‌گذاری را واقعی‌تر کند. تعدادی از استارت‌آپ‌ها مدعی هستند ارزش میلیارد دلاری دارند و سرمایه‌گذار خارجی قسمتی از سهام‌شان را با ارقامی نجومی خریده است. آن‌ها می‌خواهند با چنین ارزش‌هایی وارد بازار سرمایه شوند، اما عده‌ای معتقدند این ارزش‌گذاری‌ها نادرست است و آن‌ها سرمایه خارجی جذب نکرده‌اند!

با این همه اما ورود استارت‌آپ‌ها به بازار از حدود دو سال پیش (۱۳۹۹) مطرح شد. آن زمان این شرکت‌ها از نظر شفافیت صورت‌های مالی و حاکمیت شرکتی اصلاً آماده نبودند، اما در این دو سال اتفاقات خوبی افتاد و حداقل الزامات ورود به بازار سرمایه از سوی این شرکت‌ها رعایت شد. شرکت‌ها شفاف‌تر شدند، هم‌زمان با این تغییرات حسابرسان شرکت‌ها با حسابرسان معتمد سازمان بورس جایگزین شدند. ما قصد داشتیم در مرداد و شهریور (۱۴۰۱) ورود استارت‌آپ‌ها به بورس را رقم بزنیم اما به دلیل شرایط بازار این عرضه اتفاق نیافتاد. حقیقتاً امیدوارم به آینده و راهی که انتخاب کردیم و فکر می‌کنم در سال‌های آینده شرکت‌هایی داشته باشیم که نه فقط با زور بازو بلکه با مغز خود، کار می‌کنند. به جایی برسیم که نه تنها در داخل دانش را شکوفا کنیم بلکه آن را صادر کنیم.



فصل هفتم

تحول: نگاهی به کنش ایران در مواجهه با انقلاب صنعتی چهارم، تحول دیجیتال و معضل فیلترینگ

جهان به سرعت در حال تغییر است و آبروندهای جهانی یکی پس از دیگری می‌آیند و می‌روند. جانماندن از این حرکت پرشتاب در عصر دیجیتال و فناوری هرچند به سادگی ممکن نیست اما همگامی با آن یک ضرورت غیرقابل انکار است. عقب‌ماندگی یا پیشرفت جوامع امروزی کاملاً متأثر از شناخت سریع این روندها است و البته نوع کنشی که به آن خواهند داشت. بسیاری زیست‌بوم استارت‌آپی را محصول انقلاب صنعتی چهارم و دوره تحول دیجیتال می‌دانند. اکنون که در دوران پس از انقلاب صنعتی چهارم به سر می‌بریم کشور ما تا چه اندازه برای این دوران برنامه‌ریزی کلان داشته است؟ و قصد دارد به کدام سو حرکت کند؟ و اساساً نوع مواجهه ما با جریان‌های تازه چگونه باید باشد؟ از طرفی در دنیایی که تحولاتی فناورانه بزرگی را تجربه می‌کند، موضوع فیلترینگ که بسیاری آن را دشمن بلامنازع زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپی ایران می‌دانند چه کارکردی دارد؟ در این فصل سعی داریم به قدر بضاعت به این موضوعات بپردازیم.

اقتصاد دیجیتال و فناوری هراسی

موانع رشد اقتصاد دیجیتال در ایران چیست؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های امیر ناظمی، معاون سابق وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات

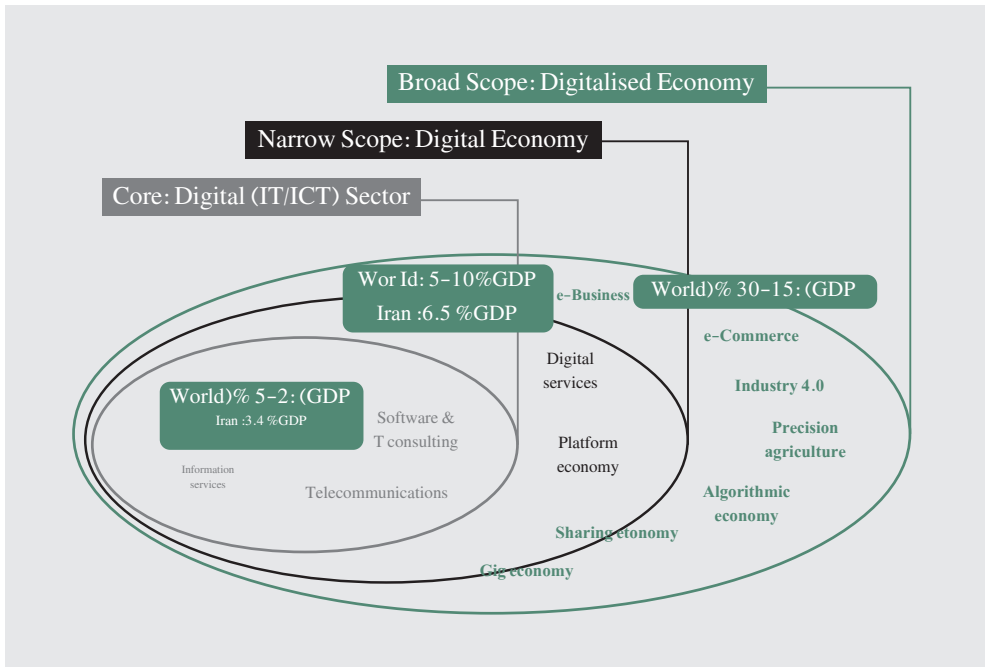
«امیر ناظمی» پیش از اینکه به دولت راه پیدا کند و در سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰ بر مسند معاونت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تکیه بزند یک پژوهشگر حوزه سیاست‌گذاری فناوری بود، هر چند کارشناسی مهندسی مکانیک داشت اما تحصیلات تکمیلی خود را در حوزه آینده‌پژوهی و مدیریت تکنولوژی ادامه داده بود. او تاکنون مسئولیت‌های زیادی را بر عهده داشته و فردی اهل قلم است که یادداشت‌ها و دست‌نویس‌های زیادی از او در اینترنت پیدا می‌شود، در شبکه‌های اجتماعی هم حضور پررنگی دارد و از پست گذاشتن و توییت کردن غافل نمی‌شود. در ادامه به برخی از یادداشت‌های او سری دوباره خواهیم زد.

■ اقتصاد دیجیتال کجا، فناوری اطلاعات کجا؟

واژه‌ها گاهی برای فراموش کردن مفاهیم بزرگ کافی هستند. خیانتی که واژه‌ها گاه به مفاهیم می‌کنند برابر با قتل آن مفهوم است؛ خصوصاً وقتی بازار مکاره‌فروش واژه‌ها داغ باشد. گاهی برخی واژه‌ها چنان مُد می‌شوند که پسوند، صفت و مضاف‌الیه هر واژه دیگری می‌شوند؛ مثل همین واژه‌های «هوشمند» و «دیجیتال» که هم‌نشین هر کلمه‌ای هستند. آن‌قدر که گاه دوست داری فریاد بزنی بر سرشان: «این چنین با همه در ساخته‌ای یعنی چه؟» دیجیتال و هوشمند این روزها واژه‌های محبوبی هستند برای شعارسازی‌ها و به همین دلیل است که «هرکسی از ظن خود شد یار» او! فناوری اطلاعات همه چیز را به رنگ خویش درآورده است؛ از کارهای روزمره‌ای مانند «گرفتن یک تاکسی در بست» که با اپلیکیشن‌هایی

مانند اسنپ و تپسی است تا «دیدن فیلم» از روی فیلمو و نماوا و ... تا «کارهای بانکی» از طریق آپ و ۷۸۰ و همراه‌کارت و ... همه این‌ها در مرز میان فناوری اطلاعات و فعالیت‌های سنتی غوطه‌ور هستند؛ اما دامنه اقتصاد این حوزه‌ها تا کجاست و در ایران تا چه اندازه است؟ این غوطه‌وری در سه سطح قابل تفکیک است (به تصویر صفحه بعد نگاه کنید)

سطح ۱ هسته مرکزی، در مرکز اقتصاد دیجیتال شرکت‌های فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) نشسته‌اند. از اپراتورهای موبایل گرفته است تا شرکت‌هایی که خدمات میزبانی و ابری ارائه می‌دهند. شرکت‌های نرم‌افزاری که توسعه نرم‌افزارها را نیز بر عهده دارند در این مرکز هستند. سهم اقتصادی این هسته مرکزی



البته بزرگ نیست و در کشورهای مختلف بین دو تا پنج درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) است و در ایران در سال گذشته رسیده است به ۳/۴ درصد که نسبت به سال ۹۵ رشد ۵۲ درصدی را تجربه کرده است (در برابر با رشد اقتصادی منفی چهار درصد سال ۹۷). سطح ۲ اقتصاد دیجیتال محدود (Narrow Scope of Digital Economy)، اقتصاد دیجیتال تنها شامل شرکت‌های فناوری اطلاعات نمی‌شود؛ بلکه شرکت‌هایی مانند اسنپ و تپسی با استفاده از فناوری اطلاعات شکل گرفته‌اند؛ هر چند در حوزه حمل و نقل فعال هستند. به عبارتی جزو آن شرکت‌های هسته (سطح ۱) قرار نمی‌گیرند. به همین دلیل درآمد آن‌ها جزو درآمد بخش فناوری اطلاعات نیست؛ اما جزو درآمد «اقتصاد دیجیتال» قرار دارد. به این ترتیب با شکل‌گیری این شرکت‌ها سطح ۲ یعنی سطح کاربری و به‌کارگیری فناوری اطلاعات شکل می‌گیرد. هر چه جامعه‌ای بتواند بهتر از سایرین از زیرساخت هسته مرکزی (سطح ۱) بهره‌بردار، کیفیت زندگی و هم‌زمان خلق ثروت را ارتقا خواهد داد. سهم سطح ۲ (اقتصاد دیجیتال محدود) می‌تواند به ۵ تا ۱۰ درصد از GDP برسد. در سال ۲۰۱۷ در کشور آمریکا مانند این سهم ۶/۹ درصد و چین ۶ درصد بوده است. در ایران نیز در سال گذشته این سهم به ۶/۵ درصد رسیده است و نسبت به سال ۹۵ رشد ۷۱ درصدی داشته است. سطح ۳ تعریف فراگیر اقتصاد دیجیتال یا اقتصاد دیجیتالی شده (Digitalized Economy)، به‌کارگیری فناوری اطلاعات در صنعت و افزایش ارزش افزوده محصولات

یا کاهش هزینه‌ها از طریق اتوماسیون یا رباتیک یا حتی بهره‌گیری از نظام اداری مرتبط منجر به شکل‌گیری این سطح از اقتصاد می‌شود. آنچه با نام صنعت ۴.۰ شناخته می‌شود در همین سطح ۳ از اقتصاد دیجیتال قرار دارد. سهم این بخش می‌تواند به ۳۰-۱۵ درصد از کل GDP برسد. چالش اصلی در نوسازی صنایع سنتی و منبع‌محوری مانند فولاد یا انرژی یا پتروشیمی در همین سطح ۳ بروز می‌کند. هر چه دسترسی به منابع ارزان‌تر باشد، تمایل و اجبار برای به‌روزشدن و استفاده از ابزار فناوری اطلاعات کاهش می‌یابد. به این ترتیب شرکت‌های فعال در هسته مرکزی ICT در حقیقت زیرساخت اولیه رشد اقتصاد دیجیتال هستند؛ هر چند ممکن است این هسته مرکزی به اندازه کافی رشد بیابد ولی سایر سطوح هیچ رشدی نداشته باشند. به عبارتی رشد هسته مرکزی الزاماً منجر به رشد اقتصاد دیجیتال نمی‌شود و در سطوح ۲ و ۳ اقتصاد دیجیتال در کنار رشد هسته مرکزی لازم است تا زمینه‌های حقوقی و قانونی برای این گذار ایجاد شود. چالش اصلی اقتصاد دیجیتال در ایران نه در سطح هسته مرکزی بلکه در سطح همراه‌سازی صنایع بزرگ منبع‌محور ایران برای پیوستن به «تحول دیجیتال» است. «تحول دیجیتال» از طریق ابزارهایی مانند تنظیم‌گری، ارتقاء استانداردها و افزایش قیمت منابع اولیه و مشوق‌های استفاده از فناوری امکان‌پذیر است؛ ابزارهایی که بیشتر نیاز به تغییر چهارچوب‌های ذهنی مدیران دارد و تنها از طریق شکل‌گیری نسل نوگرایی از مدیران امکان‌پذیر است.

امنیت ملی در این فضا دانسته‌اند؛ همان رویه «فناوری‌هراسی» که در تاریخ صد سال گذشته شاخص‌ترین رفتار سیاست‌گذاران ناکارآمد بوده است. «سیاست فیلترینگ» بر خلاف تصور اولیه سیاست‌گذاران امر، نه تنها منجر به امنیت نمی‌شود، بلکه خود عامل کاهش امنیت کاربران خواهد بود. محدودسازی عملاً رفتار کاربران را دچار دست‌کاری می‌کند؛ چون با هر مسدودسازی دو اتفاق پدید می‌آید که هر دو امنیت ملی را کاهش می‌دهد: یک، **تمرکز جمعیت در پلتفرم‌های مجاز:** با مسدودسازی هر شبکه اجتماعی، کاربران با یک کوچ اجباری به پلتفرم‌های باقی‌مانده، در یک یا چند پلتفرم مجاز متمرکزتر می‌شوند. دو، **استفاده گسترده از فیلترشکن‌ها:** فیلترشکن‌ها اغلب کارکردهای جاسوس‌افزایی از گوشی‌ها دارند و حتی گاه به عنوان ابزاری نیابتی جهت حمله به هدف خاص به کار می‌روند. در حقیقت هر فیلترینگ، در عمل منجر به کاهش امنیت ملی سایبری می‌شود.

حاکمیت باید یاد بگیرد که پیش از همه یک رگولاتور باشد تا یک حکمران، معضل اصلی در خصوص این سیاست‌ها مسدودسازی نیست بلکه چگونه، کجا و تا چه اندازه مسدود کردن است، تنظیم‌گری خوب با عدم تنظیم‌گری متفاوت است. حاکمیت ایران نیز موظف است همچون تمام دنیا در مواردی فیلترینگ و مسدودسازی را در دستور کار قرار دهد تا از سوءاستفاده از کودکان، مبادله قاچاق کالا و انسان، آزار حیوانات و مبادله اسلحه و ده‌ها نمونه دیگر جلوگیری کند اما مشکل حاکمیت کشور فقط در مسائل ایدئولوژیک و بیان دیدگاه‌های سیاسی دست به مسدودسازی می‌زند. قطع سراسری اینترنت و فیلترینگ گسترده و طرح صیانت بیش از همه موجب بی‌اعتمادی و بدبینی عموم جامعه می‌شود و سرمایه اجتماعی جامعه را تخریب می‌کند و از طرفی به ضرر کسب‌وکارهای اینترنتی و استارت‌آپ‌ها خواهد بود و طبیعتاً سرمایه‌گذاران خارجی را برای ورود به ایران دچار نگرانی خواهد کرد. برای توسعه هر کشوری سه عامل کلیدی وجود دارد: **اول** سرمایه اجتماعی یعنی میان دولت و مردم شکافی نباشد و مردم حاکمیت را به خردمندی بشناسند و به او اعتماد کنند و او را فاسد ندانند و **دوم** سرمایه اقتصادی و پول و **سوم** ارتباطات و سرمایه شبکه خارجی است. سرمایه اجتماعی مهم‌ترین عامل است که اگر وجود نداشته باشد حتی با وجود دو عامل دیگر هنوز نمی‌توان به آینده روشنی رسید و تأسّف‌بار اینکه در ایران کنونی هیچ یک از این عوامل وجود ندارد و با چنین حقیقتی به راستی چه آینده‌ای برای کشور می‌توان متصور بود؟ این جملاتی است که «امیر ناظمی» با آن‌ها مصاحبه‌اش در برنامه «تک‌شاخ» را به پایان رساند.

فیلترینگ: امنیت‌کشی به بهانه امنیت؟

ماوجه ما با فناوری در تمامی ادوار تاریخی حکایت یکسانی دارد. میرزا ملک‌خان، روشنفکر دوران قاجار، نقل می‌کند (کتاب فکر آزادی و... آدمیت): «من برای آوردن تلگراف به ایران جنگیدم. در حالی که شهرها و قصبات اروپا دارای خطوط ارتباطی بودند؛ عین‌الدوله، صدراعظم ناصرالدین شاه اجازه نمی‌داد در شهرهای ایران، خطوط تلگراف احداث کنم.» ممنوع کردن هر فناوری نوظهوری در این کشور قدمتی دارد به تاریخ همان فناوری! عین‌الدوله دوره رضاخان نیز در دایره تجارت داخلی وزارت فلاح و تجارت آشکار می‌شود. زمانی که در سال ۱۳۰۸ در پاسخ به تاجری که در فکر تأسیس رادیو بوده است، اعلام می‌کنند: «ورود دستگاه تلگراف و تلفن، بی‌سیم گیرنده و یا مخابره‌کننده، مطالب و آلات و اسباب آن جز برای اداره تلگراف بی‌سیم دولت وقت، به طور کلی ممنوع است.» سرنوشت ویدئو یا ماهواره نیز متفاوت نبوده است. همگی در برابر دیدگاه «فناوری‌هراسی (Technophobia)» به سرنوشت یکسانی دچار شده‌اند، یعنی کسانی بوده‌اند که بر پایه هراس از فناوری کوشیده‌اند تا حاکمیت را راضی کنند تا به جای استفاده و توسعه؛ در برابر فناوری بایستد. سرگذشت تکراری ما این سریال تکراری ترس از فناوری همواره ۳ پرده داشته است:

پرده ۱: ممنوعیت فناوری و حذف نوآوران و روشنفکران، ابتدا با فناوری (چه سخت، چه نرم) مقابله می‌شود.

رادیو، ویدئو، ماهواره، وبلاگ‌ها و شبکه اجتماعی ممنوع شده یا مدارس دختران در سکوت دولت به آتش کشیده می‌شوند! **پرده ۲: ورود خارجی‌ها، در فقدان بازیگران داخلی، عرصه برای خارجی‌ها باز می‌شود.** رادیو BBC به پخش برنامه در ایران مشغول می‌شود؛ فیلم‌های خارجی بازار ویدئو و شبکه‌های اجتماعی مانند وایبر و فیس‌بوک جامعه ایران را تصاحب می‌کنند؛ یا ۸۵ درصد مردم برنامه ماهواره می‌بینند؛ یا مثلاً مدارس خارجی محصلان دختر را جذب می‌کنند. **پرده ۳: دولت دیرآمده، دولت دیرآمده** که متوجهی اشتباه می‌شود، تلاش می‌کند نسخه دولتی خودش را جایگزین کند؛ اما دریغ که از یک سو دولت، اعتماد عمومی را از دست داده و از سوی دیگر، آن نوآوری که سرمایه‌اش در پرده نخست از دست رفته، وارد بازی نمی‌شود! دیگر روشنفکری که مدرسه‌اش به تعطیلی کشانده شده و جان‌ش در خطر بوده، به فعالیت مجدد اعتماد ندارد.

با این اوصاف سیاست‌گذاران فضای مجازی ایران، قطع اینترنت در نتیجه شلوغی‌های خیابانی و فیلترینگ یا محدودسازی شبکه‌های اجتماعی را مهم‌ترین راه و شاید تنها راه برقراری

ققنوس

مواجهه ایران با انقلاب صنعتی چهارم چگونه بود؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های علی زواشکیانی، مدیرعامل پمکو و نکاپو

انقلاب صنعتی دوم هم در گیرودار دوره ناصرالدین شاه قاجار گم شد و باز هم ایران از آن غفلت کرد، هرچند این دوره با اصلاحات امیرکبیر مصادف شده بود اما این اقدامات چندان گسترده نبودند. انقلاب صنعتی سوم هم با انقلاب اسلامی ایران هم‌زمان شد و با اینکه اولویت‌های ما در بحبویه انقلاب فرق می‌کرد اما خوشبختانه همه چیز به دست فراموشی سپرده نشد و به دلیل اهمیت موضوع خودکفایی اتفاقاً در حوزه علم و فناوری پیشتاز هم شدیم. از طرفی در این دوره سرمایه‌گذاری زیادی روی تربیت نیروی انسانی انجام شد و اکنون ایران چهارمین دارنده مهندس در جهان است که البته هم یک تهدید و هم یک فرصت است. نکته جالب‌تر اینکه قبل از انقلاب صنعتی اول فاصله درآمدی میان غنی‌ترین و فقیرترین کشور دنیا نسبت ۴ به ۱ داشت اما امروزه این نسبت بیش از ۳۰۰ برابر شده است و احتمالاً پس از انقلاب صنعتی چهارم به بیش از هزار برابر برسد، انقلاب صنعتی اول انگلستان و انقلاب صنعتی دوم آمریکا را ابرقدرت کرد. انقلاب صنعتی سوم موجب برتری بلوک غرب در برابر بلوک شرق شد و انقلاب صنعتی چهارم جنگ بین آمریکا و چین است و سرعت تغییرات در جهان لحظه به لحظه بیشتر می‌شود.

ما اکنون باید بیدار و هوشیار باشیم. قدم اول هر حرکتی این است که بدانیم چه چیزی را نمی‌دانیم و از جهل بیرون بیاییم. وضعیت ما در انقلاب صنعتی چهارم بسیار بهتر از سه انقلاب

جهان اکنون در انقلاب صنعتی چهارم به سر می‌برد، انقلاب صنعتی اول با طراحی ماشین بخار توسط جمیز وات آغاز شد و بین سال‌های ۱۷۵۰ تا ۱۸۵۰ میلادی ادامه داشت، انقلاب صنعتی دوم تقریباً صد سال بعد با پیدایش الکتریسیته شکل گرفت. پس از آن هم دنیا انقلاب صنعتی سوم را با دیجیتالی شدن در سال‌های ۱۹۶۰ و ۷۰ تجربه کرد و اکنون نیز چند سالی است که انقلاب صنعتی چهارم آغاز شده است. رصد دقیق جریان وقوع انقلاب‌های صنعتی از آن جهت مهم‌اند که کشوری با از دست دادن هر انقلاب چیزهای زیادی را از دست خواهد داد و ممکن است سال‌های متمادی از دیگر کشورها عقب بماند. «جمیز وات» خالق انقلاب صنعتی اول در سال ۱۷۳۶ به دنیا آمد، چند ماه بعد در ایران این نادر شاه افشار بود که تاج‌گذاری کرد و دو سال بعد هم با حمله به هند و پس از فتح آن لقب مقتدرترین حاکم نظامی جهان را تصاحب نمود و ایران به دارنده قوی‌ترین ارتش دنیا بدل شد اما در سال ۱۸۱۹ «جمیز وات» در حالی چشم از جهان فرو می‌بست که ایران در حال امضای قرارداد گلستان و منتظر جنگ دوم با روسیه و امضای قرارداد ننگین ترکمانچای بود، دوران خفت‌بار عجیبی برای ایران که آثار آن، سال‌ها بعد حتی تاکنون ادامه یافته است. عجیب آن‌که تنها در طول عمر یک فرد ما از کشوری مقتدر به لحاظ نظامی به کشوری تبدیل شدیم که برای بقای خود و حفظ اندک آبروی باقی‌مانده در جوامع بین‌المللی می‌جنگید. تأسف‌بار آن که

به سایر موضوعات بهتر مدیریت شد. من دکتر ستاری و امثال ایشان را که در این سال‌ها دیکته با غلط نوشته به افرادی که اصلاً دیکته نمی‌نویسند که مبدا غلط داشته باشد، ترجیح می‌دهم و نسبت به عملکردشان جمع‌بندی مثبتی دارم. در حال حاضر در سطح اول، استارت‌آپ‌های خوبی در کشور شکل گرفته‌اند همان مواردی که خدماتی را آنلاین کرده‌اند و طبیعتاً هزینه‌ها را کاهش داده و فناوری را در سطح گسترده‌ای از جامعه ترویج داده‌اند اما معضل کنونی نبود استارت‌آپ‌های عمیق‌تر است که در سطوح بالاتر به صنایع کمک کنند و بتوانند محصولاتی برای بازارهای بین‌المللی داشته باشند و بتوانند حوزه فناوری را به معنای واقعی تکان دهند! که باید هر چه سریع‌تر چاره‌ای برایش اندیشید.

وقتی از انقلاب صنعتی چهارم حرف می‌زنم یعنی من به آینده امیدوارم. سال‌ها در خارج از کشور بودم و اکنون که به تهران می‌نگرم فاصله آن را از جهات مختلفی همچون ساختار شهری، فرهنگ شهروندی و خدمات فناورانه نسبت به لندن، تورنتو، برلین و سایر شهرهای بزرگ دنیا کم می‌بینم اما طبیعتاً انتظار مردم بیشتر است، چاره کار صبر است و باید روی محرک‌های مختلف ارتباطات و دانش کار کرد، کتاب نوشت، انجمن و شرکت تأسیس کرد، کار عمیق نمود، دانشگاه‌ها را تقویت کرد، وینار و کنفرانس‌های مختلف برگزار کرد و از همه مهم‌تر با حاکمیت مشارکت کرد. بخش خصوصی نباید منتظر آمدن حاکمیت بماند باید شخصاً به سراغ او برود و مسائل و دغدغه‌هایشان را بشنود و مطلوبیت‌هایش را پیدا کند، حالا زمان خوبی برای قهر کردن نیست! در میان امپراتوری‌های بزرگ دنیا مانند روم، اعراب، مقدونیه ما تنها تمدنی هستیم که هر بار پس از نابودی همچون ققنوس دوباره از خاکستر برخاستیم و احیا شدیم نه یک‌بار بلکه بارها و بارها. هیچ تمدنی جز ایران در طول تاریخ دو نقطه اوج نداشته است اما ملت ایران راه بازسازی را بلد است و بارها به اوج رسیده است. من به دور از عقاید ناسیونالیستی یا ایثارگری کورکورانه از وطنی که در حال نابودی است حاضرم در هر تقابلی میان ایران با دنیا هموار روی بقا و ماندن ایران تا هزاره‌های آینده شرط ببندم چون تاریخ ایران گواه این است که ما همیشه توانستیم از صفر شروع کنیم. به همه توصیه دارم به نقاط مختلف دنیا سفر کنند که برای تجربه‌اندوژی و یادگیری فرصت بی‌بدیلی است اما معتقدم وقتی خارج از ایران موفقیتی کسب می‌کنیم باید به پشت سر نگاه کنیم و دین خود را به کشوری که برای ما شرایطی فراهم نموده از جمله آموزش رایگان تا به آنجا برسیم ادا کنیم. تعریف واژه پایداری (Sustainability) معمولاً در استفاده درست از منابع طبیعی و محیط‌زیست خلاصه می‌شود تا این منابع برای آیندگان حفظ شود اما من تعریف دیگری هم دارم باید رشد کشور و فرصت‌های شغلی و علمی برای نسل آینده حفظ شود و اگر کشوری از این فرصت‌ها خالی شود دیگر جبران‌ناپذیر است.

پیشین است با این همه اما در مقایسه‌ای سرانگشتی با فضای استارت‌آپی کشورهای امارات و ترکیه این‌طور به نظر می‌رسد که هنوز این موضوع به اولویت اول ما بدل نشده است. زیست‌بوم استارت‌آپی ایران تقریباً پیش از همه کشورهای همسایه آغاز به کار کرد و در اوایل دهه نود شمسی شروع نسبتاً خوبی هم داشت اما به یک‌باره متوقف شدیم. درباره حوزه استارت‌آپی مانند هر حوزه جدیدی در کشور ابتدا مقاومت‌هایی وجود داشت و در دو سه سال ابتدایی بیش از اینکه فرصت باشد یک تهدید محسوب می‌شد و فشار تبلیغات منفی و هجمه‌ها به سوی آن بسیار بیشتر شده بود. در آن زمان، حتی رهبران جهانی این جریان نیز از آگاهی و عمق لازم برخوردار نبودند و هنوز دنیای غرب هم با آفت‌های آن روبه‌رو نشده بود اما اگر همه به این بهانه در کشور دست روی دست می‌گذاشتند تا اشکالات این پدیده نوظهور بروز کند، قطعاً فرصت‌ها از دست می‌رفت، برای رسیدن به آورده‌های بزرگ همیشه باید خطر کرد. استراتژی ترس هرگز کشوری را به جایگاه رهبری یک جریان نمی‌رساند بلکه همواره مجبور است محافظه‌کارانه با تأخیری دنباله‌رو دنیا باشد. فضای استارت‌آپی اساساً آمیخته با ریسک‌پذیری بود، همان‌طور که کارآفرین و سرمایه‌گذار ریسک می‌کنند و پول و عمر خود را صرف می‌کنند، حکمران نیز باید سطحی از ریسک‌پذیری را به خرج دهد تا در قبال آن فرصت‌های باارزشی برای کشور به دست آورد. هر طور که بود این فضا به همت شخص دکتر ستاری و وجود مطالبه عمومی در کشور برای رشد فناوری شکل گرفت. آن زمان که از نزدیک در مرکز اتفاقات زیست‌بوم بودم ارزیابی من این بود که بخشی از افراد که در ناآگاهی کامل به سر می‌برند و با دیدن استارت‌آپی‌هایی که ظاهراً هیچ چیزی ندارند اما قیمت‌گذاری میلیاردی می‌شوند، به سرعت ظن کلاهبرداری می‌برند و شاید تا اندازه‌ای حق هم داشتند و هنوز هم اغلب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی چنین نظری دارند و در آن زمان اگر چنین کسانی بر صندلی حکمرانی و قدرت می‌نشستند طبیعی بود که دامنه محدودیت‌های اعمالی گسترده‌تر می‌شد. بخشی از مخالفت‌ها هم کاملاً رنگ و بوی سیاسی داشت و در جدال و رقابت دولت‌ها و نیروهای مخالف شکل گرفته بود. آنچه که در چنین شرایطی به کمک زیست‌بوم استارت‌آپی کشور آمد این بود که عده‌ای حقیقتاً به دنبال رشد علم و فناوری در کشور بودند به این فضا وارد شدند و چون نیروهای معتمد حاکمیت بودند توانستند دیالوگ برقرار کنند. گویی آن‌ها نوری بر زیست‌بوم استارت‌آپی کشور انداخته و آنچه بود را هرچند پیچیده به زبان حاکمیت ترجمه کردند تا ریسک‌ها و تهدیداتش مشخص شود. «مؤسسه دانش‌بنیان برکت» و «شرکت حرکت اول» از این دسته بودند که فرصت‌ها را دیده و حیثشان آمد که به دلیل تهدیدهای قابل مدیریت، فرصت‌های بی‌شمارش را نادیده بگیرند. با تمام این تفاسیر من عمیقاً باور دارم با وجود تمام اشکالات و ایرادات موجود اما تحولات استارت‌آپی کشور نسبت

زنبور باشیم!

چگونه باید با روندهای روز دنیا روبه‌رو شد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های محمدحسین سجادی نیری، مدیرعامل تکنوتجارت

«محمدحسین سجادی نیری» مدیرعامل تکنوتجارت سال‌هاست که در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق فعالیت می‌کند و همواره تأکید دارد که ارزش افزوده ایجاد شده در کالاهای فرهنگی از جنس ارزش افزوده مدنظر اقتصاد دانش‌بنیان است. او در سخنرانی خود در رویداد چامه درباره ابروندها و نحوه مواجهه با آن‌ها این‌طور می‌گوید.

آینده پیش‌بینی‌هایی دارند اما بنا نیست ما در مواجهه با آن‌ها صرفاً یک استفاده‌کننده یا مقلد باشیم. به نظر من ابرترندهای آینده لزوماً از جنس فناوری نیستند، یعنی صرفاً هوش مصنوعی، رایانش ابری یا ابردها به تنهایی ترند محسوب نمی‌شوند بلکه ابرترندها تأثیراتی هستند که مجموعه‌ای از فناوری‌ها بر زندگی بشری دارند. فناوری‌های مختلف دست به دست هم می‌دهند و در وجوه مختلف زندگی انسان اثرات فرهنگی، اجتماعی، زیستی، حقوقی و ده‌ها اثر دیگر می‌گذارند و آنچه که در نهایت حاصل می‌شود ترندی است که ارزش آن را دارد از امروز به آن برای آینده بیندیشیم. بر همین اساس، از دید من آینده زندگی بشری در دنیایی فراواقعی در جریان خواهد بود، همان چیزی که ژولورن از آینده پیش‌بینی می‌کرد که در زمان خودش خنده‌دار بود! وقتی صحبت از جهان فراواقعی و تعریف جدیدی از انسان می‌شود یعنی هوش مصنوعی، تفوق ربات‌ها و آمدن مفاهیمی مانند BCI و BMI، کاشت تراشه،

مورچه، زنبور عسل و عنکبوت سه شیوه و رویکرد مختلف به زندگی دارند. مورچه‌ها اولین چیزی که به عنوان غذا با آن برخورد می‌کنند را برداشته و در لانه انبار کرده و بنا به اقتضای زمان بعدتر از آن استفاده می‌کنند. عنکبوت اما رویکردی درون‌زا دارد در گوشه‌ای می‌نشیند تار می‌تند که برایش هم حکم خانه دارد و هم محل شکار! بدون هیچ‌گونه انتخابی از طبیعت روزگار می‌گذراند. زنبور اما به طبیعت می‌رود ابتدا گل‌های مناسب را انتخاب می‌کند، شهدشان را می‌مکد و پس از فرآوری، محصول شیرین و خوشمزه‌ای را می‌سازد. سعی کنید در مواجهه با موضوعات جدید، ترندها و ابرترندها و هرچه که تصور می‌کنید ارزش وقت گذاشتن دارد زنبوروار عمل کنید، یعنی پس از بررسی و مطالعه شخصاً انتخاب کنید و سپس روی آن فرآوری داشته باشید و به دانسته‌هایتان چیزی اضافه کنید. بسیاری از سازمان‌های آینده‌پژوهی همه ساله پیرامون روندهای

اکنون اگر نخواهیم مقلد ترندهای شرکت‌های بزرگی مانند گارتر و مکنزی باشیم چاره‌ای نداریم که زنبوروار عمل کنیم و از آن مهم‌تر نتایج یافته‌های خود را بلند فریاد بزنینم و به گوش همه برسانیم. از تحقق نیافتن پیش‌بینی‌هایمان نترسیم و کمی شهامت به خرج دهیم. سال ۸۹ بر اساس تجاربی که داشتم دریافتیم که بازار صنایع خلاق در جهان در آینده حدود ۱۰۰۰۰ میلیارد دلار خواهد بود اما از بیان آن ترسیدم چون مؤسسات معتبر دنیا مانند گارتر نگفته بودند و کمی بعد در مصاحبه‌ای با ایرنا به آن اشاره کردم و حدود دو سال بعد تقریباً درست از آب درآمد. ما باید جرئت کنیم و آنچه را که دریافتیم بگوئیم و ترسیم. مورچه‌وار منتظر اظهارنظر دیگران نباشم البته قطعاً دنیا، معرکه پاره‌گویی نیست و نیاز به تعادل دارد اما ما باید خودمان هم جریان‌ساز باشیم. در این سال‌ها افراد متعددی روی جلد مجله فوربز آمده‌اند و نظراتی داده‌اند که بعدها درست از آب درنیامده و حتی مایه آبروریزی شدند اما فوربز از انتشار آن‌ها هرگز نترسیده است.

برای مواجهه با ابروندها راهی جز این نیست که خطرپذیر باشیم و باور کنیم که ما هم می‌توانیم موج بسازیم و گرچه موج‌های دیگران ما را با خود خواهد برد. خطرپذیری و جوه مختلفی دارد که اکنون کشور ما از مردم گرفته تا سیاست‌مدارانش عمیقاً به همه ابعاد آن نیاز دارند. خطرپذیری اجتماعی یعنی آماده باشیم تا صحبت دیگران را بشنویم، خطرپذیری سیاسی یعنی دیدگاه‌های مختلف را به رسمیت بشناسیم و تاب شنیدن عقاید مخالف خود را داشته باشیم. خطرپذیری اقتصادی یعنی اکنون باید در کشور ۳۰۰۰ نهاد خطرپذیر وجود داشته باشد که نیست! و در خطرپذیری تکنولوژی باید قبول کنیم که برای اعتماد به رویکردهای فناورانه جدید نیاز به مجوزها و استعلام‌های متعدد و یا معطلی طولانی برای صدور ضمانت‌نامه ندارد و سرانجام در سطح شخصی خطرپذیری یعنی جرئت ریسک کردن و بیان نظرات شخصی خود را داشته باشیم و از هر فرصتی برای توسعه فرهنگ خطرپذیری بهره ببریم.



ابرداده، متاورس نوید این را می‌دهد که احتمالاً انسان‌ها در آینده ورای واقعیت‌ها با یک دنیای ماتریکس‌گونه مواجه خواهند شد. چیزی شبیه بازی «زندگی دوم (Second Life)» ساخته شرکت «لیندن لب» که این امکان را فراهم می‌کند که در دنیای مجازی آواتار بسازیم، زندگی و شغل داشته باشیم و حتی جنسیتی متفاوت با واقعیت را انتخاب کنیم و بعدها همین باعث شد که استنفورد مجبور شود رویکردی را در پیش بگیرد که افراد در زندگی دوم از چه حقوقی برخوردارند؟ مثلاً مرگ کسی که در دنیای واقعی کارگر است اما در زندگی دوم رییس جمهور است چه تبعاتی خواهد شد. بعدها آقای «ریموند کورزویل» مفهوم سینگولاریتی را مطرح کرد که طبق آن در سال ۲۰۴۵ پیش‌بینی می‌کند که سرعت فناوری و هوش ربات‌ها از انسان پیشی بگیرد و ما با «فراهوش» روبه‌رو خواهیم شد. آیا در چنین دنیایی ربات‌ها برتر از انسان هستند؟ آیا ما می‌توانیم روزی یک ربات رییس جمهور داشته باشیم، مناسبات سیاسی، مرزها، رأی‌گیری، انتخابات چگونه خواهد بود؟ روابط اقتصادی و فرهنگی چطور؟ در یک تصادف خیابانی اگر رباتی انسانی را مجروح کند چه کسی مقصر است؟ گویا این مگاترندها تغییرات بنیادین زیادی از مسائل حقوقی و علوم انسانی را به دنبال خواهند داشت.

یکی از اثرات فناوری در طول تاریخ تمرکززدایی و تکثرگرایی بوده است، مثلاً در گذشته فقط چند امپراتوری بزرگ جهان را اداره می‌کردند اما رفته‌رفته این امپراتوری‌ها شکسته شده و مرزها و کشورهای کوچک شکل گرفتند و جهان همین‌طور به سمت تمرکززدایی در حرکت است و بیم آن می‌رود که روزی انتخابات‌ها بر اساس قراردادهای هوشمند و بلاک‌چین کاملاً مستقل از حکمرانان انجام شود. تمرکززدایی در حوزه مطالعاتی هم وجود دارد. آقای «اپستین» در کتاب «وسعت یا عمق؟» به این می‌پردازد که آیا در این دنیای به شدت تخصصی تمرکز بر موردی خاص

مهم است یا از شاخه‌ای به شاخه دیگر پریدن؟ وسعت دادن و ژرف‌نگاری باعث می‌شود که بتوان هنر را با تکنولوژی، اقتصاد را با فرهنگ، فرهنگ را با ریاضی ترکیب کرد و بی‌شمار ترکیب جدید و جادویی ساخت که این همان تعریف صنایع خلاق است. در دنیایی که تمرکززدایی و تکثرگرایی بیداد می‌کند، علوم مرزی جذاب می‌شوند از مگاترونیک گرفته تا بیوانفورماتیک تا علوم انسانی که ریاضی را به اقتصاد و فناوری با اقتصاد وصل می‌کند.

کنترل مجازی

آیا فیلترینگ تنها اهرم کلیدی حکمرانی ایران در فضای مجازی است؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه یا یادداشتی از روح‌الله هنرور، رئیس پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف

پنجاه و هشتمین نشست نقد و اندیشه در آبان ماه سال ۱۳۹۹ برگزار شد که بخش‌هایی از صحبت‌های روح‌الله هنرور، رئیس پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف در آن جلسه بازنشر می‌شود.

■ نظام ایران با چه ابزارهایی می‌تواند بر فضای مجازی حکمرانی کند؟

مساله حکمرانی در فضای مجازی موضوعی است که در ایران به رغم اینکه درباره آن زیاد صحبت شده ولی هنوز آن‌گونه که باید فهمیده نشده است، علت این است که شیوه‌های مختلفی برای کنترل فضای مجازی می‌تواند وجود داشته باشد در کشور ما شناخته شده نیست. مهم‌ترین مساله در عرصه حکمرانی فضای مجازی این است که دولت‌ها بتوانند سیاست‌ها و منافع خود را مطابق با مبانی ارزشی و اجتماعی‌شان در این فضا حاکم کنند. در حال حاضر سه الگوی حکمرانی در دنیا اجرا می‌شود، الگوی چینی که مبتنی بر اولویت نظر دولت در عرصه‌های مختلف است. الگوی اروپایی که بر حفاظت از حقوق انسان‌ها و حقوق بشر و جلوگیری از انحصار و قدرت یافتن شرکت‌های خیلی بزرگ

تأکید دارد و سوم مدل آمریکایی که همیشه بوده و ما می‌توانیم در کشور یک الگوی چهارم را توسعه دهیم. شبکه اینترنت معماری آزاد دارد و لایه‌لایه بودن آن امکانی را ایجاد می‌کند که هر کسی بتواند کاربرد خودش را بر اساس کارکردهایی که دیگران در شبکه ایجاد کرده‌اند، به وجود آورد، اولین موردی که دولت‌ها باید به آن فکر کنند این است که کدام لایه را می‌توانند حکمرانی و کنترل کنند؟ دو لایه کلیدی زیرساخت و شبکه ملی اطلاعات ابزار مهمی برای حکمرانی در فضای مجازی هستند و ما باید سازوکارهای ایجاد حکمرانی را وجود بیاوریم. بخش عمده این لایه‌ها زیرساخت است، باید زیرساخت‌های کافی تأمین کنیم که پلتفرم‌های پر قدرت بتوانند بر اساس دیتاسنترهایی که در ایران هستند کار کنند و ما بر آن‌ها اعمال قدرت داشته باشیم و هنوز هم این فرصت برای اپلیکیشن‌هایی که به تازگی راه افتاده‌اند، فراهم است به شرطی که ما آن‌ها را رصد کنیم. علاوه بر زیرساخت

کردن مردم می‌تواند حکمرانی خود را پیش ببرد. مدل‌های مختلف این طرح را می‌توان با محوریت خانواده‌ها، سازمان‌ها، پلتفرم‌های آنلاین آغاز کرد.

■ هماهنگی نهادهای سیاست‌گذار با یکدیگر و روال‌سازی چه کمکی به حکمرانی فضای مجازی می‌کند؟

نکته کلیدی دیگر اینکه بتوانیم گفتگوی درستی بین سیاست‌مداران و صاحب‌نظران داشته باشیم و سلسله‌مراتب تصمیم‌گیری مشخصی را در این عرصه حاکم کنیم. در حال حاضر نهادهای مختلفی در عرصه فضای مجازی صاحب رأی و اثرگذار هستند ولی با هم هماهنگ نیستند و گروه‌هایی که بیرون از سازوکارهای حاکمیتی قرار دارند نمی‌دانند با کدام نهاد باید تطبیق داشته باشند و این موضوع علاوه بر سردرگمی جامعه کاربران، جامعه بزرگ‌تری که به دنبال سیاست کلی نظام در فضای اینترنت است را هم سردرگم می‌کند. از طرفی در بحث حکمرانی در فضای مجازی وقتی طرف مقابل یک پلتفرم بین‌المللی است به وجود آوردن مسیر گفتگو بسیار مهم است، برخی از این پلتفرم‌ها سازوکار این مکالمه را به وجود آورده‌اند، برای مثال اگر شما از توییتر درخواست کنید به دلیل اینکه محتوایی با ارزش‌ها و خواسته‌های کشور شما هماهنگ نیست باید حذف شود به احتمال زیاد پاسخی نمی‌دهد بلکه باید زبانی را پیدا کرد که این پلتفرم‌ها متوجه آن بشوند.

برای ایجاد مشروعیت در این فضا باید دو نکته را مدنظر قرار دهیم، ابتدا باید برای فرآیندهایی که در مرحله تصمیم‌گیری قرار می‌گیرند روال‌سازی کنیم. که دو جنبه دارد: اول رویه قضایی برای فیلتر شدن یک سایت است که افراد بتوانند به آن اعتراض کنند و رسیدگی قضایی برای آن انجام شود و دوم وقتی دستور فیلترینگ برای سایتی صادر می‌شود دستور قضایی و روال آن معلوم باشد. موضوع دوم مشاوره است که در سطح بین‌المللی هم انجام می‌شود که شرکت‌های بزرگ و کوچک به طور مداوم با سازمان‌های سیاست‌گذار حاکمیتی در تماس هستند که روند‌ها را به آن‌ها اطلاع بدهند تا اگر آن‌ها پیشنهادی دارند مطرح کنند. اگر مکانیسم تصمیم‌سازی ما از بین مردم و نهادهای مردمی شروع شود برای اجرا به مشکل کمتری برخورد می‌کنیم، این طرح مکانیسمی را به وجود می‌آورد که مشروعیت حاکمیت را زیاد می‌کند و هم میزان موفقیت آن را بالا می‌برد.

اگر در حوزه داده‌ها، محوری را در اولویت قرار دهیم و برای آن برنامه‌ریزی کنیم می‌توانیم در بقیه برنامه‌های فضای مجازی هم پیشرفت کنیم، اولین برنامه توسعه ظرفیت ذخیره‌سازی داده‌ها است که یکی از بزرگ‌ترین نقاط ضعف ما در حوزه فضای مجازی به شمار می‌رود و برنامه دوم ملی‌سازی داده‌های حاکمیتی و دولتی است که در مرحله اول از آن‌ها در بدنه تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری دولت استفاده کنیم و در مرحله دوم کسب‌وکارها بتوانند بر اساس این داده‌ها خدماتی را به مردم ارائه کنند و مرحله سوم هم سازوکاری به وجود بیاوریم که داده‌های شخصی افراد در داخل کشور جمع شوند و با حفظ حریم خصوصی و عدم انتشار، شرکت‌ها واسطه‌ای شوند تا از این داده‌ها برای راه‌اندازی کسب‌وکار استفاده کنند. اگر این مرحله را شکل دهیم می‌تواند به اندازه اقتصاد نفتی و حتی بیشتر برای جامعه درآمدزایی کند. در این عرصه اول مشتریان جهان اسلام و پس از آن فارسی‌زبانان کشورهای همسایه را داریم که می‌توانند از خدماتی که شرکت و سرویس‌های ایرانی ارائه می‌دهند، استفاده کنند. حتی پلتفرم‌های خاص آن جوامع را بسازیم و حتی می‌توانیم به مرکز تربیت نیروی انسانی کشورهای منطقه تبدیل شویم و با جذب استعداد ارزآوری داشته باشیم. اگر سلسله‌مراتب‌ها را رعایت کنیم علاوه بر همکاری با شرکت‌های بین‌المللی می‌توانیم حضور فعال‌تری در این عرصه داشته باشیم ولی نیروی انسانی که جنبه‌های حقوقی فناوری اطلاعات، حقوق بین‌الملل فضای مجازی و اقتصاد دیجیتال را بشناسند کم داریم که بتوانند در انجمن‌های بین‌المللی فعال عضو شوند.

با این حال اما در نظام تاکنون تنها اهرم کلیدی فیلترینگ بوده است که باعث شده همه افراد رویه‌روی نظام و دولت قرار بگیرند و این هزینه را به شدت برای نظام بالا برده است. اگر بخواهیم از طریق پاک کردن عوامل دیگری که در این فضا فعال هستند حکمرانی کنیم اولین نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشیم این است که در لایه‌های پایین بخشی از کار را به پلتفرم‌های سطوح دیگر واگذار کنیم، در این صورت لازم نیست که دولت در این عرصه‌ها مداخله مستقیم داشته باشد و در همین فضا حتی می‌توان دسترسی کودکان را مورد توجه قرار داد. در حال حاضر در حوزه کودکان دچار ضعف و خلأ هستیم و هیچ سازوکار دیگری به جز فیلترینگ فراهم نکرده‌ایم، کاربران در سایر کشورها می‌توانند از ارائه‌دهندگان اینترنت خدمات کودک بگیرند. اگر بخواهیم این مکانیسم را در کشور راه‌اندازی کنیم باید بخشی را به عهده ارائه‌دهندگان اینترنت و بخشی را به عهده خانواده‌ها قرار دهیم و نهادهای مردمی به وجود بیایند تا سایت‌های امن را معرفی کند و این با برنامه‌ریزی می‌تواند تبدیل به صنعت شود و دولت با فعال

فصل نهم

برکات استارت‌آپی: اشاره‌ای به دستاوردها و توفیقات استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور

به رغم معضلات و مشکلات زیادی که زیست‌بوم استارت‌آپی و نوآوری کشور با آن روبه‌رو بود و همچنین پیامدها و تبعات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی که برای جامعه ایران داشت اما منجر به برکات و توفیقاتی هم شده است که بی‌توجهی به آن دور از انصاف است؛ از این رو، در این فصل ابتدا بخشی از این دستاوردها در صحنه جهانی را از زبان معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه می‌شنویم و در ادامه با معاون پژوهش و توسعه مرکز همکاری‌های ریاست جمهوری همراه می‌شویم که با وجود انتقاداتی که دارد اما به جمع‌بندی مثبتی از آنچه در این یک دهه رقم خورده، رسیده است.

سخن جدید

آیا دستاوردهای شرکت‌های دانش‌بنیان، سیمای ایران در دیپلماسی اقتصادی را تغییر داده است؟



برداشتی آزاد از گفتگو با مهدی صفری، معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه

■ آیا شرکت‌های دانش‌بنیان، برگ برنده

کشور در عرصه دیپلماسی اقتصادی هستند؟

هرچند سیاست‌های خارجی و روابط بین‌المللی کشورها وجوه و ابعاد مختلفی دارد، اما هیچ کشوری نمی‌تواند ادعا کند که هرگز در روابط خارجی‌اش به دنبال منافع اقتصادی نبوده است. ایران هم فارغ از اینکه تا چه اندازه موفق بوده در این سال‌ها از روابط سیاسی‌اش، عایدی اقتصادی داشته باشد، دست کم این حقیقت را دریافته که در تقابلات سیاسی میان کشورها، طرفی برنده می‌شود که بتواند دست آخر منافع اقتصادی بیشتری برای مملکتش کسب کند و بازارهای جهانی بزرگ‌تری را فتح کند. از طرفی موضع هر کشوری را نه شعارهای پرطمطراقش بلکه آنچه در چنته دارد تعیین می‌کند، همان چیزی که روی میز مذاکره می‌گذارد. کشور ما سال‌ها در جهان یک صادرکننده معمولی برای انواع محصولات کشاورزی، پسته، خرما، فرش و امثالهم بود، در ارزشمندی این محصولات که شکی نیست اما هنگامی که روند جهانی تغییر کرد، مانند کشور در همین سطح، قدرت مذاکره و

چانه‌زنی را از دولتمردان در میدان بین‌المللی سلب می‌کرد و عملاً آن‌ها حرفی برای گفتن و چیزی برای عرضه نداشتند. وزارت امور خارجه به خوبی دریافته بود که کشوری مانند ایران که حالا به اهمیت دیپلماسی اقتصادی پی برده حتی اگر بخواهد هم نمی‌تواند نقش شرکت‌های دانش‌بنیان را نادیده بگیرد، پس تصمیم گرفت تا به کمک ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان و رقی بازی را به سود خود برگرداند. البته لازم نبود که در همان اولین قدم‌هایش پایه‌پای فناوری‌های روز دنیا در لبه علم پیش برود، بلکه فقط کافی بود تا موضوعات دانش‌محوری را شناسایی کند که می‌توانست موجب خودکفایی کشور شده تا هر چه بیشتر به اهداف اقتصاد مقاومتی نزدیک‌تر شود، حتی اگر در مقایسه با فناوری‌های روز دنیا چندین نسل هم عقب‌تر می‌بود! این وزارتخانه به خوبی می‌دانست که اگر از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت همه‌جانبه کند و به آن‌ها بودجه مناسبی تخصیص دهد؛ آن‌ها هم برگ برنده ایران در مناسبات اقتصادی خواهند شد و در صحنه بین‌المللی برای کشور آبرو و شأنت می‌آورند. این نهاد برای

ایران دیگر تبدیل به صادرکننده انواع کالاهای صنعتی مانند ماشین به روسیه، بلاروس، ونزوئلا، کنیا و پاکستان شده بود و در مدت سه سال حدود ۱۱۰ هزار دستگاه نیسان و در مواردی هم تراکتور به این کشورها صادر کرده بود. به غیر از صادرات ماشین، حالا دیگر شرکت‌های ایرانی از دانش فنی ترمینال‌سازی، راه‌اندازی پالایشگاه و کارخانه فولادسازی برخوردار بودند و نه تنها می‌توانستند یک کارخانه فولادسازی پالایشگاه را از فاز صفر به طور تمام و کمال راه‌اندازی کنند بلکه تا اندازه‌ای قدرت یافته بودند که می‌توانستند آن‌ها را تعمیر کنند که اتفاقاً به گفته صاحب‌نظران، کار دشوارتر و پیچیده‌تری هم بود. آن‌ها ماهرانه قطعات خارجی معیوب و بعضاً آمریکایی پالایشگاه‌ها و کارخانه‌های موجود را تولید، حمل و نصب می‌کردند بی‌آنکه بازده تولید و کارایی آن‌ها ذره‌ای افت کند. قطعه‌سازان ایرانی هم توانسته بودند در روسیه به ارزش حدود ۵۰۰ میلیون دلار قرارداد نهایی منعقد کنند و کیفیت قطعات آن‌ها به دلیل پوشش نانو، طول عمر به مراتب بیشتری نسبت به قطعات معمولی داشت. شاید باورکردنی نباشد اما کاتالیست‌های منفی که زمانی ایران به دنبال راهی بود تا به زحمت آن‌ها را از چین وارد کند نه تنها در شرکت‌های دانش‌بنیان ساخته شد بلکه امروزه به روسیه و ازبکستان هم صادر می‌شود. بها دادن به شرکت‌های دانش‌بنیان و دیدن این شرکت‌های به ظاهر کوچک در میان انبوه کارخانه‌ها و صنایع غول‌پیکر باعث شد تا جهان ابعاد تازه‌ای از جمهوری اسلامی را در صحنه بین‌المللی ببیند. وزارت امور خارجه همواره تلاش کرده تا کشور علاوه بر بازار نفت به بازار فناوری در سطوح بین‌المللی نیز دست پیدا کند. ارزش صادرات محصولات دانش‌بنیانی کشور، سال گذشته ۱/۱ میلیارد دلار بوده است، که احتمالاً تا پایان سال جاری به ۱/۶ الی ۱/۷ برسد.

■ پیشتازی شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران:

آیا همه چیز آماده است؟

بیان موفقیت‌های وزارت امور خارجه در پروبال بخشیدن به شرکت‌های دانش‌بنیان ابداً به این معنی نیست که بخش‌های مختلف کشور آمادگی لازم برای توسعه دیپلماسی اقتصادی از این طریق را داشت و یا به منزله کتمان کاستی‌های موجود نیست. ایران تاکنون تنها از بخش کوچکی از ظرفیت‌هایش در این زمینه استفاده کرده و تا همین حالا چالش‌ها و کمبودهای زیادی را پشت سر گذاشته است. ترغیب به سرمایه‌گذاری در شرکت‌های نوپا

برنامه حمایتی خود رویکرد مراکز رشد را بیش از همه می‌پسندید و معتقد بود برخلاف ایده‌های استارت‌آپی که اغلب خام و مملو از اشکال هستند و فرسنگ‌ها از بازار فاصله دارند، ایده‌های دانش‌بنیانی در مراکز رشد تا حد خوبی بالغ می‌شوند و با یک حمایت درخور راحت‌تر به بازارهای داخلی و جهانی راه می‌یابند. وزارت امور خارجه، اول به فکر سامان‌دهی شرکت‌های دانش‌بنیان افتاد و تصمیم گرفت تا برای صادرات به آن‌ها تأییدیه رسمی دهد و سپس نام و مشخصات کامل و همچنین محصولات‌شان را همراه با رتبه‌بندی روی سایتش قرار داد. با جدیت و پیگیری وزارت امور خارجه تا همین لحظه حدود ۷۰۰ شرکت دانش‌بنیان به این مرحله رسیدند. کمی بعدتر هم به تمامی نمایندگی‌هایش در سراسر جهان اعلام کرد تا به بازاریابی شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کنند و در هر فرصتی که دست داد، محصولات و دستاوردهای مختلف آن‌ها را در سراسر جهان ترویج کنند و البته اولویت با کشورهای همسایه و هم‌زمان با آن کشورهای منطقه آمریکای لاتین و آفریقا بود. این وزارتخانه به همین هم بسنده نکرد و با همکاری معاونت علمی و فناوری کشور، «خانه‌های نوآوری و فناوری» را معرفی کرد، مراکزی که در کنیا، سوریه، چین و روسیه تأسیس شدند تا صادرات محصولات دانش‌بنیان به کشورهای مختلف مانند ازبکستان، ارمنستان، کنیا، اوگاندا، ونزوئلا، کوبا و چند کشور دیگر را توسعه دهند. محصولات فناورمحور این شرکت‌ها روزبه‌روز بیشتر می‌شد و در بخش‌های مختلف دارویی و تجهیزات پزشکی، مخابرات، آی‌سی‌تی و آی‌تی، پلنفرم‌ها، بایو و نانوتکنولوژی بازار جهانی خوبی پیدا می‌کرد.

همین تلاش‌های مستمر وزارت امور خارجه و همت جوانان خوش‌فکر در شرکت‌های دانش‌بنیان باعث شد تا ایران از نقش سنتی خود کمی فاصله بگیرد و این بار با رخ جدیدی در صحنه سیاست ظاهر شود، هرچند هنوز راه زیادی در پیش بود اما از این پس رئیس‌جمهور ایران در سفرهای برون‌مرزی خود نماینده یک کشور صاحب فناوری محسوب می‌شد. در سفر به اندونزی بود که از ریات جراح، دستگاه لاپروسکوپی، انواع تجهیزات پزشکی و داروهای زیست‌فناوری رونمایی شد و رئیس‌جمهور اندونزی حدود ۱۴ دستگاه تجهیزات پزشکی ایرانی را خریداری کرد و حتی اعلام آمادگی نمود که برای راه‌اندازی کارخانه‌های دارویی و تولید تجهیزات مصرفی پزشکی و به طور کلی مشارکت در حوزه علم و فناوری با ایران همکاری می‌کند.



می‌توانیم» ندارند و همین باعث شده تا جوانان این سرزمین را از عملی کردن ایده‌های بلندپروازانه خود ناامید و دلسرد کنند و آن‌ها اغلب از سوی اساتید خود برای بزرگ فکر کردن و فکرهای بزرگ داشتن تشویق نمی‌شوند. از طرفی مدام شعار جوان‌گرایی سر داده می‌شود که پست‌های مدیریتی حق جوانان است در حالی که نیروی جوانی بدون همراهی تجربه راه به جایی نمی‌برد. به جای اینکه در نشانیدن جوانان بی‌تجربه بر مسندهای قدرت تعجیل شود که اتفاقاً می‌تواند پیامدهای ناخوشایندی داشته باشد، شاید بهتر باشد به آن‌ها میدان داده شود تا آزادانه عمل کرده و تجربه کسب کنند، چنین فرصتی به جوانان اعتمادبه‌نفس می‌دهد تا در آینده به مدیرانی واردان و جسور برای کشور تبدیل شوند. معضل دیگر اینکه منابع مالی شرکت‌های دانش‌بنیان محدود است و سرمایه در گردش کافی ندارند. سازمان‌ها و نهادها اغلب حاضر به سرمایه‌گذاری نمی‌شوند. شاید اگر ارزش پروژه‌های مختلف در گذر زمان محاسبه شود بتوان مسئولین کشور را به طریقی اقناع کرد و به آن‌ها اطمینان داد که میزان سرمایه اولیه آن‌ها در شرکت‌های دانش‌بنیان حتماً در آینده چندین برابر خواهد شد. معاونت علمی و فناوری، وزارت علوم و همه سازمان‌ها و نهادها باید از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت کنند. تقویت حوزه دانش‌بنیان به حمایت همه‌جانبه و مستمر نیاز دارد و شایسته است که حتی بودجه نهاد‌های متولی آن مانند معاونت علمی و فناوری کشور به چندین برابر افزایش یابد که البته این نهادها هم باید اندکی جرئت به خرج دهند و از نابودی سرمایه هراسی نداشته باشند.

و دانش‌بنیان در کشوری که اغلب مسئولین و مدیران عالی آن حتی در ارگان‌های زیرنظر مقام معظم رهبری شکر مادی و کوتاه‌مدت دارند چیزی شبیه به معجزه است. اغلب آن‌ها دوست دارند پول و سرمایه را به سمتی هدایت کنند که هر چه زودتر سود بیشتری به دست آورند. غافل از اینکه شاید در ظاهر سرمایه‌گذاری برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان به اندازه سودهای کلان بانکی منفعت نداشته باشد اما ارزشش را دارد؛ چون به خودکفایی و قدرت‌نمایی کشور در صحنه جهانی ختم می‌شود و دیگر کشورها به راحتی نمی‌توانند اهرمی برای اعمال فشار و تحریم پیدا کنند. مگر می‌شود مدام دم از ابرقدرت شدن زد اما از آن سو تفکر سودمحور و منفعت‌طلبانه داشت، چه پارادوکس عجیبی! از این گذشته، تقریباً هیچ موضوع و پروژه‌ای در کشور با روش‌های داخلی امکان‌سنجی نمی‌شود. مگر می‌شود با مشت‌فروم و فاکتور برآمده از کتاب‌های غربی، شدنی بودن کارهایمان را متناسب با اوضاع و احوالات کشور بسنجیم. اصلاً این یافته‌های غربی تا چه حد برای مملکت ما کارآمد است؟ گویی هر موضوعی از طریق فرمول‌های غربی برای ما به یک پاسخ یکسان می‌رسد آن هم نشدن! ذهن جماعت ایرانی طوری شکل یافته که هیچ‌گاه خود را لایق استقلال و ابرقدرتی نداند و جای تعجب نیست که در هیچ یک از کتاب‌های غربی کوچکترین اشاره‌ای به قابلیت ابرقدرت شدن جهان‌سومی‌ها نشده است. شاید وقت آن رسیده که به دست خودمان منابعی تألیف کنیم که موجی از امیدواری، بالندگی و روشنی‌بخشی را در ما زنده کند. گذشته از این اغلب جامعه دانشگاهی و اساتید کشور نیز اعتقادی به باور «ما

■ آیا به خط کردن شرکت‌های دانش‌بنیان

مشکلات لاینحل کشور را ریشه‌کن می‌کند؟

اکنون تجربیات وزارت امور خارجه در رصد بازارهای بین‌المللی می‌تواند در شناسایی حوزه‌های فناوری به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک زیادی کند و به آن‌ها حوزه‌هایی را پیشنهاد دهد که از بازارهای بین‌المللی خوبی برخوردارند تا هم برای جوانان کارآفرین و همچنین کشور پول‌ساز شود. به نظر می‌رسد که باید ثروت آینده کشور را در بخش نفت و گاز، معادن و ماشین‌آلات علی‌الخصوص در قاره آفریقا جستجو کرد. همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند به حوزه تولید تجهیزات نفتی و نرم‌افزار هم وارد شوند؛ زیرا کشور برخلاف حوزه تولید تجهیزات پزشکی و دارو پیشرفت زیادی در این بخش نداشته است. در این میان نباید از حوزه بکر استخراج و فروش سنگ‌های قیمتی غافل شد که در عین ارزش‌آفرینی می‌تواند مشاغل زیادی خصوصاً از نوع خانگی ایجاد کند. پیشنهاد وزارتخانه در قدم اول برندسازی و فروش سنگ‌های قیمتی تحت یک نام تجاری معتبر است که می‌تواند

قیمت آن‌ها را چندین‌برابر

کند. حوزه هوافضا هم شاید

برای ورود شرکت‌های دانش‌بنیان

گزینه خوبی به نظر می‌رسد اما قطعاً

در کوتاه‌مدت چندان پول‌ساز نیست. یکی از

حوزه‌های پول‌ساز و زودبازده، ساخت انواع قطعات یدکی و

ماشین‌آلات در آفریقا و آمریکای لاتین است که بازار بین‌المللی

بسیار خوبی دارد؛ چون مردم این مناطق دانش و مهارت کافی

برای تعمیر ماشین ندارند و عمدتاً مشابه ایران از ماشین‌های

فرانسوی استفاده می‌کنند.

شناسایی حوزه‌هایی که بازارهای بین‌المللی خوبی برای

شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌دهند حتماً یک ضرورت

انکارناپذیر است که به تحول دیپلماسی اقتصادی کشور کمک

می‌کند. اما ناگفته نماند شرکت‌های دانش‌بنیان بهترین ابزار

حل مشکلات فعلی کشور هم هستند. حالا که کشور درگیر

معضلات بی‌شماری است، بهتر است تمامی وزارتخانه‌ها با

یک همت جمعی هر چه سریع‌تر چالش‌های اساسی هر حوزه

را شناسایی و به تناسب آن پروژه‌های مختلف تعریف کنند تا

برای حل هر یک از آن‌ها شرکتی دانش‌بنیان راه‌اندازی شود و

سپس با حمایت همه‌جانبه از آن‌ها، یافتن چاره مشکلات به

جوانان مستعد کشور واگذار شود تا آن را از دام چالش‌های

به ظاهر لاینحل برهانند و حتی می‌توان بعد از دستاوردهای

همین شرکت‌ها در مناسبات اقتصادی بین‌المللی بهره برد.

شکست

نوموم

آیا عده‌ای با افکاری متوهمانه سعی دارند تا موفقیت‌های کشور در زیست‌بوم نوآوری در یک دهه گذشته را به شکست تفسیر کنند؟



برداشتی آزاد از گفتگو با صابر میرزایی، معاون پژوهش و توسعه مرکز همکاری‌های ریاست جمهوری

■ آیا تبلیغات دروغین برخی از متولیان زیست‌بوم نوآوری کشور مسبب ناامیدی فعلی جوانان است؟

از همان روزهای اول شکل‌گیری حوزه آی‌تی در کشور به خوبی معلوم بود که فضای پیش‌آمده رنگ و لعاب غربی دارد و نسخه‌ای کپی‌شده از خارج است. اغلب افرادی که در آن شرکت می‌کردند سعی داشتند تا به طریقی مانند خارجی‌ها لباس بپوشند و حتی شبیه آن‌ها رفتار کنند. درست برعکس حوزه نانو فناوری، هر چه دنیای نانو در ایران کارگاهی‌تر و به دور از تشریفات و تجملات بود اما حوزه استارت‌آپ‌های اینترنتی همیشه تلاش می‌کرد تا ظاهری لوکس و شیک برای خودش دست و پا کند و جوی به راه افتاده بود که حتی اگر شرکتی هیچ دستاورد و هنری هم نداشت اما حتماً ظاهرش را طوری می‌آرایید که بسیار باکلاس به نظر برسد. به علاوه تعداد زنان در این حوزه در مقایسه با بقیه حوزه‌ها بسیار بیشتر از مردان بود و استفاده از زنان به منظور تبلیغات و ویرترین مرسوم شده بود. موج استارت‌آپی از همان آغاز نشان داد که با همه جریان‌های کارآفرینی و اقتصادی دیگر در کشور تفاوت‌های اساسی دارد. حالا که نزدیک به یک دهه از به راه افتادن چنین جریانی در

ایران می‌گذرد، عده‌ای سعی دارند ناامیدی و سرخوردگی برخی در کشور را به جوی که در آن زمان به راه افتاده بود، مربوط کنند. آن‌ها این طور وانمود می‌کنند که در ابتدا فضایی شکل گرفت که زیست‌بوم تازه را تبلیغ می‌کرد و به افشار مختلف و غالباً جوان وعده پولدار شدن یا رسیدن به شرکت‌های چندمیلیاردی را می‌داد اما پس از مدتی این وعده‌های شیرین، پوچ از آب درآمدند و همین شد که عده‌ای سرخورده شده و به تدریج دلگیری و حس مخالفت با نظام در این افراد شکل گرفت. شاید در ابتدا چنین تبلیغات واهی و به دور از واقعیت هم وجود داشت اما مطرح نمودن سناریوی سرخوردگی و ارتباط آن با رکود فعلی زیست‌بوم کمی ساده‌انگارانه به نظر می‌رسد. اساساً مگر قرار بود از همان ابتدا چند شرکت خدماتی در حوزه آی‌تی کشور شکل بگیرد؟ این عده‌ای که اکنون از آن‌ها به عنوان سرخورده و مغموم یاد می‌شود حقیقتاً نمی‌دانستند که کشوری مانند ایران به بیش از دو یا حداکثر سه پلتفرم تاکسی اینترنتی نیازی ندارد و بیش از آن دیگر معقول نیست یا وجود همین چند پلتفرم بازار آنلاین (مارکت پلیس) برای کشور کفایت می‌کند. به نظر می‌رسد استارت‌آپ‌های موردنیاز کشور در همه حوزه‌ها تاکنون ساخته شده و حتی در مواردی بیش از ظرفیت موردنیاز آن هم بوده است و اتفاقاً روند شکل‌گیری پلتفرم‌های مجازی کشور موفقیت‌آمیز هم بوده است، اینکه حالا میلیون‌ها

و یا احمقند و در تلاشند کم کاری خود را به گردن بقیه بیفکنند. پافشاری روی افکار عده‌ای بی فکر و بهانه‌جو که نه قادرند همچون پلتفرم‌های موجود، نمونه بزرگ دیگری را تأسیس کنند و نه حاضرند بپذیرند که ظرفیت کشور در این زمینه تکمیل شده و تعداد محدود پلتفرم‌ها را به حکومت و نهادها نسبت می‌دهند ارزش بررسی و توجه ندارد. شاید عده‌ای تصور کنند که اتفاقاً چنین توهمات نگران‌کننده است چرا که بازتولید این سخنان شاید به موج ناامیدی عمومی دامن بزند و عده‌ای این حرف‌ها را باور کنند و سرخورده‌تر شوند اما اگر کسی به راحتی با شنیدن مثنی حرف‌های متوهمانه و بی‌اساس بدون تعقل درباره اینکه چقدر این ادعاها منطبق با واقعیت است ناامید شود و شاید حتی تن به مهاجرت دهد ثبات کافی ندارد. در وطن ما اشکالات زیادی وجود دارد و چه کسی است که نداند هر اشکال به‌مثابه یک فرصت سامان‌دهی است. اینکه با هر قدمی ناگهان موانع پیش پایمان سبز می‌شود از پیشگامی ملت و تازگی مسائل است. این مسیری طبیعی است که کشور در یک روند معقول به آرامی با مشکلات و مسائل خود روبه‌رو می‌شود و درصدد حل آن‌ها برمی‌آید.

■ مالکیت‌خواهی به بهانه برقراری امنیت: آیا راه‌حل سخت‌تری وجود ندارد؟

همیشه چالشی دوگانه در کشور بوده و هست که سرمایه‌گذاران از یک سو معتقدند دیگر ایده خوبی وجود ندارد و از سوی دیگر کارآفرینان هم معتقدند که اساساً سرمایه‌گذار مناسبی نیست؛ زیرا استارت‌آپ‌های موفق که اکنون بزرگ شده‌اند در مراحل آتی به سرمایه‌های پنجاه تا صد میلیاردی نیاز دارند که هیچ سرمایه‌گذاری قادر به تأمین این سرمایه نیست و به ناچار باید عرضه عمومی شوند اما هر بار از انجام آن مناعت می‌شود. اینکه راه رفته تا به امروز را به کلی نفی کنیم و غلط بدانیم با اینکه عده‌ای در کشور سعی کنند چوب لای چرخ کسب‌وکارهای موفق بگذارند دو مقوله متفاوت است. بخش‌هایی در کشور و غالباً وابسته به حاکمیت از همان ابتدا نسبت به زیست‌بوم دغدغه امنیتی داشتند و از همان اول تأکید می‌کردند که باید حتماً مالک این شرکت‌های بزرگ شوند تا بدین وسیله امنیت را برقرار کنند اما حقیقتاً برای برقراری امنیت تنها راه‌حل مناسب، سهام‌دار شدن و مالکیت داشتن نیست حتماً راه‌حل‌های غیرمالکیتی هم وجود دارد. بی‌شک نباید به موضوع مهم امنیت بی‌تفاوت بود. امنیت از هر چیزی حتی از نان شب هم مهم‌تر است! اما اگر امنیت مانع تولید نان شود همین نبود نان به یک تهدید امنیتی بدل خواهد شد. از کجا معلوم که عده‌ای که اصرار دارند که این کسب‌وکارها از بیخ ریشه‌کن شوند و مانع پیشرفت کشورند عامل نفوذ بیگانه نباشند؟! موضوع به همین مضمحکی است که حراست یک ساختمان برای برقراری امنیت مانع ورود همه، حتی ساکنین آن شود در واقع او ساده‌ترین راه را برای خود و سخت‌ترین را برای بقیه انتخاب کرده است.

پلتفرم بزرگ و شناخته‌شده در کشور نیست دلیل نمی‌شود که تصور کنیم شکست خورده‌ایم یا مسیرمان اشتباه بوده است. راه طبیعی پیشرفت کشور همین بود، در غرب و کشورهای پیشرفته آسیای شرقی همچون ژاپن و چین هم سمینار و نمایشگاه ترتیب می‌دهند و ده‌ها رویداد برگزار می‌شود اما افراد به محض رفتن به نمایشگاه یا شرکت در رویدادها و فراخوان‌ها خیال این ندارند که به سرعت به کسب‌وکار مستقلی برسند.

عده‌ای به اشتباه بر معاونت علمی و فناوری می‌تازند و تلاش‌های دست‌اندرکاران آن را به راحتی نادیده می‌گیرند بی‌آنکه لحظه‌ای ببینند که این افراد از کره مرئیخ نیامده‌اند و بی‌شک افراد بدنامی هم نبوده‌اند. اشتباهاتی حتماً وجود داشته اما آن‌ها



زحمت‌کشانی هستند که در برهه‌ای از زمان که اغلب امورات کشور هرگز کلید هم نمی‌خورند دست‌کم کاری کردند. انجام کاری ولو با اشتباه حتماً بهتر از دست روی دست گذاشتن و کاری نکردن است. معاونت علمی و فناوری به درستی در مقطعی جریان‌ساز شد و با تبلیغ و ترویج و با برگزاری رویداد و دوره توانست عده‌ای را جذب کند که حالا کشور به اینجا رسیده است. هرگز کسی یا نهادی صراحتاً چنین وعده‌ای نداده بود که هر کسی به این حوزه بیاید حتماً پولدار و موفق خواهد شد بلکه سیر طبیعی هر جریان تازه‌ای همین طور است که از دیگران دعوت به مشارکت می‌شود تا تجارب متفاوت و متعددی از موفقیت و شکست را رقم بزنند و این جریان همچنان باید ادامه داشته باشد.

اینکه درهای ارتباطی کشور با دنیای بیرون بسته شده بود هم هرگز باعث نشد که ایران از پیشرفت فعالیت‌های استارت‌آپی باز بماند که اگر این درها باز بود شاید به جای «اسنپ»، اکنون «اوبر» در ایران فعالیت می‌کرد. ایران حالا پلتفرم‌های مختلفی دارد، مثلاً در حوزه تاکسیرانی و حمل‌ونقل، «اسنپ» و «تپسی» و در ناوبری «بلد» و «نشان» را دارد. مارکت پلیس‌های «دیجی کالا» و «باسلام» نمونه‌های موفق دیگری هستند حتی کشور پیام‌رسان‌های خوبی مانند «بله» دارد که به لحاظ فنی چیزی از «واتس‌آپ» کم ندارد، همگی این پلتفرم‌ها نشان از درستی مسیر طی شده دارد. اینکه عده‌ای این موفقیت‌ها را به شکست تفسیر کنند یا مغرض‌اند

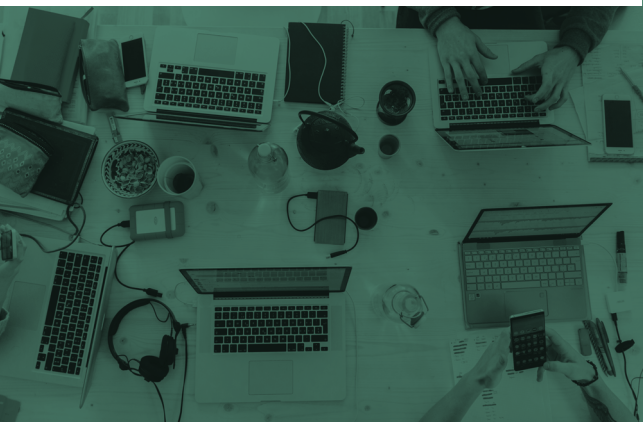
برکات استارت‌آپی

توجه به اعتقادات، نگرش‌ها و حتی شخصیت‌شان تصور می‌کند که فقط به ظاهر این جماعت نیاز دارد و سعی دارد ظاهرشان را به هر قیمتی تغییر دهد. این نسل از سر لجبازی چادرش را برمی‌دارد و حکومت هم از سر لجبازی تدین برای زنان را در حجاب و عفاف و برای مردان نیز در پیراهن مشکی، سینه‌زنی و محاسن بلند خلاصه می‌کند. افرادی که تدین را منحصر به چنین مواردی می‌کنند گویی فهم ناقص و ضعیفی از دین دارند، اساساً فرهنگی نیستند و برای سامان دادن به امور فرهنگی گزینه مناسبی محسوب نمی‌شوند. در کنار توجه به موضوعات اعتقادی بخشی از مباحث تربیتی مربوط به امور رفتاری است، مثلاً التزام به داشتن نظم، ناخودآگاه آدمی را منظم می‌کند. بی‌شک نظامات حقوقی، قضایی، دادگستری و انتظامی هم با ناقضان نظم عمومی برخورد می‌کنند. حتماً باید به کسانی که ناهنجاری می‌کنند امر کرد که به هنجار رفتار کنند اما مشروط بر آن که پیش از همه درسکد (Dress Code) هر سازمانی منتشر شده باشد تا هر کسی آزادانه انتخاب کند که این قواعد را بپذیرد و به آن حوزه وارد شود یا تصمیم بگیرد هرگز به آن راه نیابد. این همان اشکالی است که به زیست‌بوم استارت‌آپی کشور هم وارد است. با این همه اگرچه تعریف حد و حدود پوشش برای افرادی که به این زیست‌بوم راه می‌یابند حتماً نوعی اقدام فرهنگی محسوب می‌شود اما اگر این‌طور تصور شود که فرهنگ جامعه با الزام به پوشیدن لباس خاصی اصلاح می‌شود، بی‌تردید اشتباه بوده اما قطعاً بدلباسی افراد می‌تواند پیامدهایی داشته باشد و خرابی‌هایی ایجاد کند. در هر صورت سال‌هاست که مقوله فرهنگ در کشور ما به دست فراموشی سپرده شده و اساساً در ایران کسی در این مورد کاری نمی‌کند، در حالی که اکنون شخصیت‌سازی مهم‌ترین وظیفه ماست.

در حالی که درستش این بود سخت‌ترین کار را خودش بر عهده می‌گرفت، یعنی در عین اینکه به همه اجازه فعالیت و رفت‌وآمد داده می‌شد عملکرد همه را زیرنظر می‌گرفت. نهادهای امنیتی گویی در تلاشند تا ساده‌ترین راه یعنی مالکیت را انتخاب کنند که قصد و نیت آن‌ها نیز قابل‌تردید است. اشراف نهادهای امنیتی از دسترسی به داده‌ها می‌آید، اگر نهادی از شرکت‌ها انتظار دسترسی به اطلاعات محرمانه را داشته باشد کاملاً منطقی به نظر می‌رسد اما مطرح کردن سناریوی مالکیت، آن هم به بهانه برقراری امنیت از این نهادها عده‌ای کاسب‌مآب می‌سازد. هر کسی تنها مالک چیزی است که خودش ساخته اینکه کسی بقیه را نابود کند و با اهرم فشار و قدرت، سهم خواهی کند دیگر کار امنیتی نیست. جالب اینکه نهادهای امنیتی نه تنها در نظارت بر شرکت‌های این حوزه غیرمنطقی برخورد کردند حتی در مواردی که تصمیم گرفتند تا خودشان کسب‌وکاری به راه بیندازند هم موفق نشدند چون با ادبیات این حوزه بیگانه بودند و بارها جملاتی را بر زبان می‌آوردند که دود از سر بلند می‌کند، مثلاً اینکه «دیجی‌کالا» چیزی نیست جز یک سایت معمولی یا «اسنپ» یک نرم‌افزار ساده است ولی در عمل حتی نتوانستند یک کپی ولو ضعیف آن را بسازند. بگیر و ببند و سرکوب دست آخر به ضرر همین نهادهای امنیتی تمام خواهد شد و ضربه مهلکی به آن‌ها خواهد زد و بعد از فشاری که به مردم وارد می‌کنند احتمالاً مسئولین رده بالاتر ورود کرده و معضل را حل می‌کنند.

آیا احیای فرهنگ فراموش‌شده فقط با تغییر ظواهر جامعه ممکن است؟

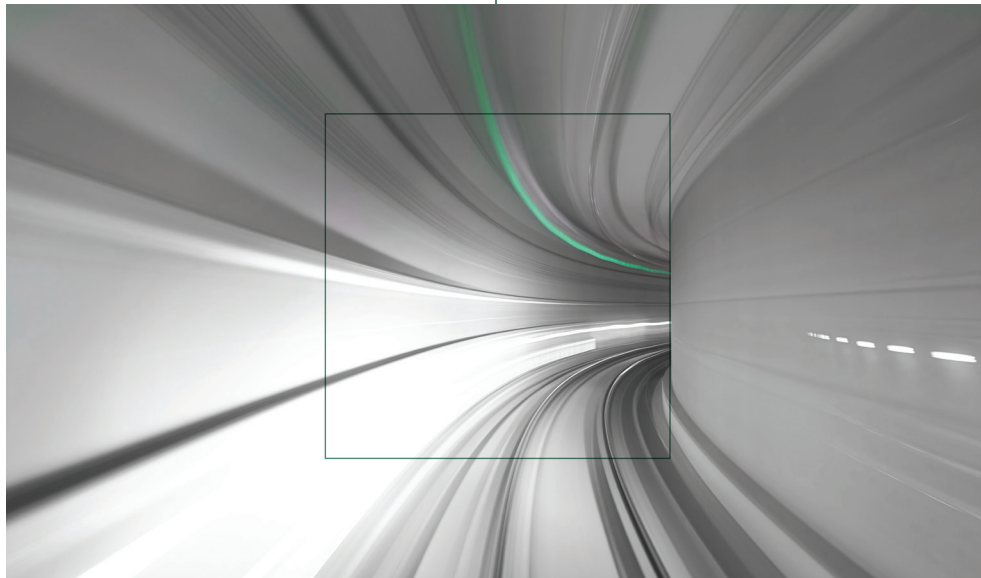
حالا ایران با مشکلات فرهنگی زیادی دست و پنجه نرم می‌کند و مورد بارز آن عدم خودباوری، اعتماد به نفس پایین و حس سرخوردگی است که جامعه را به غرب‌زدگی سوق داده است. اگر والدین فرزندان خود را طوری تربیت کنند که عزت نفس و اعتماد به نفس خود را حفظ کرده و کمی علت و معلولی فکر کنند و به ریشه‌ها توجه بیشتری داشته باشند و تا حد زیادی آینده‌نگر باشند. حتماً آدم‌های قوی‌تری خواهند بود که بی‌تردید فاسد نخواهند شد. تمامی نهادهای ما باید رفتار فرهنگی خود را اصلاح کنند اما در کشور ما ساده‌انگارانه در اصلاح فرهنگ فقط تغییر ظواهر نه مضمون و محتوا مدنظر است و مقوله عمیق فرهنگ را به لباس، ظاهر، خوراک و آداب و رسوم مواردی از این قبیل تقلیل می‌دهند. فرهنگ همان چیزی است که فلاسفه گفتند، همانی که علامه جعفری تعریف کرده است؛ هر آنچه که انسان را به رفتار و به کنش‌های بایسته و شایسته می‌آورد، فرهنگ است مانند روح در جامعه و گویی شخصیت جامعه است. پس اصلاح فرهنگی همان تغییر و اصلاح شخصیت جامعه است. عده‌ای نادان که به شیوه غربی لباس می‌پوشند غالباً فضیلت معرفتی و بضاعت اعتقادی بسیار کمی دارند اما عجیب آن که کشور بدون



فصل دهم

پایان بندی: نگاهی به آینده زیست بوم استارت آپی در ایران

در فصل پایانی به گمانه‌زنی‌ها درباره آینده زیست‌بوم نوآوری و فناوری کشور خواهیم پرداخت. عده‌ای به آینده خوش‌بین‌اند و چاره‌ای جز امیدواری نمی‌بینند، عده‌ای هم بر این باورند که زیست‌بوم کشور به روزهای پایانی خود نزدیک شده است. از هر دو سوی این ماجرا مطالبی در این بخش مرور می‌شود به امید ایرانی آباد و آزاد که در تمامی جهان سرآمد فرهنگ، دانش و فناوری باشد.



ایران؛ ۲۰ سال بعد!

آیا نتیجه حمایت از استارت‌آپ‌ها سال‌ها بعد معلوم خواهد شد؟



بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های اکبر هاشمی، سردبیر پیشین هفته‌نامه استارت‌آپی شنبه

در سازمان‌ها و نهادهای متعدد در حوزه روابط عمومی بین‌الملل فعالیت داشته است. به خاطر علاقه‌مندی‌اش به کارآفرینی، همکاری با مجموعه‌های دولتی و همچنین سردبیری ارشد گروه مجلات همشهری و ۱۹ مجله دیگر را رها کرد و با تجربه بیش از دو دهه فعالیت رسانه و ارتباطات، وارد حوزه کارآفرینی شد. او در بهمن ماه ۱۳۹۸ به ریاست هیئت‌مدیره هلدینگ «سرآوا» هم منصوب شد. اکبر هاشمی به جهت اشتغالش به روزنامه‌کاری و هفته‌نامه‌داری دست‌نوشته‌های زیادی دارد که در این بخش به تناسب موضوع یکی از آن‌ها بازنشر شده است:

اکبر هاشمی بنیان‌گذار شرکت AGIP (سامانه جامع هوش مصنوعی) و مشاور استراتژیک و PR شرکت‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و استارت‌آپ‌های بزرگ است. او پس از راه‌اندازی اولین استارت‌آپ‌اش در جهت توسعه زیست‌بوم استارت‌آپی ایران، انتقال تجربه زیسته جهانی و تولید دانش، هفته‌نامه استارت‌آپی «شنبه» را راه‌اندازی کرد. همچنین برای ایجاد شفافیت، گفت‌وگو، برطرف کردن چالش‌ها و مشکلات زیست‌بوم استارت‌آپی ایران، همایش «یلدای کارآفرینان استارت‌آپی ایران» و دوره‌های ماهانه «نون بربری» را تأسیس کرد. هاشمی سال‌ها

یا سیاست‌های اقتصادی دولت باعث این اتفاق مثبت بود. اگر چه همه اقدامات به نحوی تأثیرگذار بود، اما آنچه جامعه آمریکا را نجات داد، وضع یک قانون بود؛ «قانونی شدن سقط جنین». بیشترین آمار زاد و ولد مربوط می‌شد به جامعه فقیر و کارگران جنسی که تعداد آن‌ها فقط در شهر نیویورک ۴۰ هزار تن تخمین زده می‌شد. کودکانی که به خاطر فقر و نبود امکانات یا پدر و مادر به آسیب‌های اجتماعی و بزهکاری روی می‌آوردند. اگر چه فرماندهان پلیس و مسئولانی که نقشی در حل این مشکل نداشتند لوح تقدیر و پادشاهای بسیاری گرفتند اما واقعیت این بود که آن‌ها در مهار آسیب‌های اجتماعی موفق شده بودند چون مجرمان سال ۱۹۹۰، ۲۰ سال قبل هرگز به دنیا نیامده بودند که جرمی مرتکب شوند، وضع حتی یک قانون می‌تواند نسلی را نجات دهد.

حمایت از جریان نوآوری و وضع قوانین و روی خوش نشان دادن مسئولان حاکمیت در بالاترین سطح، فرصتی تاریخی برای نسل دو دهه بعد است. ما استارت‌آپی‌ها یکی از خاطرات مشترک‌مان و نقدهای مان در مورد سرمایه‌گذاران سنتی این است که «آن‌ها می‌گویند این استارت‌آپ چرا سر سال سود نمی‌دهد و مدام به سود و زیان فکر می‌کنند!» نوبت به خودمان هم که می‌رسد، باز عده‌ای چرتکه می‌اندازند که فلان وی‌سی و فلان مجموعه حباب است، چون از بین ۱۰۰ استارت‌آپی که سرمایه‌گذاری کرده فقط ۲ یا ۳ مورد موفق بوده، پس چون بازدهی بیشتری نداشته، فیک است. بعد همه کلیت زیست‌بوم را زیر سؤال می‌برند. گویی همه سر خم رنگرزی جمع‌مان جمع است! آنچه از ابتدای دهه ۹۰ شمسی در کشورمان آغاز شده، ایجاد یک جریان نوگرایی نوآوری در کشور است. فقط حمایت از استارت‌آپی‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، حمایت از چند جوان یا چند شرکت نیست؛ حمایت از یک جریان اصیل و نوگرایی است که ۲۰ سال بعد محصول خواهد داد.

حرف آخر: من، ما و شما در هر مقامی که هستیم، به همان مقدار که برای بالا بردن رفاه خود و خانواده‌مان تعهد داریم، باید نسبت به نسل آینده نیز متعهد باشیم. کسانی که نمی‌توانند تعهد ۲۰ ساله به این کشور و به این زیست‌بوم داشته باشند، نباید در نقش مدیریت و راهبری قرار گیرند باید میدان را به کسانی بسپارند که صبورتر و دوراندیش‌ترند. تقویت هر جریان نوگرایی، هر ترند جدید مثل هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، ارزشهای دیجیتال و... ساخت و تحقق آینده خلق شده نسل‌های بعدی است. در این مسیر طولانی باید همه رقبا را به چشم همکار ببینیم و هرکس در این راه گام برمی‌دارد را حمایت کنیم و به جای ناامیدی، بذلر امیدواری در دل‌شان بکاریم. ما همه ساکنان یک قطار هستیم که در بستر زمان حال، آینده خلق شده را می‌سازیم.

دو صدا می‌شنویم؛ صدایی که می‌گوید زیست‌بوم استارت‌آپی ایران ناموفق و فیک (جعلی) است. این صدا همواره و هم‌بسته با فریادهای طیف افراطیون سنتی به گوش‌مان می‌رسد. بخشی از طیف سنتی که در مقابل هرگونه نوگرایی مقاومت نشان می‌دهند و استارت‌آپی‌های دوآتشه و مدعی که خود را اصیل‌ترین جریان استارت‌آپی ایران می‌دانند و همیشه در مقام منتقد و دلسوز ظاهر می‌شوند. دو سر طیف افراطگرایی که به یک آبشخور منتهی می‌شوند؛ ضدتوسعه، صدای دیگری که می‌شنویم، صدایی است که به زیست‌بوم استارت‌آپی ایران به عنوان یک نجات‌دهنده و منجی می‌نگرد. بر همین اساس آن مقام مسئول زنگ می‌زند که در جلسه‌ای که با رئیس جمهور محترم داشتیم، ایشان فرمودند استارت‌آپی‌ها می‌توانند مشکلات حوزه شما و کل کشور را برطرف و راه‌حل ارائه کنند. پس زحمت کشیده طرف چند روز آینده چند استارت‌آپ معرفی کنید تا این مشکلات ما را حل کنند؛ مشکلاتی که ۳۰ سال است گریبان‌مان را گرفته است! ما با دو جریان فکری روبه‌رو هستیم؛ نگاهی که می‌گوید اینجا هیچ خبری نیست و همه چیز در حد یک حباب است و نگاهی که می‌گوید منجی و نجات‌دهنده و کلید حل مشکلات در زیست‌بوم استارت‌آپی ایران است. صاحبان و طرفداران هر دو طیف این صداها برداشت صحیحی از استارت‌آپ و نوآوری ندارند. مسئولی که زنگ می‌زند و می‌پندارد دست در خم رنگرزی کرده و دنبال استارت‌آپ است، متوجه این موضوع نیست؛ وقتی یک مقام مسئول یا یک صاحب ایده می‌گوید مشکلات را استارت‌آپی‌ها می‌توانند حل کنند، به این معناست که دستگاه‌های دولتی، صنایع و کشور باید به سمت نوآوری حرکت کنند نه آن‌که نوآوری را یک‌شبه از بازار بخرند. آن‌هایی که می‌گویند اینجا خبری نیست و همه چیز حباب است، نوآوری را با پول و ثروت اشتباه گرفته‌اند و این ریشه در نگاه کوتاه‌مدت آن‌ها دارد. برای فهم بیشتر بیایید نگاهی بیندازیم به آمریکای دهه ۷۰؛ کشوری که به‌تازگی سربازنش از جنگ ویتنام بازگشته بودند. کشور دچار بحران اقتصادی شده بود؛ بحرانی که آن را بزرگ‌ترین رکود اقتصادی این سرزمین می‌نامند، در مفاهیم علم اقتصاد رکود نبود. اقتصاددانان وضعیت اقتصادی آن زمان آمریکا را رکود تورمی (Stagflation) می‌نامند که به معنای وقوع هم‌زمان تورم و رکود است. فقر، فحشا و ناعدالتی چنان دامن آمریکایی‌ها را گرفته و آمار جرم و جنایت و مواد مخدر و در کل، آسیب‌های اجتماعی افزایش یافته بود که بسیاری از تحلیلگران پیش‌بینی می‌کردند طرف دو دهه آینده جامعه آمریکا به واسطه سیر صعودی آسیب‌های اجتماعی در منجلاط فرو خواهد رفت. اما ۲۰ سال بعد همه چیز برعکس شد و جرم، جنایت و آسیب‌های اجتماعی به پایین‌ترین حد خود رسید. عده‌ای معتقد بودند اقدامات مؤثر پلیس



مشت اول

آیا بازی زیست بوم استارت آپی ایران
همچنان ادامه دارد؟

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های
وحید شامخی، معاون توسعه کسب و کار
نویبتکس



انسان‌ها را می‌سازد و نه ملت‌ها را می‌سازد؛ بلکه چالش‌ها انسان‌ها را می‌سازند و این انسان‌ها هستند که ملت‌ها را می‌سازند. هر کارآفرین یک ملت‌ساز است و ظرفیت ایجاد سازمانی با درآمد و کارمندان بیشتر از تولید ناخالص داخلی و جمعیت کشورها را دارد.»

تاب‌آوری یک نگرش روزمره است. همیشه به این معنا نیست که چالش‌ها از محیط بیرونی می‌آیند بلکه اغلب، ضربه از درون وارد می‌شود. یکی از بنیان‌گذاران می‌رود، یک کارمند کلیدی با حساب کاربری به یک رقیب می‌رود یا بدتر از آن تبدیل به یکی از رقبا می‌شود، یک سرمایه‌گذار زیر قول خود می‌زند، یک محصول نمی‌تواند انتظارات خود را برآورده کند و مشتری پرداخت نمی‌کند و... شکست ایده‌ها، پروژه‌ها و اهداف، بخشی از تاریخچه استارت‌آپ یا بخشی اساسی از سفر یک کارآفرین است. حال، چطور امیدوارتر، خوش‌بین‌تر و تاب‌آورتر شویم؟ با داستان‌سرایی و قصه‌گویی در ارتباط با موقعیت‌های چالش‌برانگیز (سازمانی و شخصی) و به اشتراک گذاشتن آن‌ها و این‌گونه فرهنگ سالمی برای حرکت رو به جلو همراه با صراحت ایجاد کنیم. چرا؟ اول اینکه، داستان‌ها از نظر روان‌شناختی آرامش‌بخش هستند (مانند درمان) و به شما کمک می‌کنند تا چیزهای ناگوار و تلخ را از ذهن خود بیرون بیاورید و آن‌ها را از ذهن خود دور کنید تا بتوانید رویدادها را پشت سر بگذارید و روی موضوعات کلیدی تمرکز کنید. دوم، داستان‌ها، ابزار قدرتمند آموزش و یادگیری هستند. سوم، در موقعیت‌های مشابه به دیگران کمک می‌کنند تا بتوانند با داستان شما ارتباط برقرار کنند و چهارم، داستان‌ها به دیگران نیز کمک می‌کنند تا با شما ارتباط برقرار کنند، شما در دسترس‌تر (انسان) می‌شوید و این به آن‌ها اجازه می‌دهد تا با شما ارتباط برقرار کنند. به اشتراک گذاشتن داستان‌ها، ممکن است بخش مهمی از ایجاد فرهنگ یک شرکت باشد؛ پس مطمئن شویم که چه نوع فرهنگی را می‌خواهیم ایجاد کنیم و از این رو چه نوع داستان‌هایی را می‌خواهیم به اشتراک بگذاریم.

وقتی به مشکلات موجود استارت‌آپ‌ها فکر می‌کنیم، غرق در غم و اندوه می‌شویم. مهاجرت سرمایه انسانی، کندی و قطعی اینترنت، بیمه و مالیات، خلأهای سرمایه‌گذاری و مدل‌های تأمین مالی و ناکارآمدی نظام رگولاتوری همه و همه از مواردی هستند که هر روز حالمان را تلخ می‌کنند. اما اگر کمی از دورتر نگاه کنیم در طول دو دهه و پنجاه سال گذشته، فاصله تولید ناخالص داخلی سرانه کشورهای در حال توسعه و کشورهای توسعه‌یافته افزایش یافته است! و این یعنی اگر در لایه‌های عمیق‌تر، مسیرمان درست نشود، چالش‌ها و مشکلات حل نخواهد شد. آمادگی و پذیرش فناوری‌های نوظهور راهکاری است که مطرح می‌شود. استارت‌آپ‌هایی که فناوری‌های نوظهور را در آغوش می‌گیرند، امیدی هستند برای کم کردن فاصله‌ها، چه برای امروز و چه برای نسل‌های آینده! اما با توجه به مشکلات استارت‌آپ‌های مان چه باید کرد؟

مطالعه روی رهبران استارت‌آپ‌ها و حتی شرکت‌های بالغ‌تر نشان می‌دهد که ویژگی‌های امید، خوش‌بینی و تاب‌آوری تأثیر مستقیمی بر تحول‌آفرینی دارد که مستقیماً بر عملکرد شرکت اثر می‌گذارد و این سه ویژگی از رهبران سازمان یا شرکت به کارمندان منتقل می‌شوند. «غزه اسکای گیگز»، اولین شتاب‌دهنده غزه است که در سال ۲۰۱۱ تأسیس شده و از زمان آغاز به کار، تنها ۱۶ استارت‌آپ راه‌اندازی کرده! این یکی از سخت‌ترین بازارهای استارت‌آپی دنیا است و خوش‌بینی آن‌ها برای تغییر ستودنی! در شتاب‌دهنده‌شان دیواری دارند به نام دیوار آرزوها و آدم‌ها روی آن می‌نویسند که اگر نمی‌ترسیدی چه می‌کردی؟ خوش‌بینی، توانایی تفکری فراتر از جنگی به آن‌ها می‌دهد که کنترلی روی آن ندارند. آقای «مایک تاپسون»، قهرمان اسبق بوکس جهان می‌گوید: «هر کسی برای خودش برنامه دارد، تا وقتی که اولین مشت می‌خورد توی دهانش! بازیکن واقعی، از آن لحظه به بعد مشخص می‌شود!» «شیخ محمد بن راشد آل مکتوم» در کتاب خود با عنوان «اجرته‌های فکر» می‌گوید: «زندگی آسان‌تر

آخر قصه

آیا موج اول استارت‌آپی ایران به آخر قصه نزدیک می‌شود؟ (پایان زیست‌بوم)

مقاله زیر از «آرش برهمند» در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ در ماهنامه «پیوست» منتشر شد که با موضوع مروری بر یک دهه استارت‌آپی با محوریت قصه سعید رحمانی البته پیش از شکستن سکوتش به رشته تحریر درآمده بود که در اینجا بار دیگر بازنشر می‌شود.

بازخوانی و بازنشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های آرش برهمند، روزنامه‌نگار ماهنامه پیوست



استارت‌آپ، استارت‌آپ‌ویکند، سرمایه‌گذاری جسورانه، سرمایه اولیه، فرشتگان سرمایه‌گذار و بسیاری از واژگان و ادبیات این حوزه با حضور نمایشی این مرد وارد ادبیات رایج کسب‌وکار کشور شد و حالا نیز درست در میانه روزگار تاریکی که این اکوسیستم در معرض قضاوت سخت مردم و کاربران قرار گرفته او نیز دور از وطنش در حال سقوط در بعد دیگری است. داستان سعید، سرآوا و اکوسیستمی که از پی او و هم‌مسئله‌کانش ساخته شد سرانجام در یکی از بزنگاه‌های تاریخی ایران به یک بن‌بست فکری رسیده است. داستان این بن‌بست را شاید باید در سرشت این اکوسیستم و آنچه از سرآوا برایش به ارث رسید جست‌وجو کرد.

داستان پرفراز و فرود، باشکوه و سرشار از تناقض استارت‌آپی ایران در میانه زمستان سخت اینترنت کشور به پایان غم‌آلود خود نزدیک می‌شود. کتاب اول این قصه‌ها با مقدمه مردی شروع شد که این روزها در سکوت خبری مطلق در یک تبعید خاموش با بیماری مرگباری دست‌وپنجه نرم می‌کند. خبرهایی هم که از او به تهران می‌رسد مانند بسیاری از اخبار این روزها به‌هیچ‌رو امیدوارکننده نیست. سعید رحمانی خضری، مؤسس و اولین مدیرعامل سرآوا پارس، امروز در بیمارستانی در لندن مه‌گرفته کمتر از یک دهه با روزهای آفتابی که در سالن‌های شهید قندی و شهید بهشتی تهران جمعیت برایش هورا می‌کشیدند فاصله دارد.



بازی برای سرآوا موفق از آب درآمد است.

سرآوا با حمایت آشکار معاون وقت عملی و فناوری ریاست جمهوری یعنی سورنا ستاری توانست به سطح جدیدی از تاثیرگذاری اجتماعی برسد و ساختن اکوسیستم استارت‌آپی هم با همین نمونه‌های موفق شروع شد. طی کمتر از ۱۰ سال، مطابق روایت‌های رسمی سرآوا، بیش از ۳۰۰ میلیارد تومان در بازیگران مستعد این بخش سرمایه‌گذاری کرد که علاوه بر یک سرمایه‌گذاری دوباره روی دیجی‌کالا، کافه‌بازار، دیوار، الوپیک، ایوند، تخفیفان، علی‌بابا، جابینجا، اخبار رسمی و چندین استارت‌آپ گمنام‌تر یا ورشکسته را شامل می‌شد. به موازات این سرمایه‌گذاری‌ها، آواتک هم به عنوان بازوی شتاب‌دهنده سرآوا سعی کرد فرهنگ و ادبیات اکوسیستم را برای خوراک این بازی فراهم کند و این جرعه خیلی زود تبدیل به آتش بزرگی شد. از قم تا بوشهر از سیستان تا ایلام همه رویداد می‌گرفتند، حامیان صف کشیده بودند و از دبیرستان تا دانشگاه همه یا داور بودند یا مربی یا سخنران انگیزشی. نسل جوانی که ایده‌های سیاسی یا اجتماعی خود را باید لا جرم وا می‌گذاشتند یا در خارج دنبال می‌کردند پشت این فرهنگ استارت‌آپی صف کشیدند که فراتر از موفقیت تجاری و حرفه‌ای، بیشتر از قدرت و ثروت، وعده تولد نسل فن‌سالار را به جامعه می‌داد که می‌خواهند به جای ابزار صنعت با بازی فناوری آینده خود و کشورشان را بسازند؛ اما این بهار زودگذر بود.

■ **کتاب اول:** نام سعید رحمانی و سرآوا در هیچ روایت صادقانه‌ای از اکوسیستم استارت‌آپی ایران نادیده‌گرفتنی نیست. سعید سال ۱۳۹۱ رسماً به ایران برگشت. روایت رسمی خودش، این روزها که در دسترس نیست، نشان می‌دهد پیش از آمدن به ایران در IBM مدیر محصول بوده و پس از خروج از «آبی بزرگ» هم‌بنیان‌گذار و مدیر چند کمپانی نه‌چندان شناخته‌شده مانند Pathlight Tech و البته Xyratex بوده که اولی یک کمپانی شبکه و دومی یک شرکت سخت‌افزاری است. بعد از آن چهار سال و اندی در غول بین‌المللی سرمایه‌گذاری اینترنتی یعنی ناسپرز (Naspers) مشغول به کار بوده که ذاتاً برآمده از آفریقای جنوبی است. رحمانی با چنین پروفایلی زمانی به ایران آمد که در آستانه برجام، امیدها برای سرمایه‌گذاری خارجی در ایران اوج گرفته بود ولی طی فرآیندی که هرگز کاملاً بازگو نشد سعید از ناسپرز جدا شد و کمر به تأسیس صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه‌ای بست که اگر اولین VC ایرانی نبود، دست‌کم اولین با تمرکز بر سرمایه‌گذاری روی کسب‌وکارهای نو با گرایش فناوری بود. این طیف هنوز اسم نداشتند و سعید برای اولین بار به آن‌ها اسمی درخشان بخشید؛ استارت‌آپ. راهبرد، داده‌ها و رویکرد سرآوا که طیف جالبی از سرمایه‌داران سنتی ایران هم پشت سرش حضور پیدا کردند از همان اول خط‌مشی بین‌المللی به اکوسیستم استارت‌آپی ایران بخشید. سرمایه‌گذاری درخشان سعید روی دیجی‌کالا در همان سال نخست فعالیت رسمی‌اش که این سایت را از یک فروشگاه مستعد اینترنتی تبدیل به غول تجارت الکترونیکی ایران کرد نشان داد به‌رغم اشتباهات بسیار دست‌اول این

یعنی MTN یک سرمایه‌گذاری ۲۰ میلیون دلاری روی اسنپ کرده است. جزئیات این سرمایه‌گذاری هرگز اعلام نشد به ویژه که در آن بازه این اپراتور بین‌المللی درگیر خروج پول‌هایی بود که سرمایه‌گذاری مشترکش با ایرانسل در بانک‌های ایران به سبب تحریم گیر افتاده بود. این عدد آنچنان بزرگ بود که ۲۰ میلیون دلار در برابرش به شوخی شبیه بود ولی در رویکرد بعدی مدیران ایرانسل مشخص شد دیگر این اپراتور اسنپ را تک‌شاخ خود در عرصه استارت‌آپی ایران می‌داند هرچند آشکارا هنوز راهبری عملیاتی شرکت در دست محمود و ایاد است. این فصل از کتاب استارت‌آپی ایران به خودشان، کاربران و مسئولان نشان داد با اکوسیستمی با ارزش‌ها، معیارها و باورهای جهانی روبه‌رو هستند که شاید آن زمان در میانه رویای برج‌های جاذب به نظر می‌رسید ولی با فروپاشی گفت‌وگوهای ۱+۵ و ظهور ترامپ به سرعت این کیفیت به ضد خودش تبدیل شد.

■ **زندگی دوگانه یک کارآفرین:** افول اقتصادی و سیاسی دولت روحانی زمینه را برای برخورد امنیتی و عقیدتی با اکوسیستم که غربی قلمداد می‌شد به تدریج فراهم کرد. پس از آن سال دلاری سرآوا درست در اردیبهشت ۹۷، علی سمساری‌لر، که بعدها جای سعید رحمانی را گرفت، خیر از حمله شبانه به دفتر این شرکت در خیابان الوند داد. هیچ جزئیاتی از این حمله رسماً منتشر نشد و دامنه شایعات از مشکلات مالیاتی تا مصادره اسناد مالی متنوع بود. این یورش که بعدها با اشارات متعددی درباره اسناد مالی همراه شد آغاز یک پایان برای سعید رحمانی و چهره‌اش در اکوسیستم ایران بود. بعد از آن هرگز امکان یک مواجهه رسانه‌ای رسمی با فردی که هنوز خودش را رئیس هیئت‌مدیره دیجی‌کالا می‌دانست مهیا نشد و پس از چند بار دست به دست شدن کرسی‌های رسمی او سرانجام هم صندلی مدیرعاملی و هم ریاست هیات‌مدیره‌اش را رها کرد و بالاخره با خبری که اولین بار پیوست در خرداد ۹۸ منتشر کرد، مشخص شد از ایران خارج شده است. یک سال و نیم سکوت و ترک رسمی امپراتوری‌اش بدون هیچ توضیحی چنان فضای پرابهامی ایجاد کرد که بی‌اغراق حتی هنوز هم پر نشده است. تلاش‌های مقطعی گروه‌هایی مانند رهنما و فیروزه نیز که هر دو از شرکای سابق سعید رحمانی بودند برای استفاده از این فضای خالی در نهایت به شکست منجر شد. سال ۹۸ دیگر همه تعارضات یک اکوسیستم بین‌المللی که عادت داشت فقط به کاربرش پاسخگو باشد در برابر اقتصاد که می‌خواست هر کسب‌وکار بزرگی به حاکمیت جوابگو باشد به سرعت داشت بروز می‌کرد. در همان ماه خرداد به عنوان یک نمونه مشخص، اسنپ سر ماجرای پیاده کردن یک مسافر به دلیل حجابش به مسلخ آنلاین و امنیتی کشیده شد و در نهایت طی یک اعتراض مجازی پیش‌بینی می‌شود نزدیک به یک میلیون کاربر از دست داد. این پاره‌شدن میان روایت رسمی‌ای که اسنپ مجبور

■ **پاییز پدرسالار:** افول سرآوا با خبرهای پرسروصدای جذب سرمایه خارجی شروع شد. سعید که استفاده از مانورهای رسانه‌ای و جذابیت خبری را همواره بخشی از تکنیک‌های هک رشد استارت‌آپی می‌دانست زمینه‌ساز یک جریان رسانه‌ای جدید شد که هم انتقاد دیگر بازیگران را برانگیخت و هم در نهایت به نحو ویرانگری توجه امنیتی را به این مجموعه سرمایه‌گذاری جلب کرد. دردانه سرآوا یعنی دیجی‌کالا در پاییز ۹۶ در عملکرد صدروزه دولت حسن روحانی، رئیس‌جمهور وقت، اعلام کرد موفق شده است یکصد میلیون دلار سرمایه خارجی را از یک صندوق ناشناخته خارجی جذب کند. این گزارش ابهام‌های زیادی داشت ولی در نهایت اخبار این‌گونه جمع‌بندی شد که شرکت اینترنشنال اینترنت اینوستمنت کوپراتیف (IHC) مبلغ صد میلیون دلار در قالب افزایش سرمایه و در ازای ۲۱ درصد سهام به دیجی‌کالا پرداخته است. این عدد بی‌سابقه بلافاصله با خبری از سوی کافه‌بازار همراه شد که طی بازدید سورنا ستاری از مجموعه رو به گسترش هزارستان خبر داد، همان تعاونی سرمایه‌گذاری چندملیتی «اینترنشنال اینترنت اینوستمنت کوپراتیف» که ظاهراً در هلند مستقر است سهامدار جدید این هلدینگ است و این مجموعه یک سرمایه‌گذاری ۳۸ میلیون یورویی در ازای ۱۰ درصد سهام خود دریافت کرده است. داستان به همین‌جا ختم نشد و در حالی که رسانه‌ها، استارت‌آپ‌های دیگر و برخی از صندوق‌ها سرآوا را به ساختن جذابیت مالی و شرکت‌های پوشش برای رشد ارزش تک‌شاخ‌هایش متهم می‌کردند این رویه به سرعت تبدیل به یک روال در بازار استارت‌آپی ایران شد. در یک نمونه آشکار در همان پاییز ۹۶، توافقنامه‌ای بین گروه علی‌بابا و مدیرعامل همیشه جنجالی‌اش مجید حسینی‌نژاد با سرآوا امضا شد که طی آن ادعا شد شرکت سرآوا ۲۲ میلیون دلار (که آن زمان معادل ۹۰ میلیارد تومان بود!) در ازای ۲۵ درصد سهام در هلدینگ توشا که مالک اصلی علی‌باباست، سرمایه‌گذاری کرده است. بعدها روایت‌هایی به مراتب کمتر از عدد دریافت‌شده شنیده شد.

در این دوران که سرآوا با حمایت محسوس دولت وقت و در اختیار داشتن پایگاهی به نام کارخانه نوآوری آزادی در حال تحکیم خود بر صدر بازار استارت‌آپی ایران بود، تنها رقیب واقعی‌اش یعنی گروه اینترنتی ایران، خالق نام تجاری اسنپ، هم بیشتر به این بازی سرمایه‌گذاری خارجی تن در داده بود. این گروه نیز خودش مستقیماً از سوی یک گروه جهانی سرمایه‌گذاری اینترنتی یعنی «راکت اینترنت» در ایران تأسیس شده بود. «ایاد الکسار»، مدیر راکت اینترنت خاورمیانه و «محمود الفوز» که تاجری اماراتی است بنیان‌گذاران رسمی اسنپ هستند که تازه اندکی از سایه بیرون آمده‌اند و سایر چهره‌های ایرانی آن بیشتر مدیران دوره‌ای بوده‌اند. کمی بیشتر از مجموعه سرمایه‌گذاری‌های ارزی سرآوا از طریق وب‌سایت «تک‌کراچ» لو رفت که شریک خارجی ایرانسل

■ **پایان اکوسیستم:** تا اینجای کار همه فشارها برای پاک کردن سرآوا از تاریخ استارت‌آپی ایران هرچند مرگبار ولی در نهایت مؤثر نبوده است. به نظر می‌رسد بالاخره فرو رفتن کشور در وضعیت «غیرعادی» فرصت کافی برای مخالفان متعدد و قدرتمند اکوسیستمی که با الهام از سرآوا ساخته شده فراهم آورده است. واکنش واحد و مشابه رسانه‌ای این اکوسیستم به بیج‌های سیاست ایران که تاکنون بر مبنای بی‌توجهی به احساسات حاکمیت و پذیرفتن نقش بالای کاربران‌شان بوده دیگر در چنین فضایی گویا برای حاکمیت قابل‌پذیرش نیست. در نیمه پرماجرایی سال ۱۴۰۱ اتحادیه کسب‌وکارهای اینترنتی که به ابتکار رحمانی برای بازیگران استارت‌آپی راه افتاده بود ابتدا از درون پاشید و سپس توسط وزارت بازرگانی منحل و تجزیه شد. شورای رقابت سه سال بعد به صرافت افتاد ادغام تخفیفان و نت‌برگ را که امضای سعید رحمانی پایش بود باطل کند و کافه‌بازار نیز پس از مسیریاب بلد، صندوق جوانه را تعطیل کرد. در حالی که اسنپ و دیجی‌کالا به همکاری با حاکمیت از سوی شبکه‌های اجتماعی متهم می‌شدند، جمعی از نیروهای هر دو استارت‌آپ برای مدت کوتاهی دستگیر یا احضار شدند. مدیرعامل دیوار برای تحمل حبس خود فراخوانده شد؛ تاکسی‌های اینترنتی از ورود به فرودگاه‌ها و عرصه سفرهای بین‌شهری منع هستند و پیمایش مشترک جاب‌ویژن و پیوست بر تأثیر اختلال اینترنت و فیلترینگ روی مشاغل حوزه فناوری اطلاعات نشان می‌دهد برای اولین بار حوزه فناوری اطلاعات بیشترین میزان تعدیل نیروی انسانی طی سه ماه گذشته را به خود اختصاص داده است. این گزارش دردناک با تابان‌دن نور بر این حقیقت که از هر سه فرد تعدیل‌شده در سه ماه اخیر، یک نفر در حوزه فناوری اطلاعات مشغول به کار بوده و ۳۳ درصد بیکارشدگان در این حوزه کار می‌کردند نشان داد بالاخره استارت‌آپ‌های ایران به آن بن‌بست تاریخی بین کاربران و قدرت نزدیک شده‌اند. شاید آنچه بر پدر معنوی موج اولیه استارت‌آپی ایران امروز در لندن می‌گذرد نمایی تراژیک از آینده این موج باشد.

به گفتش شد و آن عذرخواهی‌ای که «ژوین علاقبد»، مدیرعامل وقت اسنپ، از کاربران در کنگره موبایل همان سال کرد اولین اعلام خطر برای اکوسیستمی با ارزش‌های دوگانه بود. در حالی که برادران مؤسس دیجی‌کالا یعنی سعید و حمید یک سال پیش از اتاق بازرگانی تهران نشان‌آمین‌الضرب گرفته بودند در سال ۹۸ از سوی تریبون صداوسیما آشکارا به احتکار و گران‌فروشی چندین هزار ماسک متهم شدند. فقط چند ماه بعد هم به صورت گسترده خبر دستگیری «عماد ادوارد شرقی»، معاون بین‌الملل سرآوا، در تمامی رسانه‌های داخلی و خارجی به خصوص رسانه‌های نزدیک به حاکمیت انتشار پیدا کرد. اخبار رسمی که با تصاویری سینمایی از دستگیری همراه بود روایت می‌کرد که آقای شرقی مسئولیت تعامل با شرکا و سرمایه‌گذاران خارجی سرآوا را بر عهده داشته و در حین فرار و خروج غیرقانونی در مرزهای غربی کشور دستگیر شده است. پیش از این عماد شرقی به اتهام جاسوسی و جمع‌آوری اطلاعات نظامی به ۱۰ سال حبس محکوم و با قرار وثیقه آزاد شده بود که قبل از برگزاری دادگاه تجدیدنظر قصد خروج از ایران را داشته است. بیانیه سرآوا در آن زمان برای تأکید بر درگیر نبودن سعید رحمانی و سرآوا هرگز به اندازه خبر اصلی دیده نشد.

■ **مرگ پایان نیست:** پایان دهه ۹۰ قرار بود زمانی باشد که در میانه روزهای داغ بورس ایران تک‌شاخ‌های استارت‌آپی بتوانند بالاخره با ورود به بدنه رسمی معاملات سهام کشور جانشینی برای سرمایه‌گذاری حذف‌شده خارجی پیدا کنند و حاکمیت هم آن‌ها را به عنوان فرزندان خلفش بپذیرد ولی گزینه سهام‌داران خارجی تقریباً همه این شاخ‌ها را یک‌جا شکست. هرچند اخبار رسمی مبنی بر آن بود که استارت‌آپ‌ها چون دارایی‌های ملموس کمی دارند درست در بورس قیمت‌گذاری نمی‌شوند، در جلساتی که پشت درهای بسته برگزار می‌شد دائماً شنیده می‌شد که بدون واگذاری سهام خارجی‌ها این بازیگران اجازه ورود به تابلوی معاملات بورس پیدا نمی‌کنند و خب در این میان نزد بسیاری متهم درجه اول سرآوا بود که دامنه بسیار گسترده‌ای از سهام را مستقیم و غیرمستقیم در اختیار داشت.

نقد سنت

جهت‌گیری زیست‌بوم فناوری ایران و چشم‌انداز آینده آن چگونه باید باشد؟



بازخوانی و بازتشر مصاحبه‌ها و یادداشت‌های رضا کلانتری‌نژاد، مدیر شتاب‌دهنده شزنان

هر حرکت رو به جلویی از نقد سنت آغاز می‌شود و عمیقاً باور دارم کسی می‌تواند رشد کند که سر در آسمان و پا در سنت داشته باشد. بنا نیست که هر بار از نو یک دست‌ساخته بشری ایجاد شود که هیچ رنگ و بویی از سنت‌ها ندارد. مگر نه اینکه سنت داشته امروز و روش تثبیت‌شده ما برای انجام کارهاست و اگر ما با یک گفتمان نقادانه به روش‌های جاری و ساری ننگریم قطعاً به توسعه دست نخواهیم یافت. روش‌های انقلابی که اغلب تمام گذشته را نفی کرده و تلاش می‌کنند تا چیزی را از صفر خلق کنند، به طور معمول دست‌یافته‌ای جز یک پدیده ناقص و ناکامل نخواهند داشت، اساساً ذهن بشری کوچک‌تر از آن است که موجودیتی بی‌نقص خلق کند؛ پس هر چه از نو ساخته شود باز هم در معرض نقد قرار خواهد داشت. تنها روش کارآمد برای بهبود پدیده‌ها در مرتبه اول، نقد هر آنچه که هست و سپس رفع نواقص آن است. در تخریب خلاق هم برخلاف نامش، چیزی به طور کامل از بین نمی‌رود و موجودیت

عمر قدیمی‌ترین دانشگاه ایران که از زمان تأسیس تاکنون، همچنان پابرجا مانده باشد، بیشتر از ۸۰ سال نیست، در حالی که در جزیره بریتانیا دانشگاهی با قدمت ۹۰۰ ساله هم وجود دارد. ماجرای دانشگاه در ایران به تصمیم امیرکبیر در تأسیس دارالفنون برمی‌گردد که مبدأ شکاف بین سنت و مدرنیته بود و این تقابل میان نوآوری و سنت هنوز هم ادامه دارد؛ اگرچه ترجیح دارم به جای «نوآوری» تعمداً واژه «بدیع» را به کار ببرم، چراکه نوآوری به خوبی معنای درست واژه غربی Innovation را نمی‌رساند! در عوض بدیع تلقی منفی‌زدایانه بدعت است، یعنی شکستن روال‌های گذشته، درست مانند تصمیم امیرکبیر که حرکتی بدیع بود و موجب شد تا پس از آن در کشور دو نهاد حوزه علمیه و دانشگاه داشته باشیم. ناگفته نماند که در طول زمان این تقابلات مانع برقراری صلحی پایدار شد و همین موجب شد که هرگز امتدادی (دانشگاه‌های مسن!) از آن‌ها پدید نیامد.

کار در تاریخ ایران یک خلاقیت است نه امرارومعاش صرفاً! از درون معنایی را با خود حمل می‌کند. با این حال، بیشتر جوانان امروزی برای خلق ارزش به زیست‌بوم نوآوری نمی‌آیند و کم‌اند کسانی که با هدف تغییر دنیا پا به این عرصه گذاشته باشند، وقتی دغدغه کسی در اندازه عوض کردن دنیا نباشد حتماً به دنبال ایده بکری هم نخواهد بود بلکه فقط به دنبال چیزی است که صرفاً خریدارانی داشته باشد. ما خواسته یا ناخواسته در فضای سرمایه‌داری نفس می‌کشیم که یکی از تبعات آن پراگماتیستی شدن است اما در ایران چیزهای دیگری این پیامد را تشدید کرده است؛ یکی اینکه مصداق انسان موفق در ایران دیگر کسی نیست که سال‌ها زحمت می‌کشد و پس از مدت‌ها تلاش وقتی که سپیدموی شده صاحب احترام می‌شود بلکه صرفاً داشتن پول و نه چگونه تلاش کردن ملاک و معیار موفقیت شده است. از طرفی جامعه ایران به دلیل فساد (اگر نگوئیم فساد ساختاری) این پیام را دریافت کرده که ایستادن برای ساختن دیگر یک ارزش نیست. سیاستمداران ما نیز دیگر از کسانی که سال‌ها تلاش کرده‌اند تا به جایی برسند تجلیل نمی‌کنند. در جوامع پراگماتیستی نتیجه‌گرایی بیداد می‌کند و جامعه ما در سال‌های اخیر به شدت به آن گرفتار شده که این پسر فنی آشکار است.

با نگاهی به مفاهیم گذشته، «منتور» امروزی همان مرشد است، یعنی کسی که چه رسیده یا نرسیده به مقصود، مسیر طریقت را طی کرده باشد و سختی‌ها را به جان خریده و دست‌کم اصولی را پذیرفته باشد. گویا ایرانی کنونی از منتور به این معنی هم تهی شده است، کسی که به جوانان این عرصه گوشزد کند که بیزینس یعنی اخلاقیات! امروزه ابزار اصلی کسب‌وکارها حقوقدان‌ها هستند ولی من بر این باورم که قراردادهای و ترم‌شیت‌ها نمی‌توانند جوامع را اداره کنند، بلکه اخلاقیات از همه چیز مهم‌تر است. من به طور معمول شاهد شکل‌گیری و فروپاشی تیم‌ها هستم حتی قبل از اینکه تبدیل به یک شرکت شوند و معتقدم ما به زودی خواهیم دید که جامعه کاری ایران دچار بحرانی می‌شود که در آن دیگر تفاهات قراردادی پاسخ‌گوی تحقق بیزینس نخواهد بود اما دست آخر همین انسداد است که موجب می‌شود مردم دوباره به ارزش‌های اخلاقی بازگردند. به نظر می‌رسد چیزی که حقیقت دارد شکست است، هر چند موجب سرخوردگی شود اما در پس هر شکستی عقلانیتی نهفته است. مکانیزم شکست و رویه‌رو شدن با واقعیت‌های غیرقابل انکار همواره موجب بازنگری می‌شود تا جایی که دیگر نتوانیم به خودمان دروغ بگوئیم. پس بالاخره در انتهای مسیر آشکار خواهد شد که مهم نیست



دیگری از نو خلق نمی‌شود بلکه در گذر زمان، تغییراتی بسیار آهسته در جریان است که پس از عبور از دوره گذار دو پارادایم کاملاً متفاوت بر جای می‌گذارد؛ از این رو، دانما باید به دنبال یافتن ناکارآمدی‌های موجود بود تا به شیوه‌ای مناسب آن‌ها را رفع کرد.

با این حال، گویا ما خسته‌تر از آنیم که سنت‌های موجود را به چالش بکشیم و کاستی‌هایش را برطرف کنیم. احوالات یک دهه پیش در حوزه کارآفرینی کشور نیز همین بوده که بیش از همه نتیجه ناآگاهی ماست. همواره برای ما پکیج‌های آماده کوتاه‌مدت جذاب‌تر بوده و ترجیح‌مان بر این شد تا مفهومی (زیست‌بوم استارت‌آپی) که سال‌ها در غرب روی آن کار شده را به یک‌باره در ایران پیاده کنیم و کمی که گذشت مدام از خودمان پرسیدیم چرا کسی این تحفه جدید را نمی‌پذیرد؟ چرا جامعه آن را پس می‌زند؟ چرا تضاد سنت و مدرنیته بروز کرده است؟ تمامی این پرسش‌ها یک پاسخ ساده داشت! وارداتی بودن! ما بی‌توجه به انگاره‌های سنتی کشورمان اغلب مفاهیم بیگانه را به آن راه دادیم و متأسفانه کمتر با صورت‌مساله ارتباط گرفتیم و بیشتر به دنبال راه‌حل بودیم. در این سال‌ها از کارآفرینان زیادی پرسیدم که به نظرشان چرا ما به نوآوری نیاز داریم؟ بسیاری قادر به پاسخ دادن نشدند چون فقط کسی می‌توانست پاسخ دهد که حقیقتاً در یک فضای واقعی نیاز به خلق چیزی بدیع را درک کرده بود. گویا هیچ‌گاه نیاز واقعی در کشور شناسایی نشده که بعدتر منجر به شناخت صورت‌مساله شده باشد تا بر مبنای آن پاسخی پیدا شود؛ اگر به گذشته چشم می‌داشتیم اکنون جای بهتری ایستاده بودیم. جامعه ایران به دلیل زیستی که در این چند دهه پشت سر گذاشته، گویا از فضای گفت‌وگویی زده شده و از فلسفیدن خسته است؛

بنابراین پراگماتیستی عمل می‌کند و بیشتر تمایل دارد که فقط مشتی تکنیک را پیاده کند. دیگر جایی برای افراد پرسشگری همچون سقراط نیست، در حالی که هم‌اکنون جامعه ایران در سطح کلان و به ویژه زیست‌بوم کارآفرینی بیش از همیشه به سقراط‌ها نیاز دارد. صرف‌نظر از ژنتیکی بودن خصیصه پرسشگری باید پذیرفت که ما این سال‌ها «پرسیدن» را در جامعه احترام نکرده‌ایم؛ بنابراین اغلب مردم ما نیز به دنبال راه‌حلند و پذیرای زرق‌وبرق و ظواهر چشم‌نوازند مانند اغلب رویدادهای رنگارنگ استارت‌آپی! و بیشتر به دنبال رفع نیازهای روزمره هستند، آن هم در زمانی کوتاه!

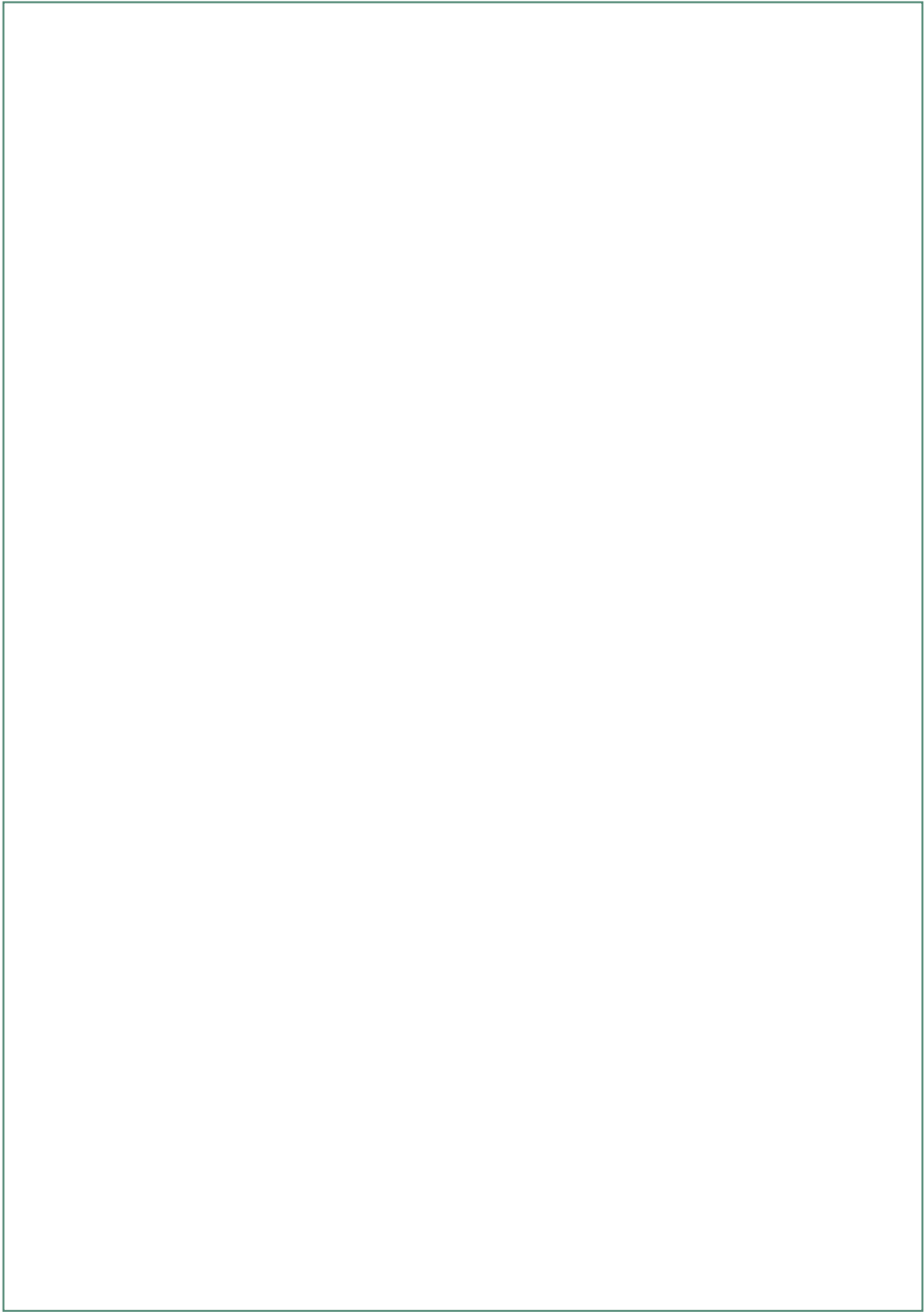
در نمونه‌ای از نبود ریشه‌های سنتی در مفاهیم وارداتی زیست‌بوم استارت‌آپی اینکه ما غالباً کارآفرینی را با اشتغال تعریف می‌کنیم، در حالی که پیشینه «کار» در تاریخ ما به‌مثابه سرمایه‌جاودانی بوده است.

که اثر بزرگ اجتماعی دارد و بدون اثرگذاری اجتماعی ابداً نوآوری نیست. این یک فرآیند است که اجزا و بازیگران متعددی دارد که باید در کنار هم کار کنند تا این فرآیند به درستی کامل شود. وقتی این فرآیند هم به دلایل درون‌زیست‌بومی و هم به دلایل کلان‌تر همچون اقتصاد کشور دیگر ساخت اقتصادی و فرهنگی کارآمد و همچنین جدابیتی ندارد، کار نمی‌کند و بهترین افراد به آن جذب نمی‌شوند. این زیست‌بوم مانند هر موجود زنده‌ای ناگزیر باید تکامل پیدا کند و تکامل آن در تطبیق با محیط اطرافش یعنی زیست‌بوم اقتصادی و اجتماعی کشور صورت می‌پذیرد که نیازمند زمان است. می‌فهمم که اکنون جوانان ناامید و حتی دلزده هستند اما پرسشی دارم، اگر آن‌ها آنچه هست را اصلاح نکنند چه کسی اصلاح کند؟ ما در عصری زندگی می‌کنیم که افراد به جوامع کمک می‌کنند. رویکرد و نحوه تفکر خود را به عنوان نسل قبلی نقد می‌کنم و این را هم باور دارم که تجربه ما از صفر طبیعتاً عاری از خطا نبوده است اما راهی جز نیست که نسل جدید پا به میدان بگذارد و آن را تصحیح کند. فقط تقاضا دارم مبادا آنچه ساخته شده را به کلی تخریب کنند تا از نو بسازند، بهتر است آنچه هست را حفظ کرده و تنها خطاها را رفع کنند. باید متعهد به تصحیح الگوهای قدیمی بوده و اگر صبور باشیم به کارآمدی می‌رسیم. چه دوست داشته باشیم یا نه جهانی شدن یک ابرتند است و هم‌ترازی برخی نیازها را با خود در پی دارد و سبک زندگی کشورهای مختلف جهان را به هم نزدیک می‌کند اما در مورد ایران مشکل اینجاست که در تعامل با جهان نوعی خودباختگی منجر به غفلت از برخی نیازهای بومی ما شده است. به طور کلی تقویت بنگاه‌های اقتصادی بادوام برای رواج نوآوری بسیار مفید است که لازمه آن به رسمیت شناختن بخش خصوصی است. استارت‌آپ و تخریب خلاق همان فناوری و بی‌زیس مدلی جدیدی است که باید به کمک آن پیش از همه نیاز درست را تشخیص داد و با فناوری جدید تحول ایجاد کرد، موج ساخت و روی آن سوار شد و بهره‌وری را بالا برد.

چقدر پول جمع می‌کنید بلکه باید به این پرسش‌ها پاسخ دهید که آیا اعتبار اجتماعی دارید؟ آیا می‌شود در جامعه‌ای که فقر بیداد می‌کند با داشتن پول احساس خوشبختی کرد؟

کشور ما در این سال‌ها در بخش‌های مختلف زیست‌بوم نوآوری از دیگر کشورهای دنیا تأثیر گرفته است. حوزه خصوصی بیشتر از غرب الگوبرداری کرد چراکه بر پایه سرمایه شخصی شکل گرفته بود و از این رو، با دنیای غرب قربت بیشتری داشت. حاکمیت اما بیش از همه به دلیل اقتصاد دولتی و نظامات حاکمیتی به الگوی سنت‌الیزم بلوک شرق متمایل شد و در بخش‌های کوچکی از حاکمیت به معنای دولت سعی شد تا نظاماتی شکل بگیرد و در آنجا بود که کمی جوشش از بوم را شاهد بودیم. اکنون در جایی ایستادیم که اگر تلاش نکنیم تا مدل جدیدی را از دل نقد سنت و الگوهای قدیمی ارائه کنیم هرگز به موفقیت‌های درخشان نخواهیم رسیدیم. اکنون کشور به این بلوغ رسیده و با مشق کردن بسیار دریافته که الگوهای قدیمی جواب نمی‌دهد و نیاز به بازآفرینی، تصحیح و تطبیق دارد و صرفاً پیاده کردن مدل‌های دیگران کار نمی‌کند. ساختار اقتصاد در ایران ماهیتی هیبرید دارد و آمارها نشان می‌دهد که در کشور ۲۵۰ هزار میلیونر وجود دارد و از طرفی همین آمارها می‌گوید که ۹۰ درصد اقتصاد کشور دولتی است این گویای یک شکاف بزرگ است که ده درصد باقی‌مانده از اقتصاد ایران در اختیار ۲۵۰ هزار میلیونر قرار داد. این شکاف عمیق قطعاً اقتضائاتی دارد و ما را به مدل خاصی نیازمند می‌کند که در چارچوب چنین فضایی کار کند. از طرفی سال‌هاست که فهرست ۱۰۰ شرکت برتر کشور تغییر چندانی نکرده است که یکی از دلایل مهم این ثبات می‌تواند بهره‌مندی آن‌ها از رانت و انحصار باشد. بدیهی است که در این مدل، ورود نوآوری نیازمند الگویی منحصربه‌فرد است و شاید فشار اقتصادی به معنای فشار ذاتی برای رقابت (همان که شومپتر می‌گوید برای گرفتن جای یکی توسط دیگری رقابت ایجاد شود) در فضای انحصار و رانت کنونی لزوماً کار نکند؛ زیرا بسیاری از فعالان اقتصادی کشور به جهت بر خورداری از امتیازات ویژه اساساً احساس رقابت ندارند! به نظرم به جای الگوبرداری غربی یا شرقی هر چه سیستم‌ها خوداتکاتر و خودگردان‌تر باشند موفق‌ترند. ایران با توجه به سنت‌های گذشته و با لحاظ کردن سوابق اجتماعی و فرهنگی باید به دنبال گسترش مالکیت فردی و افزایش رقابت بین مردم باشد که مدلی پایاتر است و از آنجایی که مانایی سیستم سنت‌الیزم به انرژی زیادی نیاز دارد؛ تکثرگرایی بهتر به نظر می‌رسد و به علاوه ما ذاتاً مردمانی رقابت‌جو هستیم.

هم کسانی که قرار است از نتایج زیست‌بوم نوآوری بهره‌مند شوند و هم جوان‌ترها که می‌خواهند به این جریان بپیوندند در دوسر یک طیف همگی به یک چیز، آن هم به برون‌داد و اثرگذاری زیست‌بوم می‌نگرند. وقتی اثرگذاری کاهش می‌یابد نه تنها دیگر برای افرادی که قصد دارند به آن بپیوندند الهام‌بخش نیست بلکه تجربیات منفی افراد درون زیست‌بوم برای دیگران دافعه ایجاد می‌کند. وقتی که از نوآوری صحبت می‌کنیم در مورد یک اختراع و ایده حرف می‌زنیم



شاید اکنون و پس از فروکش کردن هیجانات گذشته، بازخوانی تاریخ یک دهه از آنچه که بر زیست‌بوم نوآوری کشور گذشته بتواند به شناخت ماهیت حقیقی استارت‌آپ کمک کند تا در آینده سیاست‌های کلان کشور درباره آن به درستی متناسب‌سازی شود.

شماره ۱ | زمستان ۱۴۰۲

مجله