

## یک نسخه برای دو نسل



صفیه رضایی  
روزنامه‌نگار

همیشه گفته می‌شود کسب‌وکارهای فناوری یا نوآور با کسب‌وکارهای سنتی تفاوت‌های بسیاری از لحاظ چیدمان ایده‌ها یا روش و سازوکار خود دارند. این نکته صحیح است. حتی شاید همین عامل باعث شده همگان از فاصله بین این دو سخن بگویند. شاید

هم شایسته باشد که کسب‌وکارهای سنتی حق آب و گل در حرفه خود قائل شوند و از اینکه پیشه آنها قرار باشد به شکل دیگری درآید احساس ناراحتی کنند اما واقعیت این است که یکسانی بین کسب‌وکارهای جدید و قدیمی وجود دارد که گاهی از آنها غفلت می‌شود. به عبارتی، همواره کسب‌وکارها در بستری از اجتماع و فرهنگی شکل می‌گیرند و به طور قطع همگی از آن بستر تغذیه می‌شوند.

از این رو، فرقی نمی‌کند که پیشه نو باشند یا قدیمی بلکه دچار همان چالش‌هایی می‌شوند که قدیمی‌ها یا آن دست و پنجه نرم کرده‌اند و گاهی لازم است برای حل این چالش‌ها نوعی ارتباط بین‌بخش قدیمی و جدید باشد. به عنوان نمونه، نظریه نبود همکاری بین ایرانیان از گذشته و اینکه ایرانی‌ها دوست دارند فردی کار کنند از جمله چالش‌های تاریخی است که بر بستر کسب‌وکار ریشه دوانده است.

هر چند عده‌ای تلاش کرده‌اند بگویند این نظریه اشتباه است و اصل همکاری از قدیم با کمک‌رسانی و فعالیت‌های جمعی و روستایی بسیار بوده اما باید گفت آنچه بین ایرانی‌ها بوده همکاری نه، بلکه همدلی بوده است.

حال همین تناقض آشکار را در میان تمامی کسب‌وکارهای نو یا قدیمی جست‌وجو کنیم. می‌بینیم که در هر قسمت به نوعی این فردگرایی ریشه دوانده و دست آخر بهانه شکست کسب‌وکارهای نو همان است که در قدیمی‌ها دیده می‌شد.

می‌توان نتیجه گرفت که نخست، برای کسب‌وکارهای فناوری همان نسخه را می‌توان پیچید که برای قدیمی‌ها وجود دارد. دوم اینکه کسب‌وکارها عوض نشده بلکه از شکلی به شکل دیگر درآمده است. اتفاقاً اگر این کسب‌وکارها با زمان پیش نروند درگیر مسائل پیچیده‌تری می‌شوند که قدیمی‌ها نداشته‌اند. دیگر اینکه استفاده از فناوری‌های نوین یا کسب‌وکارهای نو همواره پاسخگوی نیاز بشر نیست. انتخابات الکترونیکی را ببینید. در هیچ کشوری این نوع انتخابات سراسری نشده یا در کنار آن صندوق رای قدیمی هم وجود دارد. هدف از بازگویی این موضوعات این است که از اساس سرچشمه فرهنگی و اجتماعی تعیین‌کننده نوع و سازوکار کسب‌وکارهای نوین می‌شود. از این رو، نه سنتی‌ها باید از جدیدها بترسند زیرا جامعه به آنها نیاز دارد نه جدیدها مغرور شوند زیرا درگیر همان تناقض‌هایی می‌شوند که روزی قدیمی‌ها شده‌اند.

## خبر

## ساخت دستگاه ماساژر ویژه بیمار ان هموفیلی در کشور

یک پژوهشگر ایرانی موفق به طراحی و ساخت ماساژور درمان‌کننده خونریزی‌ها و تورم‌های درون مفصلی ویژه بیماران هموفیلی شد. مسعود مکوندی، دانش‌آموخته رشته مهندسی پزشکی و مجری طرح «ماساژور درمان‌کننده خونریزی‌ها و تورم‌های درون مفصلی مخصوص بیماران هموفیلی» است. وی گفته است درمان این بیماری نیز مهم است زیرا این اتفاق بیشتر در رده سنی اطفال رخ می‌دهد آن‌طور که ایسنا نوشت است، مکوندی با تاکید بر اینکه بر همین اساس دستگاهی با عنوان ماساژور درمان‌کننده خونریزی‌ها و تورم‌های درون مفصلی طراحی کرده‌ایم، می‌افزاید: این دستگاه جزو دستگاه‌های فیزیوتراپی به شمار می‌رود و جایگزینی ندارد؛ در واقع همچنان از روش سنتی برای این بیماران استفاده می‌شود. در این ماساژور آیتم‌های سردکننده و گرم‌کننده تعبیه شده که می‌تواند جایگزین مناسبی برای کیسه‌های آب گرم و سرد شود.

از این‌رو، این دستگاه نیز می‌تواند به عنوان فیزیوتراپی ورزش نیز مورد استفاده قرار بگیرد. مکوندی با اشاره به وضعیت کنونی طرح عنوان کرد: پس از دو سال پژوهش‌های اولیه و یکسال شروع ساخت دستگاه در مرکز تحقیقات پارک علم و فناوری استان خوزستان در حال اتمام ساخت نمونه نیمه‌صنعتی دستگاه هستیم و امیدواریم تا بعد از دریافت مجوزهای لازم و جذب سرمایه‌گذار این محصول را روانه بازار کنیم تا باعث تسکین بیشتر درد بیماران شود. مکوندی با بیان اینکه استفاده از این محصول از صرفه‌جویی اقتصادی بسیاری برخوردار است، تاکید کرد: این دستگاه چه در بازار داخلی و چه خارجی نوآوری بوده و نمونه مشابه ندارد. ماساژور از لحاظ عملکردی جایگزین روش‌های سنتی شده که استفاده از آنها باعث می‌شود کودکانی که دچار خونریزی‌های مفصلی هستند از آسیب‌های جدی مثل کج شدن یا قطعی پای آنها جلوگیری شود.

## فناوری‌های نوین و صنایع



عکس: گسترش صنعت

کسب‌وکارهای نوین همواره درگیر رشد سریع هستند و این عامل باعث می‌شود شکاف فرهنگی آنها با قدیمی‌های کسب‌وکار بیشتر شود.

## گروه صنعت

s.industrial@sanatnewspaper.com

از دلایل شکست کسب‌وکارهای نوین می‌توان به نبود بازار و مشتری، نبود سرمایه‌گذار، اختلاف‌نظر بین اعضای استارت‌آپ و سازوکار فرهنگی نامناسب اشاره کرد.

۹۰ درصد کسب‌وکارهای نو و فناوری یا همان استارت‌آپ‌ها در میانه کار با شکست روبه‌رو می‌شوند. همچنین این کسب‌وکارهای نو با حمایت و سرمایه‌نیاز دارند و البته در کشور ما بسترهای قانونی که دیگر کسب‌وکارها نیز به آن نیاز دارند هم باید برای‌شان فراهم شود. با خواندن این نکات درمی‌یابیم که ادبیات کلیشه‌ای مدت‌هاست بر سر این کسب‌وکارها سایه افکنده است. از این‌رو، کمتر می‌توانند بر صنعت تاثیرگذار باشند یا از سوی جامعه صنعتی و تولیدی کشور کمتر مورد پذیرش قرار می‌گیرند. اما ممکن است سوال کنید که چرا کسب‌وکارهای نو در میانه راه شکست می‌خورند و فقط کمی از آنها به موفقیت می‌رسند؟ اصلاً چرا در تامین مالی دچار مشکل می‌شوند و سولاتی در این راستا که آن زمان دیگر هر نوع ادبیات فناورانه‌ای برای شما کلیشه‌ای و تکراری به شمار نمی‌آید. در تشریح این موضوع چند اشتباه استارت‌آپی را با هم مرور می‌کنیم؛ یکی از ابتدایی‌ترین اشتباه‌هایی که ممکن است هرکسی در راه‌اندازی استارت‌آپ خود مرتکب شود، جست‌وجو برای جذب سرمایه‌گذار در ابتدای امر است. زمانی که شما فقط ایده‌ای خام در ذهن دارید، جست‌وجو برای جذب سرمایه‌گذار فقط می‌تواند اوضاع را پیچیده‌تر کند. نخستین کاری که یک استارت‌آپ باید بکند، راه‌اندازی نسخه اولیه کسب‌وکار خود است تا بتواند مشتریان اولیه‌اش را

جذب کند. دوم اینکه چرخ یک بنگاه کسب‌وکار یا پول می‌چرخد. هر چند ممکن است انگیزاننده‌های دیگری هم وجود داشته باشد ولی اگر پول وارد سیستم نشود به تدریج دیگر انگیزاننده‌ها نیز از یاد می‌روند، چراکه همه اعضای گروه برای گذران زندگی روزمره خود نیازمند درآمد هستند. سوم اینکه مربی خوب اهمیت بسیار ویژه‌ای در رشد و موفقیت یک استارت‌آپ دارد. هر بنیان‌گذاری افرادی را در داستان‌ها و فیلم‌ها دارد که از آنها الهام بگیرد ولی کمتر صاحب استارت‌آپی یافت می‌شود که مربی صحیحی برای خود داشته باشد و به حرف او گوش فرا دهد. این همان مسئله استاد و شاگردی است که در فرهنگ سنتی‌مان نیز داشته‌ایم. باید مدتی شاگردی کنید تا به یک استادکار ماهر تبدیل شوید. بسیاری از استارت‌آپ‌های موفق را افرادی ساخته‌اند که در شرکت‌های دولتی و خصوصی مشغول بودند و با دیدن مشکلی خاص، به فکر یافتن راه‌حل برای آن افتاده‌اند.

در میان این نکات مهم مطرح شده می‌توان گفت بی‌توجهی به بازار و نداشتن انگیزه برای جذب مشتری می‌تواند اصلی‌ترین خطای کسب‌وکارهای نوین باشد. این عامل درد مشترک کسب‌وکارهای نو و قدیمی است. حتی در میان تولیدکنندگان صنعتی نیز آنجا که به نظر مشتری یا بازار توجه نشود چشم اسفندبار نمایان می‌شود که نقطه شکست آنها تلقی می‌شود. در این میان آن تعداد از کسب‌وکارهایی می‌توانند پویا باشند که ارتباط دقیق‌تری با بخش تولید و صنعت برقرار کنند. حتی از تجربه‌های آنها در رشد و توسعه خود استفاده کنند. عیقلی حسنی‌اعظمی، از مدیران پیشکسوت صنعتی کشورمان در این زمینه به گسترش صنعت گفت: انتقال تجربه افراد خبره و کهنه‌کار به قشر جوان می‌تواند بسیار مفید باشد. با این حال، این انتقال

تجربه به طریق مجازی نمی‌تواند باشد بلکه جوانان یا استارت‌آپ‌ها باید با پیشکسوتان و چهره‌های ماندگار سنتی رودررو ملاقات کنند تا جوانان بفهمند چه چیز می‌تواند در روند کار به نفع آنها تمام شود. تجربه ۴۰ یا ۵۰ سال گذشته به یقین می‌تواند جوابگوی کار امروز نیز باشد. تجربه‌ای که در هیچ سایت یا کتابی دیده نمی‌شود و تنها در نشست و برخاست نسل امروز با نسل دیروز انتقال پیدا می‌کند.

## مشکلات قدیمی دامنگیر کسب‌وکارهای نو

البته این تمام ماجرا نیست؛ بخشی از مشکلات کسب‌وکارهای نوین در ارتباط با تولید و توسعه محصول و نبود زیرساخت فرهنگ تولیدی است. واضح‌تر بگوییم، کسب‌وکارهای نوین همواره درگیر رشد سریع هستند و این عامل باعث می‌شود شکاف فرهنگی آنها با قدیمی‌های کسب‌وکار بیشتر شود. حتی نوسان‌های انگیزه و روحیه در بین کارمندان کسب‌وکارهای نو بیشتر است. این افراد آن قدر مشغول طراحی استراتژی برای رشد بیشتر می‌شوند که از اهمیت ساختن زیرساخت‌های اخلاقی و فرهنگی غافل می‌شوند. به همین دلیل در سال‌های سوم و چهارم (یعنی زمانی که مشکلات به سراغ استارت‌آپ می‌آید)، آنها زیرساخت لازم از لحاظ انرژي و روحیه برای مبارزه ندارند. این خطر در بین صنایع یا تولیدکنندگان سنتی کمتر دیده می‌شود. نکته دیگر اینکه ایده خوب برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار مناسب و موفق، بسیار مهم به‌شمار می‌رود، اما مهم‌تر از ایده اجرای مناسب آن است، چراکه بسیاری از استارت‌آپ‌های حتی درجه یک به دلیل اجرای نادرست، تنها طعم تلخ شکست را چشیده‌اند. اگر به این عامل نیاز صنعتی و تولیدی کشور و بی‌توجهی را نیز اضافه کنیم معادله شکست کسب‌وکارهای نوین حل می‌شود. در نتیجه باید

## فرصت‌های نمایشگاه فناوری و نوآوری برای استارت‌آپ‌ها

لازم را در فرآیند ایده تا عمل و کارآفرینی کسب کنند. هزاه توضیح داد: در این رویداد بیش از ۳۰ نفر از علاقه‌مندان صاحب ایده که پیش از این ثبت‌نام کرده‌اند در فضایی اختصاصی مستقر می‌شوند و می‌توانند با اشتراک‌گذاری ایده‌های خود مهارت‌های کارآفرینی را بیاموزند و به پیشبرد و اجرایی شدن ایده‌های هم کمک کنند. به گفته وی، در این رویداد استادان و مربیان هم برای مشاوره و آموزش دادن حضور دارند و در نهایت ۳ گروه برتر ارزیابی، شناسایی و معرفی خواهند شد. مدیر مرکز رشد فناوری در ادامه به تشریح دو پابوی اختصاصی پرداخت و گفت: «پابوی شتاب‌دهنده‌ها» و «پابوی استارت‌آپ‌ها» هم در جریان نمایشگاه مستقر می‌شوند و می‌توانند در طول ۴۴ روز نمایشگاه خود را به شرکت‌کنندگان و سرمایه‌گذاران معرفی کنند. هزاه توضیح کرد: در بخش شتاب‌دهنده‌ها ۱۰ شتاب‌دهنده فعال و موفق کشور در کنار یکدیگر معرفی می‌شوند تا صاحبان ایده بتوانند خدمات و حمایت‌های آنها را مقایسه کرده و در آینده استارت‌آپ‌های خود را به کمک یکی از آنها آغاز کنند، همچنین بیش از ۴۰ استارت‌آپ که اغلب ایده‌های‌شان به مرحله اجرایی رسیده در پابوی اختصاصی استارت‌آپ‌ها حضور دارند تا ضمن معرفی خود به جامعه هدف، بتوانند از جلسات مشاوره‌ای بهره‌مند شوند.

## تولید سوسیس گیاهی به کوشش پژوهشگران کشور

افزایش قیمت انواع گوشت به‌ویژه گوشت قرمز مردم را به مصرف فرآورده‌های گوشتی سوق می‌دهد. سوسیس یکی از محصولات گوشتی فرآوری شده است که تمامی فرهنگ‌های مختلف در دنیا آن را پذیرفته‌اند. سوسیس به دلیل داشتن تنوع در انواع و طعم‌های مختلف که متناسب با همه سلیقه‌هاست، همچنین انعطاف‌پذیر بودن فرآیند تولید و قیمت قابل رقابت با سایر محصولات گوشتی، مواد اولیه ارزان، طرفداران زیادی دارد. از سوی دیگر، به دلیل زمان کوتاه آماده‌سازی که موجب صرفه‌جویی در وقت مصرف‌کننده می‌شود از محبوبیت بالایی در بین مصرف‌کنندگان برخوردار است. در سال‌های اخیر تغییرات اساسی در آگاهی‌ها و عادات‌های تغذیه‌ای در مصرف‌کنندگان روی داده است. به گزارش گسترش صنعت، همان‌طور که مصرف‌کنندگان بیشتر به سلامتی توجه می‌کنند توجه تولیدکنندگان نیز به سمت تولید مواد غذایی با چربی، نمک، کلسترول و محتوای کالری کمتر متمرکز شده است. محصولات سوسیس و کالباس از جمله ترکیبات غذایی هستند که به میزان زیادی در غذاهای فوری و آماده مصرف که به شدت نسل جوان و نوجوان را به خود جلب کرده است، استفاده می‌شوند و متأسفانه ترکیبات غذایی ارزشمندی را شامل نبوده و علاوه‌بر اینها دارای میزان چربی اشباع بالایی است که موجب ابتلای

افراد در سنین پایین به دیابت و بیماری‌های قلبی و عروقی می‌شود. در این راستا، استراتژی‌های ممکن در گسترش تولید محصولات گوشتی مورد بررسی قرار گرفته که یکی از مهم‌ترین آنها تهیه فرمولاسیونی برای غذاست که میزان ترکیبات ناسالم و مضر برای انسان از جمله چربی و بافت‌های پرچرب را کاهش داده و آنها را با ترکیبات سالم و ایمن که می‌توانند از ابتلا به بیماری‌ها جلوگیری کنند جایگزین کنند. در همین زمینه مخترعان ایرانی در صدد برآمدند تا سوسیس و کالباس را با مواد اولیه‌ای تولید کنند که سالم باشد و افراد بدون نگرانی، در همه سنین بتوانند آن را مصرف کنند. این سوسیس و کالباس با میزان گوشت و چربی کمتر و با استفاده از خمیر کجنج و گردو به تولید رسیده است. همچنین در این سوسیس و کالباس از آرد لیه هندی و آرد ذرت استفاده شده که می‌تواند یک محصول گوشتی جدید با ارزش غذایی بالاتر و سالم‌تر نسبت به محصولات رایج در بازار مصرف را ارائه کند. در این محصول جدید بهبود ویژگی‌های بافت پایدار، حفظ آب و چربی در اوسلیسون گوشتی، بهبود پروفیل اسیدهای چرب و اسید آمینه، همچنین کاهش درصد گوشت و چربی در مواد اولیه این سوسیس و کالباس به کار گرفته شده است. استفاده از این مواد می‌تواند بر کاهش قیمت تمام‌شده سوسیس و کالباس تاثیرگذار باشد.