

«ایسکانیوز» گزارش می دهد؛

اسنپ ایرانی است، آفریقایی یا عربی / اطلاعات کاربران در دست کیست؟

بحث‌های مربوط به فعالیت تاکسی‌های اینترنتی مثل اسنپ هر روز داغ‌تر از روز گذشته می‌شود.

به گزارش خبرنگار گروه اقتصادی ایسکانیوز؛ یک بار در رسانه‌ها می‌شنویم که دادستان البرز از فعالیت آن‌ها جلوگیری کرده و روز دیگر تکذیبیه آن می‌آید. یک بار خبر پلمپ دفاتر آن را می‌شنویم ولی بار دیگر از فعالیت مجددشان باخبر می‌شویم. حتی وقتی سازمان امور مالیاتی نیز به این پرونده ورود می‌کند، به نحوی قضیه حل و فصل می‌شود. اینکه اسنپ چگونه بعد از تمام این مسائل هنوز سرپا ایستاده را باید گذاشت به حساب برخی از حمایت‌های پشت پرده.

هنوز تولد چهار سالگی‌اش را جشن نگرفته است. اپلیکیشنی به ظاهر ساده که موجی از تغییراتی را در پایتخت ایران به راه انداخت. اسنپ خیلی زود جایش را در بین ساختار سنتی تاکسی‌رانی تهران باز کرد. قیمت‌های ارزان و سهولت در دسترسی، این کسب و کار اینترنتی را سریعاً تبدیل به یکی از معروف‌ترین برنامه‌های کاربردی موبایل کرد. از یک‌سو مسافران با پرداخت هزینه کمتر و در سرعتی بیشتر به مقصد خود می‌رسیدند و از سوی دیگر رانندگان مانند آژانس مجبور به تحمل ساعت‌ها بیکاری نبودند.

اسنپ آرام آرام بزرگ شد. به طوری که دیگر می‌شد آن را یک کسب و کار بسیار پررونق (البته برای مالکانش) قلمداد کرد. این پدیده هوس اقتصادی را در بین دیگر استارت‌آپ‌ها نیز زنده کرد. به طوری که بعد از آن برنامه‌ای مشابه به اسم تپسی نیز روی کار آمد. در این میان گویا فقط سر سازمان تاکسی‌رانی بی‌کلاه مانده بود و مجموعه بی‌شماری از آژانس‌ها، البته تاکسی‌رانان خیلی زود خود را با شرایط وفق دادند و سراغ یک برنامه اختصاصی به اسم کارپینو رفتند. اما هنوز تا رسیدن به اسنپ فاصله وجود داشت.

موفقیت خیره‌کننده اسنپ کم‌کم حواس‌ها را به سمت خود جلب کرد. نه فقط به این خاطر که این کسب و کار کوچک اندام، گردش مالی سنگینی داشت، بلکه بیشتر به دلیل آنکه این مجموعه به طرز غیرعادی بی‌نقص بود. اسنپ‌ها تقریباً زیر بار هیچ انتقادی نمی‌رفتند. اینکه این مجموعه تعهدی در قبال رانندگان ندارد و اینکه اساساً رانندگان اسنپ در استخدام آنها نیستند، پای بیمه و مالیات را وسط کشید. البته باز هم همان نیروی عجیب پنهان، اسنپ را به پیش راند. حتی این شرکت از زیر بار مباحث مربوط به ارزان‌فروشی و دامپینگ نیز فرار می‌کند. در ایامی که نظارت‌های سنگینی روی قیمت‌گذاری رب، پفک و حتی کنسرو لوبیا وجود دارد، کسی نسبت به نرخ‌های اسنپ اظهار نظر موثری نکرد.

داستان پیچیده مالکیت

در ابتدا نام شرکت ایده‌گزين ارتباطات روماک پشت اسنپ شنیده شد. سپس شرکت گروه اینترنتی ایران مالکیت آن را به عهده گرفت. اما شاید موتور پیشران اسنپ، باشد. بزرگ‌ترین اپراتور مخابرات آفریقایی جنوبی و سهام‌دار ایرانسل. مدتی بعد خبر سرمایه‌گذاری شرکت دیگری به اسم سرآوا به میان کشیده شد. شرکتی که پیش‌تر با سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بزرگی مانند دیجی‌کالا و کافه‌بازار، توانایی‌های

خود را به رخ کشیده بود. بد نیست بدانید سرآوا عضو انجمن صنفی کارفرمایی صندوقها و نهادهای سرمایه‌گذاری خطرپذیر است. اما مبهم‌ترین و بحث‌برانگیزترین همکار، شریک و یا هرچیز دیگری که اسمش را نمی‌دانیم، قسمت این سناریو از جایی دیگر آب می‌خورد.

وزارت صنعت، معدن و تجارت در گزارش سالانه عملکرد خود مربوط به سال ۱۳۹۵ و در بخش مبسوطی که به طرح‌های صنعتی، معدنی و تجاری مصوب درهیات سرمایه‌گذاری آن سال می‌پرداخت، لیستی بلندبالا از طرف‌های خارجی که در کسب و کارهای ایرانی سرمایه‌گذاری کرده بودند، منتشر کرد.

در بخشی از گزارش به اسامی آشنایی برمی‌خوریم. فروشگاه اینترنتی، سفارش اینترنتی غذا (که بعدها به اسنپ‌فورد تغییر نام داد) و خدمات اینترنتی حمل و نقل شهری. اسامی که همگی تحت لوای گروه اینترنتی ایران فعالیت می‌کنند. اما نکته حیرت‌انگیز در این میان آن است که، علاوه بر آن همه سرمایه‌گذار و مالک و سهام‌دار، حالا سر و کله اماراتی‌ها نیز پیدا شده است.

تنها در مورد اسنپ فرد، افراد و یا شرکتی از این کشور مبلغی معادل ۲۷.۹۶۸.۰۰۰ دلار سرمایه‌گذاری کرده است. آیا توانستید عدد را به درستی درک کنید؟ بیست و هفت میلیون و ۹۶۸ هزار دلار. اسنپ را دیگر یک کسب و کار پولدار و یا یک استارت‌آپ جوان‌محور و دانش‌بنیان موفق دانست. این مجموعه حالا آبستن حواشی گوناگونی شده است. تا به حال هیچ برای مسوولین امر این سؤال پیش نیامده که یک سرمایه‌گذار با اهلیت اماراتی چرا باید در این حوزه خاص سرمایه‌گذاری کند؟ این روزها اسنپ می‌داند که چه افرادی با چه شماره تلفنی، در چه ساعت‌هایی و از چه مکان‌هایی به چه مقصدهایی می‌روند. آیا هنوز قدرت مالی این گروه پوششی است بر تمام فعالیت‌هایش؟