چارلز داروین

اگر آن‌قدر ضعیف و ناتوان نبودم که برای زنده ماندن خود ناگزیر به کوشـــیدن باشم، هرگز نمی‌توانستم به چنین کارهایی دست بزنم و به موفقیت برسم.

ستون
column

فاطمه مقیمی
مشاور و پژوهشگر منابع انسانی

جایگاه متخصصان منابع انسانی در استارت‌آپ‌ها

محدودیت بودجه و منابع، کمبود نیروی انسانی مناسب و مسیر رشدی که بخش قابل توجهی از آن از قلمرو ناشناخته‌ها می‌گذرد: به دنیای استارت‌آپ‌ها خوش آمدید!

اگر شما مدیر یکی از این استارت‌آپ‌ها باشید، طبیعتا اتخاذ تصمیم غلط آخرین چیزی است که می‌خواهید به آن دچار شـــوید و این دقیقا همانجایی است که متخصصان منابع انسانی می‌توانند به شما کمک کنند.

اغلـــب اســـتارت‌آپ‌ها در ابتـــدای راه جزو شرکت‌های بسیار کوچک (Micro SMEs) و یا کوچک و متوســـط (SMEs) قرار می‌گیرند و علی‌الاصول با توجه به اندازه‌شـــان نیازی به یک واحد منابع انسانی مستقل ندارند. اما این امر بدین مفهوم نیست که به طور کل نیازی به خدمات متخصصان منابع انسانی ندارند. این نکته بسیار مهمی است که اغلب استارت‌آپ‌ها از آن غافل‌اند؛ گاهی ممکن است یک تصمیم نادرست به بهای از دســـت رفتن تلاش‌های چندماهه شما تمام شود.

دانشـــگران بخـــش عمـــده‌ای از نیروهـــای استارت‌آپ‌ها را تشـــکیل می‌دهند. این افراد به علت بهره‌مندی از تحصیلات، دانش و تجربه مناســـب قادر به خلق ارزش‌افزوده و خلاقیت مورد نیاز جهت انجام وظایف محوله هستند. چنانچه نیروهای جذب‌شده متناسب با نیازها، شرایط و فرهنگ شرکت شما نباشند و یا شما قادر به فراهم آوردن محیط متناســـب جهت رشد و فعالیت این افراد نباشید؛ با وجود انجام هزینه‌های بالا، قـــادر نخواهید بود از توانایی و قابلیت‌های این افراد بهره کافی ببرید. ضمنا باید توجه داشـــته باشـــید که تداوم شرایط نامناســـب در محیط کار، اغلب موجب از بین رفتن خلاقیت، نارضایتـــی، ضعف انگیزش و کاهش ماندگاری نیروهای دانشگر می‌شود.

مهم‌ترین مواردی که متخصصان منابع انسانی می‌توانند در آن‌ها به مدیران اســـتارت‌آپ‌ها کمک کنند عبارت‌اند از:

۱. کمک به خلق و تقویت فرهنگ ســـازمانی متناسب با استارت‌آپ
۲. اطمینان از ایجاد و حفظ کانال‌های جذب به منظور شناسایی و استخدام افراد مستعد
۳. شناسایی و تخصیص درست کلیه نقش‌ها و مسئولیت‌های یک شـــرکت در حال رشد از طریق تدوین شرح مشاغل متناسب و جذاب
۴. ایجاد و پایش شـــبکه ارتباطـــی کارآمد و ســـازنده میان کارکنان به منظور همکاری و انجام کارهای تیمی
۵. اطمینان از فراهم آوردن شـــرایط رشـــد و توســـعه فردی کارکنان در راســـتای توسعه استارت‌آپ
۶. تدوین سیستم جبران خدمت و انگیزشی مناسب و کارآمد

درواقع متخصصان منابع انسانی به شما کمک می‌کنند که به عنوان مدیر استارت‌آپ، اهداف و اســـتراتژی‌های مورد نظر خـــود را از طریق به‌کارگیری نیروها و منابع انســـانی مســـتعد و باانگیـــزه دنبال کنید و به آنهـــا جامه عمل بپوشانید؛ بنابراین ادعای نادرستی نخواهد بود اگر بگوییم: متخصصان منابع انسانی، شرکای استراتژیک شما، در داخل شرکت هستند.

رویداد
Event

برگزاری هشتمین دوره جشنواره وب و موبایل ایران

هشتمین دوره جشـــنواره وب و موبایل ایران توسط انجمن صنفی کسب‌وکار اینترنتی و با مشارکت ســـازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی برگزار می‌شـــود. وب‌ســـایت‌های مختلف می‌توانند با انتخـــاب گروه موضوعی فعالیت خود وب‌سایت خود را در معرض رقابت با سایرین قرار دهند. این دوره نیز همانند سال گذشته اختتامیه جشنواره همزمان با برگزاری کنفرانس وب و موبایل ایران و اواخر بهمن‌ماه برگزار می‌شـــود. علاقمندان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و حضور در جشنواره به وبسایت انجمن به آدرس www.eanjoman.ir مراجعـــه و یا با تلفن هـــای ۸۸۷۲۱۳۳۷ و ۸۸۷۲۱۳۹۵ تماس بگیرند.

برادران دیجی

دیجی‌کالا با اشتغال‌زایی برای ۱۲۰۰ نفر ۱۵ درصد از تعهدات بودجه‌ای دولت را در حوزه ایج

گـــزارش
Report

اکبر هاشمی
گپ‌وگفت

حمید و ســـعید جوان‌های ۲۶ ساله‌ای که به جای رج زدن راســـته خیابان جمهوری و گم شـــدن در هیاهوی «ارزون ببر و گرون نبر» دلالان، نشستند پای اینترنت. نه پدرشـــان حاجی بـــازاری بود و نه وکیل‌الدوله‌ای کـــه با ســـفارش‌نامه‌ای مفتخر به دریافـــت وام کم‌بهره یا بی‌بهره شـــوند، از ددی هم خبری نبود. سعید لیسانس مکانیک و فوق لیسانس ام‌بی‌ای از دانشگاه ســـازمان مدیریت صنعتی دارد و محمد لیسانس صنایع از دانشگاه خواجه نصیر و فوق لیسانس ام‌بی‌ای از دانشگاه علم و صنعت، هردو باسواد اما کم‌تجربه. کارشان را با قناعت بی‌هیاهو در دفتر قرضی برادر بزرگ‌ترشان در خیابان ابوسعید و تنها با اتکا به یک ایده شروع کردند. ایده‌ای که در ابتدا متکی بود به Content (محتوا) یعنی نقد و بررسی و فروش اینترنتـــی کالاهای دیجیتال مثل دوربین و موبایل، خبری هم از فروشـــگاه امروزی و بزرگ دیجی‌کالا نبود. کاری را که امروز با ۵۰ میلیون تومان می‌شـــود راه انداخت یک دهه پیش برادران دیجی با ۲۰ میلیون تومان شـــروع کردند. حکایتشان هم حکایت حجره‌داران بازار سنتی نیست که «خون دل خوردیم پسرجان تا به اینجا رسیدیم». سخت بود اما نه از بیچارگی خبر بود و نه از درد و رنج پیشینیان.

آن‌ها دوربینی از بـــازار می‌خرند که لنزش قلابی از کار درمی‌آیـــد. همین اتفاق ناخوشـــایند جرقه‌ای می‌شود تا به این فکر کنند که سایتی راه بیندازند و به مخاطبان اطلاعات و آگاهی بدهند و بعد هم جنس اصل بفروشند. با هفت نفر (هفتی که در فرهنگ ما مقدس اســـت و راز آلود) کار را شروع کردند. قدرت CONTENT و خوش‌نامی و استعداد آن‌ها باعث شد سرمایه‌گذاران نه بر روی سایت که بر روی برادران محمدی سرمایه‌گذاری کنند و دیجی‌کالا روزبه‌روز توسعه پیدا کرد. توسعه‌ای با نرخ رشد ۲۰۰ درصدی. بر اساس شنیده‌ها آن جمع ۷ نفره به ۱۲۰۰ و اندی رسیده که اکثرشان جوانان ۲۶ تا ۲۷ ساله‌ای هستند که در حال تجربه اولین فرصت شغلی‌شان هستند اما با انگیزه فراوان. انگیزه‌ای که ۸۵ درصد سهم بازار خرده‌فروشـــی آنلاین ایران را به دست آورده است.

اگرچه ســـالانه باید ۸۰۰ هزار شغل در کشور ایجاد شود و ۱۲۰۰ نفر در مقایســـه با این آمار، چشم‌نواز نیست اما وقتی سخنان آقای وزیر را بخوانیم متوجه بزرگی این کار می‌شویم. علی ربیعی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعـــی در مورد رقمی که دولت باید برای ایجاد یک شغل هزینه کند، می‌گوید: «برای ایجاد یک شغل در پالایشـــگاه حدود ۱۲ میلیارد تومان هزینه نیاز اســـت. در پتروشـــیمی نیز برای ایجاد ۷۰۰ شغل به ۳ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان نیاز است و هزینه ایجاد شـــغل در بنگاه‌های میانی نیز ۵۰۰ میلیون تومان است.» حالا اگر ۱۲۰۰ شغلی را که با راه‌اندازی دیجی‌کالا به وجود آمده با در نظر گرفتن اینکه دیجی‌کالا یک بنگاه میانی است، ضرب در رقم

فایننشال تایمز

از یک ســـرمایه ۲۰ هـــزار دلاری و یک دفتـــر آپارتمانی کوچک در تهران حالا به یک ســـرمایه چند صد میلیون دلاری رسیده‌اند. بله. دیجـــی‌کالا حالا ۸۵ درصد بازار خرده‌فروشـــی آنلایـــن ایران را در اختیار دارد. شـــاید یکی از دلایل گسترش سریع دیجی‌کالا در ایران تحریم‌های اقتصادی بـــود. حمید یکی از برادران محمدی می‌گوید: «دیجی‌کالا به طور میانگین با وجود شـــرایط اقتصادی و سیاســـی ایران ســـالانه ۲۰۰ درصد رشد داشته اســـت. این در حالی است که شـــمار زیادی از تحلیلگران معتقدند یکی از دلایل رشد دیجی‌کالا دشواری دسترســـی و خرید ایرانیان از ســـایت‌های مشابهی چون آمازون اســـت.» با این حال تحلیلگران معتقدند که ایران دارای یکی از دست‌نخورده‌ترین بازارها برای تجارت الکترونیک است که تقریبا ۰/۷ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل می‌دهد. بازار تجارت الکترونیک ایران حتی مســـتعدتر از کشورهایی چون ترکیه و امارات است و همین موضوع باعث رشد چشمگیر فعالیت شرکتی چون دیجی‌کالا شده است.

نیویورکر

ایران کشور عجیب و مســـتعد تغییرات و تحولات بسیار زیادی است. بیش از یک ســـوم جمعیت این کشور از اینترنت استفاده می‌کنند و شما می‌توانید در سطح شهر بیلبوردهایی را ببینید که روی آن‌ها تبلیغ آخرین مدل تلفن‌های هوشـــمند دنیا شده است. حالا دیگر اگر تصمیم به خرید داشته باشید مثل هر جای دیگر بهتر اســـت ســـری هم به اینترنت بزنید. اما در ایران برای خرید به جای تایپ کلمه آمازون باید بنویسیم دیجی‌کالا. گرچه همچنان این باور وجود دارد که بازار قلب اقتصاد ایران است اما باید به جرئت گفت که تجارت الکترونیک در ایران و رشد فعالیت دیجی‌کالا به رقیب نسبتا درخوردی برای بازار و بازاری‌ها بدل شده است. نه دیگر نیازی نیســـت به بازار سنتی ایران بروید. از پشت لب‌تاپ هم به راحتی می‌توانید سفارش بدهید. البته اگر قصد دارید از جاذبه‌های گردشگری بهره‌مند شوید، می‌توانید به بازار بزرگ بروید. درون انبار دیجی‌کالا همه چیز پیدا می‌شود، از کامپیوتر و یخچال گرفته تا دی‌وی‌دی و عطر و مسواک.

پیپل

اگر جف بزوس، مدیرعامل و موسس آمازون، به ایران امروز بیاید مطمئنا همه چیز تقریبا برایش آشنا خواهد بود.
دیجی‌کالا همان نمونه ایرانی ســـایت آمازونی است که اغلب همه ما حداقل یک بار سری به آن زده‌ایم. دیجی‌کالا ششمین سایت پربازدید و بزرگ‌ترین شرکت اینترنتی در ایران است. وب‌سایت برادران محمدی حالا روزانه ۸۵۰ هزار بازدیدکننده دارد.
در ســـال ۲۰۱۴ در گزارش جهانی اســـتارت‌آپ، اعلام شد که ارزش دیجی‌کالا به ۱۵۰ میلیون دلار رسیده است. این در حالی است که در حال حاضر همین سازمان ارزش واقعی دیجی‌کالا را بیش از ۵۰۰ میلیون دلار تخمین زده است. اما اگر بخواهیم بعد از دیجی‌کالا شرکت اینترنتی دیگری را در رتبه دوم معرفی کنیم باید از گروه آپارات با ارزش واقعی ۳۰ میلیون دلار نام برد. کافه بازار با ارزش ۲۰ میلیون دلار در رده سوم بهترین شرکت‌های اینترنتی در ایران قرار دارد.

حساسیت‌هایی هم وجود دارد. بسیاری معتقدند که در این کار نفوذ وجود دارد، یا اینکه این مدل کار از خارج آمده است. آیا واقعا در تجارت‌های دیگر چنین نیست و باید هر تجارت نوظهوری را به خاطر این اندیشه‌ها کنار بگذاریم؟ در حالی که این همه پتانسیل در این تجارت وجود دارد! باید به جنبه‌های مثبت ماجرا هم کمی بیندیشیم و تامل کنیم. بر نخبه‌هایی تمرکز کنیم که از سرتاسر جهان به ایران آمده‌اند و در ایران کسب‌وکار اینترنتی موفقی راه‌اندازی کرده‌اند و از آن حمایت می‌کنند

صرف نظر از اینکه این تعداد نیروهای مستقیم دیجی‌کالا هستند و نیروهای بسیار دیگری هم به صورت غیرمستقیم از این فروشگاه ارتزاق می‌کنند که آن‌ها هم بعد از دیجی‌کالا به گردونه بازار کار پیوسته‌اند. بسیاری از مردم و جوانانی که می‌خواهند یک‌شبه پول‌دار شوند گمان می‌برند دیجی‌کالا یک سایت است که با اختصاص چند میلیون می‌توانند دیجی ۲ را راه بیندازند. اما دیجی‌کالا یک سایت نیست بلکه یک ایده و یک عزم بزرگ و مجموعه عظیمی است با گردش کاری و تولید کانتنت انبوه

استارت‌آپ‌ها همسو با سیاست‌های نظام‌اند

ساماندهی فضای کسب‌وکارهای اینترنتی در گفت‌وگو با رضا الفت‌نسب

شیرین سعیدی – **کسب‌وکار اینترنتی واژه‌ای نه‌چندان تازه است که ذهن بسیاری از ما را به خود معطوف کرده است. تجارتی نوظهور و نوپا که در ظاهر آسان و پردرآمد به نظر می‌رسد اما وقتی به آن روی می‌آورید مشـــکلات و موانع یکی یکی مقابلتان قد علم می‌کنند. این روزها توسعه تجارت الکترونیکی و کسب ثروت از این راه جوانان را از بیراه به راه بازمی‌گرداند و ایده‌پردازان را امیدوارتر از پیش می‌کند. اکنون زمان آن رسیده که هر ایده‌پرداز و متفکر خلاقی عرصه را خالی نکند و در این آشفته‌بازار بی‌رمق بیکاری قامت استوار کند.**

حال در این میان سوالات بسیاری مطرح است. آیا این تجارت نوظهور متولی دارد؟ آیا می‌توان در این راستا هر نوع ایده خلاقانه‌ای را بدون بروز موانع و مشکلات اجرایی و عملیاتی کرد؟ چگونه مّی‌توان در ثبت ایده‌های بدیع آسان‌ترین و مطمئن‌ترین گام‌ها را برداشت؟ رضا الفت‌نسب، دبیر انجمن صنفی کسب‌وکار اینترنتی، در گفتگو با هفته‌نامه شنبه اظهار می‌کند که در خصوص تجارت الکترونیک بسیاری از نهادها و ســـازمان‌ها صاحب‌نظر هستند، اما نمی‌توان متولی مشخصی برای این مهم مثال زد و یا آن را به سازمان و نهادی خاص تعمیم داد.

● کسب‌وکار اینترنتی مقوله‌ای نوین است و انجمن صنفی کسب‌وکارهای اینترنتی هم آنطور که شاید است شناخته نشده است. توضیح دهید این انجمن وابسته به کجاست و چگونه شکل گرفته است؟

در ســـال ۱۳۸۸ بعد از اتفاقات سیاسی که در کشورمان رخ داد، شورای امنیت بیشتر متمرکز رخدادهایی شد که در شبکه‌های مجازی روی می‌داد. در این برهـــه زمانی مبحث راه‌اندازی اتحادیه کشوری با موضوع کسب‌وکار اینترنتی با دولت وقت مطرح شـــد، دقیقا سال ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰. با وجود همـــه پیگیری‌ها این اتحادیه تشکیل نشـــد. تلاش ادامه پیدا کرد تا آنجا که قانون اجازه می‌دهد با اســـتفاده از تشکل‌های کارفرمایی و کارگـــری و رفت‌وآمد در وزارت کار ۵ آذر ۱۳۹۲ انجمن صنفی تشـــکیل شد. هم‌اکنون این انجمن ۳۵۰ عضو دارد که تنها در تهران فعالیت دارند و هنوز در دیگر شهرها عضو نداریم.

● چرا در دیگر شهرها عضو ندارید؟

ابتـــدا قانون در این مـــورد اجازه ایـــن کار را نمی‌داد اما با سپری کردن بسیاری از مشکلات هم‌اکنون در حال عضوگیری از دیگر شهرهای ایران هستیم. شرایط عضویت در این انجمن هم داشتن نماد اعتماد الکترونیکی، ارائه ۱۰۰ هزار تومان برای ورودی و ۶۰ هزار تومان برای اشتراک است.

● همانطور که می‌دانیـــد در این حوزه خلاهای قانونی بسیاری وجود دارد، کدام خلا بیشـــتر باعث بروز معضلات است و متولیان را آزار می‌دهد؟

قانونی که هم‌اکنون در دست ماست و همگی ما ملزم به اجرای آن هســـتیم، در سال ۱۳۸۲ در مجلس ششم گردآوری و تصویب شده است. این در حالی است که همین قانون کپی‌شده از قوانین اروپایی است، چراکه تا آن سال در ایران چنین پدیده‌ای ظهور نکرده بود که بخواهند برای آن قانونی وضع کنند. مشکل اینجاست که در ایران زیرساخت‌ها با اروپا فرق می‌کند. کســـب‌وکار اینترنتـــی با افزایـــش روزافزون مواجهه شـــده ولـــی متاســـفانه در این حوزه قانون تغییر نکرده اســـت. به‌طور مثال یکی از قوانینی که وجود دارد آن است که هر کالایی که خریداری شود مشـــتری تا ۷ روز می‌تواند آن را بازگرداند. یعنی تا این ۷ روز فروشـــنده نمی‌توانـــد ورود و خروج و گـــردش مالی‌اش را تثبیت کند، که این اقدام ســـبب براندازی بسیاری از فروشگاه‌های اینترنتی شده است.

● موضوع قابل توجهـــی در این میان به صـــورت خودجـــوش رخ می‌دهد و آن مهاجرت معکوس جوانان است. بسیاری از سرمایه‌گذاران بعد از بحث تحریم‌ها با راه انداختـــن تجارت الکترونیکی هم آورده قابل توجهی به کشـــور خواهند داشـــت و هم از رفتن جوانـــان نخبه و کارآفرین تا اندازه بســـیاری جلوگیری می‌شود. این در حالی اســـت که برای ادامـــه فعالیت نیاز بـــه قوانین جامع و چهارچوب‌های تجاری است.

به طور طبیعی برای ورود بـــه هرحوزه تازه و نوبنیادی باید از ابتدا به فکر فرهنگ‌سازی بود. فرهنگ‌ســـازی که مبتنی بر ارزش‌ها و عرف جامعه خودمان باشد. هم‌اکنون در بسیاری از کشورهای دنیا می‌بینیم که دولت‌ها چگونه از کسب‌وکار اینترنتی حمایت می‌کنند و از این راه چه اقدامات قابل توجهی در آن کشـــورها اتفاق می‌افتد. مسئولان همواره اظهار می‌کنند که باید یک میلیون فرصت شغلی ایجاد کنیم. در کسب‌وکار اینترنتی این اتفاق افتاده است اما نه از قوانین تکمیلی و چهارچوب‌های فرهنگی خبری اســـت و نه از حمایت دولت برای اینکه ایده‌پردازان بتوانند بـــه کار خود ادامه دهند. این در حالی اســـت که حساســـیت‌هایی هم وجود دارد. بســـیاری معتقدند که در این کار نفوذ وجود دارد، یا اینکه این مدل کار از خارج آمده است. آیا واقعا در تجارت‌های دیگر چنین نیست و باید هر تجارت نوظهوری را به خاطر این اندیشه‌ها کنار بگذاریم؟ در حالی که این همه پتانسیل در این تجارت وجود دارد! باید به جنبه‌های مثبت ماجرا هم کمی بیندیشیم و تامل کنیم. بر نخبه‌هایـــی تمرکز کنیم که از سرتاســـر جهان به ایران آمده‌اند و در ایران کسب‌وکار اینترنتی موفقی راه‌اندازی کرده‌اند و از آن حمایت می‌کنند. باید به کســـانی فکر کنیـــم که واقعا قلبشـــان برای ایـــن مملکت می‌تپد. در این میان شاید کسانی هم باشند که مغرضانه عمل می‌کنند، اما خط ما روشن است و کسب‌وکار اینترنتی دقیقا با سیاست‌های روز ایران همراه خواهد بود. بهتر اســـت در اینجا مثالی بزنیم. آیا دیجی‌کالا برای این راه‌اندازی شـــده که تنها کالایی را به فروش برســـاند؟ نه، حقیقتا این‌چنین نیســـت. این تجارتخانه اینترنتی برای این راه‌اندازی شـــده که کاغذ کمتر مصرف شـــود، ترافیک و حادثه کمرنگ شود و البته افراد بسیاری هم صاحب کار شوند.

● ســـوالی در اینجا پیش می‌آید. یک فروشـــگاه اینترنتی برای یک مناسبت غیرایرانی و اســـلامی ماننـــد ولنتاین و کریســـمس تخفیف می‌گذارد و این سوءتفاهم به وجود می‌آید که دچار هجمه فرهنگی شده‌ایم. در این خصوص انجمن فعالیتی انجام نمی‌دهد. آیا واقعا نیاز به تذکر نیست؟

انجمـــن در این حوزه نه وظیفـــه‌ای دارد و نه قدرتی. ما می‌توانیم پیشنهاد دهیم که این کار را نکنید یا آن کار را انجام دهید. در حد و اندازه یک توصیه اما نمی‌توانیم بگوییم اگر این کار را انجام دهید از فلان حق محروم می‌شـــوید و یا فلان جریمه صورت می‌گیرد. هم‌اکنون مرکز توسعه تجارت الکترونیک هست، ارشاد هست و مخابرات هم هســـت. در بســـیاری از مواقع تذکراتی هم داده می‌شود اما در این خصوص