



سبک کسب و کار

۱

نگاهی به چالش‌های کسب و کارهای نوین جوانان در گفت‌وگو با موسی ترابی کارشناس کار آفرینی

بسیاری از استارت‌آپ‌ها در ایران بلافاصله پس از تولد می‌میرند

ملیک گل محمدی

این روزها واژه‌ها و اصطلاحاتی همچون استارت‌آپ و کسب و کارهای نوین زیاد شنیده می‌شود. بسیاری از جوانان قید پشت میزنشینی و کار دولتی و دفتری را زده‌اند و در جست‌وجوی کاری هستند که با ایده‌های خودشان شکل بگیرد و بر اساس خلاقیت و نو بودن جایی در بازار کسب و کار باز کند. ایده پردازی در کسب و کار نسبت به گذشته اهمیتی بیشتر پیدا کرده و توجه به ذائقه مخاطب و حتی ذائقه‌سازی و برندینگ جای شیوه‌های سنتی کسب و کار را بیش از پیش می‌گیرد. البته این روندی طبیعی در حوزه کسب و کار در تمام جهان محسوب می‌شود اما سؤال اینجاست که آیا در کشور ما هم مثل بسیاری دیگر از کشورهای جهان فضا و ساختار و بستر لازم برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید و توسعه استارت‌آپ‌ها وجود دارد؟ موسی ترابی پژوهشگر و کارشناس ارشد کار آفرینی دانشگاه تهران معتقد است با وجود تغییرات و تحولات مثبتی که طی سال‌های گذشته در این زمینه

■ **کار آفرینی، فناوری و ارزش آفرینی اضلاع به‌هم پیوسته هستند**

اجازه بدهید بحث را از تعریف کار آفرینی شروع کنیم و به ارزش آفرینی برسیم. از نظر من کار آفرینی یعنی خلق ارزش از هیچ. هنر کار آفرینی یعنی اینکه بتوانی با دستان خالی در مقابل مشکلات و چالش‌هایی که پیش پایت هستند ارزشی را برای جامعه خلق کنی. این تعریفی آرام‌آنی از کار آفرینی است، اما به شرط آنکه نگاه حاکم بر جامعه نیز به تو کمک کند و مبتنی بر اهمیت‌دهی به دانش و فناوری و ارزش آفرینی ناشی از آن باشد. در دنیای امروز دانش و تکنولوژی سهم بزرگی در رشد و توسعه کشورها دارند و به همین دلیل هر قدر فعالیت ما در این زمینه‌ها بیشتر باشد و تولید دانش و تکنولوژی داشته باشیم به طور حتم می‌توانیم موفق تر باشیم و ارزش‌های بیشتری خلق کنیم. اگر بخواهیم مثالی برای اهمیت دانش و تکنولوژی یا حتی برندها بزنیم می‌توانیم به گوشی‌های موبایل اشاره کنیم، گوشی‌های که شاید ارزش مواد اولیه تولید آن پایین باشد اما سیستم نرم‌افزاری و سخت‌افزاری پیشرفته آن سبب قیمت گذاری آن می‌شود این اختلاف قیمت فاحش در واقع ارزشی است که توسط دانش، تکنولوژی و برندینگ ایجاد شده است. کار آفرینی، ارزش آفرینی و فناوری سه ضلع به‌هم پیوسته برای پیشرفت جامعه هستند.

■ **خام می‌فروشیم و از توسعه عقب می‌مانیم**
متأسفانه ما در کشورمان با معضل خام‌فروشی مواجه هستیم، از نفت خام گرفته تا مواد معدنی همگی به‌صورت خام فروخته می‌شود و هیچ ارزش‌افزینی روی آنها انجام نمی‌شود و مستقیم صادر می‌شود که این صادرات تأثیر چندانی بر توسعه کشورمان ندارد. در واقع باید گفت در بعضی مواقع خام‌فروشی نه تنها باعث سود سسائی نمی‌شود بلکه به ضرر کشورها نیز تمام می‌شود و تورم ناشی از نقدینگی که حاصل از خام‌فروشی است به مراتب مشکل‌سازتر از تحریم‌هاست. حال سؤال اینجاست که اگر می‌خواهیم از این وضعیت رها شویم واقعا به چه اندازه به ارزش‌افزینی از طریق ایجاد دانش و تکنولوژی، برندینگ و یا حتی استارت‌آپ‌ها توجه می‌کنیم؟

■ **سرعت راه‌اندازی کسب و کار در ایران کند است**

در دنیای امروز بخش بزرگی از ارزش آفرینی در کشورهای مختلف از طریق استارت‌آپ‌ها صورت می‌گیرد، اما واقعا جایگاه استارت‌آپ‌ها در کشور ما کجاست؟! ایران در رتکینگ جهانی از نظر زمان لازم برای شروع یک کسب و کار در سطح خیلی پایین قرار دارد، به ظاهر در ایران زمان لازم برای شروع یک کسب و کار یک الی دو ماه است در حالی که برای این پروسه در عمل زمان بسیار بیشتری باید صرف کرد به صورتی که ثبت برند سه ماه و ثبت شرکت بین ۲۰ تا ۴۰ روز زمان می‌برد در صورتی که در کشورهای دیگر نهایتاً بین الی ۷ روز می‌توان یک کسب و کار راه‌اندازی کرد. پروسه بیمه و مالیات یکی دیگر از مشکلات و موانع برای استارت‌آپ‌ها در ایران است، چراکه

با استارت‌آپ نوپایی که توسط چند جوان تازه کار شکل گرفته شده از لحاظ طی کردن مراحل و قوانین بیمه‌ای و مالیاتی کاملاً مانند صنایع و شرکت‌های چندین ساله بزرگ و باتجربه رفتار می‌شود، چرا باید این استارت‌آپ‌ها با همان چشمی دیده شوند که یک سازمان یا یک شرکت بسیار بزرگ در حد ایران خودرو دیده می‌شود؟

نکته بعدی که در رابطه با عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا در ایران وجود دارد بحث کار گروهی است، چون سبک آموزشی ما از دورانی که بچه‌ها وارد مدرسه می‌شوند تا هنگام فارغ‌التحصیلی تیمی نیست و به آنها آموزش درستی داده نمی‌شود که چگونه بتوانند در یک گروه با هم به موفقیت و پیشرفت دست یابند، در نتیجه زمانی که همین افراد مجبور به کار تیمی می‌شوند به مشکلات و چالش‌های زیادی برمی‌خورند.

■ **ثبت برند چالش بزرگ پیش روی استارت‌آپ‌هاست**

فرض کنید شما و چند جوان به عنوان یک استارت‌آپ تصمیم به شروع کار و دریافت مجوزهای مربوط به کارتان می‌گیرید ولی بلافاصله متوجه می‌شوید به علت تازه و نو



■ **ایران در رتکینگ جهانی از نظر زمان لازم برای شروع یک کسب و کار در سطح خیلی پایین قرار دارد، به صورتی که ثبت برند سه ماه و ثبت شرکت بین ۳۰ تا ۴۰ روز زمان می‌برد در صورتی که در کشورهای دیگر نهایتاً بین یک الی ۷ روز می‌توان یک کسب و کار راه‌اندازی کرد**



سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۴۹۴۷۱



استارت‌آپ به شرایط و قوانین محیطی خیلی حساس است، بنابراین باید از آن مثل یک نوزاد که تازه به دنیا آمده مراقبت کرد تا به مرحله رشد برسد. البته در ایران هم شتاب‌دهنده‌هایی ایجاد شد که بازوهای اجرایی شرکت‌های سرما یه گذاری مخاطره پذیر بودند ولی باز هم نتوانستند خیلی در این زمینه توفیق پیدا کنند زیرا محیط این شتاب‌دهنده‌ها نیز از قوانین حاکم بر کل کسب و کارهای ایران تأثیر می‌گرفت

از کار کلیشه‌ای دولتی فاصله بگیرم و کسب و کاری راه‌اندازی کنم و روی پای خودم بایستم، ولی به دلیل مشکلاتی که در این مسیر برنم و ایجاد شد توفیق چندانی نصیبم نشد، به همین علت به منظور کسب دانش و تجربه بیشتر تصمیم به ادامه تحصیل در رشته کار آفرینی گرفتم و موفق به تحصیل در کارشناسی ارشد این رشته در دانشگاه تهران شدم. بلافاصله بعد از فارغ‌التحصیل شدن در رشته کار آفرینی از شغل دولتی چشم‌پوشی کردم و تصمیم به راه‌اندازی کسب و کار در حوزه فناوری اطلاعات گرفتم و در حال حاضر شش سال است که در این عرصه و در حوزه استارت‌آپ‌ها فعالیت می‌کنم و در این مدت با فراز و نشیب‌های بسیاری مواجه بودم که متأسفانه بخش سرمایه‌گذاری از آن به ساختارهای غلط سازمان‌ها و بوروکراسی پیچیده در آنها برمی‌گردد.»

■ **ماحصل گفت‌وگو با این کارشناس حوزه کار آفرینی را در ادامه می‌خوانید.**

بودن کار شما مجوزی برای آن وجود ندارد، پس به این فکر می‌افتید که حداقل برند کارتان را ثبت کنید. با چک کردن مراحل ثبت متوجه می‌شوید که ثبت یک برند در ایران چه هزینه بالایی دارد. در ظاهر ثبت برند هزینه بالایی ندارد نهایتاً زیر یک میلیون تومان، ولی زمانی که وارد مرحله ثبت برند می‌شوید، با مراحل زیادی مواجه می‌شوید که در نهایت هزینه‌های زیادی به شما تحمیل می‌کند و حتی در یک دور باطل و بسته اسیر می‌شوید. برای مثال اگر شما از عنوانی خارجی برای برندتان استفاده کرده باشید باید حتماً کارت بازرگانی نیز داشته باشید، در غیر این صورت باید برای اخذ کارت بازرگانی اقدام کنید و عملاً گرفتن کارت بازرگانی برای چند جوان تازه کار غیرممکن است. در این میان شرکت‌هایی هستند که با دور زدن یک سری قوانین و دریافت مبلغی حدود ۱۵ میلیون تومان برند شما را برایتان ثبت می‌کنند. حال در این میان اگر استارت‌آپ نوپای شما به سراجم نرسید هزینه بالایی را فقط برای ثبت یک برند پرداخت کرده‌اید و بالعکس اگر با بگردد شما با برندی مواجه می‌شوید که توسط فرد دیگری ثبت شده و عملاً نمی‌توانید از آن برند استفاده کنید. این موضوع هنوز برای استارت‌آپ حل نشده و بدون هیچ راهکاری باقی مانده است.

■ **استارت‌آپ‌ها مثل یک نوزاد تازه متولد شده حساس هستند**

استارت‌آپ‌ها در اکثر کشورها در محیطی مناسب و مساعد برای رشد اقتصادی پرورش می‌یابند ولی در کشور ما وضعیت به این شکل نیست. استارت‌آپ به شرایط و قوانین محیطی خیلی حساس است، بنابراین باید از آن مثل یک نوزاد که تازه به دنیا آمده مراقبت کرد تا به مرحله رشد برسد. البته در ایران هم شتاب‌دهنده‌هایی ایجاد شد که بازوهای اجرایی شرکت‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر بودند و این شتاب‌دهنده‌ها فضایی را ایجاد می‌کردند که کسب و کارها بتوانند در آن فضا رشد کنند. به‌رغم اینکه

نگاه



کار آفرینی، کلیدواژه رهبر معظم انقلاب برای توسعه کشور

پیچ و خم را بردارید تا فضای کسب و کار رونق بگیرد

■ **سیمین جم**

در میان مسئولان رده‌بالای جامعه ملی بر داریسم. در این زمینه آنچه بر عهده دولت است اجرای سازوکارهایی برای کاهش واردات، افزایش صادرات و حمایت از تولیدکننده است. در بحث مردمی هم مهم‌ترین کار به فرهنگسازی بر می‌گردد.

■ **مقام معظم رهبری با نامگذاری سال گذشته با محوریت حمایت از کالای ایرانی و نامگذاری امسال با عنوان رونق تولید درواقع بر اهمیت کار و تلاش نیز تأکید کرده‌اند. بی‌تردید تا زمانی که فرهنگ کار و تلاش در جامعه نهادینه نشود و درواقع تا زمانی که حمایت از کار ایرانی نداشته باشیم، حمایت از کالای ایرانی نیز نخواهیم داشت. پس تمام هم و غم مسئولان باید معطوف به کار آفرینی و اشتغالزایی آن هم از نوع مولد باشد. الگوی مورد نظر اسلام در مباحث اقتصادی، آسانی است که برای ده‌ها نفر کالا و خدمات تولید کند، اما خودش به اندازه حداقل‌های لازم برای یک نفر مصرف می‌کند. درواقع انسان مولد ارزشمندترین مخلوق پروردگار است. امروز نیز لازم است زمینه‌سازی ذهنی و فرهنگی برای اقشار مختلف جامعه درخصوص حرکت‌های جهادی و تغییر الگوهای مصرف برداشته شود و به جای انسان مصرف‌گرا، انسان تولیدکننده و کار آفرین را به عنوان انسان مطلوب مورد نظر اسلام معرفی کنیم. در بحث حمایت‌ها باید**

■ **گفت فراهم کردن محیط کسب و کار کمک‌معم و کم‌هزینه، تسهیل بوروکراسی و مجوزها برای تولیدکنندگان و حمایت خاص دولت از بنگاه‌هایی یا عملکرد در چرسته و بهره‌ور در رشته فعالیت‌های مزید تا یا راهبردی در جمله حمایت‌هایی است که در این راستا می‌توان انجام داد. اعطای یارانه سود تسهیلاتی یا یارانه فروش در نمایشگاه‌های خارجی و اعتبار صادراتی برای تشویق صادرکنندگان و کاهش هزینه نظام فروش و توزیع برای کالاهای ایرانی از دیگر تمهیدات لازم در این زمینه است. تبلیغ گسترده برای مصرف کالای داخلی موضوع مهم دیگری است. باید توجه داشته باشیم که در فضاهای شهری به صورت گسترده و رایگان تبلیغ کرد. به این ترتیب می‌توان عموم مردم را به انتخاب و مصرف کالای داخلی تشویق کرد.**

■ **اعتباربخشی به شکل ارائه تولیدات داخلی در مقوله کمیت و کیفیت نیز بسیار مهم است. بسیاری از کالاهای خارجی اقبال و موفقیت خود را مرهون شکل ارائه هستند. ارتقای کیفیت، قیمت رقابتی و ارائه خدمات مناسب کالاهای تولید داخل برای جلب اعتماد مردم از ضروریات تولید ملی است. تولیدکننده داخلی باید بداند که راز موفقیت او در خلاقیت و ارتقای کیفیت است. توجه تولیدکنندگان به بحث نوآوری، خلاقیت، بسته‌بندی مناسب، بازاریابی کارآمد، تبلیغات مؤثر، برندسازی و ارتقای بهره‌وری بسیار مهم است و تولید کالا باید مبتنی بر ذائقه‌شناسی مصرف‌کنندگان، نیازسنجی بازار و نگاه به مزیت‌های داخلی باشد. برگزاری جشنواره‌های متعدد ملی برای معرفی برندهای برتر تولیدات داخلی و تشویق بهترین تولیدکنندگان داخلی در سطح رسانه‌ها گام‌های دیگری است که برای حمایت**

از کالای ایرانی باید برداشته شود.

بدون شک تا زمانی که کار آفرینی و تولید در

کشور با نگیرد صادرات نیز نخواهیم داشت در حالی که صادرات غیرنفتی نقشی کلیدی در توسعه پایدار دارد؛ صادراتی که نه صرفاً متکی به منابع و داشته‌های خام زیرزمینی، بلکه بر آید یک اقتصاد مبتنی بر تولید و اشتغال است. بر همین اساس با عنایت به فرمایشات مقام معظم رهبری، صادرات غیرنفتی باید بیش از گذشته مورد توجه قرار گیرد تا بتوانیم اهداف اقتصاد مقاومتی را با تکیه بر دانش و تخصص و نیروی کار داخلی و استفاده از تمام ظرفیت‌های اقتصادی و صنعتی کشور جامه عمل ببوشانیم. اما صادرات غیرنفتی صرفاً با تولید کالای باکیفیت و کاهش خام‌فروشی عملی می‌شود و بدون شک تمام آنچه گفته شد متکی به کار آفرینی نیروهای جوان و مستعد جامعه است. اما نکته بسیار مهمی که مقام مورد تأکید و تصریح مقام معظم رهبری است برداشتن موانع و قوانین دست و پاگیر از سویی و حمایت‌های لازم از کار آفرینان از سوی دیگر است.

در این زمینه گزیده‌ای از فرمایشات روشن و راهبردی مقام معظم رهبری را می‌آوریم که می‌تواند چراغی فراروی همه ما باشد:

■ ایجاد اشتغال در کشور موجب می‌شود که ثروت تولید بشود؛ همچنانی که سرمایه و سرمایه‌ها، ایجاد کار می‌کند چه سرمایه مالی، چه سرمایه علمی – کارگر هم ایجاد سرمایه می‌کند، ایجاد ثروت می‌کند.

■ انسانی که کار ندارد، اشتغال ندارد، یک استعداد پنهان مخفی خداداده را غالباً بدون اختیار خودش راکد گذاشته‌شده، وقتی شما این انسان را مشغول کار می‌کنید، این چشمه که در درون بود و از او استفاده‌ای نمی‌شد، تشنه‌ای از او سیراب نمی‌شد، این چشمه را شما به جریان می‌اندازید. پس اشتغال و اشتغال آفرینی، هم جنبه اقتصادی بزرگی دارد، هم جنبه انسانی خیلی والا.

■ **بهبود فضای کسب و کار، بیشتر وظیفه دولت است. همین مسئله مقررات، تسهیلات گوناگون، بچج و هم‌است اداری فراوان، اینها همه، چیزهایی است که اگر چنانچه اصلاح بشود، بهبود فضای کسب و کار که یکی از شاد عمده اقتصادی ماست، حاصل خواهد**

■ **شما امروز ببینید در دنیا کمپانی‌هایی هستند ۱۰۰ سال است اینها دارند کار می‌کنند، ۱۵۰ سال است دارند کار می‌کنند و محصولاتشان در دنیا فروش می‌رود. اسم اینها کافی است که جنس را تو بازار رایج کند؛ به خاطر اینکه درست کار کردند، خوب کار کردند، مشتری مطمئن است به اینها. شما می‌گویید که ما سفارش کنیم به مردم که تولیدات داخلی را مصرف کنند. من که خب چند سال است دارم سفارش می‌کنم، بنده که بارها گفته‌ام، منتها این با شعار درست نمی‌شود.**

■ **این-هنرستان‌های فنی و صنعتی، این-دانشگاه‌های علمی-کارپردی، این فنی-حرفه‌ای‌ها، آموزش‌کننده‌های فنی-حرفه‌ای، باید توسعه پیدا کند. ما به علم احتیاج داریم، اما به پنجه کارآمد هم احتیاج داریم. یکی از کارهای اساسی به نظر من این است که در زمینه صنعت و کشاورزی بایستی کار کنیم.**

■ **دو دلیل اساسی یعنی «آمادگی کشور برای جهش» و «فشار اقتصادی دشمنان» ثابت می‌کند که ایران، بیش از هر دوره دیگر به کار و کار آفرینی احتیاج دارد.**

■ **در پروتو شناخت ملت از توانایی‌های خود و جوانانش، فصل توانایی و جهش کشور فرارسیده است و طبعاً در این فصل، کار و کار آفرینی اهمیتی به مراتب فراوان تر دارد.**

■ **باید منابع را در مسیری که برای کشور ارزش افزوده مالی و غیرمالی دارد تخصیص دهیم تا تولید و اشتغال افزایش یابد و «کسب و کار» رونق گیرد.**

■ **مردم می‌دانند که مصرف هر کالای خارجی یعنی بیکاری یک کارگر ایرانی، اما کار آفرینان هم بدانند که رفعت مردم به مصرف کالاهای**

داخلی با شعار تحقق نمی‌یابد بلکه نیازمند افزایش کیفیت این کالاهاست.