

## "آپ‌ها" و فرصت‌های تازه کسب و کار



واژه "آپ (APP)" که این روزها به اصطلاحی آشنا برای مردم تبدیل شده، از اواسط سال ۲۰۰۷ و با معرفی گوشی iPhone میان کاربران رواج پیدا کرد و از ابتدای Application Software هایی گرفته شده است که روی دستگاه‌های هوشمند نصب می‌شوند (البته اگر از نزدیکی این اصطلاح با نام شرکت - Apple تولید کننده گوشی آیفون - با اغماض بگذریم App Store (شرکت اپل نیز اولین فروشگاه اپ به سبک و سیاق امروزی بود که در سال ۲۰۰۸ و همزمان با معرفی iPhone 2 راه‌اندازی شد؛ تقریباً دو ماه پس از آن - Android Market که امروزه بخشی از سرویس Google Play شده است - شروع به فعالیت کرد. در این بازه زمانی ۵-۶ ساله که از افزوده شدن این حوزه جدید به صنعت ICT می‌گذرد، آپ‌ها تغییر وسیعی در زمینه چگونگی ارائه و دریافت خدمات الکترونیک، دسترسی و تعامل با رسانه‌ها، سبک زندگی، صنایع مرتبط با سرگرمی و ... به وجود آورده‌اند؛ تحولاتی که دامنه آن‌ها به حوزه کارآفرینی، اقتصاد و کسب و کار نیز کشیده شده و توجه سرمایه‌گذاران و دولت‌ها را به سوی خود جلب کرده است.

## چه چیزی نسبت به گذشته تفاوت کرده است؟

نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در بهبود فضای کسب و کار مدت‌هاست که مطرح شده و App ها نیز بخشی از حوزه وسیع ICT هستند؛ پس چه اتفاق تازه‌ای رخ داده که بر اهمیت App ها افزوده، تا این حد که بحثی جداگانه را می‌طلبند؟ بگذارید برای پاسخ به این مسأله، وارد یکی از درآمدزاترین بخش‌های فروشگاه‌های آپ شویم: بازی و گیم؛ بازی‌های رایانه‌ای از چند دهه قبل و با ورود دستگاه‌هایی چون آتاری تا به امروز که بازار PS4 و Xbox One داغ است، همواره به عنوان یکی از صنایع نوین سرگرمی مورد توجه سرمایه‌گذاران بوده است، هر چند تاکنون مخاطبان این بازی‌ها تنها شامل گروه خاصی بوده: علاقه‌مندان پر و پا قرصی که بازی‌های کامپیوتری را به عنوان سرگرمی اول خود در وقت‌های آزادشان انتخاب کرده‌اند. از سویی دیگر اما با گسترش استفاده از ابزارهای ارتباطی هوشمند قابل حمل در چند سال اخیر، هدف جدیدی برای بازی‌سازان تعریف شده است: پر کردن اوقات خالی عموم استفاده‌کنندگان از ابزارهای هوشمند، با ساختن بازی‌های نسبتاً ساده، ولی سرگرم‌کننده! اگرچه در این بازار جدید نیز همچنان بازی‌کنان حرفه‌ای در دسته مخاطبان شرکت‌های تولیدکننده قرار دارند، اما جمعیت گسترده دیگری که پیش‌تر سر و کاری با بازی‌های کامپیوتری نداشته‌اند نیز اضافه شده‌اند، گروهی که حالا در مسیر خانه تا محل کار، در سالن انتظار و ... وقت خود را با بازی‌های ساده روی دستگاه‌های هوشمندشان می‌گذرانند. در زمینه برنامه‌های کاربردی مانند آپ‌های ویژه شخصی‌سازی، مسیریابی، مطالعه و ... نیز شرایط به همین صورت است. قابلیت تحرک ابزارهای هوشمند و سادگی کار با آن‌ها، علاوه بر تعریف کردن حوزه‌های جدید خدمات ICT در زندگی روزمره که پیش از این اساساً مطرح نبوده‌اند، جامعه هدف سرویس‌های پیشین را نیز به طور قابل توجهی گسترش داده است؛ و این یعنی به وجود آمدن فرصت‌های تازه درآمدزایی در حوزه ICT؛ و البته به خطر افتادن بخش وسیعی از مشاغل سنتی!

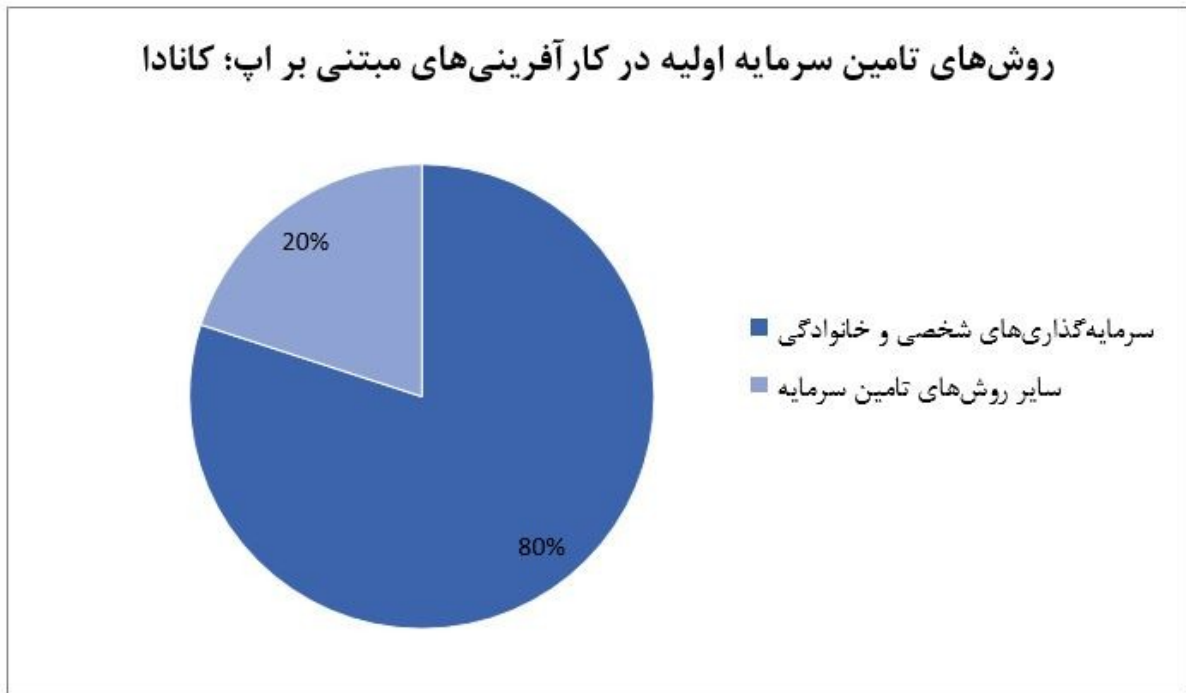
## مدل‌های تجاری جدید

تحول دیگری که با پیدایش اپ‌ها آغاز شده، ایجاد و گسترش مدل‌های نوین درآمدزایی توسط آن‌هاست. مدل تجاری مناسب یکی از مهمترین مسائلی است که سازندگان هر آپ باید پیش از ارایه محصولشان انتخاب کنند و این مسأله می‌تواند به تنهایی منجر به رشد و سودآوری یک آپ یا شکست آن شود. از جمله سوالاتی که توسعه‌دهندگان هر آپ با آن مواجهند می‌توان به این موارد اشاره کرد: آیا باید هزینه‌ی اولیه‌ای برای نصب آپ دریافت کرد یا باید روی فروش‌های داخل برنامه‌ای حساب باز شود؟ آیا ارایه محصول به صورت Freemium (ارایه سطحی از خدمات به صورت رایگان و سطحی بالاتر به صورت اعتباری) مدل مناسبی برای آپ مورد نظر خواهد بود؟ یا اصلاً شاید بهتر است آپ را رایگان ارایه کرده و روی سود ناشی از تبلیغات، حساب باز نمود؟! اینها سوالاتی هستند که برای هر آپ پاسخی یکتا دارند. هر چند در این میان سیاست مشترک غالب آپ‌ها - و حتی سیستم‌های عامل در ابزارهای هوشمند - دریافت حداقل هزینه مستقیم از کاربران و درآمدزایی از طریق گسترش تعداد مخاطبان و همچنین روش‌های غیر مستقیم، همچون تبلیغات است.

## نقش اپ‌ها در ایجاد فضاهای تازه کارآفرینی

هم اکنون و پس از آشنایی با تاثیرات فناورانه و اقتصادی ناشی از ورود آپ‌ها به عرصه ICT، به موضوع اصلی این مقاله برمی‌گردیم، یعنی: آپ‌ها و نقشی که می‌توانند در ایجاد فرصت‌های تازه کسب و کار بازی کنند...

چرا حمایت از کارآفرینی در زمینه اپها باید به یک اولویت میان تصمیم‌گیران حوزه ICT کشورمان تبدیل شود؟ اولین و مهمترین پاسخ به این سوال ضرورت است! گسترش استفاده از ابزارهای هوشمند و ارایه کاربردهای متنوع توسط اپها بسیاری از مشاغل در حوزه‌های گوناگون را - مانند خدمات آموزشی، رسانه‌ها و نشریات، صنایع سرگرمی، ابزارهای شخصی و ... - با تهدید مواجه کرده است و در این میان چنانچه نتوان فرصت‌های جایگزین مناسبی را در حوزه ابزارهای هوشمند به وجود آورد، نتیجه‌ای که در عمل رخ می‌دهد، از دست رفتن تعداد زیادی فرصت شغلی بومی و دریافت خدمات فناورانه جایگزین آن‌ها از سرویس‌دهندگان خارجی است؛ از طرفی سیاست‌های مناسب در این حوزه می‌تواند علاوه بر جایگزین کردن مشاغل از دست رفته، منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید نیز شود؛ مساله‌ای که با توجه به سیاست‌های کشورمان در راستای گسترش کسب و کارهای دانش‌بنیان اولویت بیشتری می‌یابد. امروزه بسیاری از کشورهای دنیا روی کارآفرینی ناشی از اپها حساب ویژه‌ای باز کرده‌اند؛ برای نمونه می‌توان به اتحادیه اروپا اشاره کرد که طرحی مطالعاتی با عنوان Eurapp را پیرامون شناسایی جایگاه کنونی کسب و کار اپلیکیشن‌ها، راه‌های گسترش و همچنین مقابله با چالش‌های پیش‌روی آن در اروپا راه‌اندازی کرده است. طبق نتایج منتشر شده توسط این کارگروه، اپها در سال ۲۰۱۳ منجر به ایجاد ۱.۸ میلیون فرصت شغلی در اتحادیه اروپا شده‌اند، رقمی که پیش‌بینی شده تا سال 2018 به ۴.۸ میلیون شغل برسد. با در نظر گرفتن نسبت جمعیتی اتحادیه اروپا و ایران، این رقم معادل ایجاد حدود ۸۰۰ هزار فرصت شغلی در ایران و تا سال 2018 خواهد بود! کمی رویایی به نظر می‌رسد؟ اما این تمام ماجرا نیست ... مساله مهم دیگر هزینه بسیار پایین کارآفرینی در این عرصه برای دولت‌هاست. بر خلاف بسیاری از مشاغل، شروع به فعالیت در زمینه طراحی و توسعه اپها چندان هزینه‌بر نبوده و اصلی‌ترین نیاز آن وجود نیروی انسانی متخصص است که اتفاقاً کشورمان از این لحاظ در دنیا رتبه نسبتاً قابل قبولی را داراست. از سویی با توجه به مدل ارایه مستقیم اپها از طریق فروشگاه‌های اپلیکیشن، هزینه ارایه محصول و بازاریابی اپها نیز نسبتاً پایین می‌باشد؛ مشاهدات نشان می‌دهد حتی همین هزینه پایین نیز غالباً توسط خود توسعه‌دهندگان فراهم می‌گردد؛ برای نمونه بر اساس آمار اعلامی کنسول ICT کشور کانادا، حدود ۸۰ درصد کسب و کارهای مربوط به توسعه اپها در این کشور با سرمایه‌گذاری‌های شخصی و خانوادگی پا گرفته‌اند. اهمیت این مساله وقتی بیشتر روشن می‌شود که این آمار را در کنار رقم ۱۶۰ میلیون تومانی ایجاد هر فرصت شغلی در ایران بگذاریم که چندی پیش از سوی معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهور اعلام شد (و این برای ۸۰۰ هزار فرصت شغلی می‌شود چیزی در حدود ۱۲۸ هزار میلیارد تومان!).



علاوه بر مسایل اقتصادی، در کشوری مانند ایران با فرهنگ بومی غنی، همان اندازه که تولید داخلی آپ‌ها می‌تواند به گسترش فرهنگ و سبک زندگی اسلامی-ایرانی کمک کند، عدم ورود به این حوزه می‌تواند مرزهای فرهنگ بومی را تهدید کند. و با این حساب و وقتی اتحادیه اروپا و کانادا برای حمایت از صنعت تولید آپ احساس نیاز می‌کنند، این احساس نیاز برای ما باید دوچندان باشد.

حال که همه آنچه رفت اهمیت و ضرورت حمایت از توسعه اشتغال در زمینه آپ‌ها را مشخص می‌کند، بررسی پاسخ به یک سوال مهم ضروری است. ...

#### حمایت‌ها باید به چه صورت باشد؟

متأسفانه غالب روش‌های حمایتی که تاکنون در عرصه ICT کشورمان به کار گرفته شده، به دلیل ورود مستقیم نهادهای دولتی و حاکمیتی به عرصه تولید، نه تنها منجر به حمایت از کارآفرینان مستقل نشده، بلکه عملاً عرصه رقابت را برای آنان تنگ‌تر کرده است؛ از طرفی در بیشتر موارد، این راهبرد خروجی مطلوبی را نیز در پی نداشته است.

به نظر می‌رسد نخستین گام دولت در راستای حمایت از کسب و کارهای مبتنی بر آپ‌ها، باید عدم دخالت مستقیم در بازار و خروج از تصدی‌گری در این حوزه باشد. گام بعدی دولت در این راستا، مطالعه و بررسی شرایط فعالیت در این عرصه، شناسایی چالش‌های موجود برای کارآفرینان و برنامه‌ریزی برای رفع این چالش‌ها است. با توجه به روند بسیار سریع تغییرات در حوزه ICT، بررسی و آسیب‌شناسی این عرصه نیز باید به صورت مداوم انجام گیرد.

ایجاد شرایطی برای پیوند دادن نوآوران این حوزه و سرمایه‌گذاران یکی دیگر از زمینه‌هایی است که دولت می‌تواند به آن ورود پیدا کند؛ چه اینکه مشاهدات نشان‌دهنده انگیزه بسیار بالای سرمایه‌گذاران برای مشارکت در کسب و کارهای مبتنی بر آپ‌هاست. برای نمونه، می‌توان به یکی دیگر از طرح‌های اتحادیه اروپا با عنوان "Apps for Europe" اشاره

کرد که هدف از آن ایجاد شبکه‌ای حمایتی برای تبدیل آپ‌های مفید به کسب و کارهای درآمدزا از طریق ارتباط دادن توسعه‌دهندگان و سرمایه‌گذاران است.

I'm a developer  
Working on an app or open data startup?  
Read more >

I'm an investor  
Wanting to discover the business potential of open data?  
Read more >

I'm an organiser  
Running an open data event?  
Read more >

Upcoming: Hackathon eGov Wallonia - Namur, Belgium, Hack4Malta - Msida, Malta, Apps4EU BUSINESS LOUNGE - Codebits VII - Lisbon, Portugal

هموار کردن مسیر برای ارایه بین‌المللی این خدمات و صادرات آن‌ها نیز از دیگر مواردی است که دولت می‌تواند در آن نقش موثری ایفا کند، راهبردی که دقیقاً در مقابل راهکار حمایت از آپ‌های بومی از طریق مسدود کردن محصولات خارجی است؛ روشی که در نهایت تنها به محدود کردن افق دید توسعه‌دهنده داخلی و ایجاد حس ناتوانی در آن به منظور رقابت با توسعه‌دهندگان خارجی می‌انجامد.

## جایگاه رگولاتوری در فضای جدید

امروزه یکی از مهمترین چالش‌های پیش روی رگولاتوری، تعریف نقش خود نسبت به دسته وسیعی از آپ‌هاست که OTT نامیده شده و به حوزه رقابت با خدمات اپراتورها وارد شده‌اند؛ رگولاتور از سویی وظیفه حمایت از سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته توسط اپراتورها را بر عهده دارد و از سوی دیگر وظیفه حمایت از نوآوری و رقابتی‌تر شدن بازار را؛ از این رو مدتی است چگونگی برقراری تعادل میان این دو به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های رگولاتورهای دنیا تبدیل شده و پیش‌بینی می‌شود در سال آتی این مساله یکی از دستور کارهای اصلی نهادهای رگولاتور باشد.

علاوه بر راهکارهایی که باید به طور خاص برای OTT ها – که بخش بزرگی از آپ‌ها را در بر می‌گیرد – اندیشید، به طور کلی نیز رگولاتور می‌تواند با در پیش گرفتن روش‌هایی در جهت حمایت از آپ‌های داخلی، زمینه گسترش آن‌ها را فراهم نماید؛ برای نمونه با توجه به اتکای اغلب آپ‌ها به اینترنت، در نظر گرفتن تسهیلاتی برای ISP ها (ثابت و سیار) و سرورهای داخلی به منظور ترغیب آن‌ها به همکاری با شرکت‌های فعال در حوزه آپ‌ها یکی از راهکارهای پیش رو است.

نکته مهم در این میان حساسیت تصمیم‌گیری پیرامون مسایل این عرصه است، چرا که راهکار رگولاتور نباید منجر به ایجاد تأثیرات منفی و یا حتی گسترش دخالت مستقیم در بازار شود؛ از این رو رگولاتور بیشتر باید سیاست‌های تشویقی را مد نظر داشته باشد تا راهبردهای التزام‌آور و همچنین پیش از عملی کردن هر راهبردی، جوانب مختلف آن را کاملاً بررسی نماید.