

از شیر ایده تا جان کسب و کار!

الکام استارز یا همان بخش شرکت نوپا، از یک سالن کوچک در چهار سال پیش حالا به ستاره نمایشگاه با هفت سالن و ۲۲۸ شرکت نوپا تبدیل شده است. این قسمت آن قدر هیجان و طرفدار دارد که بسیاری از بازدیدکنندگان در اصل به هدف دیدن آن به الکامپ می‌آیند.

نخستین چیزی که با گشت در میان این دنیای نو به چشم می‌آید، تنوع کم‌نظیر ایده‌ها بود. عبارت مشهور «There's an app for that!» را شنیده‌اید؟ در الکام استارز آن را می‌توان برای شرکت‌های نوپا به کار برد. اینجا تقریباً در هر زمینه‌ای که فکرش را بکنید می‌توانستید شرکت نوپا ببینید؛ از مدیریت هوشمند ناوگان حمل و نقل تا کیف پول دیجیتال و تبلیغات اینستاگرامی تا نوبت‌دهی پزشک و دکوراسیون داخلی. این شرکت‌های نوپا آن قدر متنوع و متعدد بودند که اگر می‌خواستید از هر کدام یک توضیح خیلی کوتاه هم بشنوید، احتمالاً دیگر وقتی برای هیچ سالن دیگری نمی‌ماند.

اما با وجود رشد هیجان‌انگیز، دو نکته منفی هنوز گریبانگیر الکام استارز و شرکت‌هایش است. اول، توجه نکردن به نیازهای بازار و مشتریان که باعث بروز جمع زیادی از نوپاها می‌شود که با راحل دنبال مشکل می‌گردند. دوم، بازگشت شرکت‌های نوپا برای چند سال پیاپی! باید پرسید چرا شرکتی بعد از دو یا سه سال هنوز در حد یک میز کوچک الکام استارز باقی مانده است و چرا فضا به شرکت‌های جدیدتر داده نمی‌شود؟

علاوه بر این جمع عظیم، امسال دو بخش ویژه در الکام استارز وجود دارد: اول، بخشی به نام «توان‌تک» برای فعالان حوزه توان‌بخشی. امیر نظامی، رئیس سازمان فناوری اطلاعات مسائل این حوزه را فراتر از بحث معاونان می‌بیند: «توان‌تک یک بخش ویژه است، از این بابت که ما فکر نکنیم فقط مسأله معلولان و توان‌خواهان است. به احتمال ۷۰ درصد، من و شما روزی به نیازهای خاصی احتیاج پیدا می‌کنیم که آنها همان نیازهای حوزه معلولان است. به همین دلیل هم مسأله مهم است.» بر این اساس، توان‌تک با حضور حدود ۴۰ شرکت نوپا در الکام استارز امسال راه‌اندازی شده بود. البته برخی نوپاهای این بخش، صرفاً عملکردی در حد دسترسی‌پذیری (Accessibility) در خدماتشان داشتند، اما در هر حال توجه به

این موضوع و تمرکز روی آن را باید امر مهم و قابل تقدیری دانست.

بخش دیگر قابل توجه، «تینوتک» نام داشت که محصول برنامه‌های کارآفرینی در مدارس بود. سازمان فناوری اطلاعات با تمرکز بر مدارس دولتی، از سال قبل رویدادهای آموزش کارآفرینی با حضور ۸۰ تا ۱۰۰ دانش‌آموز در هر رویداد برگزار کرده بود که از میانشان، ده تیم برای ارائه مدل کسب‌وکارشان به الکامپ آمده بودند. به عنوان یک بازدیدکننده که با تعدادی از این تیم‌ها صحبت کردم و ایده‌هایشان را شنیدم، باید بگویم این طرح در حالت کلی هنوز کمی خام است و نیاز به پردازش و پختگی بیشتری دارد، اما یکی دو تا از ایده‌ها آن قدر جالب و دارای ظرفیت بود که با خودم فکر کردم، چرا در میان این همه شرکت نوپا، کسی این فکر به ذهنش نرسیده است!

از داده‌های هوشمند تا زنجیره‌های بلوکی

الکامپ ۲۵ شاهد افزوده شدن بخش جدیدی به نام «الکام‌ترندز» یا زمینه‌های پیشرو بود. در نگاه اول شاید توجه وجود این بخش در کنار الکام استارز و شرکت‌های نوپایی که در زمینه‌های پیشرو فعالیت می‌کنند، کمی مبهم به نظر برسد که ابهام درستی است. با بازدید از سالن الکام ترندز، این تفاوت کمی واضح می‌شود: اینجا زمینه فعالیت حرف اول را می‌زند و شرکت‌های حاضر هم از قواره‌های شرکت‌های نوپای کوچک استارز بزرگ‌تر و قوی‌ترند.

در ترندز دو زمینه حرف اول را می‌زد: هوش مصنوعی و بلاکچین. شرکت‌های متعددی در بحث هوش مصنوعی و هوشمندسازی وارد شده‌اند که به نظر می‌رسید هدف‌گیری اصلی‌شان هم کسب‌وکارها و داده‌های

آنهاست (B2B). بلاکچین هم که در یکی دو سال اخیر عملاً مُد شده و از دید شرکت‌ها تقریباً هر چیزی را می‌توان بر بستر بلاکچین هم پیاده کرد! حتی اگر دقیقاً ایده‌ای نداشته باشید چگونه!

بلاکچین اغلب با موضوع رمزارزها (بیت‌کوین و...) همراه است که در نمایشگاه امسال هم شرکت‌های مختلفی با هدف ارائه کیف پول رمزارز یا سامانه معامله آن حضور یافته بودند. با صحبت با این شرکت‌ها، یک مسأله بسیار مهم خودش را نشان می‌داد: در حال حاضر بستر فنی برای ورود رمزارزها به حیطه عمومی آماده است، اما هنوز قانونی برای آن تصویب نشده و مسائل قانونی جای بحث است. حالا باید دید آیا شرکت‌ها منتظر قانون می‌مانند یا مانند برخی، استارت خدماتشان را زودتر می‌زنند!

از ارائه تا بیزینس

الکام‌تاکر و الکام‌پیچ پارسل در بطن الکامپ استارز متولد شدند و امسال سال دومی بود که به‌عنوان جزئی از نمایشگاه به کارشان ادامه

می‌دادند. الکام‌تاکر، چیزی شبیه سخنرانی‌های TED است که در چند سالن و در موضوعات مختلف برگزار می‌شد، به این صورت که در قسمتی از سالن، سن و صندلی‌ها آماده شده بود تا بازدیدکنندگان به شنیدن ایده‌ها و سخنرانی‌ها بنشینند.

الکام‌پیچ (Pitch) در ظاهر برگزاری شبیه همان تاکر بود، با این تفاوت که اینجا کارآفرینان یک مدل کسب‌وکار را به گروهی از داوران/سرمایه‌گذاران ارائه می‌کردند و آنها با بررسی و بحث روی آن تصمیم می‌گرفتند که آیا این ایده ارزش سرمایه‌گذاری و پیاده‌سازی دارد یا خیر.

الکام‌تاکر و پیچ با تمام مزایایشان، یک ایراد بزرگ داشتند؛ ایرادی که نه به محتوا، بلکه به نحوه برگزاری‌شان بازمی‌گشت. این رویدادها تقریباً هیچ‌گونه اطلاع‌رسانی‌ای نداشتند! نه برنامه‌ای برای مشخص کردن زمان‌بندی، نه فهرست ارائه‌کنندگان و موضوعات و نه حتی سالن‌های برگزاری! در مورد الکام‌پیچ که قضیه بدتر بود، زیرا فقط در یک سالن برگزار می‌شد و با ظاهر متفاوت، اما تحت نام الکام‌تاکر! معلوم نبود بازدیدکنندگان از کجا باید متوجه برگزاری آن شوند یا اصلاً پیچ دقیقاً چیست و آیا برای یک بازدیدکننده معمولی مفید است یا خیر!

از آوردگاه بازی‌ها تا ویرین شغل‌ها

امسال بخش جدیدی با عنوان «الکام‌جایز» در مجموعه الکامپ برگزار شد که یک هدف اساسی را دنبال می‌کرد: اتصال و ارتباط نیروهای متخصص به شرکت‌های فناوری اطلاعات، یعنی عملاً یک بستر اشتغال در داخل الکامپ.

این که چرا این بخش همراه بخش الکام‌گیمز، یعنی شرکت‌های فعال در زمینه بازی در یک سالن جای داده شده بودند، مشخص نبود، ولی به هر حال طبق بازخوردی که از مسؤوولان غرفه‌های قسمت الکام‌جایز داشتیم، به نظر می‌رسید الکام‌جایز به‌عنوان سال اول بازدهی قابل قبولی داشته است. مسؤوول غرفه می‌صفا که در زمینه آموزش برنامه‌نویسان و کارایی برای آنها فعال است در این باره گفت: «در نمایشگاه امسال افراد زیادی به غرفه ما مراجعه داشتند که اطلاعات کسب کنند و با دوره‌های ما آشنا شوند. در کل از شرایط امسال راضی هستیم.»

در الکام‌گیمز امسال، بازی‌های آنلاین و به‌خصوص استریم این بازی‌ها موضوع پررنگ و محبوبی بود و شرکت‌های حاضر هم در جذاب‌تر کردن غرفه‌هایشان سنگ تمام گذاشته بودند، ولی با وجود جذابیت بالای بازی‌های رایانه‌ای و ظرفیت آن برای جذب مخاطبان، عجیب است که این قسمت، یعنی الکام‌گیمز هنوز نتوانسته جایگاه محکمی در این نمایشگاه پیدا کند و بیشتر شبیه یک بخش جانبی است تا یکی از زیرمجموعه‌های مهم و اساسی. باید دید در ادامه آیا تغییراتی در نحوه برگزاری آن رخ خواهد داد یا با همین ساختار نه چندان موفق ادامه می‌یابد.

کوزه‌گران کوزه‌شکسته!

چرا خود الکامپ از فناوری شرکت‌های حاضر در آن استفاده نمی‌کند؟ چرا هنوز دم در این نمایشگاه باید بلیت کاغذی فروخته شود و بازدیدکنندگان در گرما معطل ورود دستی اطلاعاتشان بشوند؟ چرا الکامپ پس از این همه سال، هنوز یک اپ تلفن همراه مناسب برای راهنمایی بازدیدکنندگان به غرفه‌ها و ارائه اطلاعات ندارد؟ چرا هنوز بازدیدکنندگان باید پرسنل پرسن به دنبال سالن و غرفه یک شرکت باشند؟ یا چرا برگزار کنندگان الکامپ با این مجمع‌الجزایر گسترده (از استارز تا جایز) هنوز نمی‌توانند حداقل تابلوهای متفاوت برای سالن‌ها طراحی کنند که قبل از ورود متوجه شوید این سالن مربوط به کدام بخش است؟ اینها و مشابه‌شان، سؤالاتی است که هر سال هنگام بازدید الکامپ در ذهنم شکل می‌گیرد و البته هنوز پاسخ درستی برای هیچ‌کدامشان پیدا نکردم!



فرم‌بین



اگر مطالب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۷۱۵۵ را به شماره ۳۰۰۱۱۲۲۶ پیامک کنید

