



پیمان بخشنده / بنیانگذار یک استارت‌آپ تولیدی

هر هفته در این صفحه به تغییرات مهم در ایران از دریچه فرهنگ استارت‌آپی نگاه می‌کنیم؛ این بار پیمان بخشنده، که مدیرعامل شرکت زیست‌تجهیز شریف است و با برند استارت‌آپی مدکمپ در حوزه تولید محصولات تنفسی فعالیت می‌کند، از تأثیرات این دست استارت‌آپ‌های سخت‌افزاری بر صنعت کشور گفته.

۷+ | فرهنگ استارت‌آپی

زبان صنعت تغییر کرده!

جریانی که توانست
مقاومت‌های سخت را
در مقابل تغییر بشکند

مدیریت جوان‌شده صنعت به جوان شدن فرایندها و فرهنگ سازمانی صنایع مبدل شده و این روزها حتی در تبلیغات و بسته‌بندی محصولات صنایع بزرگ هم ردپای چنین تغییری را می‌توان دید. البته که باید تأکید کرد نتیجه نهایی چنین تحولی در دو دهه آینده مشخص خواهد شد. نباید فراموش کرد که صنایع برخلاف استارت‌آپ‌ها بدنه سنگینی دارند و از پذیرش تحول تا رسیدن به نتیجه ملموس، ممکن است راه درازی در پیش باشد



ریختن ترس صنایع از تغییر

اما با ورود استارت‌آپ‌ها و بویژه استارت‌آپ‌های سخت‌افزاری که ترس صنایع مختلف را از ایده‌های هایتک، ریخته‌اند، این صنایع هراسی را که همیشه از ورود به حوزه‌های با تکنولوژی بالا داشتند کنار گذاشته‌اند و این روزها می‌توان با آنها صحبت از تحول در تولید، به‌کارگیری فناوری و تزریق نوآوری کرد. صناعی که تحت تأثیر همین ارتباط با جوان‌ترهای استارت‌آپی حالا بستر آماده‌تری برای فعالیت نخبه‌های کسب‌وکاری و نه لزوماً دانشگاهی تدارک دیده‌اند و بیشتر از اینکه به مدارک تحصیلی افراد نگاه کنند به ایده‌ها و انگیزه‌های آنها بها می‌دهند.

البته که این تغییر دادوستدی دوطرفه بوده است. یعنی فضای استارت‌آپی هم که در چند سال اول بشدت در برابر ایده‌های سخت‌افزاری و صنعتی مقاومت می‌کرد حالا نخبه‌های فنی را پذیرا شده تا آنها هم بتوانند وارد حوزه استارت‌آپ‌ها شوند و فعالیت در این مدل از کسب‌وکارها را به‌عنوان یک گزینه مهم پیش روی آینده حرفه‌ای خود داشته باشند.

ارتباط بهتر با مشتری

اما هم‌نشینی بیشتر و نزدیک صنعت و صنعتگران با استارت‌آپی‌ها باعث شده برخی فرهنگ‌ها و اولویت‌های کسب‌وکاری این مدل از بیزنس‌ها به صنایع هم رسوخ کند. بهبود تعامل صنعت با مشتریان خود آن‌هم با رویکرد استارت‌آپی و مشتری‌محوری یکی از مهم‌ترین این تغییرات بوده است. خدمات بعد از فروش محصولات در صنعت دچار یک تغییر رویکرد اساسی شده و ادبیاتی که تأکید دارد مشتری شریک تولید کننده است به کلیدواژه‌ای جدی در صناعی تبدیل شده که تا همین ۱۰ سال پیش تنها راه ارتباطی‌شان با مصرف‌کنندگان یک شماره تلفن ثابت و یک اپراتور بی‌اعصاب بود! این روزها شبکه‌های اجتماعی صنایع مختلف با الگو گرفتن از فرهنگ مشتری‌مداری استارت‌آپ‌ها، نه‌تنها راه‌های ارتباطی متنوعی را پیش پای مشتریان و کاربران خود می‌گذارند بلکه برای پیشی گرفتن در جلب رضایت مشتریان به ابتکار و خلاقیت‌های بعضاً تحسین‌برانگیز رسیده‌اند.

وقتی صحبت از تأثیر فرهنگ استارت‌آپ‌ها و به‌طور کلی توسعه و رشد کسب‌وکارهای نوپای ایرانی در سایر جنبه‌های زندگی ایرانی‌ها می‌شود، اغلب بیشتر توجه‌ها به شکل و ظاهر و تغییراتی است که این کسب‌وکارهای جدید، در مراودات و محیط کار رقم زده‌اند. اما این کسب‌وکارها جدا از چنین تأثیرگذاری‌ای که در نوع خود قابل ستایش است، توانسته‌اند تحول شگرفی در حوزه‌ای ایجاد کنند که سال‌ها بود تصور می‌شد در برابر هر تغییری مقاوم است و تلاش برای تحول در آن، کوبیدن آب در هاون است. حوزه صنعت در ایران و فرهنگ و مناسبات خاص سنتی آن که اغلب قدیمی و حتی در بسیاری موارد غیرمنطبق با زمانه خود نامیده می‌شود، سال‌هاست که یکی از چالش‌های سیاستگذاری اقتصادی کشور بوده؛ حوزه‌ای که نه تنها در فناوری و شیوه‌های تولید بلکه در نوع مدیریت و ارتباط با جامعه هم چند دهه از زمانه خود عقب افتاده است. چندین دهه بود که یکی از آرزوهای سیاستگذارهای دولتی در کشور، برقراری ارتباط درست صنعت با دانشگاه عنوان می‌شد اما هیچ‌گاه این ارتباط به شکلی مؤثر برقرار نشد.

ایده‌های متنوع، محصولات متنوع

تنوع محصول در هر صنعت از تنوع ایده می‌آید. تنوع ایده هم نیازمند یک متغیر کلیدی به‌نام پذیرفتن فرهنگ شکست است. این روزها در اکوسیستم‌های استارت‌آپی از آنجا که حصار کمتری برای ورود ایده‌ها کشیده می‌شود و ترس کمتری از شکست ایده وجود دارد، ایده‌های مختلف راحت‌تر مطرح می‌شوند و همین تعدد ایده به تعدد محصول منجر می‌شود.

حالا صنعتگران هم از این چرخه ارزش‌زا یاد گرفته‌اند که راه را برای ورود ایده‌های جسورانه‌تر به حریمی که سال‌ها به اشتباه با تحکم از آن نگهبانی می‌کردند باز کنند. امری که باعث شده با ورود نیروهای جوان به صنعت، بازیگران صنایع در حال تغییر باشند و دیگر دیدن یک جوان زیر سی سال، به‌عنوان مدیر یک مجموعه یا یک کارخانه تولیدی و صنعتی بزرگ، امر غریبی نباشد. مدیریت جوان‌شده صنعت به جوان شدن فرایندها و فرهنگ سازمانی صنایع مبدل شده و این روزها حتی در تبلیغات و بسته‌بندی محصولات صنایع بزرگ هم ردپای چنین تغییری را می‌توان دید. البته که باید تأکید کرد نتیجه نهایی چنین تحولی در دو دهه آینده مشخص خواهد شد. نباید فراموش کرد که صنایع برخلاف استارت‌آپ‌ها بدنه سنگینی دارند و از پذیرش تحول تا رسیدن به نتیجه ملموس، ممکن است راه درازی در پیش باشد.