禪

[redacted]

[redacted]

[redacted]

Startup [redacted]

سرمایهگذاری روی کسبوکار جدید مفاهیمی هستند که هر یک بر اساس تعاریف خاص خود، الگویی متفاوت از دیگری دارند . بهویژه زمانیکه مشاهده میکنیم هر یک از این الگوها بر مبنای مدل خاص خود کار میکنند . شکاف مفهومی باعث شده در برخی موارد نتوانیم بهدرستی ماهیت یک استارتآپ را شناسایی کنیم . اما یک استارتآپ چیست؟ ممکن است تا به امروز تعاریف مختلفی برای این واژه خوانده باشید، اما تعاریف زیر رنگوبوی دیگری دارند .

استارتآپ دقیقا چیست؟

برای شروع بهتر است مسئله را فرمولهسازی کنیم . در این حوزه یک تعامل بسیار زیبا میان دنیای صنعت، فناوری و نرمافزار وجود دارد . استارتآپ در ظاهر یک واژه وابسته به فناوری به نظر رسیده و حتی سازمان «کسبوکارهای کوچک ایالاتمتحده » نیز استارتآپ را یک مفهوم فناوریمحور میداند، اما در نقطه مقابل افرادی همچون «باب داف» نویسنده کتاب پرفروش «گامبهگام تا راهاندازی یک استارتآپ موفق» اینچنین نمیپندارد . **startup** یا **Start-up**، در لغت به معنای شروع کردن یا به عبارت دقیقتر یک شروع جدید است. معنای تخصصی آن نیز بامعنای لغویاش یکسان است. در کوتاهترین توصیف، استارتآپ به معنای آغاز کاری بزرگ و جاهطلبانه است که ظرفیت رشد بالایی دارد . نکته جالب توجه آنکه با جستوجویی در فضای مجازی تعاریف متفاوتی را برای استارتآپ مشاهده خواهیم کرد که ما در این مقاله به چند مورد از آنها اشاره میکنیم .

تعریف اول

سایت اینوستوپدیا (Investopedia) استارتآپ را اینگونه توصیف کرده است : «استارتآپ یک شرکت نوبنیان (جوان) بوده که بهتازگی فرآیند طراحی آن آغازشده است . استارتآپ معمولا کوچک بوده و در آغاز راه منابع مالی آنها توسط تعداد انگشتشماری از بنیانگذاران یا حتی یک فرد تأمین میشود . این شرکتها اغلب یک محصول یا سرویس را که تاکنون نمونه مشابهی از آن در هیچ مکانی و در هیچ بازاری عرضه نشده است، ارائه میکنند . در بعضی موارد بنیانگذار بر این باور است که کار را از سطوح پایینتری آغاز کند . در مراحل اولیه به دلیل هزینههای استارتآپها در زمینه طراحی، آزمایش و بازاریابی تمایل به سرمایهگذاری وجود دارد . به این ترتیب، در شروع کار به تأمینکننده مالی نیاز دارند . استارتآپها وامهای کوچک خوداشتغالی را از بانکها، اتحادیههای اعتباری و بانکهای محلی دریافت کنند، حتی در بعضی موارد ممکن است این وام از سوی سازمانهای غیرانتفاعی به آنها داده شود . در این مرحله رشد یک استارتآپ در قالب سرمایه یا مشاوره انجام میشود . گاهی نیز ممکن است دوستان و اقوام، وام یا هدیهای را به استارتآپها دهند . در این مرحله یک استارتآپ ممکن است ماهیت خود را بهگونهای به اثبات برساند که قادر به جذب سرمایه است و در ازای آن کنترل یا درصدی از مالکیت شرکت را واگذار کند .»

مطلب پیشنهادی

استراتژیهایی کارآمد و موثر

چگونه یک برنامه جذب مشتری موفق برای کسبوکار خود ایجاد کنیم؟

تعریف دوم

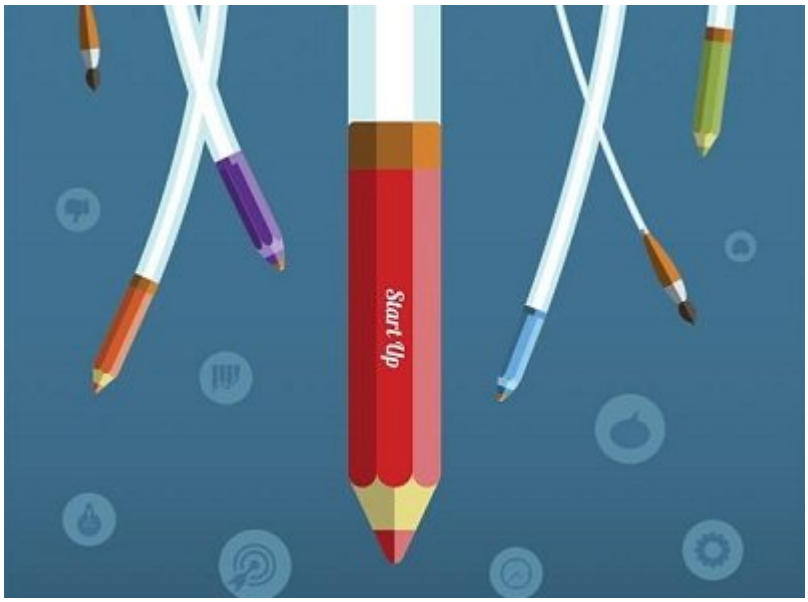
فوربس در توصیف استارتآپ میگوید: «اصطلاح استارتآپ در چند ساله اخیر بیش از گذشته شنیده میشود، واژهای که عمدتا به سرمایهگذاران جوان اشاره دارد . اما بهراستی معنای دقیق آن چیست؟ نیل بلومنتال، بنیانگذار و مدیرعامل Warby Parker معتقد است: «یک استارتآپ شرکتی است که فعالیتش در زمینه حل یک مشکل است. درحالیکه راهحل بهدرستی آشکار و روشن نبوده و حتی موفقیت آنرا هیچکس تضمین نمیکند .» افرادی که تصمیم به راهاندازی یک شرکت نوبنیان میگیرند از یک فرهنگ و طرز فکر نوآورانه در ارتباط با ایدههای موجود برای حل مشکلات بحرانی و بغرنج استفاده میکنند ..» برای راهاندازی یک استارتآپ قوانین سختگیرانهای وجود ندارد، اما در مقابل شرکتها و سازمانهایی قرار دارند که همواره دغدغه درآمدزایی، سود، اشتغال، تعداد نفرات استخدامشده، نوع تعامل با شرکتها و صنایع و فضای کاری در دسترس را دارند. یک استارتآپ همواره خط سیر مشخص خود را دنبال میکند. پل گراهام، از شرکت وای کامبینیتر میگوید : «شرکتی که پنج سال از عمرش میگذرد، هنوز هم یک استارتآپ است، اما ده سال شروعی برای یک تحول است.»

تعریف سوم

الکس ویلهم، نویسنده سایت تک رادار درباره استارتآپ توصیف جالبی ارائه کرده است : «از دیدگاه بسیاری از مردم استارتآپها شرکتهای کوچکی هستند که بهسرعت امیدها را به واقعیت تبدیل کرده و در نهایت به غولهای بزرگی تبدیل میشوند . هر شخصی تعریف خاص خودش را از یک استارتآپ دارد، حال آنکه عموم مردم اشتباه میکنند . بسیاری از شرکتها بر این باورند، یک استارتآپ هستند، درحالیکه اینگونه نیست. آیا اوبر (Uber) یک استارتآپ است؟ البته که چنین نیست. آیا شرکتی که یکی از دوستان شما در زیرزمین خانهاش آن را پایهریزی کرده و به مردم در زمینه چسباندن بالهای یک راکت اسبابازی کمک میکند، یک استارتآپ است؟ جواب منفی است. اگر در انتظار آن هستید که این مفهوم یک استارتآپ نامیده شود، باید بدانید وقت خود را تلف میکنید . آیا یک شرکت فناوری با قدمت یکساله که 14 تن کارمند دارد و در مجموع 437 هزار دلار درآمد دارد و بهطور ماهیانه کمکهایی دریافت میکند تا رشد پیوستهای داشته باشد، یک استارتآپ است؟ جواب مثبت است. این مفهوم را به زبان سادهتری میتوان تشریح کرد . جالب است اگر از افراد عادی سؤال کنید، استارتآپ چیست، به شما میگویند، یک آزمون سودآور، یک مدیریت ساختیافته؛ در نقطه مقابل سرمایهدارانی همچون کریستوفر کالدر از Epic میگوید : «یک مدیریت.»؛ مت مورفی از Kleiner Perkins میگوید : «یک نقطه سودآور.»؛ رافائل کورالس چارلز از Charles River میگوید : «نقطهای برای رشد.» به نظر میرسد، هیچیک از این پاسخها ما را به سمت استارتآپها هدایت نمیکند . اما من برای این مشکل یک راهحل اصلی ارائه کردهام . تصور من این است که ما میتوانیم به قانون 50-100 یا 500 اعتماد کنیم . قانونی که من آن را ابداع کردهام به ما کمک میکند یک واحد یا به عبارت دقیقتر یک مجموعه تجاری را بهدرستی شناسایی کنیم . در این قانون اگر درآمد سالانه شرکت شما بیش از 50 میلیون دلار، تعداد کارکنانش بیش از 99 نفر و ارزش آن بیش از 500 میلیون دلار باشد، دیگر یک استارتآپ نیست، بلکه یک شرکت تجاری است.»

تعریف چهارم

استیو بلنک، نویسنده و مشاور شهیر دنیای استارتآپی میگوید : «برای سالهای متمادی بر این باور بودیم که استارتآپها یک مدل کوچک شده از شرکتهای بزرگ هستند . بااینحال، اکنون میدانیم که استارتآپ به یک سرمایهگذاری کارآفرینی یا یک کسبوکار جدید در قالب یک شرکت، یک مشارکت یا یک



سازمان موقت اشاره دارد که به دنبال راهحلی برای یک مدل کسبوکار تکرارشونده و گسترشپذیر (مقیاسپذیر) است. شرکتهای تازه بنیانی که در فاز توسعه و تحقیق برای بازاریابی قرار دارند . از دل این تعریف این مفهوم زاییده میشود که یک استارتآپ میتواند یک سرمایهگذاری جدید یا واحد جدید یا حتی یک واحد تجاری درون یک شرکت باشد. اگر مدل کسبوکار شما ناشناخته باشد، مجموعهای از فرضیههای آزمایش نشده پیش روی شما قرار خواهند گرفت و برای پروراندن مدل کسبوکار تکرارپذیر خود در حال جستوجو خواهید بود . زمانیکه مدل تجاریتان در بخشهای بازاریابی، مشتریان، ویژگیها، کانالها، قیمتها، استراتژیهای رشد /درخواست و بقا شناخته شد، آنگاه قابلیت اجرایی پیدا خواهد کرد .»

تعریف پنجم

تعاریف مختلف و متنوعی برای استارتآپها میتوان ارائه کرد، اما سازمان کسبوکارهای کوچک در ایالاتمتحده SBA (سرنام Small Business Administration) میگوید : «کسبوکارهایی که بر مبنای فناوری حرکت میکنند و از پتانسیل رشد بالایی برخوردار هستند، یک استارتآپ شناخته میشوند . زمانیکه از فناوری صحبت میکنیم، منظور ما شرکتهای فناوریمحور نیست، بلکه منظور این است که موتور محرکه این شرکتها فناوری است. برای مثال، شرکتی که در زمینه طراحی لباس فعالیت میکند، اما رویکرد فروش، بازاریابی و سرویسدهی به مشتریان این شرکت بر مبنای اینترنت و سایت شرکت متمرکز است نمونهای روشن از یک استارتآپ است. شرکتی که ممکن است در ابتدا با چند کارمند فعالیت خود را آغاز کند و در ادامه تعداد کارمندانش افزایش پیدا کنند .»

Start Up

تعریف ششم

باب دورف، در کتاب «دستورالعمل مالکیت استارتآپ ـ گام به گام تا ساخت یک شرکت عالی » میگوید : «این شرکتها در یک فرآیند نوآورانه توسعه، اعتبارسنجی و تحقیق برای بازارهای هدف، تأسیس میشوند . این واژه در حباب داتکام زمانیکه تعداد زیادی از شرکتهای داتکام تأسیس شدند، پدیدار شد . از آنجا که این واژه همگام با داتکام متولد شد، بسیاری بر این باورند، استارتآپها شرکتهای فناوریمحور هستند. اما لزوما این حرف درست نیست. جوهره راهاندازی یک استارتآپ در ارتباط با مفاهیم جاهطلبی، نوآوری، مقیاسپذیری و رشد متمرکز است .»

شرکتهای شتابدهنده به استارتآپها و فرشتگان استارتآپها

زمانیکه فرد یا افرادی تصمیم به راهاندازی یک استارتآپ میگیرند باید به یکسری نکات کلیدی توجه داشته باشند : اول آنکه ایدهای که استارتآپ بر پایه آن شکل میگیرد، بهدرستی انتخابشده و تحلیل درستی از بازار انجامشده باشد؛ دوم آنکه ایده استارتآپ آنگونه که باید اجرا شود . همانگونه که در ادامه خواهید خواهند، سلسله عواملی باعث سقوط یا صعود یک استارتآپ میشوند . اما برای یک استارتآپ در گام اول جذب سرمایهگذار حائز اهمیت است . برای این منظور استارتآپها ممکن است از محرکهای خاصی

برای سرعت بخشیدن به کار خود استفاده کنند . این محرکها عبارتند از :

- سرمایهگذاران فرشته که به آنها Angle Investors میگویند .
- شتابدهندگان استارتآپ که به آنها Seed Accelerator میگویند .

در هر دو شکل بخشی از سهام شرکت به تملک سرمایهگذاران در میآید . در حالت اول سرمایهگذاران فرشته بخشی از سهام شرکت را دریافت میکنند، اما در مقابل در امور اجرایی شرکت دخالتی نخواهند داشت . سرمایهگذاران فرشته ساز و کار منسجم و تشکیلاتی سازمانی دارند .

در حالت دوم شتابدهندگان استارتآپها در ازای دریافت بخشی از سهام شرکت (بهطور معمول 5 درصد) مشاورههای لازم را در اختیار استارتآپها قرار داده و توصیههای لازم را برای اوج گرفتن شیب صعودی درآمدهای شرکت ارائه میکنند . شرکت وای کامبینیتر از برجستهترین این شرکتها به شمار میرود . شرکتی که در ازای مشاورههای خود معمولا پنج درصد از سهام شرکتها را درخواست میکند .

مطلب پیشنهادی

نگاهی کوتاه به زندگی کاری و مسئولیتپذیری اجتماعی

محمد دوجی، جوانترین میلیاردر شرق آفریقا

دگردیسی مثبت و منفی یک استارتآپ از چه زمانی آغاز میشود؟

بهطورمعمول، متوسط عمر استارتآپها سه سال است. اما سؤال این است که چرا سه سال؟ جواب این پرسش به فاکتورهای متعددی بازمیگردد . اما بهطورمعمول استارتآپها تحت یکسری تحولات میدانی از ماهیت اصلی خود دور خواهند شد، بهطوریکه در نهایت به یک شرکت بزرگ تبدیل میشوند، توسط یک شرکت بزرگ تصاحب یا نابود میشوند .

به لحاظ مثبت

- استارتآپ توسط شرکتهای بزرگتر بلعیده میشود . این اتفاق بهوفور رخ داده است . شرکتهایی همچون مایکروسافت، گوگل، اپل و ... بهراحتی استارتآپهای موفق را خریداری کردهاند . در این حالت صاحب استارتآپ سود بسیار کلانی را به دست میآورد .
- استارتآپ بهمرور زمان رشد پیدا میکند، بهطوریکه تعداد دفاتر استارتآپ که روزگاری یک عدد بود، به فراتر از آن میرسد و به بیش از یک مرکز بسط پیدا میکند .
- افزایش سطح درآمدها به معنای افزایش تعداد کارکنان است . بهطوریکه یک استارتآپ را با درآمد بیش از 20 میلیون دلار که تعداد کارکنان ثابتش از مرز 80 تن عبور کرده و تعداد تصمیمگیران ارشدش بیش از پنجتن است و سهامش در بورس واگذار یا دادوستد میشود را دیگر یک استارتآپ نمینامیم .

یک حساب سرانگشتی از سه فاکتور بالا به ما نشان میدهد، سودآوری یک استارتآپ آن را در جایگاه یک استارتآپ موفق یا فراتر از آن یک شرکت تجاری بزرگ قرار میدهد .

به لحاظ منفی

همانگونه که عوامل مثبت باعث رشد و بالندگی یک استارتآپ میشوند، نقطه مقابل آن فاکتورهای منفی بیشماری قرار دارند که پرتگاهی برای یک استارتآپ هستند که از آن جمله به موارد زیر میتوان اشاره کرد :

- سرعت زیاد در جذب منابع مالی استقراضی: استارتآپ به سرعت اقدام به مقروض کردن خود به بانکها میکند، بدون آنکه هیچگونه ضمانتی به لحاظ بازگشت سرمایه وجود داشته باشد . این حالت بهویژه در ابتدای کار یک استارتآپ بروز میکند . استارتآپها تمایل دارند، پرداختهای ساختارمند داشته باشند، پرداختهایی که در برابر گردش نقدینگی که ذاتا غیرقابلپیشبینی بوده و هیچگونه اعتمادی به آن

نیست، همچون دیواری ایستادگی کنند .

- جذب منابع انسانی بدون دلیل : استارتآپها با امید آنکه تولید و بهرهوری خود را افزایش دهند، بهسرعت به جذب نیروی انسانی اقدام میکنند، اما به دلیل اینکه فاکتورهایی همچون محصول، مشتریان و حتی کسبوکار ماهیت ثابت و مشخصی به خود نگرفته است، نرخ فروش متغیر خواهد بود، اما در مقابل دستمزدها با نرخ ثابتی پرداخت میشوند .
- توجه به طرحهای تجاری بلندپروازانه : بسیاری از استارتآپها از همان ابتدای امر تمایل دارند که یک طرح تجاری جهانی داشته باشند. بسیاری بر این باورند، طرح خوب خود عاملی برای جذب مشتریان خواهد شد، در نتیجه بهجای آنکه به فکر مشتری باشند تمام انرژی خود را صرف طرحهای تجاری بر پایه اصول MBA میکنند، به فکر سایت جذاب، محل کار شیک و مواردی از این قبیل هستند و این درست همان نقطهای است که از آن ضربه میخورند، زیرا اصلیترین فاکتور، یعنی مشتری و سودآوری را به دست فراموشی سپردهاند . استارتآپ یک کسبوکار با ماهیت رشد سریع است.
- عدم زمانبندی مناسب: عدم اولویتبندی کارها از سوی مدیر یک استارتآپ باعث میشود آنگونه که باید به امور رسیدگی نکند؛ به دلیل اینکه همواره خود را در رویارویی با کارهای مختلف ناتوان میبیند، این ناتوانی از آن جهت بروز میکند که تصور میکند، زمان کافی برای انجام همه کارها ندارد .
- تلاش بیش از اندازه برای کامل کردن : همه ما میدانیم که مفهومی به نام کامل بودن وجود ندارد . در نتیجه استارتآپی که تمام وقت خود را صرف کامل کردن یک محصول یا سرویس میکند، در واقع باعث هدر رفت زمان و انرژی میشود و در نتیجه هیچگاه خشنودی و رضایت از انجام کارها را تجربه نخواهد کرد . در بسیاری از استارتآپها همین موضوع مانعی برای اتمام یک پروژه یا مانعی برای آغاز یک پروژه میشود .
- هزینههای سنگین برای جذب مدیران: بسیاری از استارتآپها بر این باورند، باید در اسرع وقت یک تیم مدیریتی کامل در محل داشته باشند، زیرا به کسبوکار آنها یک ماهیت ساختیافته و هدفمند میدهد . اما توجه داشته باشید مدیرانی که دستمزدهای کلان دریافت میکنند، به یکباره منابع مالی استارتآپ را خالی خواهند کرد .

سخن پایانی

همانگونه که مشاهده کردید، تعاریف متنوعی برای استارتآپ ارائه شده که هر یک تعریف خاصی از یک استارتآپ دارند . استارتآپ در ظاهر یک واژه ساده و مجذوب کننده است، اما در واقعیت مفهومی پیچیده بوده که عوامل متعددی در شکوفایی یا سرنگونی آن نقش دارند . عدم تعهد، عدم جذب مشتری، عدم بازپرداخت سرمایه دریافت شده و ... باعث میشود تا بسیاری از استارتآپها در همان سالهای اولیه حیات خود طعم شکست را بچشند. بهتر است پیش از تصمیمگیری برای راهاندازی استارتآپ ابتدا مفروضاتی را که در اختیار دارید مرور کرده و پتانسیل بازار را برای عرضه محصول یا ایده خود بسنجید .

نویسنده :
حمیدرضا_تائبی
منبع :
startups
forbes
thebalancesmb
forbes
techcrunch
generalassemb
articles.bplans
دسته بندی:
پرونده ویژه
استخدام
استارتآپ
تاریخ انتشار :
06:40 - 18/04/1398
برچسب:
کار آفرینی - کسب و کار - شرکت نوپا - شرکت نوبنیان

□□□□□
□□□□:https://www.shabakeh-mag.com/cover-story/15588/%D8%A2%DB%8C%D8%A7-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D8%AA%E2%80%8C%D8%A2%D9%BE%E2%80%8C%D9%87%D8%A7-%D9%85%DB%8C%E2%80%8C%D8%AA%D9%88%D8%A7%D9%86%D9%86%D8%AF-%D8%A8%D9%87-%D8%AD%D9%84-%D9%85%D8%B4%DA%A9%D9%84-%D8%B9%D8%AF%D9%85-%D8%A7%D8%B4%D8%AA%D8%BA%D8%A7%D9%84-%DA%A9%D9%85%DA%A9-%DA%A9%D9%86%D9%86%D8%AF%D8%9F