

یادداشت

راهنمای عمل

نبود چارچوب نظری است که حضور افراد در جایگاه‌ها و موقعیت‌های اجرایی و قانون‌گذاری بهبودی در اوضاع ایجاد نمی‌کند. کسانی که این جایگاه‌ها را اشغال کرده‌اند، سخن زیاد می‌گویند و سخنرانی را بسیار دوست دارند، اما بدون چارچوب نظری روشن و دقیق؛ و این‌گونه است که حضور آنها تأثیری در بهبود وضعیت ندارد. آنچه شاهد آن هستیم، تاکتیک‌هایی مبتنی بر افزون‌کردن منفعت شخصی و گروهی است. برخی گمان می‌کنند چالش‌ها و مسائل به دلیل حاکمیت تفکر نئولیبرالیستی است. در مقابل گروهی دیگر بر این باورند که تفکرات چپ در کشور اجرایی و عملیاتی می‌شود. گروهی دیگر هم بر این باورند که شرایط به‌گونه‌ای نیست که چارچوب‌های نظری امکان تست‌شدن داشته باشند. برخی نیز معتقدند داشتن چارچوب نظری برای عمل و اجرا نه‌تنها ضروری نیست، بلکه مانع ایجاد می‌کند. مسئله این است که سیاست‌گذاری، برنامه‌ها و اقدامات فاقد چارچوب نظری است و رویکردهای نظری در همین مرحله متوقف می‌شوند و وارد سیاست‌گذاری نمی‌شوند، به همین دلیل همه چیز به مرض روزمرگی گرفتار شده است؛ یعنی اینکه امروز را سپری کنیم، ببینیم فردا چه می‌شود یا چو فردا شود فکر فردا کنیم. در اکثر مواقع داشتن چارچوب نظری برای تحلیل اوضاع و احوال و اینکه راهنمای عمل و اجرا باشد، از طرف سیاست‌گذاران اصلی و مدیران ارشد عیب‌انگاشته می‌شود؛ یعنی اینکه برای عمل و اجرا نیاز به نقشه کلی و راهنمای عمل نیست. متأسفانه چنین رویکردی در مدیریت مراکز علمی و دانشگاه‌ها هم وجود دارد که کسانی در جایگاه‌های مدیریتی قرار می‌گیرند که فاقد چارچوب نظری روشن و منسجم باشند. در برخی دانشگاه‌ها گفته می‌شود مدیر خوب کسی است که متاثر از هیچ‌گونه چارچوب نظری نباشد و این عجیب‌ترین گزاره‌ای است که می‌توان در محیط علمی بیان کرد. کسی که هیچ‌گونه جهت‌گیری ندارد و چارچوب فکری روشنی هم بیان نمی‌کند، شایسته کار اجرایی به حساب می‌آید. این است که در اجرا این‌همه آشفتگی وجود دارد. سردرگمی و شکست در قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری و اجرا بیش از همه به نداشتن چارچوب نظری روشن و آزمون‌شده برمی‌گردد؛ یعنی راهنما و نقشه عمل روشن وجود ندارد. شاید گفته شود برنامه‌های پنج‌ساله یا برنامه یک‌ساله کشور راهنمای عمل است، اما واقعیت این است که آنها نیز کلیاتی هستند نامشخص، پراکنده و فاقد چارچوب نظری مشخص. باید ببینیم که هیچ چیز کاربردی‌تر از یک نظریه خوب نیست. وقتی چارچوب نظری راهنمای عمل نیست، این همه ناترازی شکل می‌گیرد.

نتایج نخستین دوره رتبه‌بندی صنایع کوچک و متوسط کشور

... باور داشت که به جای سیاست انبساط تقاضا در گروه درآمدی بالاتر، باید به دنبال افزایش تقاضا در میان طبقات فقیرتر بود، چراکه رخنه رشد اقتصادی به طبقات پایین‌تر و گسترش یک بازار انبوه و همگن است که موجب رشد بلندمدت و تحولات ساختاری می‌شود.

الگوی نیازهای اساسی همچنین به جای تأکید بر بخش مدرن و افزایش درآمد کارگران و مزدبگیران صنایع بزرگ و پیچیده، بر فعالیت‌های گسترده و گسترش درآمد توده‌های مردم در بخش‌های سنتی‌تر اقتصاد تمرکز دارد؛ چراکه به‌کارگیری روش‌های تولیدی «کاربر» در صنایع کوچک‌تر، موجب رشد صنایع واسطه‌ای و حتی پس‌انداز ارزی برای سرمایه‌گذاری در صنایع بزرگ‌تر و «سرمایه‌بر» خواهد شد. در مجموع، الگوی نیازهای اساسی به جای توجه به بورژوازی صنعتی و بنگاه‌های بزرگ، به دنبال جلب همکاری خرده‌بورژوازی و تولیدکنندگان خرد است که طیف وسیع‌تری از جامعه را در چرخه فعالیت و بهره‌مندی از توسعه صنعتی مشارکت می‌دهد. در ایران و در هنگام تدوین دومین برنامه هفت‌ساله در سال ۱۳۳۵ که با مشارکت کارشناسان خیره داخلی و خارجی انجام شد، حمایت از صنایع کوچک و اثرات آن در توسعه صنعتی به‌درستی مورد توجه قرار گرفت و حتی «بانک اعتبارات صنعتی» به‌عنوان اولین بانک توسعه صنعتی کشور، صرفاً با هدف حمایت از کارآفرینان خصوصی در صنایع کوچک تأسیس شد. اما با رشد درآمد‌های نفتی و رویای تشکیل بنگاه‌های بزرگ‌مقیاس و البته زدوبند‌های خاص جامعه ایران، کنترل آن در اختیار «بانک توسعه صنایع و معادن» قرار گرفت که سیاست اصلی‌اش تأمین اعتبارات مالی برای صنایع مدرن و پیچیده بود. به واسطه این سیاست تسنجدیده، حدود ۹۵ درصد وام‌ها در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی به کارخانه‌های بزرگ و مدرن با بالای ۵۰ نفر کارکن و صرفاً پنج درصد به واحدهای کوچک و متوسط تعلق گرفت؛ بنابراین صنایع مدرن و بزرگ و سرمایه‌بر و تکنولوژی‌بر، بر صنایع کوچک کشور پیشی گرفت. در سال‌های بعد از انقلاب نیز با وجود آنکه اغلب واحدهای بزرگ‌مقیاس به اتهام وابستگی مالکان‌شان به رژیم پهلوی، مصادره و نیمه‌فعال شدند، به دلیل قطع رابطه ارگانیک میان صنایع کوچک و بزرگ، حتی زمین‌گیرشدن صنایع بزرگ هم منجر به رونق و جوش خاصی در صنایع کوچک نشد. اما اکنون در عالم واقع، صنایع کوچک و متوسط ایران حدود ۹۰ درصد از کل صنایع و یک‌سوم ارزش افزوده کل کشور را تشکیل می‌دهند و ۱۷ میلیون اشتغال ایجاد کرده‌اند؛ هرچند سهم ۱۶ تا ۱۷ درصدی از ارزش تولیدات صنعتی و سهم ناچیزتر از صادرات از سوی صنایع کوچک، موضوعی نیازمند تأمل و بهبود جدی است، با همه این‌ها، حضور گسترده «SME»‌ها در زنجیره‌های تولید و تأمین نشان‌دهنده ظرفیت عظیمی است که اگر به‌درستی دیده و هدایت شود، می‌تواند پایه تحول صنعتی و رشد شایدار کشور باشد. سازمان مدیریت صنعتی، با این مفروض که هرگونه سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری درباره «SME»‌ها نیازمند شناخت عمیق، تحلیل داده و رتبه‌بندی علمی است، در نخستین دوره رتبه‌بندی صنایع کوچک و متوسط کشودیده است تا با بهره‌گیری از تجارب انباشته خود و با همکاری نهادهای تخصصی و به‌ویژه سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، مجموعه‌ای از شاخص‌های مالی و غیرمالی شرکت‌های کوچک و متوسط شامل رشد ارزش افزوده، رشد فروش، نوآوری، ساختار و سیستم‌ها، مدیریت بازار، فناوری و... را ارزیابی کند. یکی از مهم‌ترین اهداف این رتبه‌بندی‌ها، ایجاد یک زبان مشترک بین بنگاه‌ها و حاکمیت است. پایش دقیق و علمی «SME»‌ها به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا تصویر واقعی‌تری از وضعیت تولید، اشتغال، سرمایه‌گذاری، فناوری و صادرات این بخش از صنایع کشور داشته باشند. سیاست‌های حمایتی را هدفمندتر و اثربخش‌تر طراحی کنند و برنامه‌های کلان اقتصادی را براساس داده‌های معتبر و قابل رصد تدوین کنند. داده‌های ثبت‌شده از بنگاه‌های مشارکت‌کننده در اولین رتبه‌بندی «SME100» نشان می‌دهد که با وجود تحریم‌های فزاینده خارجی و ناترازی‌های داخلی، خوشبختانه هنوز ظرفیت‌های عالی و ناشناخته‌ای در شرکت‌های کوچک و متوسط کشور وجود دارد که می‌تواند سکوی پرتاب برای پرش‌های بعدی باشد. بسیاری از این شرکت‌ها با وجود محدودیت‌های محیطی، با چابکی سازمانی، نوآوری محصول و توانمندی منابع انسانی، مسیرهای جدیدی را برای توسعه پیش‌روی خود گشوده‌اند. این رتبه‌بندی یک رویداد یکباره نیست؛ مسیری پایدار برای ارزیابی، یادگیری و بهبود مستمر است. حضور مداوم شرکت‌ها در این فرایند، علاوه بر ایجاد شفافیت و استانداردسازی عملکرد، به آنان کمک می‌کند تا جایگاه خود را در اکوسیستم رقابت‌پذیری کشور بسنجند، برنامه‌های توسعه و بهبودوری را دقیق‌تر طراحی کنند و از طریق مقایسه با شرکت‌های هم‌گروه، الگوهای موفق را شناسایی و اجرا کنند. حضور چشمگیر این شرکت‌ها در این رویداد، نه‌تنها نشان‌دهنده بلوغ مدیریتی و شفافیت بنگاه‌هاست، بلکه یک‌گام عملی برای حرکت به سمت اقتصاد دانش‌بنیان، رقابت‌پذیر و پایدار است. این رتبه‌بندی همچنین تصویری شفاف و مبتنی بر داده‌ای دقیق از وضعیت فعلی «SME»‌های کشور ارائه می‌دهد؛ تصویری که برای سیاست‌گذاری‌های دقیق‌تر و حمایت هدفمندتر، بسیار ضروری است. ما امیدواریم این فرایند به یک نهاد معتبر ملی در حوزه ارزیابی عملکرد «SME»‌ها تبدیل شود و هر سال پیر دامنه بنگاه‌های مشارکت‌کننده افزوده شود.

سازمان مدیریت صنعتی با ارائه این چارچوب، در کنار دولت و بخش خصوصی، تلاش می‌کند تا گامی عملیاتی در راستای توسعه صنعتی کشور بردارد. ما اطمینان داریم که این مسیر، با استعمار همراهی‌های وزارت صمت، تشکلهای صنعتی و کسب‌وکارهای فسادال، به ارتقای جایگاه «SME»‌ها در اقتصاد ملی و تقویت زیرساخت‌های توسعه صنعتی کشور منجر خواهد شد.



گزارش میدانی از بازار دیجیتال که زیر سایه جنگ و مکانیسم ماشه رفته است

رونق دست‌دوم‌ها

بازار لوازم دیجیتال تهران روزهای آرام و بی‌رمقی را می‌گذراند؛ جایی که فروشندگان با اولین پرسش، پاسخ تکراری می‌دهند: «بازار افراط و خراب است». در قلب خیابان جمهوری، برخلاف شلوغی پیاده‌روها و مغازه‌های جانبی، پاساژهای معروف فروش لپ‌تاپ و موبایل مانند چارسو، علاءالدین و بزرگمهر خلوت و خاموش‌اند. تابلوهای «خرید اقساطی» و «معاوضه با آکبند» در کنار پرچم‌های دیجی‌پی، تصویر تازه‌ای از بازار کساد این روزها ساخته‌اند. در گفت‌وگو با فروشنده‌ها منوجه شدم این روزها به‌ویژه بعد از

بازار تعمیرات موبایل پرونق‌تر است

ساعت پنج بعدازظهر و اوج ترافیک است، اما برخلاف خیابان‌ها، پاساژهای سمت جمهوری آرام و بی‌بیا هو هستند. در پاساژ بزرگمهر که کنار پاساژ علاءالدین قرار دارد هم اوضاع تعریف خاصی ندارد. آقای «سین» که در این پاساژ مغازه تعمیر تخصصی و خرید و فروش گوشی‌های موبایل دارد، درمورد وضعیت بازار به «فیزی» می‌گوید: «بعد از شروع جنگ و مطرح‌شدن مکانیسم ماشه، مردم بیشتر در جهت حفظ سرمایه پیش رفتند. به دلیل نوسان شدید نرخ دلار و کاهش واردات، قیمت گوشی‌ها به‌طور محسوس‌ی بالا رفت و قدرت خرید مردم کاهش پیدا کرد. همین باعث شد که تقاضا از گوشی‌های بالارده به سمت میان‌رده‌ها و حتی پایین‌رده‌ها برود». به گفته این فروشنده، خریداران گوشی‌های مدل‌بالا ترجیح می‌دهند گوشی‌ای خریداری کنند که هم نیاز آنها را برطرف کند و هم ارزش پولشان حفظ شود؛ نه اینکه سرمایه‌شان در کالایی گران‌قیمت قفل شود. او ادامه می‌دهد: «انتهایی که قبلاً به دنبال گوشی‌های پرچم‌دار بودند، الان بیشتر سراغ میان‌رده‌ها رفتند و خریداران میان‌رده هم به سمت مدل‌های پایین‌رده تمایل پیدا کردند. به‌طور کلی، خرید گوشی‌های پرچم‌دار خیلی محدود شده، چون با افزایش قیمت دلار، فاصله قیمتی بین مدل‌ها زیاد شده و قدرت خرید مصرف‌کننده پایین آمده است». آقای «سین» با بیان اینکه الان بازار موبایل در حالت رکود قرار گرفته، می‌گوید: «مردم به جایی رسیدند که دیگر گوشی‌ای که همیشه می‌گفتند از نان شب واجب‌تر است، جزء اولویت‌های اصلی‌شان نیست. بیشتر خریداران فقط به فکر هزینه‌های واجب زندگی هستند و خرید یا تعویض موبایل در این دوران را به تعویق می‌اندازند. در واقع، اولویت‌ها عوض شده و نیازهای اساسی مثل خوراک، اجاره و درمان برای خیلی‌ها مهم‌تر از به‌روزرسانی گوشی شده است». این روزها تعمیر موبایل بیشتر از خرید آن رونق گرفته است. آقای «سین» در این مورد می‌گوید: «بازار موبایل نسبت به گذشته خیلی آرام‌تر شده و فقط خرید‌های ضروری یا تعویض‌های اجباری انجام می‌شود. الان بیشتر مردم ترجیح می‌دهند گوشی خود را تعمیر کنند تا اینکه یک گوشی جدید بخرند. بسیاری وقتی سراغ خرید می‌روند که گوشی واقعا کار نکند یا قطعه‌اش پیدا نشود. وقتی گوشی خراب می‌شود، اول از من می‌پرسند می‌آرد تعمیرش کنیم؟ در کل بازار تعمیرات رونق بهتری نسبت به فروش گوشی آکبند گرفته است و کالای دست دوم میان‌رده هم باز رونق بیشتری نسبت به گوشی آکبند دارد». البته تعمیرات هم با اما و اگرهای بسیاری همراه است. به گفته این فروشنده با بالا رفتن قیمت دلار، هزینه قطعات مخصوصا ال‌سی‌دی افزایش پیدا کرده است؛ «بعضی وقت‌ها تعمیر گوشی

کارکرده آن هم فقط تعویض ال‌سی‌دی تا ۷۰ درصد قیمت خود گوشی خرج دارد. به همین خاطر، بعضی‌ها تصمیم می‌گیرند پول تعمیرات را با مقدار پولی که پس‌انداز کرده‌اند، جمع کنند و یک گوشی میان‌رده بخرند یا مجبور می‌شوند از قطعات غیراصلی و کیفیت پایین‌تر استفاده کنند تا از پس هزینه تعمیرات گوشی برآیند». پاساژ چارسو هم حال و روزی مشابه دیگر پاساژها دارد. در میانه گشت‌وگذار در طبقه اول چارسو، رنگ نارنجی آیفون ۱۷ در مرکز فروش محصولات اپل جذیب می‌کند. مدیر این فروشگاه هم می‌گوید: «خرید گوشی خیلی کم شده است، چون قیمت‌ها ثبات ندارند و هر دقیقه عوض می‌شوند. آیفون ۱۷ فروش دارد، اما اگر قبلاً روزی صد عدد گوشی می‌فروختیم، امروز این عدد به ۱۰ گوشی رسیده است. فروش گوشی آیفون دست دوم وضعیت بهتری دارد. ما گوشی ۱۶ کارکرده مشتری را می‌خریم و آیفون ۱۷ به او می‌دهیم. گوشی کارکرده ۱۶ هم مشتری دارد و مردم از ما می‌خرند».

خریداران ناامید

وضعیت بازار روی فروش لوازم جانبی مانند ساعت اپل هم تأثیر گذاشته است. او در این مورد می‌گوید: «خرید لوازم جانبی مثل ساعت و هندزفری هم افت کرده است و اگر سال پیش روزی ۳۰ تا ۴۰ عدد ساعت می‌فروختیم، امروز این عدد به روزی پنج تا شش عدد رسیده است. ساعت سال پیش ۱۰ تومان بود و امروز ۴۰ تومان شده است. فروش به این صورت باعث می‌شود هزینه اجاره مغازه هم نتوانیم بپردازیم». پرس‌وجوی من به فروشنندگان ختم نشد و از بعضی از خریداران هم سؤال کردم که تا چه اندازه خرید گوشی در اولویت آنها قرار دارد. یکی از آنها که چند روز پیش برای مادرش هدیه تولد گوشی خرید کرده بود، می‌گوید: «شاید سال‌های پیش می‌توانستم با پس‌انداز گوشی حتی رده متوسط بخرم، اما الان مجبور شدم پنج نفر پول را جمع کنیم تا بتوانیم برای تولد مادرم گوشی میان‌رده خریداری کنیم. در این روزها وقتی می‌توان گوشی خرید که واقعا آن گوشی را نتوان تعمیر کرد و مدل خیلی قدیمی باشد و دیگر کارایی نداشته باشد. وگرنه الان باید با همان گوشی‌های خودمان کار کنیم». در کنار فروشگاه‌های فیزیکی، فروش اینترنتی گوشی هم به سمت اقساطی رفته است. تکنولایف، فروشگاه اینترنتی موبایل و تکنولوژی به‌تازگی گزارش عملکرد ۱۴۰۳ منتشر کرده که براساس آن، فروش اقساطی این مجموعه در مقایسه با سال گذشته ۳.۲ برابر شده است. براساس این گزارش، این فروشگاه سال ۱۴۰۳ با لندتک‌هایی مانند اسنپ‌پی، دیجی‌پی و تارا همکاری‌هایی داشته است. کاربران علاوه بر این لندتک‌ها

کتابخانه

ما می‌دانیم شما چه می‌اندیشید؛ روایتی از قدرت و خطرات بیگ‌دیتا

نشان داد چگونه کسب‌وکاری که کارش کرایه ویدئو بوده، می‌تواند کلان‌داده را محور اصلی فعالیت خود قرار دهد». تفلیکس می‌داند؛ چه‌کسی، چه‌چیزی را در چه زمانی و در کجا تماشا می‌کند. سیستم‌های این شرکت با تحلیل رفتار میلیون‌ها کاربر، فهرست‌هایی از علایق آنها می‌سازند و براساس همین شناخت، محتوا پیشنهاد می‌دهند. همین توانایی باعث شده است بسیاری از سیرال‌ها و فیلم‌های تفلیکس با اتکا به داده‌ها تولید شوند، نه صرفاً سلیقه مدیران.

روی تاریک بیگ‌دیتا

به وجود تمام جذابیت‌ها، کلک هشدار می‌دهد که کلان‌داده همیشه هم بی‌خطر و دوست‌داشتنی نیست. هر شرکتی که به چنین منابعی دسترسی دارد، می‌تواند خیلی بیشتر از آنچه تصور می‌کنیم درباره ما بداند، که برای فروش بیشتر، چه برای تبلیغات، چه حتی برای کنترل و نظارت. او می‌نویسد که بیگ‌دیتا «ماندگار است» و درست به همین دلیل لازم است کسب‌وکارها و دولت‌ها هم منافع و هم خطرات آن را بشناسند و مسئولانه با آن برخورد کنند.

درباره نویسنده

براین کلگ، نویسنده کتاب «کلان‌داده: ما می‌دانیم شما چه می‌اندیشید»، متولد ۱۹۵۵ است و آثار علمی بسیاری در کارنامه‌اش دارد. از جمله کتاب‌های مشهور او می‌توان به: قالب واقعیت، خورشید چه رنگ است؟ و ده میلیارد فردا اشاره کرد. او با برخی از معتبرترین نشریات علمی جهان، از جمله نیچر و وال‌استریت ژورنال همکاری می‌کند. کلگ همچنین با نوشتن کتاب‌هایی مثل دنیای مهره و تارپرخه پیکرانگی نامزد جایزه هگله سلطنتی کتاب‌های علمی شده است. این کتاب اکنون از طریق فیدیبو، طاقچه، ایران‌کتاب و دیجی کالا در دسترس است.

فن‌بیز

انقلاب در سلامت زنان با یک پلتفرم آنلاین؛ داستان رشد «Hello Alpha»

چهار سال از شیوع جهانی ویروس کرونا گذشته و تجربه تلخ و عجیب آن روزها هنوز در ذهن‌مان زنده است؛ دورانی که قرنطینه سراسری باعث شد نقش استارت‌آپ‌های حوزه سلامت پررنگ‌تر از همیشه شود. شرکت‌هایی که در میانه بحران، به کمک پزشکان و پرستاران آمدند و بخش‌هایی از درمان را از راه دور ممکن کردند. یکی از آنها Hello Alpha بود؛ استارت‌آپی آمریکایی که خدماتش در حوزه سلامت زنان تعریف می‌شود و در روزهای پاندمی نقش مهمی در ارائه مشاوره آنلاین و تحویل نسخه‌های پزشکی ایفا کرد. با این حال، فعالیت اصلی هلوآلفا فراتر از خدمات دوران کروناست. این پلتفرم با هدف ساده‌سازی دسترسی زنان -به‌ویژه ساکنان جوامع محروم- به بیش از صد پزشک، راه‌اندازی شده و اکنون بیش از ۱۵۰ هزار زن را زیر پوشش دارد. طبق گزارش‌های رسمی، این پلتفرم تاکنون حدود ۲۷ میلیون دلار صرفه‌جویی در هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی کاربرانش ایجاد کرده است.

نقطه آغاز یک تحول

ایده راه‌اندازی هلوآلفا در سال ۲۰۱۷ شکل گرفت؛ زمانی که گلو‌ریا لاو (مدیرعامل و یکی از بنیان‌گذاران) و مری جاکوبسون (مدیر ارشد پزشکی) تصمیم گرفتند شکاف عمیق دسترسی زنان به خدمات سلامت را با یک راهکار دیجیتال پر کنند. لاو که دکترای مهندسی از دانشگاه استنفورد دارد و سال‌ها در حوزه علوم داده فعالیت کرده، به همراه جاکوبسون با تجربه ۱۵ساله در پزشکی بالینی و مدرک MBA از استنفورد، پلتفرمی ساختند که قرار بود بخش مهمی از موانع سنتی سیستم سلامت را از میان بردارد. آنها به سه مانع اساسی توجه کردند: نخست اینکه بسیاری از زنان، به‌ویژه در مناطق محروم، برای مراجعه حضوری به پزشک با مشکلات جدی مواجه‌اند. دوم اینکه سیستم‌های سنتی مراقبت بهداشتی معمولاً پیچیده، زمان‌بر و پر از بوروکراسی‌اند. و سوم اینکه تشخیص زودهنگام و مراقبت مستمر می‌تواند بسیاری از بیماری‌های جدی را پیشگیری کند. هلوآلفا با تکیه بر همین اصول، پلتفرمی ایجاد کرد که دسترسی سریع، ساده و کم‌هزینه را ممکن می‌کند.

هلوآلفا چگونه کار می‌کند؟

در این پلتفرم هر کاربر می‌تواند هر ساعت از شبانه‌روز «به صورت آنلاین» وارد مطب پزشک شود و درمان دریافت کند. هلوآلفا بیش از صد وضعیت پزشکی را پوشش می‌دهد؛ از آلرژی و عفونت‌های مقاربتی تا سلامت روان، مدیریت وزن، کنترل بارداری، دیابت، آسم، عفونت‌های ادراری و بسیاری وضعیت‌های دیگر. ثبت‌نام در سایت فقط با یک ایمیل انجام می‌شود. پس از تکمیل اطلاعات، کاربر بیماری مدنظرش را انتخاب می‌کند. برای مثال با انتخاب بخش «آلرژی»، توضیحاتی درباره علل، علائم، گزینه‌های درمانی و عوامل خطر ارائه می‌شود و سپس فرد به یک پزشک یا پرستار دارای مجوز، تحت هدایت تیم پزشکی به رهبری مری جاکوبسون، متصل می‌شود.

امنیت و اعتماد

با توجه به حساسیت داده‌های پزشکی، مسئله اعتماد کاربران اهمیت کلیدی دارد. هلوآلفا برای حفظ محرمانگی اطلاعات، سیاست‌های سختگیرانه‌ای وضع کرده است. داده‌ها تنها در اختیار پزشکان مجاز قرار می‌گیرد و پلتفرم یک خطمشی و عوامل خطر ارائه می‌شود و استفاده و حفاظت از اطلاعات ارائه داده است. همچنین اگر فردی بخواهد از طرف کاربر از خدمات پلتفرم استفاده کند، نیاز به مجوز رسمی دارد.

سرمایه‌گذاری و مسیر رشد

طی حدود هشت سال فعالیت، هلوآلفا سرمایه درخورتوجهی جذب کرده است. در جدیدترین دور، SpringRock Ventures که در حوزه سلامت دیجیتال تخصص دارد، ۲۴ میلیون دلار در این استارت‌آپ سرمایه‌گذاری کرده است. Samsung Next نیز علاوه بر تأمین مالی، در راهبری و توسعه محصول نقش داشته است. جزئیات سایر سرمایه‌گذاران منتشر نشده، اما رشد سریع پلتفرم نشان‌دهنده استقبال گسترده بوده است.