

بازار کسب‌وکارهای کوچک

روایتی از میان ۴۰ هزار غرفه باسلام

پدر زُپتوی ایرانی

شیما پاکزاد

● «از بچگی علاقه داشتم با یه تیکه چوب و چهار تا تشکت ماشین بسازم. اوج هنرم هم وقتی بود که تعداد چرخ‌ها بیشتر می‌شد. این ایده که روزی باید برای بچه‌ها اسباب‌بازی بسازم همیشه با من بود تا بالاخره عملی‌اش کردم». عادل پرکرم، معتقد است خداوندی که ما را خلق کرده، در درون ما هم توانایی خلق‌کردن را قرار داده است.

آقای پرکرم یک سازنده تمام‌وکمال است و میل زیادی به یادگرفتن و ساختن دارد. به همین خاطر وقتی تصمیم گرفته است که آرزوی کودکی‌اش خود را محقق کند، مطالعه ساخت دستگاه‌های مربوط به اسباب‌بازی، استانداردهای آنها، نحوه ساخت و محاسبه و همه جزئیات کار با چوب را شروع کرده و از مقاله‌های بین‌المللی و به‌روز اصول ساخت را فراگرفته است. او حتی در زمینه‌های دیگری مثل عکاسی و ادیت عکس و کدنویسی برای سایت و سنو هم دوره‌هایی را گذرانده است. همیشه بخشی از درآمدش را برای یادگیری



موضوعات جدیدی که ممکن است لازم شود، کنار می‌گذارد.

شروع کارش در سال ۹۶ هم‌زمان با شروع تحریم‌ها در ایران بوده و یکی از دلایلی که تصمیم به ساخت دستگاه‌ها می‌گیرد هم همین موضوع است. «آدم‌ها راحت‌طلبن. وقتی می‌بینن ابزار و دستگاه‌ها موجوده، ترجیح می‌دن بدون هیچ زحمتی اون‌ها رو بخرن. اما تحریم‌ها و بالا رفتن قیمت‌ها باعث شد من سمت خرید ابزارها نرم و بشینم مطالعه کنم و خودم ساختشون رو یاد بگیرم. حتی ابزارهای کوچکی مثل چکش یا مقار رو هم خودم ساختم. حالا که توانستم بعضی از دستگاه‌ها را داخلی‌سازی کنم، شاید روزی فعالیتیم رو در زمینه ساخت دستگاه‌هایی که ایرانی‌ها نیاز دارن شروع کنم. به این فکر می‌کنم. ۵۰ تا ۶۰ سالگیم رو برای آموزش اینها به بقیه بذارم».

آقای پرکرم قبل‌تر از آنکه وارد صنعت خانگی ساخت اسباب‌بازی‌های چوبی شود، در صنعت خودروسازی فعال بوده و هنوز هم هست. او در رشته مکانیک تحصیل کرده و با شرکت‌های خودروسازی کار می‌کند. به همراه همسر و دو برادرش در فضای کوچکی در طبقه سوم ساختمانشان ساخت اسباب‌بازی‌های چوبی با اسم «چوبیرو» را راه انداخته است. طول خط تولید آنها که با افتخار از آن یاد می‌کند، شش‌متر است اما معتقد است یکی از باکیفیت‌ترین خطوط تولید اسباب‌بازی‌های چوبی در ایران است و با نمونه‌های خارجی خود رقابت می‌کند.

محصولات چوبیرو نسبت به اسباب‌بازی‌های چوبی‌ای که ساخته می‌شوند ظرافت، زیبایی و مقاومت زیادی دارند. آقای پرکرم یکی از دلایل آن را استفاده از دستگاه‌هایی می‌داند که منحصر به ساخت اسباب‌بازی هستند و در همان ابعاد ساخته شده‌اند. دلایل دیگر را هم رعایت استانداردهای ساخت اسباب‌بازی، تخصص در طراحی و شابلون‌سازی، محاسبه مقاومت و تحمل فشار اسباب‌بازی‌ها و توجه به جزئیات هرچند کوچک می‌داند. «با افتخار می‌تونم بگم که محصولات ما گارانتی مادام‌العمر دارن و اگه آسیبی ببینن، یا اون‌ها رو درست می‌کنیم یا تعویض. تا الان هم تو اسباب‌بازی‌هایی که فروخته‌ایم فقط به مورد شکستن داشتیم».

روی تمام اسباب‌بازی‌های چوبیرو Made in Iran درج شده؛ چراکه آقای پرکرم باور دارد محصولات او در آینده‌ای نزدیک می‌تواند به دیگر کشورها صادر شود و می‌خواهد حتما همه متوجه شوند که این اسباب‌بازی‌های چوبی باکیفیت در ایران ساخته شده است.

«باسلام» بازار اجتماعی آنلاین کسب‌وکارهای کوچک است. QR کد زیر را اسکن کنید و سری به غرفه چوبیرو بزنید.



باسلام ba.salam.com



سهراب آقاژاده مسرور
مدیر دیارتمان مدیریت
تکنولوژی شرکت فرا

قریب به سه دهه است که تکنولوژی (همان دانش انجام کارها) زیربنای رقابت و حضور موفق در بازار صنایع مختلف را شکل می‌دهد. سه جریان کلی براساس پیشرفت‌های فنی و تکنولوژی‌های جدید شکل می‌گیرد. جریان اول، اقتصادهای نوظهوری هستند که براساس نتایج و دستاوردهای فنی جدید، ممکن می‌شوند. از نمونه‌های آن شرکت‌های فعال در اقتصاد دیجیتال هستند که تا قبل از توسعه فناوری اطلاعات جایگاهی نداشتند. جریان دوم اقتصاد به کسب‌وکارهایی برمی‌گردد که در بستر تحولات تکنولوژیک ساختار و ویژگی‌های آنها تغییر کرده و دچار تحول بنیادین شده‌اند. زمان سفر بین شهرها قبل و بعد از پا به عرصه گذاشتن هواپیما قابل مقایسه نیست. سومین جریان اقتصادی متأثر از تغییرات تکنولوژی، کسب‌وکارهایی هستند که از دستاوردها و پیشرفت‌های تکنولوژیک برای ارتقای جایگاه رقابتی خود، افزایش بهره‌وری و بهبود عملکرد استفاده می‌کنند و تغییرات تکنولوژی ماهیت آنها را دچار تحول و تغییر نکرده است.

صنعت پتروشیمی از این دست صنایع است. پیشران اولیه تغییرات تکنلوژی در صنعت پتروشیمی، فرایندهای جدید به‌منظور تبدیل تغییر، جداسازی و ترکیب مواد شیمیایی بوده است. به موجب همین تغییرات، تجهیزات ثابت و دوار نیز مورد توجه قرار گرفتند و برای عملیاتی‌کردن اهداف فرایندی ارتقا یافتند؛ اما امروزه ماهیگی مانند دیجیتالی‌شدن، تولید پایدار و حذف ضایعات نقش‌کلیدی در تغییرات تکنولوژیک ایفا می‌کنند. سیر تحولی که بیان شد، نشان از آن دارد که اگرچه مهندسی شیمی و آشنایی با فرایندهای شیمی زمانی رکن اصلی آشنایی با تکنولوژی‌های جدید صنعت پتروشیمی بود؛ اما امروزه سبدي از دانش مهندسی ازجمله فناوری اطلاعات نیز در ایجاد تغییرات فنی نقش ایفا می‌کنند. با توجه به گرایش و سابقه مدیران ارشد شرکت‌های پتروشیمی، تغییرات اصلی تکنولوژی از منظر ایشان، فرایندها و سیکل‌هایی است که در ضمن آنها طی می‌شود. با توجه به چرخه عمر بیشتر فرایندهای صنعت پتروشیمی که در مرحله بلوغ قرار دارند، نرخ تغییرات کم بوده و اکثر نوآوری‌ها به‌صورت تدریجی است و بیشتر بهبودهای نوآورانه صورت می‌گیرد. این موضوع موجب خواهد شد تا مدیران ارشد و ذی‌نفعان کلیدی شرکت توجه کمتری درباره تغییرات تکنولوژی داشته باشند و بینش سازمانی بر این باور باشد که اتفاق خاصی در دنیای تکنولوژی‌های مرتبط با محصولات در حال تولید رخ نخواهد داد و در بازه‌های زمانی ۱۰ساله

استارت‌آپ -۵۵



نرخ تغییرات تکنولوژی

تله عقب افتادگی در صنعت پتروشیمی

می‌توان با تعریف پروژه‌های ارتقای فنی ازجمله پروژه‌های ریومپ (پروژه‌هایی برای ارتقا، جایگزینی یا افزایش ظرفیت واحد موجود) شکاف‌های تکنولوژیک را برطرف کرد. این فرضیه درباره برخی از تکنولوژی‌ها صادق است؛ اما نباید موجب شود تا شرکت‌ها درباره مدیریت تکنولوژی‌های کلیدی خود غافل شوند. به‌واقع سرعت کم تغییرات و تکنولوژی‌های بالغ صنعت پتروشیمی ممکن است موجب سوگیری اشتباه درباره بهبود و ارتقای فنی شود.

صنعت پتروشیمی و تکنولوژی‌های کلیدی:

با این تفاسیر این پرسش پیش می‌آید که شرکت‌های فعال در صنعت پتروشیمی چه رفتاری باید با تکنولوژی‌های کلیدی خود داشته باشند؟ برای پاسخ به این سؤال توجه به چند نکته بسیار کلیدی است:

● اول اینکه در مواقعی پیشرفت و توسعه سایر علوم مانند متالورژی می‌تواند تأثیر بسزایی بر تکنولوژی‌هایی مانند مصاد شیمیایی و جاذب‌ها داشته باشد.

● دوم اینکه سیر تغییر و تحولات در یک دسته از تکنولوژی‌های کلیدی (مانند فرایندها) قابل تعمیم به همه دسته‌ها ازجمله تجهیزات دوار، کنترل و ابزار دقیق و سیستم‌های فناوری اطلاعات نیست و همه تغییرات فنی درخورتوجه هستند. ممکن است در دسته‌ای از فناوری‌ها نرخ تغییرات و پیشرفت‌های فنی بیشتر باشد.

● سومین موضوع تطبیق و پذیرش نسل‌های جدید تکنولوژی‌ها، بعد از چند دوره اصلاح و بهبود است، شاید شرکتی تا سه مرحله ارتقای کاتالیست

آن دارد که در واحدهای الفینی، کوره‌های کراکینگ یکی از اجزای کلیدی واحد عملیاتی هستند. نقش کویل‌ها در کوره بسیار پررنگ است. شرکت‌هایی در داخل کشور ادعا دارند که می‌توانند کویل‌ها را منطبق بر خواسته‌ها و نیازهای مشتریان خود بسازند. نکته بسیار کلیدی تعیین استانداردها، ترکیب آلیاژی کویل‌ها، چیدمان، ساختار، روکش داخلی و مواردی از این دست است که کارفرما می‌تواند در صورت آشنایی با جزئیات، سفارش و انتخاب خود را دقیق‌تر کند.

وقتی صحبت از بلوغ تکنولوژی می‌شود، منظور یک روند است. اطمینان خاطر از عملکرد تکنولوژی‌های موجود، می‌تواند موجب غافلگیری شرکت‌ها شود. از مصادیق این موضوع می‌توان به تفاوت کاتالیست‌های جدید تبدیل تلوئن به زایلین‌ها با نسل‌های قبلی اشاره کرد؛ تغییری که می‌تواند تأثیر بسزایی بر روی کارایی و بهره‌وری شرکت داشته باشد. در نسل‌های قبلی این کاتالیست درصد تبدیل ۵۴ درصد و انتخاب‌پذیری تولید پارازایلین کمتر از ۳۲ درصد بود؛ اما در نسل‌های جدید، درصد تبدیل به ۲۱ و انتخاب‌پذیری به بیش از ۹۰ درصد رسیده است.

از مصادیق جالب توجه برای این موضوع، واحد عملیاتی الفین در کشور ژاپن است. ظهور گاز شیل، راندمان به نسبت پایین تجهیزات مورد استفاده، تغییرات زنجیره ارزش واحدهای الفینی، مصرف انرژی و پا به عرصه گذاشتن ماکاراکرها موجب شد تا در سال۲۰۱۷، ۱۰ واحد تولید الفین یا تعطیل شده یا کارکرد خود را تغییر دهد یا تکمیل کند و نزدیک به ۱۵ درصد کل تولید مواد الفینی کشور ژاپن کاهش یابد.

بنا بر موارد ذکرشده، شرکت‌های پتروشیمی با استفاده از مدیریت تکنولوژی‌های کلیدی خود خواهند توانست محیط رقابتی و دامنه فعالیت‌های خود را پایش کرده و براساس نتایج و تحلیل‌های محیطی، به هوشمندی تکنولوژیک و کسب‌وکار برسند. در این مسیر با استفاده از بررسی تغییرات لیسانسورها، ارزیابی زنجیره ارزش شرکت‌های

مشابه، مطالعه کارهای پژوهشی معتبر و ارزیابی اختراعات ثبت‌شده، می‌توان مسائل حل‌شده، سیر تغییر تکنولوژی‌ها، ظرفیت‌های بالقوه ارتقای فنی و شکاف‌های تکنولوژیک را شناسایی کرد و راهکارهای فنی مناسب را برای رفع گلوگاه‌های فنی پیدا کرد. شرکت شل (Shell) برای همین منظور سازوکاری را برای هوشمندی تکنولوژی ایجاد کرده و بخش عمده فعالیت‌های توسعه‌ای خود را در این قالب پیش می‌برد.

با این تفاسیر می‌توان انتظار داشت با استفاده از ابزارهای جدید مدیریتی ازجمله هوشمندی تکنولوژی، پایش تکنولوژی و تحلیل اختراعات، درباره تغییرات محیطی آگاهی یافته و تصمیم‌گیری‌ها و همچنین تخصیص منابع بهینه شود.

تأمین و بلوغ تکنولوژی‌های کلیدی:

در شرایط تحریمی و در مواردی که لازم است تا از نتایج و دستاوردهای ملی استفاده شوند، برنامه‌ریزی و اقدام درباره تأمین تکنولوژی‌های کلیدی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌شود. به این معنا که شرکت پتروشیمی بتواند خواسته‌ها و استانداردهای مد نظر خود را شفاف به سازنده و تأمین‌کننده بیان کند تا رویه خودکفایی و ساخت داخل تکنولوژی شانس موفقیت بیشتری داشته باشد. تجربه نشان از

اخبار استارت‌آپی

رونمایی از «صندوق پژوهش و فناوری نوآفرین» در یلدای کارآفرینان استارت‌آپی ۹۹

● صندوق پژوهش و فناوری نوآفرین شش‌ماه است فعالیت خود را آغاز کرده اما به‌خاطر همه‌گیری ویروس کرونا مراسم رونمایی آن برگزار نشده بود. حال به نظر می‌رسد رویداد یلدای کارآفرینان استارت‌آپی ۹۹ فرصت خوبی برای رونمایی از این صندوق باشد.

صندوق پژوهش و فناوری نوآفرین در راستای تقویت اقتصاد دیجیتال و جبران خلأهای موجود در اکوسیستم تأمین مالی نوآوری در کشور راهاندازی شده است. این صندوق مأموریت دارد تا از شرکت‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات از جمله حوزه‌های اینترنت اشیا، گردشگری، فین‌تک، سلامت دیجیتال، بازی، تجارت الکترونیک، هوش

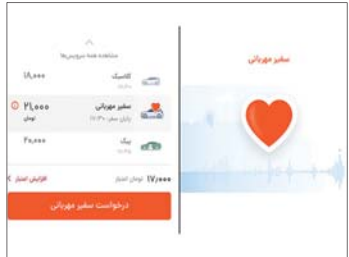


مصنوعی، آموزش، سخت‌افزار و نرم‌افزار به‌عنوان سرویس (SAAS) حمایت کند. صندوق نوآفرین بزرگ‌ترین صندوق پژوهش و فناوری حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران با سرمایه هزار میلیارد ریالی است که از طریق مشارکت اهرمی با دیگر بازیگران و سرمایه‌گذاران اکوسیستم و سهام‌داران خود، تا سقف ۶۰۰ میلیارد ریال روی هر استارت‌آپ سرمایه‌گذاری می‌کند.

سازمان فناوری اطلاعات ایران، شرکت ارتباطات زیرساخت، شرکت مهندسی صنایع یاس ارغوانی (زیرمجموعه بانک ملت)، شرکای سرمایه‌گذاری ویستا (زیرمجموعه ایرانسل) و توسعه کارآفرینی بهمن مجموعه سهامداران صندوق پژوهش و فناوری نوآفرین هستند که سرمایه هزارمیلیارد ریالی آن را تأمین کرده‌اند.

حدود شش‌ماه از فعالیت عملیاتی صندوق پژوهش و فناوری نوآفرین می‌گذرد؛ اما به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا و محدودیت‌های به‌وجودآمده، مراسم رونمایی از این صندوق به تعویق افتاد. از این‌رو اعضای هیئت‌مدیره نوآفرین تصمیم گرفته‌اند تا در رویداد یلدای کارآفرینان استارت‌آپی کشور از این صندوق رونمایی کرده و به ارائه دستاوردهای خود در مدت زمان فعالیت این صندوق بپردازند.

سرویس «سفیر مهربانی» در تپسی



● **شنبه‌پرس:** هفته گذشته، انتشار صدای یکی از سفیران تپسی در تماس با اپراتور پشتیبانی این شرکت، مورد توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها قرار گرفت. این سفیر، از کارشناس پشتیبانی تقاضا می‌کرد که پول پرداخت‌شده از سوی یکی از مسافران را به او برگرداند؛ چراکه مسافر از پرستاران بخش کرونا بوده و او از پرستاران این بخش، کرایه نمی‌گیرد.

در ادامه بازخورد گسترده این اقدام در فضای مجازی، تپسی پویش «سفیر مهربانی» را از ۲۲ تا ۳۰ آذرماه راه‌اندازی کرده است. در این پویش، سرویس جدیدی به نام «سفیر مهربانی» به سرویس‌های تپسی اضافه شده که سفرهای آن کاملاً مشابه سرویس کلاسیک است اما مبلغ سفر در این سرویس ۳ هزار تومان بیشتر خواهد بود. دوبرابر کل مبالغ جمع‌شده در این طرح، به‌صورت کد سفر رایگان، در اختیار بخشی از کادر درمان کشور قرار می‌گیرد.

و سلامت است.

بیماری‌ها می‌کنند، پزشکان هم قادر به ردیابی روند بالینی بیماران

