



در مسیر موفقیت

تجربه بيك ياك ناشناس بودن همیشه هم جذاب نیست!



📅 در سال ۱۳۹۳/۲/۱۴ و زمانی که گوشی‌های هوشمند بازار داغی را به خوداختصاص می‌دادند برنامه‌های گفت‌وگو-محور توانستند محبوبیت بسیاری کسب کنند. یکی از این محصولات بيك ياك (Yik Yak) بود که به کاربران اجازه می‌داد به صورت ناشناس با یکدیگر به گفت‌وگو بپردازند. این ایده درخشان توانست ۵/۷۳ میلیون دلار سرمایه جذب کند. سرمایه‌گذاران ارزش این کسب‌وکار را تا ۴۰۰ میلیون دلار تخمین زدند. بيك ياك بستری را در اختیار کاربران قرار می‌داد که تنها برمبنای نزدیک بودن فیزیکی در حالی که یکدیگر را نمی‌شناختند بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. به این ترتیب کاربرانی از مدارس و دانشگاه‌ها مشتریان پر و پا قرص بيك ياك شدند. بعضی از امکاناتی که بيك ياك در اختیار کاربران خود می‌گذاشت شامل زور زرمی شد؛

📍 **يک‌های برتر (Top Yaks)**: فهرستی از یک‌های فعال در برنامه (البته که این کاربران به صورت مخفی و با آواتار ناشناس به فعالیت می‌پرداختند فقط مکان آنها مشخص بود).

📍 **ویژگی زیرپشمی (Peek)**: امکان رصد گروه‌های دیگر مثلاً فعالیت‌های یک مدرسه یا دانشگاه در جای دیگری از کره زمین.

📍 **یاکارما (Yakarma)**: ابزاری برای سنجش موفقیت کاربران و مشارکت آنها در برنامه.

📍 **رای مثبت و منفی**: امکان رای دادن به فعالیت‌های یک‌ها که شامل گفت‌وگو و اشتراک‌گذاری تصویر بود.

البته باید دید برنامه‌ای به این محبوبیت چطور در نهایت با قیمت یک میلیون دلار در سال ۲۰۱۷ حراج شد و برای همیشه از دنیای کسب‌وکارها خداحافظی کرد. در ادامه به بعضی از این موارد اشاره شده است:

📍 **در نظر نگرفتن موضوعات امنیتی**: مهم‌ترین مشکل بيك ياك این امنیت بود. خیلی زود کاربران ناشناس به افرادی هتاک و تهدیدگر تبدیل شدند. تفاوت این کاربران ناشناس با دیگر شبکه‌های اجتماعی نزدیک بودن آنها به هم بود. کاربران بيك ياك نهایتاً چند کیلومتر با یکدیگر فاصله داشتند و تهدیدها جلوه ترسناکی به خود می‌گرفت. عکس خیلی از کاربران در بيك ياك پخش شد و پیام‌های تهدیدآمیز برای آنها ارسال گردید. با شکایت این کاربران بيك ياك مجبور شد غرامت‌های سنگین بپردازد و خیلی از امکانات آن در محیط‌های آموزشی محدود و کم‌کم از بازار حذف شد.

📍 **غفلت از رقبا**: هم‌زمان با تولد بيك ياك، شرکت‌های نوپای دیگری در این حوزه هم پا به دنیای فناوری گذاشتند. متأسفانه بيك ياك غافل از آنها به فعالیت خود ادامه داد تا جایی که اسنپ‌چت و وی‌چت توانستند گوی رقابت را بر بایند و به محصولات محبوب‌تری تبدیل شوند. بيك ياك زمانی متوجه مهاجرت کاربران به دیگر برنامه‌ها شد که دیگر دیر شده بود. چالش‌های کاربران با این محصول و اخیراً تجاوز به حریم کاربران و مشکلات به وجود آمده برای آن تقریباً فرصتی برای بيك ياك باقی نگذاشت و بنیان‌گذاران آن ابتدا ۷۰ درصد تیم خود را اخراج کردند و در نهایت چراغ این محصول خاموش شد.

📍 **خارج شدن از دنیای مد**: محصولاتی هستند که ناگهان در دنیا همه‌گیر می‌شوند و تمام کاربران از آنها استفاده می‌کنند. برنامه‌ریزی درست برای ایجاد وفاداری کاربران می‌تواند در مقابل از مد افتادن این محصولات راهکاری مناسب باشد. اما بيك ياك توانست این وفاداری را در کاربران خود ایجاد کند و پس از خروج از چرخه مد، کاربران به محصولات دیگر روی آوردند و بيك ياك از دور رقابت خارج شد. 📍



ساخت حسگر کیسه هوا در کشور با تجهیزات ساخت ایران

یک شرکت دانش بنیان که توسط دو نفر از استادان دانشگاه تهران تأسیس شده است و در زمینه میکرو الکترومکانیک و لیتوگرافی فعالیت دارد، موفق به تولید دستگاه سازنده حسگرهای ایربگ خودرو در کشور شده است. ادوات میکرو الکترومکانیک کاربردهای قابل توجهی در صنایع مختلف دارد. در این شرکت تجهیزات و دستگاه‌هایی ساخته می‌شود که به وسیله آن امکان تولید انواع حسگر خودرو از جمله سنسور ایربگ برای تولیدکننده نهایی فراهم می‌شود. / جام‌جم‌دیلی

حوزه‌های زیست‌بوم

کسب‌وکار خلاق

- بخشی از کسب‌وکارهای جدیدی که عمدتاً در صنایع خلاق، فرهنگی و خدمات مبتنی بر فضای دیجیتال فعالیت‌اند در این زیست‌بوم در حال رشد هستند. پیشران اصلی آنها کسب و کارهای نوپای خلاق هستند که ظرفیت و مزیت‌های قابل توجهی در ایجاد اشتغال جوانان تحصیلکرده و رونق اقتصادی دارند.
- حوزه‌های اصلی شکل‌دهنده صنایع خلاق به هشت گروه اصلی تقسیم می‌شوند:

بهره‌مندی خلاق‌ها بیشتر از حمایت از دانش‌بنیان‌ها



در حال حاضر سه دسته حمایت اصلی برای شرکت‌های دانش‌بنیان پس از احراز شرایط دانش‌بنیانی از سوی معاونت علمی و فناوری فراهم است:

📍 معافیت مالیاتی

📍 خدمات مالی صندوق نوآوری و شکوفایی

📍 خدمات معاونت علمی و فناوری

در حال حاضر تمام خدمات معاونت علمی و فناوری برای کسب‌وکارهای خلاق فراهم شده است که از میان آنها می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

📍 توانمندسازی شرکت‌های خلاق در حوزه‌های کسب‌وکار

📍 پیشخوان مشاوره توسعه بازار و فروش، ارزیابی و توسعه فنی محصول، بیمه، مالیات، مدیریت، حقوقی و مالکیت فکری

📍 تسهیلات تخصصی نظام وظیفه

📍 استقرار در پارک‌های علم و فناوری

📍 تسهیل استقرار در اماکن با کاربری مسکونی شهر تهران

📍 حمایت از حضور شرکت‌های خلاق در نمایشگاه‌های تخصصی و تجاری داخلی و خارجی منتخب

📍 خدمات تأمین مالی و جذب سرمایه از طریق برخی صندوق‌های توسعه فناوری

📍 توسعه صادرات محصولات خلاق

در خصوص بحث معافیت مالیاتی با توجه به ماهیت قانونی آن، هنوز امکان استفاده برای کسب‌وکارهای خلاق فراهم نشده است. اما صندوق نوآوری و شکوفایی نیز خدماتی را برای حمایت از این کسب‌وکارها فراهم کرده‌اند.

همچنین به گفته دبیر ستاد نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در حال حاضر بسیاری از



بررسی جدیدترین حمایت‌های مطرح شده در نشست «توسعه زیست‌بوم کسب‌وکارهای خلاق»

📍 این روزها وقتی با برخی کسب‌وکارهای جدید موفق روبه‌رو می‌شویم، بیشترین چیزی که تحت تأثیر قرارمان می‌دهد، فکر خلاقانه‌ای است که برای راه‌اندازی کسب‌وکار به ذهنشان رسیده است. یعنی برخلاف مجموعه‌های دانش‌بنیان که عموماً بر مبنای فناوری پیشرفته و جدید شکل گرفته‌اند، ماهیت رشد آنها را خلاقیت و نوآوری برای ارائه محصولات و خدمات جدید و مدل‌های نوین کسب‌وکار شکل داده است. در سال‌های اخیر به دلیل اهمیت شکل‌گیری و توسعه فناوری در بستر مجموعه‌های دانش‌بنیان به تدریج نهاد و سازمان‌هایی با هدف حمایت از این مجموعه‌ها در کشور شکل گرفتند؛ سازمان‌هایی مانند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، صندوق نوآوری و شکوفایی و بسیاری از پارک‌ها و صندوق‌های علم و فناوری. به مرور زمان، کسب‌وکارهای جدید و نوپایی ایجاد شده که در چارچوب‌های الزامات مجموعه‌های دانش‌بنیان قرار نداشتند، اما ظرفیت بالایی در ایجاد و رونق اشتغال کشور ایفای می‌کردند. در این زمان بود که نبود برنامه‌ای منسجم و متمرکز برای حمایت از شرکت‌های فعال در حوزه صنایع خلاق احساس شد. به دنبال این نیاز، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با تصویب برنامه‌ای با عنوان «برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق» با همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی راهکارهای سیاستی و حمایتی را در این حوزه ایجاد و تسهیل کرد. تاکنون بیش از ۶۰۰ کسب‌وکار فعال در این زیست‌بوم شناسایی شده‌اند. دوشنبه گذشته یازدهم آذر ۹۸ مسؤولان، فعالان و کارآفرینان این حوزه در محل صندوق نوآوری و شکوفایی گرد هم آمدند تا در کنار آشنایی بیشتر با خدمات و تسهیلات قابل استفاده، با شرکت‌های خصوصی ارائه‌دهنده خدمات به کسب‌وکارهای خلاق نیز آشنا شوند و در جلسات پرسش و پاسخ بتوانند دغدغه‌ها و مشکلاتشان را با مسؤولان مربوط مطرح کنند.

که مدل جدیدی برای پول درآوردن ارائه کند یعنی خلاق است و این شرکت را به عنوان یک شرکت خلاق در ستاد پذیرش می‌کنیم.»

وی همچنین در ادامه صحبت‌هایش به راه‌اندازی پلتفرم این ستاد برای ارائه خدمات تخریفی به شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق اشاره کرد و گفت: «این پلتفرم، خدمات مورد نیاز یک شرکت دانش‌بنیان یا خلاق را در بدو تأسیس تا ۵۰ درصد کاهش می‌دهد. شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق برای شروع کار خود، هزینه‌هایی دارند که ما در این پلتفرم تلاش کردیم هزینه‌ها را کاهش دهیم و راه‌اندازی کسب و کارهای این چنینی را تسهیل کنیم.»

به گفته محمدی این پلتفرم تا دو هفته آینده به صورت رسمی کار خود را آغاز می‌کند.

حوزه گیاهان دارویی نیز از جمله حوزه‌هایی است که در میان کسب‌وکارهای خلاق طبقه‌بندی می‌شود. محمد حسن عصاره، دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ضمن تأکید بر ظرفیت‌های طبیعی گسترده ایران در بخش گیاهان دارویی بیان کرد: «در سال ۱۳۸۲ نزدیک به ۱۳۴ فرآورده مبتنی بر گیاهان دارویی در کشور وجود داشت و اکنون این آمار به ۲۷۰ فرآورده طبیعی و نیز فرآورده طب سنتی رسیده است. در تلاشیم تا سال ۱۴۰۴ صادرات چشمگیری در حوزه گیاهان دارویی و طب سنتی داشته باشیم.»

📍 از حمایت‌های صندوق نوآوری و شکوفایی غافل نشوید!

صندوق نوآوری و شکوفایی از سال ۹۱ با هدف توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در کشور با بودجه اولیه ۳۰۰۰ میلیارد تومان از محل صندوق توسعه ملی فعالیت خود را برای حمایت و ارائه تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان آغاز کرد. شرح خدمات قابل ارائه از سوی صندوق نوآوری و شکوفایی به شرکت‌های دانش‌بنیان در گزارش‌های مفصلی در همین صفحه در ۲۳ اردیبهشت و ۳۱ شهریور ۹۸ و وبگاه jamejamdaily.ir در دسترس است.

مطابق آیین‌نامه مصوب صندوق، امکان حمایت مستقیم از مجموعه‌های غیردانش‌بنیان برای این نهاد حمایتی فراهم نیست، اما با تمهیدات ایجاد شده بخشی از این حمایت‌ها برای توسعه کسب‌وکارهای خلاق نیز قابل بهره‌برداری خواهند بود.

هدف از پیاده‌سازی برنامه توسعه «زیست‌بوم کسب‌وکارهای خلاق» حمایت از شخصیت‌های حقوقی فعال در این حوزه‌هاست که پیش از این مورد حمایت قرار نمی‌گرفتند. به گفته سید محمدحسین سجادی نیری، دبیر «ستاد نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری» تفاوتی که در نحوه شناسایی و پذیرش این کسب و کارها با کسب‌وکارهای دانش‌بنیان وجود دارد این است که تمام مبادی قابل استناد کشور می‌توانند در روند ارزشیابی اثرگذار باشند. به عنوان مثال ارزیابی شتاب‌دهنده‌های خصوصی، صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر مورد تأیید، جشنواره‌هایی که بیش از سه دوره سابقه برگزاری دارند، برخی از نهادهای تسهیل‌گرو همچنین برخی از پارک‌های علم و فناوری نیز می‌توانند کسب‌وکارهای حوزه خلاق را ارزیابی و در صورت داشتن ویژگی‌های مورد انتظار تأیید کرده و آنها را به کارگروه زیست‌بوم کسب‌وکارهای خلاق معرفی کنند.

همچنین چهار ستاد گیاهان دارویی، اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی، فرهنگ‌سازی و توسعه فناوری‌های نرم مبادی در نظر گرفته شده در ساختار معاونت علمی و فناوری هستند. سجادی با تأکید بر این که مبادی معرفی کسب‌وکارهای خلاق نباید به گلوگاه‌های معرفی تبدیل شوند، افزود: «در صورتی که شرکتی نتواند از طریق بیش از ۶۰ مبدأ در نظر گرفته شده در سطح کشور موفق به اخذ گواهینامه شود، می‌تواند به صورت مستقیم در سامانه توسعه زیست‌بوم کسب و کارهای خلاق به نشانی ircreative.isti.ir درخواست خود را ثبت و پس از بررسی و تأیید دبیرخانه از خدمات در نظر گرفته شده استفاده کند.

📍 تسهیل فضای کسب‌وکارهای جدید با کمک ستادهای توسعه فناوری

مهدی محمدی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری که یکی از سخنرانان پنل معاونت علمی و فناوری در این نشست بود با اشاره به این که همه شرکت‌هایی که مولفه‌های نوآورانه‌ای در مدل کسب‌وکار خود ارائه می‌کنند جزو شرکت‌های خلاق محسوب می‌شوند، درخصوص روند پذیرش خلاق بودن شرکت‌ها در ستاد ش توضیح داد: «هر شرکتی



عسل اخویان طهرانی

دانش