禪

[]()

[]()

[]()

بگذارد تا در ترافیک شهر به میوهفروشی برسد، خرید خود را حمل کند و به خانه باز گردد . پس بهفکر میافتید تا برای حل مشکل مذکور، یک راهکار ابداع کنید و یک میوهفروشی آنلاین راهاندازی کنید . بنابراین به تشکیل یک گروه پویا و بهروز (زیرا برای توسعه راهکار باید از جدیدترین فناوری روز استفاده شود) دست میزنید، با پسانداز خود یک نمونه اولیه از راهکار موردنظر درست میکنید و برای توسعه و عرضه آن برای جذب سرمایهگذار اقدام میکنید . تبریک میگوییم ! شما صاحب یک استارتآپ هستید.

اما یک شرکت تا چه زمانی استارتآپ باقی میماند؟

دو رویکرد کلی این است که یک دسته برای تعریف استارتآپ از اعداد و ارقام استفاده میکنند و دستهای دیگر استارتآپ بودن را یک فرهنگ و طرز فکر میدانند .

طبق تعاریف دسته اول، یک شرکت وقتی تعداد کارمندانش از حد مشخصی بگذرد یا درآمدش از یک مقدار مشخص بیشتر شود، دیگر استارتآپ بهشمار نمیآید . مثلا در امریکا، اگر تعداد کارمندان یک شرکت از ۸۰ نفر بیشتر باشد، درآمد ناخالص سالیانه بیش از ۲۰ میلیون دلار باشد، عمرش از شش (یا نهایت ده) سال بیشتر شود، اعضای هیئت مدیره از پنج نفر تجاوز کنند یا بنیانگذاران شخصا سهام شرکت را بفروشند، شرکت موردبحث دیگر از فاز استارتآپ بودن خارج میشود . البته این اعداد و ارقام در مناطق مختلف متغیر خواهد بود .

اما دسته دوم میگویند اگر فرهنگ استارتآپی در شرکت جاری باشد، اعداد و ارقام مذکور هیچ اهمیتی ندارند و یک شرکت چند میلیارد دلاری یا بیستساله هم میتواند استارتآپ محسوب شود . این فرهنگی که میگویند چیست؟

پویایی اعضا؛ اعضای یک گروه استارتآپی همیشه به دنبال بهبود محصول، یادگیری بیشتر و نوآوری هستند.

رشد مداوم و سریع؛ این ویژگی ذاتی یک استارتآپ است که در بازههای زمانی کوتاه، رشد چشمگیر و زیادی دارد .

نبود ثبات؛ در فضای استارتآپی به دلیل اینکه اغلب حل یک مشکل با راهکاری مبتکرانه و نو هدف است، مشکلات پیشبینی نشده سر راه اعضا قرار میگیرد، بنابراین ممکن است تمام اعضای گروه چند ماه را صرف حل یک مشکل کنند که این موضوع ثبات را از گروه میگیرد .

ارتباط مستقیم دائمی اعضا و مدیران یا بنیانگذاران؛ ازآنجاکه گروههای استارتآپی عموما کوچک با تمرکز روی یک مسئله خاص و مشخص هستند، حفظ تمرکز روی هدف و بهرهوری بالا نیازمند ارتباط دائمی و مستقیم تمام اعضا است.

در نهایت به نظر میرسد که تا حدی حق با گروه اول است . به این دلیل که وقتی یک شرکت از حدی بزرگتر شود، در عمل حفظ ویژگیهای مذکور بسیار دشوار خواهد شد و شرکت بیشتر به سمت ثبات و امنیت مالی و یکروند مشخص پیش میرود. بنابراین، اعداد و ارقام ذکرشده به این معنا نیست که دقیقا بهمحض گذر از یک رقم، شرکت موردنظر دیگر استارتآپ نیست، اما در عمل، حفظ ویژگیهای استارتآپی پس از مدتی رشد و بزرگ شدن، دشوار میشود و اصلا اهداف مجموعه دچار تغییر و دگرگونی میشود .

نکته دیگری که در تعاریف دچار تردید و تعارض میشود، این است که یک استارتآپ قطعا یک شرکت فناورانه است. البته در تعریف کلامی استارتآپ چنین الزامی بهچشم نمیخورد . اما چیز دیگری که به چشم میخورد، حل کردن یک مشکل یا راحتتر کردن روند یک فرآیند برای مصرفکننده است و در دوران حاضر، این کار اغلب با ابزارهای دیجیتال و فناوریهای نوین انجام میشود . بنابراین ناخودآگاه تقریبا در همه موارد، فناوری یکسر ماجرا در استارتآپهای موجود است .

مطلب پیشنهادی

راهکارهای مختلفی برای جذب سرمایه

۱۰ منبع مالی مناسب برای استارتآپهایی که به دنبال سرمایه هستند

علاوه بر تعاریف و ویژگیها، کارآفرینان و کارشناسان عواملی را هم برای پیشبینی و سنجش میزان



موفقیت استارتآپ در نظر گرفتهاند :

- زمانبندی بازار : محصول مورد نظر نباید خیلی زود یا خیلی دیر به بازار عرضه شود و باید با سنجش بازار و رقبای احتمالی، در زمان مناسب بازار را تجربه کند .
- تعهد و وفاداری گروه : اعضای گروه یک استارتآپ گنجینه اصلی آن هستند . هر چقدر اعضای گروه تمایل قلبی بیشتری برای وقف خود داشته باشند، احتمال موفقیت استارتآپ بیشتر خواهد بود . نکته مهم درباره هسته گروه استارتآپ این است که هسته اولیه گروه متناسب با مهارتهایشان و نقشی که دارند، بهطور رسمی صاحب بخشی از شرکت میشوند. این امر بهطور ناخودآگاه باعث افزایش تعهد و وفاداری اعضای گروه خواهد شد.
- ساختار گروه : این مورد بیشتر با تصمیمهای بنیانگذاران استارتآپ شکل میگیرد . اینکه ساختار گروه بر مبنای فعالیت فردی و جداگانه شکل نگیرد و هر چه بیشتر بر اساس فعالیت جمعی و متقابل باشد .
- میل به رشد: طبیعت استارتآپ باعث میشود که هرچقدر بنیانگذار و مدیران شرکت شوق بیشتری برای رشد داشته باشند، احتمال موفقیت آن نیز افزایش مییابد . باید یکی از دغدغههای همیشگی استارتآپ باشد .
- مقیاسپذیری : همانطور که پیشتر هم گفته شد، استارتآپ باید توان این را داشته باشد که رشد سریعی را تجربه کند . بنابراین هر چه مقیاسپذیری محصول و شرکت بیشتر باشد، احتمال موفقیتش بیشتر خواهد بود .
- فرصت بازار : هر چقدر فرصت نهفته در بازار برای محصول استارتآپ بزرگتر و طیف مصرفکنندگان احتمالی گستردهتر باشد، احتمال موفقیت آن نیز بیشتر خواهد بود .

مطلب پیشنهادی

چگونه یک استارتآپ را از صفر تا کسب درآمد پیش ببریم؟

شروع یک آغاز

مانند بسیاری از پدیدههای دیگر که پس از جریانسازی در نقاط مختلف دنیا به کشور ما وارد میشوند، پدیده استارتآپها با کمی تاخیر در کشور ما جریانساز شد . شاید بتوان دلایل اقبال این پدیده را در کشورمان در موارد زیر خلاصه کرد :

- نیاز بازار به تحرک و سرزندگی بیشتر
- نیاز شدید به کارآفرینی و کند کردن روند فرار مغزها
- بازگشت برخی متخصصان از مهد فناوری و استارتآپهای دنیا، یعنی دره سیلیکون . این متخصصان با بازگشت به کشور تجربههای خود را در اختیار جوانان کشور قرار میدهند و با توجه به جو استارتآپی دره سیلیکون، این انرژی به کارآفرینان داخلی منتقل میشود .
- جلبتوجه سرمایهگذاران خارجی به بازار ایران : با کمرنگ شدن تحریمهای خارجی، نظر سرمایهگذاران خارجی به بازار ایران که پتانسیل بسیار بالایی دارد، جلب شد . البته با تحولات اخیر باید دید که این نگرش باقی میماند یا خیر .

با فراهم شدن چنین شرایطی در ایران، در پنج سال اخیر شاهد سر برآوردن استارتآپهای جدید و تکاپوی گروههای مختلفی از جوانان برای راهاندازی استارتآپ در حوزههای مختلف بودهایم . البته در این روند، بهطور متوسط از هر 10 مورد تنها یک مورد موفقیت را تجربه میکند که البته این موضوع چیزی از ارزش این جریان کم نمیکند و سرمایهگذاران را به تکاپوی بیشتری میاندازد تا آن 10 درصد را از آن خود کنند . چون موفقیت این موارد چشمگیر و تاثیر آنها بر بازار و مصرفکنندگان بسیار زیاد خواهد بود .

بهاینترتیب، زیستبوم خاصی در بازار کار ایران شکل گرفت تا خون تازهای به بازار کار تزریق کند . استارتآپهای موفق طی این مدت ۱۳۲ هزار شغل ایجاد کردهاند . همین امر برای دولت که یکی از دغدغههای اصلیاش کاهش نرخ بیکاری در کشور است، موضوع بسیار جذابی است و باعث به وجود آمدن برنامههای حمایتی و تشویقکننده برای شرکتها شد . برنامههایی مانند شرکتهای دانشبنیان (عبارتی که در دولت هفتم پدید آمد و در دولت یازدهم دوباره زنده شد)، پارکهای علم و فناوری و برنامههای حمایتی مالی . اما همین مورد آخر، بهجای کمک به رشد استارتآپها، بیشتر باعث افزایش شکست و آشفتهتر شدن فضای استارتآپها شد . زیرا با نگرش نادرست اعطای وام به استارتها اجرا شد، درصورتیکه گروههای جوان استارتآپی پیش از سرمایهگذاری نیازمند آموزش تخصصی هستند، سپس سرمایهگذاری با برنامه مشخص . بنابراین، اعطای وام باعث میشود که گروه استارتآپ بدون مهارت کافی در شنا کردن، در آبی ناشناخته شیرجه بزند و در نهایت علاوه بر شکست، بدهکار نیز باشد . اما در کنار حمایتهای غیرسازنده مذکور، نهادهای خصوصی سرمایهگذاری نیز توسط متخصصان تاسیس شدند. نهادهایی مانند صندوقهای سرمایهگذاری خطرپذیر، شتابدهندهها، مراکز رشد و ... که در مقالهای جداگانه به بررسی این نهادها و تفاوتهای آنها پرداختهایم . این نهادها شروع به تربیت گروههای جوان و مشتاق کردند و استارتآپها موفق را با همان نرخ متوسط 10درصدی روانه بازار کردند . اما سرمایهگذاران و استارتآپیها چگونه با چالشهای این عرصه کنار آمدند و میآیند؟

هیچ مانعی جلودار ما نیست !

راهاندازی یک استارتآپ در هر جای دنیا چالشهای خاص خود را دارد و آمار 10درصدی موفقیت در دیگر کشورها نیز صدق میکند. اما چالشهای موجود در کشور ما خاص اینجاست و برای همین، سرمایهگذاران خارجی بهتنهایی توان این کار را ندارند و از این چالشها زیاد سر در نمیآورند . ابتدا بهتر است کمی بهجای دورنما، به این صحنه نزدیک شویم و از درون به آن نگاه کنیم .

شاید ظاهر متفاوت استارتآپها و فضای راحت و غیررسمی درون این شرکتها این تصور را برای دیگران پیش



بیاورد که این گروههای جوان و پرشور، نظمی در کار ندارند و کار را با خیال راحت و بدون فشار پیش میبرند . اما اگر چنین باشد، فقط یکچیز در انتظار آنهاست : مرگ. در فضای استارتآپی باید در زمان مقرر کار تعیینشده به ثمر برسد و معمولا هم زمان تعیینشده بسیار کم و کار بیشازحد فشرده و پرفشار است . ازآنجاکه ابهام، جزیی ثابت از فرآیند پیشبرد کار است، تنش و اضطراب، جزئی جداناشدنی از کار هستند و بسیاری از بنیانگذاران یا اعضای گروه زیر بار این فشارها دچار فرسودگی میشوند و در نهایت پا پس میکشند. بنابراین، قدم گذاشتن در این راه کار هر کسی نیست و علاوه بر مهارتهای فنی، ویژگیهای شخصیتی خاصی طلب میکند. اینجاست که معمولا بنیانگذاران به نخستین چالش خود بر میخورند : تشکیل هسته اصلی گروه و نیروی کار . اما قبل از اینکه به این چالش بپردازیم، بهتر است از اهمیت حیاتی این موضوع بگوییم .

فرض کنید، نمونه اولیهای از محصول خود تهیه کردهاید و قراری برای توضیح و نمایش محصول با سرمایهگذار تنظیم کردهاید . فکر میکنید چه چیزی برای سرمایهگذار بیشترین اهمیت را دارد؟ ایده نبوغآمیز؟ نه ! چیزی که سرمایهگذار به آن نگاه میکند میزان ریسک است، زیرا طبیعتا بهدنبال بازگشت سرمایه و سودآوری است و در نظر وی آنچه ریسک کار را کم میکند، یک گروه حرفهای و قابلاطمینان است . وقتی سرمایهگذار خود را در مقابل یک ایده بینهایت عالی ببیند، اما در کنار این ایده یک بنیانگذار ناپخته و کمانرژی و یک گروه کمتجربه ببیند، ایده برای وی هیچ ارزشی نخواهد داشت . در یک کلام، اگر گروهی که هسته اصلی استارتآپ را تشکیل میدهند بتوانند اطمینان خاطر سرمایهگذار را جلب کنند، به احتمال زیاد از پس تمام چالشهای پیش رو بر میآیند و اجرای ایده برایشان امکانپذیر میشود؛ آن وقت است که سرمایهگذار ایده را بررسی میکند و نیازی هم نیست که ایده خیلی نو یا نبوغآمیز باشد . بنابراین، گروه قدرتمند، عاملی حیاتی در جذب سرمایه است .

با این تفاصیل، گرد هم آوردن یک گروه قرص و محکم از اولویتهای یک بنیانگذار کاربلد است و این البته در کشور ما و شرایط فعلی بیشتر به یک کابوس میماند ! به این دلیل که بسیاری از نیروهای کاربلد از کشور رفتهاند و اکنون در ایران تعداد این افراد در مقایسه با کشورهای دیگر بسیار کم است و افراد باقیمانده نیز عموما حاضر به همکاری با دریافتی پایین نیستند . دانشگاهها نیز مهارتمحور نیستند و افراد فارغالتحصیل عموما تصور دقیقی از بازار کار ندارند و در میانه کار (آن هم کار پرتنش و بسیار سرسامآور استارتآپی) میمانند . راهکار چیست؟ حقیقت این است که تشکیل گروه در هر حال کار سختی خواهد بود، اما رمز موفقیت ممارست و سنجش درست انگیزه نامزدهاست؛ همچنین تدوین یک برنامه مداوم برای حفظ پویایی و یادگیری بیشتر اعضای استخدامی و افزایش مرتب غنای فکری اعضا . برای حل مسئله توقع مالی نیز، مانند دیگر موارد موفق در کشورهای دیگر، بنیانگذار باید بهصورت رسمی (نه کلامی) و روی کاغذ به اعضای هسته اولیه گروه سهمی از شرکت را اعطا کند . بهاینترتیب، با اختصاص وقت و نظارت مداوم و دائمی میتوان یک گروه قدرتمند را تشکیل داد و یکی از ضمانتهای موفقیت را تامین کرد .

مطلب پیشنهادی

نیل پاسریچا، بهترین راهکار برای موفقیت و افزایش بهرهوری را پیشنهاد میدهد

یک روز در دسترس نباشید - بهترین راهکار برای موفقیت و افزایش بهرهوری

خوان بعدی، جذب سرمایهگذار است که باز هم در کشور ما چالشهای بیشتری متوجه این بخش است. یک دلیل آن محدودیتهایی است که شرایط تحریم به وجود آورده و ریسک سرمایهگذاری روی استارتآپهای ایرانی را بیش از حد زیاد میکند . همین امر باعث میشود که اغلب اظهار علاقههای خارجیها برای سرمایهگذاری روی استارتآپهای ایرانی در حد حرف باقی بماند و به عمل نرسد . این امر باعث میشود که دامنه سرمایهگذاران محدود شود که چند عیب را در پی خود دارد : نخست اینکه سلیقههای مشابهی روی انتخاب موارد مناسب برای سرمایهگذاری حاکم میشود . دوم اینکه استارتآپهایی که کارشان میگیرد و بزرگ میشوند، گود را خالی از رقیب جدی میبینند و بازار دچار بیماری انحصار میشود . سوم اینکه در نهایت

13:00 - 11/06/1397

---

https://www.shabakeh-mag.com/success-and-entrepreneurship/13684/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D8%AA-%D8%A2%D9%BE-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA%D8%9F