

فصل یک:

- استارتاپ چیست؟
- کسب و کار کوچک چیست؟
- تفاوت استارتاپ و کسب و کارهای کوچک

این روزها به قدری نام استارتاپ ها را شنیده ایم که ناخودآگاه می دانیم منظور از یک استارتاپ چیست، در حالی که نمی دانیم یک استارتاپ با یک خیاطی تازه تاسیس شده چه تفاوتی دارد. مگر هر دو کوچک و از نقطه صفر شروع نکرده اند؟ آیا این طور نیست که هر کدام به دنبال پیشرفت، درآمد و رشد زودبازده باشند؟ پس چه ملاک هایی وجود دارد که تفاوت استارتاپ و کسب و کار های کوچک را رقم می زند؟ در این یادداشت ما می خواهیم به سراغ همین سوژه برویم و بررسی کنیم کسب و کاری که دارید یا مشغول راه اندازی آن هستید، یک کسب و کار کوچک است یا در حلقه دوستان استارتاپی خودش را جا می دهد. برای آگاهی بیشتر از تفاوت استارتاپ و کسب و کار در ادامه با ما همراه باشید.

استارتاپ چیست؟

شاید در ابتدا وقتی از افراد بپرسند که استارتاپ چیست، اندکی فکر کنند و هرکس نظری داشته باشد. یکی بگوید: «استارتاپ ها جمع عده ای از دانشجویان است تا ایده هایشان را به کار تبدیل کنند»، دیگری می گوید: «به شرکتهایی می گویند که در حوزه های فناوری و رایانه فعالیت می کنند»، آن یکی استارتاپ را یک کسب و کار کوچک و نوپا می داند و چه و چه و چه. اما هیچ کدام از اینها تعریف دقیقی از یک استارتاپ نیست.

استارتاپ یک کسب و کار نوپا و تازه تاسیس است. گروهی از افراد با یک ایده و هدف مشترک دور هم گرد می آیند و برای یک ارزش معین تلاش می کنند. ارزش آفرینی این افراد در راستای رفع یک نیاز مهم در جامعه بوده که تکه پازل آن هنوز پیدا نشده است. استارتاپ ها تکرارپذیر و مقیاس پذیر هستند. یعنی هم می توانند با

مدل خلق یک محصول یا خدمت بارها ارزش و درآمد خلق کنند و هم می‌توانند برای افراد در تعداد مختلفی خدمت رسانی کنند؛ چه یک نفر، چه یک میلیون نفر. اما تفاوت استارت‌آپ و کسب و کار کوچک در چیست؟

کسب و کار کوچک چیست؟

کسب و کارهای کوچک آن دسته از بیزینس‌ها هستند که اغلب محدود به یک محیط خاص و محلی می‌شوند و برخلاف استارت‌آپ‌ها مقیاس پذیری زیادی ندارند. یک فروشگاه نان و شیرینی پزی می‌تواند بازه مشتریان روزانه خود را بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ در نظر بگیرد و برای همین تعداد محصول آماده کند اما یک شرکت استارت‌آپی تاکسی‌رانی اینترنتی آمادگی خدمت رسانی به تعداد نامشخصی است؛ امکان دارد در طول روز یک مشتری داشته باشد یا تعداد درخواست‌ها به بیش از ده هزار تا برسد.

از تفاوت استارت‌آپ‌ها با کسب و کارهای کوچک می‌توان گفت بیزینس‌های کوچک، رشد کوچکی هم دارند و کمتر به توسعه خود در سطح بزرگ‌تری فکر می‌کنند. یک کافی‌شاپ کوچک در خیابانی در مرکز شهر احتمالاً قصد این را نخواهد داشت که درآمد هنگفت و کلان داشته باشد یا در خیابانی آن طرف تر هم شعبه جدیدش را افتتاح کند. در حقیقت کسب و کارهای کوچک محبوبیت را به شهرت ترجیح می‌دهند. حال آنکه استارت‌آپ‌ها هم شهرت و هم محبوبیت را دوست دارند.

تفاوت استارت‌آپ و کسب و کارهای کوچک

حال که فهمیدیم استارت‌آپ‌ها چیستند و بیزینس‌های کوچک کیستند، بیایید سری به تفاوت‌های میان آن‌ها بزنیم و بفهمیم چه عواملی سوپرمارکت سر کوچه‌مان را از شرکتی همچون اسنپ فود متمایز می‌کند.

۱. تفکر استارت‌آپ با کسب و کار کوچک آسمان تا زمین فرق دارد!

مهم‌ترین تفاوت استارت‌آپ و کسب و کار کوچک در طرز فکر آن‌هاست. استارت‌آپ‌ها با هدف تغییر شرایط و حتی جهان متولد می‌شوند و در پشت پرده ایده‌های آن‌ها، ردّ پای از دغدغه اجتماعی دیده می‌شوند. در راه این تغییر و تحولات تصمیم دارند روز به روز بزرگ‌تر شوند. در واقع استارت‌آپ‌ها با رکود و روزمرگی و یکنواختی میانه خوبی

ندارند. آن‌ها آمده‌اند تا رویاپردازی‌هایشان را به واقعیت تبدیل کنند؛ پس متولد می‌شوند تا بزرگ شوند و رشد کنند، وگرنه جان را به جان‌آفرین تسلیم خواهند کرد.

در نقطه مقابل کسب و کارهای کوچک و بی‌حاشیه‌ای هستند که تمایلی به بزرگ شدن ندارند، از یکنواختی چندان هم بدشان نمی‌آید و کوچک و پایدار هستند اما با درآمد نسبتاً دائمی و رشدی تقریباً یکسان. در حالی که استارت‌آپ‌ها هیچ اطمینانی از کسب سود و درآمد ندارند، کسب و کارهای کوچک چنین ریسکی را نمی‌پذیرند و از همان ابتدا با هدف معامله و خرید و فروش و درآمد پا به توپ می‌شوند.

۲. ایده پردازی در استارت‌آپ به مقدار زیاد؛ در کسب و کارهای کوچک به مقدار لازم

یکی از تفاوت‌های اساسی استارت‌آپ‌ها با کسب و کارهای کوچک در میزان ایده پردازی آن‌هاست. در استارت‌آپ‌ها جلسات تیمی متعدد در طول هفته و ماه برگزار می‌شوند؛ صرفاً برای بارش فکری و ایده پردازی درباره موضوعات مختلف. این مدل کسب و کارها انرژی و تغذیه خود را از ایده‌هایی می‌گیرند که مطرح می‌کنند. اما در بیزینس‌های کوچک قضیه یک مقداری متفاوت است. اساس اصلی این کسب و کارها بر محور ایده پردازی نیست. شاید یک کار و بار کوچک جلسات متعددی برای بهبود کار خود برگزار کند اما برای اغلب آن‌ها چنین دغدغه‌ای مطرح نیست.

معمولاً تفاوت استارت‌آپ و کسب و کارهای کوچک در آن است که در شرکت‌های استارت‌آپی ایده پردازی در تمام مراحل کار و در تمام مقاطع وجود دارد اما برای کسب و کاری کوچک این مسئله شاید فقط در ابتدای تاسیس یا قبل از راه‌اندازی مطرح باشد.

۳. اگر به سود دهی کوتاه مدت فکر می‌کنید، بی خیال استارت‌آپ شوید!

درست فکر می‌کنید. استارت‌آپ‌ها قطعاً در ابتدا منبع درآمد خوبی به حساب نمی‌آیند. این شرکت‌ها پروژه‌هایی زمانبر هستند و سوددهی در آن‌ها نه تنها کوتاه‌مدت نیست، بلکه حتی در مواقعی نمی‌توان روی آن حساب باز کرد. در صورتی که به ارائه محصول و تجاری سازی ایده برسند و بتوانند نظر سرمایه‌گذارها را جلب کنند، آن وقت

است که به ثمر می‌نشینند. گاهی این پروسه سال‌ها طول می‌کشد اما زمانی که به سوددهی برسند، به سرعت برق و باد درآمدزایی خواهد داشت.

در آن طرف کسب و کارهای کوچکی را داریم که از ابتدا به سود دست می‌یابند و از ریسک خوششان نمی‌آید. یک بستنی‌فروشی می‌تواند از روز اول مشتری داشته باشد اما یک استارت‌آپ ماه‌ها طول می‌کشد تا خود را پرزنت و به مرحله برندینگ برساند؛ چه برسد به مرحله درآمد و سودآوری!

۴. مقیاس پذیری تفاوت دیگر استارت‌آپ‌ها و کسب و کار هاست

یک تفاوت دیگر میان استارت‌آپ و کسب و کار کوچک در مقیاس پذیری آن‌هاست. پیش‌تر نیز گفتیم که استارت‌آپ‌ها دامنه خدمات خود را برای افراد بیشتری توسعه می‌دهند. حتی این زیرساخت را دارند که به مرور به جامعه هدف بیشتری محصول یا خدمات ارائه دهند اما کسب و کارهای کوچک این‌گونه نیستند. این بیزینس‌ها ظرفیت محدودی در ارائه خدمات دارند؛ چراکه محلی هستند و جامعه هدف آن‌ها گسترده نیست. در حالی که یک استارت‌آپ می‌تواند مخاطبان اینترنت‌شال هم داشته باشد. می‌توانید نگاهی به «آمازون» داشته باشد!

۵. اگر به آدرنالین زیاد علاقه دارید، پس استارت‌آپ بزنید

استارت‌آپ‌ها به شدت یک پروژه حساس با درصد ریسک زیادی هستند. هیچ تضمینی وجود ندارد که یک استارت‌آپ به سرانجام خوبی برسد؛ مثلاً سرمایه جذب کند یا بتواند محصول خود را به تجاری سازی برساند و از این دست فعالیت‌ها. خیلی از موسسان استارت‌آپ‌های بزرگ در ابتدا مدیر چندین استارت‌آپ شکست‌خورده بوده‌اند. یعنی این امر رایجی است که استارت‌آپتان یا بزرگ می‌شود و کارتان می‌گیرد یا شکست می‌خورد و کنسل خواهد شد. وضعیت بیزینس‌های کوچک چطور است؟ این بیزینس‌ها هم ریسک‌پذیر هستند اما نه تا حد استارت‌آپ‌ها. در واقع تفاوت استارت‌آپ‌ها با کسب و کارهای کوچک در همین است. آن‌هایی که کوچک و محلی هستند، کوچک هم ریسک می‌کنند، از همان ابتدا به درآمد می‌رسند و نیازی نیست سال‌ها صبر پیشه کنند تا ز غوره حلوا بسازند!

۶. سرمایه‌گذاری متفاوت؛ یک دیوار چین تفاوت میان استارت‌آپ‌ها و کسب و کارها

سرمایه‌گذاری از دیگر عواملی است که به تفاوت استارت‌آپ و کسب و کار کوچک می‌انجامد. در یک بیزینس کوچک سرمایه‌ابتدایی با کمک دوستان یا پس‌اندازهای شخصی یا گرفتن وام تامین می‌شود. در صورتی که کسب و کار شکل بگیرد و به درآمد برسد، از طرف بانک‌ها ساپورت می‌شود و می‌تواند وام‌های مختلفی اخذ کند. اما استارت‌آپ‌ها چنین وضعیتی ندارند. خیلی از استارت‌آپ‌ها از نقطه صفر شروع کرده‌اند و تا مدت‌ها هم در همین نقطه باقی مانده‌اند و حتی ممکن است ضرر نیز به بار بیاورند. اما راه‌حل چیست؟ استارت‌آپ‌ها در این قسمت باید سرمایه‌گذارها را مجاب کنند که سرمایه‌گذاری بر روی ایده آن‌ها در آینده سود خوبی به همراه دارند. در واقع همان قدر که خودشان ریسک‌پذیر هستند، باید به دنبال اسپانسر ریسک‌پسند باشند.

۷. استارت‌آپ‌ها به شهرت جهانی علاقه دارند؟

بله. درست است. استارت‌آپ‌ها فرهنگ متفاوتی با کسب و کارهای کوچک دارند. افرادی که در یک استارت‌آپ هستند، اغلب به آینده دورتر فکر می‌کنند، جاه‌طلبی و روی‌پزدازی را دوست دارند، برای ایده‌هایشان و آینده شور و اشتیاق دارند و به تفکر تیمی خود متعهد هستند. همه این‌ها به خاطر علاقه‌ای است که به شهرت و محبوبیت دارند. در واقع استارت‌آپ‌ها به دنبال موفقیت‌اند و در پس این موفقیت از برند شدن، درآمد و محبوبیت نیز لذت می‌برند.

اما تفاوت استارت‌آپ و کسب و کارهای دیگر در اینجا نیز بارز است. به‌اندازه‌ای که استارت‌آپ‌ها شهرت‌پسند هستند، کسب و کارهای کوچک شاید این هدف را نداشته باشند. این بیزینس‌ها به‌ندرت بزرگ می‌شوند یا شهرت همه‌گیری را پیدا می‌کنند. اغلب تمایل دارند با همان نیروی محدودی که در اختیارشان است، کار باکیفیت، کم‌هزینه و کم‌ریسکی را ارائه دهند. می‌بینید؟ میان این دو مدل کسب و کار به‌اندازه دو دنیا تفاوت وجود دارد.

سخن آخر



[HTTPS://EDUCATEME.IR](https://educateme.ir)

برخی از کسب و کارها استارت‌آپی هستند؛ یعنی ریسک‌پذیرند، احتمال شکست یا موفقیت در آن‌ها به یک اندازه است، روی‌پرداز و ایده‌پرداز هستند و نمی‌توانند به سود و درآمد کوتاه‌مدت امیدوار باشند. در مقابل کسب و کارهای کوچک محلی، کم‌ریسک و کم‌هزینه هستند و به‌اندازه استارت‌آپ‌ها در مضیقه مالی قرار نمی‌گیرند. اگر شما نیز از دیگر انواع تفاوت استارت‌آپ و کسب و کارهای کوچک مطلع هستید، آن را با ما به اشتراک بگذارید.

فصل دو:

• سوالاتی که باید پیش از راه اندازی یک استارتاپ از خودتان پرسید؟

هر وقت خواستید که به قول امروزی‌ها استارتاپ بزنید یا فکر می‌کنید که ایده جدیدی دارید که می‌تواند کسب و کار خودتان را با اون راه بیاندازید، اول به این سوالات پاسخ دهید.

سوالاتی که باید پیش از راه اندازی یک استارتاپ از خودتان پرسید:

ممکن است شما هم به فکر راه‌اندازی کسب‌وکار خودتان افتاده باشید و حتی چند ایده خوب هم از ذهن‌تان گذشته باشد، اما برخی موارد نگران کننده باعث این شده است که هرگز به سمت راه اندازی استارتاپ خودتان حرکت نکنید. در این مقاله چند سوال اساسی که حتما باید قبل از شروع کار به آنها فکر کنید را آورده‌ایم.

۱. چرا می‌خواهم یک استارتاپ راه‌اندازی کنم؟

اگر فقط به خاطر هیجان یا اینکه از کار خود متنفر هستید قصد شروع یک کسب‌وکار جدید را دارید باید کمی بیشتر فکر کنید چون این دلیل محکمی برای متقاعد کردن سرمایه‌گذاران نخواهد بود. باید یک برنامه مشخص و جواب مناسب برای این سوال داشته باشید.

۲. استارتاپ شما قصد حل کردن چه مشکلی را دارد؟

اگر بینش شما به این شکل است که با راه‌اندازی استارتاپ یک تیر در تاریکی می‌اندازید و ممکن است حسابی غوغا کند سخت در اشتباه هستید. باید کاملا بازار را بررسی کنید و پس از پیدا کردن مشکل و یا راه حلی که مشتریان به آن نیاز داشته باشند کار خود را شروع کنید.

۳. بازار هدف کسب‌وکار شما چیست؟

نه یک محصول برای همه افراد کاربرد دارد و نه همه شرکت‌ها زمان و منابع لازم را برای دریافت همه خدمات و محصولات در اختیار دارند. بررسی و شناخت بازار هدفی که به محصول و خدمات شما نیاز دارد باعث می‌شود در تعیین استراتژی‌های بازاریابی و توسعه بازار سریع‌تر پیش بروید و این منجر به افزایش بازدهی سرمایه گذاری در بلندمدت می‌شود.

۴. برای شروع به چه مقدار بودجه نیاز دارید؟

هر شرکتی برای شروع و رشد به بودجه و پول نیاز دارد. مهم است که بررسی کنید نیاز اولیه شما چقدر است و سعی کنید کاملاً بهینه و ضروری هزینه کنید. برای شروع می‌توانید از صندوق‌ها و افراد سرمایه‌گذار استفاده کنید. اما در ادامه در بلند مدت باید شرکت شما سودمند باشد و نمی‌توان مدام وابسته به منابع مالی خارج از شرکت باشید. استراتژی و بازار خود را بررسی کنید تا به سوددهی برسید.

۵. آیا از حمایت مالی و عاطفی خانواده و دوستان و افراد شخصی برخوردار هستید؟

همه‌ی ما تجربه روزهای خوب و بد را داریم. در کارآفرینی روزهای بد می‌تواند بسیار چالش برانگیز باشد و در این روزها حمایت دوستان و خانواده از شما می‌تواند کمک کند تا شاد و خوشحال باشید و مشکلات را پشت سر بگذارید.

۶. آیا کسب‌وکار شما مقیاس پذیر است؟

برای کسب‌وکارها مقیاس‌پذیری به معنای آمادگی برای رسیدگی به تعداد زیادی از مشتریان و فروشندگان است. استارت‌آپ شما برای موفقیت باید رشد کند و اگر نیاز به تغییری در مدل کسب‌وکارتان دارید باید حواستان به مقیاس‌پذیری آن نیز باشد.

۷. رقبای چه کسانی هستند؟ چه کسی در حال انجام کاری است که شما قصد آن را دارید؟

اول بودن همیشه شگفت‌انگیز است، اما گاهی اوقات دوم بودن نیز دارای مزایایی خاص است. هنگامی که یک استارت‌آپ برای اولین بار یک موضوع و راهکار جدید را ارائه می‌دهد نیاز است که رفتار مصرف‌کنندگان را نیز

منطبق و به نفع خود تغییر دهد و این نیاز به سرمایه‌گذاری‌های زیادی مانند تخفیف‌ها و تبلیغات و گذر زمان است. برای مثال اوایل شروع بکار اسنپ یا سیستم‌های سفارش آنلاین غذا را به خاطر دارید؟

صرف نظر از اول یا دوم بودن، باید حواستان باشد استراتژی خود را مطابق با آنچه که مشتریان رفتار می‌کنند در نظر بگیرید و تغییرات مورد نظر را پیاده سازی کنید.

۸. چه محصول یا راه حل خاصی را نسبت به رقبا ارائه می‌دهید؟

اگر گروهی دیگر از رقبا در حال ارائه همان محصول و خدماتی هستند که شما مدنظر دارید و قصدتان این است که آن را با کیفیت بهتری عرضه کنید، مشکلی نیست و می‌تواند باعث برتری شما باشد. اما برای بلند مدت شما باید به فکر ایجاد یک ارزش منحصر بفرد باشید تا مشتریان خود را علاقه‌مند نگه دارید. بنابراین ارزش منحصر بفرد شما چیست؟

۹. آیا ایده خود را اعتبارسنجی کرده‌اید؟

تصور کنید که بعد از کلی تلاش و وقت گذاشتن و صرف منابع، ایده خود را به واقعیت تبدیل کرده‌اید و بعد از ارسال و معرفی آن به بازار متوجه می‌شوید که ایده شما زیاد مورد پسند مصرف‌کنندگان قرار نگرفته است! هیچکس آن را نمی‌خواهد و این سرانجام کار خواهد بود.

برای جلوگیری از این وضعیت باید مرحله تست ایده و تحقیقات بازار را با جدیت بررسی کنید. همچنین رویکردهای توسعه یافته نسل جدید مانند **Lean** و **Sprint** نیز به شما کمک خواهد کرد تا در سریعترین و بهینه‌ترین حالت ممکن ایده خود را تست کنید.

۱۰. آیا آماده هستید زمان و منابع و سرمایه خود را برای موفقیت صرف کنید؟

شروع و راه‌اندازی کسب‌وکار جدید نیازمند صرف زمان، فداکاری و ریسک است. اکنون وقت این است که تمام قلب خود را در راه کسب‌وکارتان بگذارید. اگر بیش از ۸ ساعت در جای دیگری مشغول کار باشید ممکن است به

شما اضافه حقوق پرداخت کنید، اما قدم اول همین است و نیاز است که از پس‌انداز خودتان استفاده کنید و حقوق و دستمزد ثابت ماهانه خبری نیست.

این فقط نوک کوه یخ است و باید برای همه چیز آماده باشید.

۱۱. آیا توانایی‌های مدیریتی لازم را کسب کرده‌ام؟

باید از خودتان بپرسید که آیا قادر به اجرای موارد عملیاتی شرکت هستید یا خیر. مهارت‌های مدیریتی و سازمانی و کارآفرینی لازم را باید دارا باشید و اگر این چنین نیست با شرکت در کلاس آموزشی و همایش و سمینارهای مرتبط، آگاهی خود را در این موارد افزایش دهید.

۱۲. اهداف کوتاه مدت و بلند مدت شما چیست؟

اهداف شخصی و مالی تاثیر زیادی در استراتژی مالی و عملیاتی شرکت شما خواهد داشت. منابع درآمدی و نقشه راه محصول و تیم و تعداد کارمندان با توجه به این اهداف تعیین خواهد شد. باید بررسی کنید که شرکت خود را در ۵ تا ۱۰ سال آینده کجا خواهید دید؟

۱۳. آیا من نیاز به یک هم‌بنیانگذار دارم؟

همه افراد در همه چیز خوب نیستند! ممکن است شما یک فرد عالی در مباحث فنی و مهندسی باشید اما هنوز تجربه لازم برای مهارت بازاریابی و دانش مالی را نداشته باشید. هسته اولیه راه‌اندازی استارت‌آپ باید تمام مهارت‌های ضروری را داشته باشد و همین دلیل می‌تواند کافی باشد که به فکر یک هم‌بنیانگذار نیز باشید.

هم‌بنیانگذار شما باید تکمیل کننده مهارت‌ها و پوشش نیازمندی‌های دیگر باشد و از لحاظ شخصیتی نیز هم عقیده باشید و حتی شور و اشتیاق بالاتری را داشته باشد. انتخاب هم‌بنیانگذار می‌تواند یکی از سخت‌ترین و مهم‌ترین مراحل راه‌اندازی یک استارت‌آپ باشد.

۱۴. ساختار حقوقی شرکت را چگونه تنظیم کنم؟



HTTPS://EDUCATEME.IR

یکی از مهم‌ترین تصمیمات در هنگام راه‌اندازی استارت‌آپ همین مورد است. این انتخاب به مسایل مالیاتی و میزان ریسک شما بستگی دارد. آیا می‌خواهید شرکت شما انفرادی، تضامنی، مسئولیت محدود یا شراکتی باشد؟

۱۵. آیا آماده ملاقات‌ها و جلسات زیاد هستید؟

شما باید آماده شرکت در تعداد زیادی از جلسات و ملاقات‌های مربوط به سرمایه‌گذاری و تبلیغات باشید. از طرفی سمینارها و همایش‌ها و کارگاه‌های زیادی را برای یادگیری و شبکه‌سازی خواهید داشت که باید با انرژی و روی باز در آنها حضور پیدا کنید. گاهی باید برای ارایه ایده خود به تعدادی از سرمایه‌گذار حاضر شوید و گاهی باید شنونده تجربه و دیدگاه دیگر کارآفرینان باشید. ممکن است در طول روز با ده‌ها آدم سروکله بزنید و باید به راحتی ارتباط برقرار کنید. بنابراین اگر کم‌رو و یا خجالتی هستید یا حوصله گروه‌ها و جمع را ندارید باید به این مورد توجه کنید و یک راه‌حل اساسی را داشته باشید.

فصل سوم:

بنیانگذار استارتاپ

- ویژگی های بنیانگذار استارتاپ
- چالش های پیش روی بنیانگذار استارتاپ
- منتور در کنار بنیانگذار استارتاپ

به فردی که به تنهایی یک ایده کاری را از نقطه صفر شروع می کند تا به بیزنس یا استارتاپ تبدیل شود بنیانگذار استارتاپ، موسس یا Founder می گویند. در صورتی که این کار توسط چند فرد انجام شود، هریک از اعضا را هم بنیان گذار استارتاپ می نامند. چنین فردی باید دارای ویژگی های شخصیتی و مدیریتی خاصی باشد تا بتواند در این راه موفق گردد. اگر درباره شرایط شغلی و چالش های پیش روی بنیانگذار استارتاپ اطلاعات زیادی ندارید با این مطلب همراه باشید.

ویژگی های بنیانگذار استارتاپ

به طور کلی اکثر بنیانگذار استارتاپ یا کارآفرینان افرادی خلاق با ایده های نو هستند که از کار کردن به صورت کارمندی برای شرکت های دیگر استقبال نمی کنند. این افراد نیاز به استقلال زیادی دارند و ترجیح می دهند مدیر و رئیس خود باشند تا اینکه از فرد دیگری اطاعت کنند.

لازم به ذکر است که بنیانگذار استارتاپ همیشه تنها نیست و گاهی شروع یک بیزنس و ایده از همان ابتدا با نفرات بیشتری کلید می خورد که در این صورت به آن هم بنیانگذار استارتاپ می گویند. این افراد به صورت مساوی در تاسیس بیزنس مشارکت دارند و معمولاً هریک از آنها قسمتی از کار را بر عهده می گیرد. لذا وجود شخصیتی پذیرا برای انجام کار گروهی برای هر بنیانگذار استارتاپ واجب است و با رهبری مستبدانه نتیجه بیزنسی درخشانی حاصل نخواهد شد.

Founder شدن و استارتاپ زدن به صورت فردی با گروهی کار هر کسی نیست و تنها برخی از افراد با توانمندی های فردی و ویژگی شخصیتی مشخص در آن موفق خواهند شد. از مهم ترین ویژگی های این افراد می توان به موارد زیر اشاره کرد:

•ریسک پذیری معقول

تبدیل یک ایده کاری به عمل، با ریسک مالی و اعتباری فرد همراه است. به همین دلیل بنیانگذار استارتاپ باید توانایی ریسک کردن بر روی منابع مالی و غیرمالی خود را داشته باشد. بسیاری از افراد داشتن زندگی ساده و بدون چالش را بیشتر ترجیح می دهند و بهتر است از شروع کردن بیزنس های نوپا خودداری کنند. چرا که این کار

نیاز به روحیه بالایی دارد. لازم به ذکر است که این ویژگی باید در هم بنیانگذار استارتاپ نیز وجود داشته باشد. در غیر این صورت در هنگام فشارهای کاری و مالی بین افراد اختلاف پیش خواهد آمد.

• نیاز به داشتن احساس موفقیت در درون خود

به طور کلی بنیانگذار استارتاپ در ذهن خود اهدافی را برای خود مشخص می‌کند که تا به آنها نرسد آرام و قرار ندارد. این افراد برای داشتن احساس موفقیت و رسیدن به اهداف درونی از هیچ کاری دریغ نمی‌کنند و با تمام قوا برای رسیدن به آن تلاش می‌نمایند. همچنین جهت موفق شدن بیزنس خود نیز بسیار فعالند و تا نرسیدن به هدفی که برای خود تعیین کرده‌اند از تلاش دست نخواهند کشید.

البته این تیپ شخصیتی پس از رسیدن به هدف یا نزدیک شدن به آن به سرعت هدف جدید و بالاتری را جایگزین می‌کنند. مسیر رسیدن به موفقیت در درون این گونه از افراد همیشه فعال و پویاست و با رسیدن به هدف ابتدایی نه تنها نیاز به موفقیت در آنها تمام نمی‌شود، بلکه بیشتر از قبل احساس می‌گردد. لازم به ذکر است که اگر احساس نیاز به موفقیت در هم بنیانگذار استارتاپ وجود نداشته باشد می‌تواند در هنگام هدف گذاری و ریسک‌های کاری دچار تعارض و اختلاف نظر شوید.

• مسئولیت پذیری در برابر اشتباهات و تصمیمات

بنیانگذار استارتاپ به دلیل شروع کردن بیزنس از نقطه صفر دچار اشتباهات و تصمیمات غلط خواهد شد که این مساله بسیار طبیعی است و نباید از آن فرار کرد. موفق‌ترین بنیان‌گذاران استارتاپ افرادی هستند که به راحتی تصمیمات اشتباه خود را می‌پذیرند و به جای انکار کردن، در پی جبران و پیدا کردن راه درست هستند. در مسیر شروع کسب و کار شخصی فرد باید به خوبی با اشتباهات خود کنار بیاید و از سرزنش کردن خود یا دیگران خودداری کند. در صورتی که این ویژگی شخصیتی در هم بنیانگذار استارتاپ وجود نداشته باشد، شما پس از انجام کاری اشتباه به مشکلات زیادی برخواهید خورد و بیشتر توجه و زمان گروه به دنبال پیدا کردن مقصر خواهد گذشت.

• عملگرایی

بسیاری از افراد تنها در زمینه ایده دادن به صورت تئوری تبحر دارند و از عملی کردن ایده‌ها به شدت می‌ترسند. این افراد تمایل زیادی به ریسک کردن ندارند و عمل کردن به ایده‌ها را با بهانه‌های مختلفی به تعویق می‌اندازند. این در حالی است که شعار هر بنیانگذار استارتاپ موفق این است که حرف زدن و ایده پردازی کفایت و وقت عمل کردن رسیده! لازم به ذکر است که در صورتی که هم بنیانگذار استارتاپ در زمینه عملگرایی سطح نسبتاً پایینی داشته باشد ممکن است بر روی عملگرایی دیگر افراد نیز تاثیر بگذارد و مسیر رسیدن به هدف را طولانی‌تر کند.

چالش های پیش روی بنیانگذار استارتاپ

مسیر موفقیت استارتاپ مسیری با چالش‌های بسیار است و اصلا به سادگی و راحتی یک زندگی کارمندی نیست. به همین دلیل بهتر است از شرایط شغلی بنیان گذار استارتاپ اطلاعات کافی داشته باشید و ببینید که آیا روحیه آن را دارید یا خیر:

- ساعت کاری بالا و بدون قاعده
- استرس بسیار زیاد
- وجود شکست و موفقیت در مسیر
- نیاز به پیدا کردن سرمایه گذار و تجاری سازی ایده دانش بنیان
- نیاز به داشتن روحیه گروهی
- داشتن امید بسیار به استارتاپ و دلسرد نشدن
- قابلیت رقابت با رقبا
- مدیریت کارمندان
- انجام کارهای اداری بسیار جهت ثبت شرکت و غیره
- توانایی بررسی دقیق بازار، کسب و کار و بیزنس مدل خود

وجود چالش در مسیر تحقق بخشیدن ایده به عمل اتفاقی بسیار طبیعی است که بنیانگذار استارتاپ موفق همیشه از آن استقبال می‌کند و گاهی خود به دنبال آن می‌رود. به طور کلی مدیر کسب و کار شخصی باید به صورت خودکار به دنبال پیشرفت در زمینه کاری و رشد در تمام جنبه‌ها باشد و منتظر بروز مشکل یا تضاد نشود. در مسیر راه اندازی استارتاپ نیاز است که بنیانگذار استارتاپ یا هم بنیان گذاران، از ویژگی‌های شخصیتی منحصر به فردی برخوردار باشند تا در هنگام ایده پردازی و عمل به آنها بهترین عملکرد را از خود نشان بدهد. پیشنهاد می‌کنیم که اگر قصد راه اندازی کسب و کار شخصی خود را دارید حتما چالش‌های موجود را بررسی نمایید و برخی از ویژگی‌های شخصیتی لازم را در خود تقویت کنید تا از مدیریت کسب و کار خود سربلند بیرون بیایید.

منتور در کنار بنیانگذار استارتاپ

شاید اول این سوال به ذهنتان برسد که منتور کیست؟ باید گفت که وجود یک شخص در شرکت برای ارائه راهنمایی و مشورت به مدیر و کارمندان، بخش مهمی از پیشرفت یک کسب‌وکار یا استارتاپ را تامین خواهد کرد. همکاری منتور با بنیانگذار استارتاپ کمک می‌کند تا بنیانگذار بهترین **استراتژی استارتاپ** را متناسب با ماهیت کسب و کار خود در نظر بگیرد تا در رفع بحران‌های احتمالی استارتاپ به او کمک کند.

فصل چهارم:

مراحل راه اندازی استارتاپ

۱. ایده درخشان و ناب برای راه اندازی استارتاپ
۲. نقشه کسب و کار
۳. نمونه محصول اولیه و سنجش بازار پیش از راه اندازی استارتاپ
۴. ثبت ایده و انتخاب برند
۵. جذب سرمایه گذار برای راه اندازی استارتاپ
۶. انتخاب مشاور و بازاریابی صحیح
۷. چالش های استارتاپ چیست؟
۸. کلام آخر

همان طور که استارتاپ با دیگر انواع کسب و کار دارای نقاط اشتراک و اختلاف است، راه اندازی استارتاپ نیز طی مراحل را می طلبد که برخی می تواند مشابه سایر کسب و کارها و برخی می تواند متفاوت با آنها باشد. این مطلب به توضیح مراحل راه اندازی استارتاپ درباره سوال چگونه استارتاپ راه اندازی کنیم؟ می پردازد.

۱. ایده درخشان و ناب برای راه اندازی استارتاپ

داشتن ایده موتور محرک استارتاپ است و اندیشیدن به راه اندازی استارتاپ بدون داشتن ایده ای بکر و نوآورانه بی معناست. ناب ترین ایده ها معمولا آنهایی هستند که بر مبنای شناسایی یک نیاز در جامعه شکل می گیرند. در واقع استارتاپ در راستای رفع آن نیاز شکل می گیرد. در نظر داشته باشید که ایده مانند بذر اولیه استارتاپ شماسست یعنی اگرچه بدون آن استارتاپی شکل نمی گیرد، تکیه صرف بر آن نیز نمی تواند راه به جایی برد. بلکه لازم است این بذر با سرمایه و امکانات، دانش، پژوهش و همکاری پرورنده شود تا به رشد برسد. ایده خوب استارتاپی باید این ویژگی ها را داشته باشد:

- ایجاد ارزش کند؛
- بکر و نوآورانه باشد؛
- هزینه مالی و زمانی مورد نیاز برای اجرای آن شفاف باشد.

۲. نقشه کسب و کار

از مراحل مهم که در آموزش راه اندازی کسب و کار نوپا بسیار بر آن تأکید می‌شود، داشتن نقشه کسب و کار است. اگر تاکنون تجربه‌ای در ایجاد نقشه کسب و کار نداشته‌اید، لازم است اصول آن را بدانید. هر نقشه کسب و کار (Business plan) دارای بخش‌های اصلی و فرعی است. این موارد اصلی‌ترین بخش‌های یک نقشه کسب و کار را تشکیل می‌دهند:

- پرداختن به نیاز مشتری
- تعیین بازار هدف
- تعیین سرمایه‌گذار و میزان سرمایه
- راه‌های ارتباط با مشتری

اهمیت بیزینس پلن چیست؟ برای آن که اهمیت داشتن بیزینس پلن برای در ذهن‌تان شفاف شود باید گفت راه اندازی استارت‌آپ دقیقاً مانند گام نهادن در یک فضای تاریک و مبهم است و بیزینس پلن یا همان نقشه کسب و کار مانند یک چراغ قوه عمل می‌کند. طرح نقشه کسب و کار نیازمند داشتن اطلاعات کافی است بنابراین پژوهش یکی از اجزای جدانشدنی راه اندازی استارت‌آپ است که در فضای اکوسیستم استارت‌آپی می‌توانید به راحتی این کار را انجام دهید.

لازم است درباره بازار هدف، نیازهای مشتری، هزینه‌های مورد نیاز و بسیاری از موارد دیگر به خوبی تحقیق کنید. بسته به این که راه‌اندازی کدام یک از انواع استارت‌آپ را در نظر دارید، جزئیات کار می‌تواند متفاوت باشد. مثلاً برای راه اندازی یک استارت‌آپ اجتماعی باید یک مسئله اجتماعی را در نظر بگیرید و درباره آن تحقیق کنید.

۳. نمونه محصول اولیه و سنجش بازار پیش از راه اندازی استارت‌آپ

مقصود از محصول در راه اندازی استارت‌آپ لزوماً یک کالا نیست. محصول شما چیزی است که قرار است استارت‌آپ شما آن را ایجاد کند و در ازای رفع نیاز مشتریان به واسطه آن بتوانید درآمد داشته باشید. بنابراین می‌تواند شامل کالا، خدمت، آموزش و ... باشد.

محصول هرچه که باشد، ارائه یک نمونه اولیه از آن و سنجش بازار لازم است. شما می‌توانید نمونه‌ای کوچک یا مقیاسی خرد از محصول را تولید کنید یا خدمت خود را به بازار محدودی ارائه دهید و بازخوردها را بسنجید. آنگاه بررسی کنید آیا بازخوردهای مورد انتظار را دریافت کرده‌اید؟ نسبت هزینه‌ها و درآمدها چگونه بوده است و آیا ادامه کار در مقیاس بزرگ‌تر ارزش و صرفه اقتصادی دارد؟ در صورتی که این مرحله از راه اندازی استارت‌آپ را جدی نگیرید، ممکن است متحمل هزینه سنگینی شوید که بازگشتی نداشته باشد. در واقع ایده خود را با شکست مواجه می‌کنید.

۴. ثبت ایده و انتخاب برند

هوشیار باشید که ایده‌های نو مانند کالاهایی نفیس خیلی زود به سرقت می‌روند بنابراین لازم است به مالکیت معنوی ایده خود و ثبت آن توجه داشته باشید. مالکیت معنوی یک فرایند است که طی آن می‌توانید از سرقت ایده خود توسط دیگران جلوگیری کنید و آنان را با منع قانونی مواجه کنید.

انتخاب برند تعیین کننده هویت تجاری استارتاپ شماست. لازم است این نام با دقت، صبوری و مشورت با افراد متخصص انتخاب شود. لازم است برند محصول یا خدمات استارتاپ شما را در ذهن مشتری تداعی کند.

۵. جذب سرمایه‌گذار برای راه اندازی استارتاپ

هزینه راه اندازی استارتاپ طی ایجاد نقشه کسب‌وکار مشخص می‌شود. هر سرمایه‌گذار نیاز دارد آگاهی کاملی از سرمایه مورد نیاز و نحوه بازگشت آن داشته باشد. حتی اگر تصمیم شما بر راه اندازی استارتاپ با هزینه کم است، باید دیدگاه روشنی درباره آن داشته باشید. این نیاز هر استارتاپ موفق صرف نظر از مقیاس و هدف آن است. برای موفقیت در جذب سرمایه لازم است اطلاعاتی را که طی تحقیقات به دست آورده‌اید، در اختیار سرمایه‌گذار قرار دهید. به این ترتیب نقشه راه تا حدی روشن می‌شود و سرمایه‌گذار می‌تواند راحت‌تر قانع شود و اعتماد کند.

۶. انتخاب مشاور و بازاریابی صحیح

گام‌هایی که تاکنون برای راه اندازی استارتاپ برشمردیم، همگی ضروری هستند. انتخاب یک مشاور راه‌بلد نیز ضرورتی مشابه دارد. یک مشاور می‌تواند طرح شما را دقیق‌تر و از تمام جوانب بررسی کند و آنچه ممکن است مورد غفلتتان واقع شده به شما گوشزد کند و رویکرد استارتاپ شما را مشخص کند.

راه اندازی استارتاپ آغاز راه است و اگر تلاش، تحقیق، نوآوری و سنجش را متوقف کنید، عمر استارتاپ شما خیلی زود به پایان می‌رسد. برای ادامه حیات استارتاپ خود باید مدام به فکر راه‌های به‌روز باشید.

در دوران حاضر کسب‌وکارها از فضای سنتی فاصله گرفته‌اند و بازاریابی خود را در فضای دیجیتال پررنگ‌تر کرده‌اند. البته هر کسب‌وکار اینترنتی نمی‌تواند لزوماً استارتاپ هم باشد. شرط لازم برای استارتاپ بودن همان‌طور که گفتیم داشتن ایده خلاقانه است.

با این حال فضای اینترنت و دیجیتال مارکتینگ تبدیل به ابزاری اجتناب‌ناپذیر برای راه‌اندازی استارتاپ شده است. شما نیز برای داشتن یک استارتاپ موفق ناگزیر به استفاده از این فضا و کارشناسان و مشاوران خبره و متخصص در آن هستید و باید استراتژی استارتاپ متناسب با خود را برگزینید. بسته به ایده و مقیاس استارتاپ و آنچه ارائه می‌دهید، می‌توانید از یک بخش یا بخش‌هایی از حوزه گسترده دیجیتال مارکتینگ برای معرفی و فروش استفاده کنید و با تجاری سازی ایده دانش بنیان خود به دنبال جذب سرمایه‌گذار باشید.

۷. چالش‌های استارتاپ چیست؟

چالش‌های پیش روی استارتاپ می‌تواند رقابت شدید، کمبود منابع و زیرساخت، کمبود بودجه و چالش‌های مدیریت مالی و غیره باشد که هر کدام با استراتژی درست قابل حل است.

کلام آخر

تلاش کردیم مهم‌ترین و کلیدی‌ترین مراحل راه اندازی استارت‌آپ را برای شما عزیزان شفاف کنیم و سعی کردیم به سوال چگونه استارت‌آپ راه اندازی کنیم پاسخ بدهیم. جزئیات امر به این بستگی دارد که راه اندازی کدام یک از انواع استارت‌آپ با چه مقیاس و چه هدفی مد نظر شما باشد. در هر صورت اصول و کلیات این مراحل قابل حذف از مسیر شما نیستند و باید به همه آنها توجه داشته باشید. انتخاب مشاور خبره می‌تواند به شما کمک کند که ریسک کمتری در طی مسیر بپذیرید و شما را به داشتن یک استارت‌آپ موفق نزدیک‌تر می‌کند. برای استفاده از راهنمایی مشاوران با ما در ارتباط باشید.

فصل پنجم:

جذب سرمایه برای استارت آپ

- استراتژی استارتاپ
- ضرورت استراتژی در استارتاپها

جذب سرمایه برای استارتاپ

در سال‌های اخیر، با فرارسیدن موج‌های جدید فناوری، چهره جهان با دگرگونی‌های فراوانی مواجه شده است. این تغییرات، تقریباً تمامی ابعاد و جنبه‌های کسب‌وکارهای اقتصادی و صنایع را نیز دستخوش تغییراتی کرده است. استارتاپ‌ها در شرایطی، با ابهام بسیار زیاد و سرتاسر ریسک به وجود آمده و رشد می‌کنند. یکی از عناصر اساسی موفقیت در راه اندازی استارتاپ، توانایی در جذب سرمایه برای استارتاپ و تامین هزینه‌های لازم برای شروع و توسعه کسب و کار است. در بسیاری از برندهای مطرح ایران و دنیا، جذب سرمایه گذار برای ایده کسب و کار یکی از نقاط عطف رشد در کسب‌وکارها است. با این وجود شنیدن اخباری مانند رشد کسب و کارها بدون جذب سرمایه اولیه صاحبان کسب و کارها را دچار سردرگمی و نگرانی می‌کند.

شرکت ما به عنوان یکی از بزرگترین شتابدهنده کسب و کار که هدف خود را ایجاد عدالت در زیست بوم تجاری سازی بنا نهاده است، خدمات متعددی برای حمایت از ایده، خدمات و محصولات نوپا دارد. یکی از این خدمات جذب سرمایه گذار برای سرعت بخشیدن به کسب و کارهاست. قطعاً اولین دغدغه یک استارتاپ برای ادامه حیات و توسعه محصول، سرمایه است. ما تمام تلاش خود را در راستای رفع این مسئله به شیوه‌های مختلف، کردیم.

برندسازی

استراتژی

توسعه

جذب سرمایه گذار چگونه به رشد استارتاپ کمک می کند؟

در دنیای امروزی که پیشرفت نوآوری و تکنولوژی با سرعت بسیار زیادی اتفاق می افتد، دنیای استارتاپها نیز بسیار پرتعداد است. جوانان خلاق و علاقه مند دارای ایده های کاربردی بسیاری هستند اما متأسفانه در مرحله جذب سرمایه استارتاپ اغلب با چالش های جدی روبرو می شوند. در واقع یکی از اضلاع بسیار مهم و مؤثر اکوسیستم استارت آپی، سرمایه است که نقش عملیاتی در شکل گیری و موفقیت کسب و کارهای نوپا خواهد داشت. بسیاری از بنیان گذارهای استارتاپ جهت توسعه کسب و کار خود نیاز به سرمایه های قابل توجهی دارند تا بتوانند در جهات مناسب و بدون دغدغه مالی افکار خود را پیاده کنند و بتوانند استارتاپ خود را به خوبی مدیریت کنند. در ادامه می مطلب روش های مختلف جذب سرمایه گذار برای ایده کسب و کار را توضیح می دهیم.

چرا یک استارتاپ باید جذب سرمایه کند؟

بحث نحوه جذب سرمایه گذار برای استارتاپ و توسعه و تجاری سازی یک ایده نوآورانه، همواره یکی از الزامات اصلی موفقیت یک استارتاپ محسوب می شود. اهمیت این موضوع به قدری است که حتی می توان سرمایه را به عنوان بال های پرواز یک استارتاپ برای ورود به بازار و رقابت تلقی نمود. استارتاپها برای سوددهی و رسیدن به موفقیت چالش های زیادی در پیش روی خود خواهند داشت.

این چالشها باعث می شوند استارتاپها به شیوه های مختلفی اقدام به جذب سرمایه گذار برای ایده کسب و کار خود کنند. برخی از مهم ترین دلایل جذب سرمایه گذار برای استارتاپ در ایران عبارت است از:

ارتباط سازی

بسیاری از سرمایه گذاران استارتاپی تجربه راه اندازی و توسعه یک استارتاپ را دارند و همچنین در نقش های مختلف با استارتاپ های بسیار زیادی در ارتباط بوده اند. همین موضوع باعث می شود تا سرمایه گذاران با شبکه گسترده ای از استارتاپها، فعالان اکوسیستم، منتورها و راهبران استارتاپی در ارتباط باشند.

پایین بودن حد رشد بدون جذب سرمایه

طبق بررسی‌های انجام شده، احتمال شکست یک استارت‌آپ چیزی حدود ۹۰٪ است. پس طبیعی است که بنیان‌گذاران استارت‌آپ تمام تلاش خود را به کار بگیرند تا به بالاترین حد رشد خود دست پیدا کنند. جذب سرمایه گذار برای ایده می‌تواند اهرمی برای عبور استارت‌آپ از دره شکست باشد.

هزینه‌های بالای تیم سازی

استارت‌آپ‌ها همیشه به دنبال انتخاب با استعدادترین‌ها و سخت کوشان هستند. از همین رو ایجاد یک کسب و کار استارت‌آپی ۱۵ نفره احتمالاً چند برابر یک کسب‌وکار سنتی ۱۵ نفره هزینه نیرو انسانی خواهد داشت. روش‌های مختلفی برای تأمین مالی استارت‌آپ وجود دارد که می‌توان با توجه به شرایط خاص استارت‌آپ آن را انتخاب کرد.

رقابت شدید و سرنوشت‌ساز

همیشه استارت‌آپ‌هایی وجود دارند که منابع مالی و نیروی انسانی خبره در اختیار دارند و تلاش می‌کنند تا استارت‌آپ رقیب را از میدان بیرون کنند. در این شرایط از دست دادن فرصت رشد برای یک استارت‌آپ مساوی با شکست است. به همین علت استارت‌آپ‌ها باید به سرعت اقدام به جذب سرمایه برای استارت‌آپ خود کنند.

انواع روش‌های جذب سرمایه گذار برای استارت‌آپ

یک کسب‌وکار نوپا در همان روزهای اولیه راه‌اندازی، می‌تواند مسیری مشخص برای تأمین مالی و جذب سرمایه برای خود تعریف نماید. جذب سرمایه‌گذار برای ایده کسب و کار می‌تواند از منابع مختلفی تأمین شود تا به استارت‌آپ‌ها کمک کند از ایده اولیه، به کسب‌وکاری واقعی تبدیل شوند. در ادامه به چند اصل مهم در آن‌ها اشاره می‌کنیم.

علاوه بر این موارد باید به تسهیلاتی اشاره کرد که به خدمات تجاری سازی دانش بنیان کمک خواهد کرد. این تسهیلات شامل اعطای وام‌های بلندمدت یا کوتاه‌مدت بانکی و همچنین کمک‌هزینه‌های دولتی است که گاهی کم‌بهره هستند و گاهی نیز بدون سود اعطا می‌شوند. هر شرکت که بتواند از معاونت علمی و فناوری ریاست

جمهوری، تاییدیه مربوط به دانش بنیان بودن موسسه را دریافت کند، به مدت ۱۵ سال از معافیت‌های مالیاتی و همچنین تسهیلات بدون بهره برخوردار خواهد شد.

• شتاب‌دهنده‌ها:

یکی از بهترین گزینه‌ها برای جذب سرمایه گذار، شتاب‌دهنده‌ها هستند. آن‌ها علاوه بر ارائه سرمایه برای استارت‌آپ تازه تاسیس شده از استارت‌آپ‌هایی که در حال پیشرفت هستند نیز پشتیبانی می‌کنند. شتاب‌دهنده‌ها مزایای دیگری نیز از جمله، ارائه خدمت مشاوره‌ای و معرفی نیروهای متخصص برای تشکیل تیم‌های استارت‌آپی نیز دارند.

• انکوباتورها: (Incubators)

مرکز رشد یا انکوباتر در واقع جایی است که برای کارآفرینان و کسب و کارهای نوپایی که در مرحله ایده قرار دارند، بسیار ایده آل می‌باشد. زیرا مرکز رشد کمک می‌کند تا کسب و کار خود را پایه گذاری کنند، تیم مناسبی تشکیل دهند و حتی مشتریان اولیه خود را نیز جذب کنند. انکوباتور همچنین بر توسعه یک طرح تجاری، نام، وبسایت و حداقل محصول قابل عرضه (MVP) تمرکز می‌کند. علاوه بر آنچه گفتیم، مراکز رشد معمولاً در بازه زمانی ۱ تا ۵ سال، حمایت‌های مستمری در حوزه منابع انسانی و مالی استارت‌آپ‌ها ارائه می‌کنند.

• شراکت یا ادغام با دیگر شرکت‌ها:

یکی از بهترین گزینه‌ها برای موفقیت در جذب سرمایه گذار برای ایده این است که وارد تعامل و شراکت با سایر استارت‌آپ‌های موفق و فعال در حوزه خودتان شوید. با این روش می‌توانید از برند، نام تجاری و سابقه خوب آن شرکت استفاده کنید و گام‌هایی اساسی برای پیشرفت استارت‌آپ خود بردارید.

• تأمین مالی جمعی یا: Crowd Funding

کِراد فاندینگ، یکی از مدل‌های تأمین سرمایه برای کسب و کارها است که در آن از چندین منبع سرمایه استفاده می‌شود. تأمین مالی جمعی این قابلیت را دارد تا با استفاده از رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌های متقاضی سرمایه گذاری شغلی، بستر حضور و همکاری میان کارآفرینان و سرمایه گذاران را فراهم آورده.

• سرمایه گذاری خطر پذیر:

سرمایه گذاری خطرپذیر (Venture capital) نوعی جذب سرمایه برای استارتاپ و کسب و کارهای کوچکی است که معمولاً ریسک بالایی دارند. در این سرمایه‌گذاری اگر استارت آپی موفق شود، می‌تواند به سودآوری قابل توجهی دست یابند.

به همین دلیل هدف سرمایه گذاری خطرپذیر، دریافت بازدهی بسیار بالایی برای شرکت سرمایه گذاری خطرپذیر است. سرمایه گذاری خطرپذیر یک گزینه مناسب برای استارت‌آپ‌هایی است که به دنبال دریافت بودجه‌ای کلان و سریع هستند. با توجه به آن که این نوع سرمایه گذاری‌ها نسبتاً بزرگ هستند، استارت‌آپ‌ها باید آماده باشند تا پس از دریافت بودجه، سریعاً رشد کنند.

• وام:

یکی دیگر از نحوه جذب سرمایه گذار برای استارت‌آپ دریافت وام است. این روش سنتی برای جذب سرمایه استارت‌آپ است. وام گزینه‌ای مناسب برای استارت آپ‌هایی که مقداری درآمد دارند؛ به این دلیل که در حالی که سرمایه گذاران خطرپذیر، برای سرمایه گذاری ریسک‌های بزرگی انجام می‌دهند تا به سودآوری بیشتری دست یابند، موسسات بانکی سنتی مراقب سرمایه‌های خود هستند. همچنین دریافت وام برای کسب و کارهای کوچک به معنای حفظ مالکیت کامل استارت‌آپ‌ها است.

• کمک‌های مالی:

کمک‌های مالی (Grants) سرمایه‌ای است که توسط دولت، شرکت یا نهادی غیرانتفاعی به صورت بلاعوض به یک کسب و کار داده می‌شود. این کمک هزینه‌ها معمولاً مأموریت محور هستند؛ یعنی برای جذب سرمایه گذار برای استارت‌آپ در ایران به کمک این روش، اهداف یا ارزش‌های کسب و کار شما باید با سازمان‌ها هماهنگ باشد تا بتوانید برای جذب سرمایه درخواست کنید.

زمان مناسب جذب سرمایه برای استارتاپ

برای شناسایی بهترین زمان جذب سرمایه، بهترین کار این است که خودتان را در جایگاه سرمایه گذار بگذارید. سرمایه گذارها با سرمایه گذاری بر ایده استارتاپ شما بر بخش زیادی از پولشان خطر می‌کنند، پس برای این کار لازم است آن‌ها ابتدا متقاعد شوند.

بسیاری از صاحبان ایده‌های ناب و جدید در مرحله اول سرمایه‌یابی دچار هیجان بالایی هستند و در نتیجه به نواقص ایده‌های خود توجه نمی‌کنند. بنابراین اینگونه وقتی وارد فاز جذب سرمایه برای استارتاپ می‌شوند در همان ورود با شکست مواجه می‌شوند زیرا با نقاط قوت و ضعف، هزینه‌ها و سودآوری نهایی ایده خود کاملاً آشنایی ندارند و سرمایه‌گذار نمی‌تواند به آن‌ها اعتماد کامل داشته باشد.

در این مرحله ریسک زیادی وجود دارد و استارتاپ هنوز هیچ ارزشی ندارد. در این شرایط کاملاً طبیعی است اگر سرمایه گذارها بدون شناخت بازار و آینده، ایده را برای سرمایه‌گذاری انتخاب نکنند.

اگرچه برخی از سرمایه گذارها فقط برای شهرت و ایفای نقشی در فضای استارتاپی اقدام به سرمایه گذاری می‌کنند، ولی بیشتر سرمایه گذارها، کسب‌وکار شما و جزئیات آن را به دقت بررسی می‌کنند. با توجه به این شرایط توصیه می‌شود که بعد از ارائه MVP (حداقل محصول پذیرفتنی)، اجرای آزمون‌های ابتدایی و جذب مشتری، جذب سرمایه گذار برای ایده کسب و کار انجام شود.

شرایط جذب سرمایه گذار

اغلب استارتاپ‌ها توسط افراد جوانی تاسیس می‌شوند که نقطه قوت آن‌ها تسلط بر فناوری‌های نوین است که در ابتدای کار از پشتوانه مالی خاصی نیز برخوردار نیستند. با توجه به شرایط اقتصادی این روزهای کشور، عدم جذب سرمایه و اکتفا کردن به پس‌انداز خود و خانواده برای رشد استارتاپ موضوعی بسیار دور از انتظار است که فقط عده کمی از پس آن برخوردارند.

اما برای انتخاب نوع سرمایه‌گذاری و نحوه جذب سرمایه گذار برای استارتاپ، نیز همیشه باید به پارامترهای مختلفی توجه کرد. برای مثال برخی از صاحبان استارتاپ تمایلی ندارند مالکیت استارتاپ خود را با دیگر سرمایه

گذاران به اشتراک بگذارند. این در حالی است که شتابدهنده‌ها و بسیاری دیگر از سرمایه‌گذاران در ازای نقدینگی که در اختیار شرکت قرار می‌دهند مایلند که بر تمام بخش‌های مدیریتی شرکت نظارت داشته باشند.

سرمایه‌گذار در ازای پرداخت پول چه چیزی می‌خواهد؟

برای بدست آوردن سرمایه اولیه، راه‌های مختلفی وجود دارد که در هر روش به گونه‌ای متفاوت، سرمایه‌گذاران تلاش می‌کنند سود خود را از سرمایه‌گذاری انجام شده بدست آورند. برای مثال در هنگام دریافت وام، صاحبان استارت‌آپ باید پس از مدت کوتاهی بازپرداخت اصل پول و سود آن را آغاز کنند. در مقابل، در جذب سرمایه به روش شتابدهنده، آن‌ها در مقابل سرمایه مالی که در اختیار صاحبان استارت‌آپ قرار می‌دهند بخشی از سهام شرکت یا درصدی از سود ماهانه را مطالبه می‌کنند.

به همین دلیل نیز شتاب‌دهنده‌ها بر تمام قسمت‌های مدیریتی شرکت تسلط دارند و تمام تلاش خود را برای سوددهی و موفقیت استارت‌آپی که بر روی آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند، بکار می‌گیرند تا سرمایه خود را بر باد ندهند. یکی از بهترین روش‌های جذب سرمایه استارت‌آپ مراجعه به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی است که از موقعیت مالی و تجربه بالاتری در ساخت و توسعه شرکت‌های نوپا برخوردارند.

کلام پایانی:

ظهور مجموعه‌ای از شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته، نگاه‌ها را به سمت پدیده‌ای تازه، تحت عنوان کسب‌وکارهای نوپا جلب نموده است. شرکت پیشگامان با تکیه بر توان و دانش فرهیختگان و نخبگان کشور و بهره‌گیری از به روزترین تجهیزات و فناوری‌ها، پشتیبانی موثر و ۲۴ ساعته از خدمات ارائه شده و سال‌ها تجربه در ارائه خدمات، یکی از بهترین نهادها برای جذب سرمایه‌گذار برای استارت‌آپ در ایران است. استارت‌آپ‌ها به دنبال رشدی سریع و بزرگ‌اند و این مسئله دقیقاً همان جایی است که یک استارت‌آپ به جذب سرمایه نیاز پیدا می‌کند.

فصل ششم:

انکوباتور استارت آپ چیست؟

- منظور از انکوباتور استارتاپ چیست؟
- انکوباتور ها چه هدفی را دنبال می کنند؟
- مزایای همکاری با انکوباتور ها چیست؟
- تفاوت انکوباتور استارتاپ و شتاب دهنده
- جان مطلب درباره انکوباتور استارتاپ

اگر به عنوان یک استارتاپ می خواهید بیزینس پلن خود را به مرحله عمل برسانید یا به دنبال یک مرکز حمایتی برای کسب و کار استارتاپی خود هستید، پس نقش انکوباتور های استارتاپ را دست کم نگیرید. شما با حضور در محیط انکوباتور ها به پیشرفتی دوچندان دست می یابید و می توانید خود را از پله اول به چندین پله جلوتر پرتاب کنید. اما آیا اطلاع دقیقی دارید که انکوباتور استارتاپ چیست؟ چه مزایایی از طریق آن دستگیر کسب و کارتان می شود؟ و تفاوت این مراکز با شتاب دهنده چیست؟ شرکت مادر این مقاله به شما کمک می کند با صفر تا صد انکوباتور های استارتاپ آشنا شوید و درباره آن ها بیشتر بدانید.

منظور از انکوباتور استارتاپ چیست؟

استارتاپ ها در اغلب موارد برای شروع به کار خود یا تجاری سازی فعالیت خود به حمایت مراکز و سازمان های مختلفی نیازمند هستند. یکی از شناخته شده ترین موسساتی که هدایت استارتاپ ها را می تواند در دست باشد، انکوباتور است. انکوباتور (Incubator) در لغت معنایی معادل با محفظه رشد، محل پرورش اطفال زودرس و ماشین جوجه کشی دارد. از همین معنا می توان دریافت که انکوباتور فضایی برای رشد و پرورش فراهم می کند؛ حال این فضا می تواند مختص موجودات زنده باشد یا متعلق به یک کسب و کار استارتاپی.

بنابراین می توان گفت که انکوباتور در اصطلاح به مراکزی گفته می شود که استارتاپ ها را از لحظه ایده پراکنی تا به نتیجه رسیدن اهداف آن ها حمایت می کند و در این مسیر خدماتی را نیز به آن ها ارائه می دهد. منظور از خدمات انکوباتور استارتاپ چیست؟ یعنی برای ایده های نوپا که نیاز به برنامه ریزی، پرورش و طراحی مدل تجاری دارند، پلنی در نظر گرفته می شود که از طریق آن بتوانند ایده خود را تا مرحله مناسبی پیش ببرند و به سرانجامی برسانند.

در واقع یک انکوباتور هنگام راه اندازی استارتاپ ها به صاحبان آن ها کمک می کند تا ایده های خود را از مرحله بالقوه به مرحله بالفعل برسانند. در طی این مسیر خدماتی از قبیل فضای کار، تسهیلات مناسب و بودجه اولیه و همچنین آموزش های مناسبی را در اختیار افراد قرار دهند.

انکوباتور ها چه هدفی را دنبال می کنند؟

انکوباتور اغلب توسط سازمان های غیرانتفاعی یا متعلق به دانشگاه ها حمایت می شود و از افرادی که پیش تر یا همزمان در محیط آکادمیک و دانشگاهی فعالیت داشته اند، کمک می گیرد تا اهداف خود را پیش ببرد. این اهداف چه مواردی را شامل می شود؟ اینکه آن ها بتوانند از صاحبان کسب و کارها و ایده های نو حمایت کنند، بزرگ ترین هدف یک انکوباتور استارتاپ را شکل می دهد. فضایی که یک انکوباتور فراهم می کند، محیطی برای تبادل نظرات و پرورش ایده ها است و در این مسیر به منتورینگ نیروها می پردازد.

از طریق انکوباتور های استارتاپ می توان به توسعه کارآفرینی در سطح کشور و همچنین رشد اقتصادی آن کمک کرد. به تعدادی که کسب و کارهای داخلی افزایش پیدا کنند، توسعه اقتصادی نیز بیشتر خواهد شد و اینجاست که انکوباتور ها معنا پیدا می کنند و می توانیم بفهمیم نقش انکوباتور استارتاپ چیست. به همین دلیل است که بخش های خصوصی در تلاش اند تا با همکاری دانشگاه ها، مدارس و موسسات آموزشی به تاسیس انکوباتور ها بپردازند و از این طریق از ایده ها و استارتاپ ها حمایت کنند.

مزایای همکاری با انکوباتور ها چیست؟

اما چه عواملی باعث می شود تا افراد به همکاری با انکوباتور ها رو بیاورند؟ این مراکز محیطی هستند تا شما ایده ای را که در سر می پرورانید، به یک کسب و کار تبدیل کنید. علاوه بر این یک انکوباتور فضای کاری مناسبی را همراه با دسترسی به اینترنت پرسرعت برای استارتاپ ها به وجود می آورد. همچنین انکوباتور ها به بازاریابی و فراهم کردن سرمایه گذارها برای تجاری سازی محصولات استارتاپ ها نیز کمک می کنند و با ارائه تسهیلات و وام های بانکی متناسب از کسب و کارهای نوپا حمایت به عمل می آورند.

نکته دیگر درباره اینکه مزیت انکوباتور استارتاپ چیست، آنکه این موسسات از طریق ارتباط با سایر مراکز، چه خصوصی و چه دولتی، به شبکه سازی قوی برای استارتاپ ها منجر می شوند. به طور مثال اگر شما صاحب یک استارتاپ هستید و در یک انکوباتور کار می کنید، با سایر استارتاپ ها ارتباط می گیرید، با افراد تاثیرگذار در این زمینه آشنا می شوید و می توانید این ارتباطات را در خصوص بهبود ایده ها و کسب و کار خود به کار ببرید.

گذشته از این موارد، انکوباتور ها این توانایی را دارند تا مسائل حقوقی استارتاپ ها را به آن ها متذکر شوند و آن ها را در خصوص این مسائل و همچنین مسائل مالی یاری دهند. منتورینگ مزیت دیگری است که انکوباتور ها برای استارتاپ ها به ارمغان می آورند. افراد عضو در یک تیم استارتابی با حضور در انکوباتور ها از آموزش های متفاوتی در زمینه توسعه کسب و کار برخوردار می شوند و از تجربه افرادی می توانند استفاده کنند که پیش از آن ها این مسیر را طی کرده اند. بخش منتورینگ در کنار تجاری سازی یکی از اصلی ترین مزیت های انکوباتور ها برای یک استارتاپ به شمار می روند.

تفاوت انکوباتور استارتاپ و شتاب دهنده

یکی از مفاهیمی که بسیار به انکوباتور استارتاپ شباهت دارد، شتاب دهنده ها هستند. شاید این سوال پیش بیاید که شتاب دهنده استارتاپ چیست؟ و تفاوت آن با انکوباتور استارتاپ چیست؟ پیش تر گفتیم که انکوباتور ها سعی دارند تا ایده ها را به کسب و کار تبدیل کنند. پس این مراکز تمرکز اصلی خود را بر روی استارتاپ هایی قرار می دهند که هنوز شکل نگرفته اند و انکوباتور ها هستند تا این ایده ها به مرحله بالفعل برسند.

اما شتاب دهنده ها بر روی کسب و کارهایی تمرکز دارند که ایده خود را تا مرحله ای پیش برده اند و اکنون به دنبال تسهیل و سرعت بخشیدن به استارتاپ خود هستند. در واقع خدمات شتاب دهنده ها نیز با ارائه خدماتی مشابه انکوباتور ها سعی در همراهی استارتاپ ها دارند؛ اما نه در مرحله آغاز، بلکه در مرحله توسعه و پیشرفت. در طی این مسیر شتاب دهنده ها سرمایه مناسبی را همراه با بیزینس پلن های مناسب در اختیار کسب کار ها قرار می دهند و تلاش می کنند تجاری سازی محصولات استارتاپ را توسعه ببخشند.

آیا شتاب دهنده ها نیز خدمات اینترنت پرسرعت، منتورینگ، فضای کاری یا آشنایی با مسائل مالی و حقوقی را در اختیار استارتاپ ها قرار می دهند؟ بله. تمام خدماتی که یک انکوباتور در اختیار استارتاپ می گذارد، توسط شتاب دهنده ها نیز تامین می شود و چه بسا این خدمات در بخش بازاریابی و شبکه سازی در مراکز رشد و شتاب دهنده بیشتر نیز باشد.

و اینکه مرکز رشد چیست و آیا با شتاب دهنده ها تفاوت دارد؟ ممکن است این مفاهیم در خارج از کشور به شرکت های مختلفی اطلاق شود و در کشور ما تفاوتی ندارند و این دو مفهوم به شرکت های خصوصی که کار استارتاپ ها را تسریع می کنند، گفته می شود.

جان مطلب درباره انکوباتور استارتاپ

در این مقاله سعی کردیم در این باره صحبت کنیم که انکوباتور استارتاپ چیست و چگونه به رونق کسب و کارهای نوپا کمک می کند. انکوباتور به عنوان یک موسسه خصوصی و غیرانتفاعی تلاش دارد تا ایده هایی را که نیازمند رشد هستند و به سرمایه و حمایت اولیه نیاز دارند، کمک برساند. بنابراین اگر شما ایده ای دارید که می تواند یک کسب و کار دانش بنیان یا تجاری را برایتان رقم بزند، می توانید روی کمک های انکوباتور ها و شتاب دهنده ها حساب باز کنید.

فصل هفتم:

نقش شتاب‌دهنده در موفقیت استارت آپ ها

- کار شتاب دهنده چیست؟
- نحوه کار شتاب دهنده ها
- حمایت های شتاب دهنده

اگر به ابعاد گوناگون حمایت یک شتاب دهنده از استارت‌آپ توجه کنیم، در خواهیم یافت که نقش شتاب دهنده ها در موفقیت استارت‌آپ ها تا چه اندازه مهم و کلیدی است. در این مطلب قصد داریم شتاب دهنده و نحوه کار آن را بررسی کنیم تا این نقش را دقیق‌تر دریابیم.

کار شتاب دهنده چیست؟

نبود تضمین در موفقیت بخشی از ماهیت یک استارت‌آپ است. زیرا استارت‌آپ مبتنی بر ایده‌ای نو است که تاکنون کسی کار در زمینه آن را تجربه نکرده است. بنابراین الگو و نقشه راهی مشخص و از پیش تعریف شده برای آن وجود ندارد. در حقیقت تعریف همه این‌ها بر عهده ایده‌دهنده و کارآفرین است.

با این حال خدمات شتاب‌دهی کسب و کار می‌تواند تا حد زیادی آن را حمایت کند و به موفقیت برساند. واژه «حمایت» خصوصا در حوزه‌های اقتصادی و کسب‌وکار معمولا نگاه ما را به جنبه‌های مالی سوق می‌دهد اما باید گفت نقش انواع شتاب دهنده ها در موفقیت استارت‌آپ ها چندجانبه است؛ هرچند که حمایت مالی را نیز شامل می‌شود.

شتاب دهنده تا آنجا پیش می‌رود که استارت‌آپ را به یک مرحله مهم و اساسی برساند. این مرحله می‌تواند نمونه اولیه محصول یا نخستین ارائه از خدمتی باشد که ایده استارت‌آپ حول آن شکل گرفته است. تأمین سرمایه، آموزش‌ها، تأمین فضا و تجهیزات، حمایت‌های فکری و ... همه می‌توانند در دایره کار یک شتاب دهنده قرار گیرند اما قرار نیست دائمی باشند.

یک نقش شتاب دهنده ها در موفقیت استارت‌آپ ها همان‌گونه که گفتیم، حمایت مالی و تأمین سرمایه است. ممکن است شرکت شتاب دهنده خود این سرمایه را تأمین کند و یا یک سرمایه گذار مناسب را به کارآفرین معرفی کند و ریزی‌های لازم را برای جذب سرمایه صورت بخشد. گاهی نیز تأمین سرمایه در غالب فراهم کردن فضا، تجهیزات و مواد اولیه برای شروع کار است.

ممکن است برخی مهم‌ترین نقش شتاب دهنده ها در موفقیت استارت‌آپ ها را تأمین سرمایه بدانند اما نباید از نقش آموزش و سایر خدمات غیرمالی که شتاب دهنده استارت‌آپ ارائه می‌دهد، غافل بود. تا اینجا احتمالا تعریف نسبتا کاملی از اینکه شتاب دهنده چیست در ذهن شما تشکلی شده است. به نظر می‌رسد آموزش مهارت‌ها نقشی هم‌پایه سرمایه مالی در موفقیت استارت‌آپ داشته باشد.

نحوه کار شتاب دهنده ها

وقتی از نقش شتاب دهنده ها در موفقیت استارتاپ ها حرف می‌زنیم، این پرسش پیش می‌آید که آن‌ها این کار را به چه نحو انجام می‌دهند؟

نحوه کار شتاب‌دهنده در استارتاپ این است که چند کسب‌وکار نوپا را گزینش کند. برای این منظور هر استارتاپ باید درخواست خود را برای ورود به شرکت شتاب دهنده مورد نظر ثبت کند. کسب‌وکارهایی که بسیاری از آن‌ها حتی نمی‌دانند باید چطور و از کجا شروع کنند و گام‌های بعدی را چگونه بردارند.

در گام دوم شتاب دهنده باید درخواست استارتاپ ها و ماهیت ایده آن‌ها را بررسی کند و از میان آن‌ها دست به انتخاب بزند.

گام سوم ارائه خدمات شتاب دهنده است. شرکت شتاب دهنده خدمات خود را به استارتاپ هایی که در مرحله گزینش واجد صلاحیت دانسته شده‌اند، ارائه می‌کند.

حمایت های شتاب دهنده

حال ببینیم خدماتی که یک شتاب‌دهنده در استارتاپ ارائه می‌دهد چیست و این حمایت‌های چندجانبه به چه صورت است. به این ترتیب نقش شتاب دهنده ها در موفقیت استارتاپ ها برای ما روشن تر خواهد شد.

تأمین فضا و تجهیزات برای کار

هر تیم استارتاپی نیازمند فضا و تجهیزاتی برای شروع کار خود است. ممکن است ایده به صورتی باشد که نیاز به یک فضای مجزا نداشته باشد. با این حال تجهیزاتی برای انجام کار و ارتباط اجزای تیم لازم است.

آموزش و توانمندسازی

دانش و مهارت‌های گوناگون برای اعضای یک تیم از سرمایه‌های مهم و حیاتی است که در نبود آن ممکن است حتی با وجود سرمایه مالی کافی، استارتاپ راه به جایی نبرد.

مشاوره و منتورینگ

ایده هر استارتاپ نو است و کسی تاکنون دقیقاً مسیر آن را طی نکرده است. با این حال کمک‌های مهارتی و فکری برخی از افراد فعال در حوزه‌هایی که به نحوی به ایده استارتاپ مربوط است یا تجربیات دیگر کارآفرینان که خودشان استارتاپی را هدایت می‌کنند، می‌تواند در پیشبرد کار استارتاپ بسیار مؤثر باشد.

تأمین سرمایه اولیه

بله درست است! نقش شتاب دهنده ها در موفقیت استارتاپ ها از جنبه مالی محدود است و معمولاً تنها شامل سرمایه اولیه می‌شود. تیم استارتاپی باید بتواند به بهترین نحو از این سرمایه تجدیدنپذیر استفاده کند.

ایجاد شبکه ارتباطی سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و دیگر افراد فعال

گفتیم هرگز قرار نیست خدمات یک شتاب دهنده دائمی باشد اما این قاعده شامل اثر خدمات نمی‌شود. یکی از مهم‌ترین کارهایی که شتاب دهنده انجام می‌دهد و اثری دائمی دارد، ایجاد شبکه ارتباطی میان کارآفرینان و



[HTTPS://EDUCATEME.IR](https://educateme.ir)

سرمایه‌گذاران و دیگر افرادی است که تجربیات و مهارت‌های گوناگونشان می‌تواند هم در پیشرفت استارت‌آپ و هم در معرفی و شناخته‌تر شدن آن مؤثر باشد.

دسترسی به کانال‌های جذب مشتری

دیگر نقش شتاب‌دهنده در استارت‌آپ که برای ادامه کار استارت‌آپ حیاتی است، ایجاد امکان دسترسی به مشتریان است. قرار نیست شتاب‌دهنده به طور مستقیم در بازاریابی برای استارت‌آپ دخیل باشد اما می‌تواند استارت‌آپ را در مسیر کانال‌هایی که به جذب مشتری می‌انجامد هدایت کند.

شرکت در رویدادها برای معرفی و انتقال ایده‌ها و تجربه‌ها

شتاب‌دهنده‌ها معمولاً پای ثابت رویدادها و دوره‌های حرفه‌ای هستند که می‌تواند راهگشای بسیاری از کسب‌وکارهای نوپا در رسیدن به موفقیت باشد. در این رویدادها معمولاً می‌توان مهارت‌هایی را یاد گرفت، استارت‌آپ را معرفی کرد یا با تجربیات دیگران روبه‌رو شد و از آن‌ها ایده گرفت.

کلام آخر

طبیعی است که مسیر تبدیل هر ایده به یک کسب‌وکار (یعنی فعالیتی که بتوان از آن درآمد حاصل کرد) بسیار طولانی و پرفراز و نشیب است. نقش شتاب‌دهنده‌ها در موفقیت استارت‌آپ‌ها این است که به انحای مختلف این مسیر طولانی را کوتاه و هموار کنند. خدمات یک شتاب‌دهنده می‌تواند به فراخور ایده استارت‌آپی متنوع باشد اما نتیجه نهایی آن قطعاً رشد بذر اولیه استارت‌آپ خواهد بود.

فصل هشتم:

استراتژی استارت آپ

- استراتژی استارت آپ
- ضرورت استراتژی در استارت آپ ها
- جایگاه استارت آپ ها در علم استراتژی
- معرفی ۳ استراتژی استارت آپ
- ۴ رویکرد در استارت آپ ها چیست؟
- کلام آخر

هر کسب و کار کوچک و بزرگی نیازمند یک استراتژی و راهبرد شفاف و مشخص جهت پیشرفت و کسب موفقیت خود در بازار می باشد. در واقع تدوین یک استراتژی استارت آپ به شما کمک می کند تا چشم انداز و اهداف کسب و کار را مشخص کرده و راه های رسیدن به آن را با توجه به منابع و محدودیت های پیش روی خود تعیین و مشخص سازید. از این رو نحوه تدوین استراتژی کسب و کار در استارت آپ و آماده سازی یک راهبرد رشد و توسعه استارت آپی جزو اولویت و ضرورت های اساسی موفقیت یک استارت آپ می باشد.

این مقاله قصد دارد که در باب مبحث انواع استراتژی استارت آپ صحبت کند و به توضیح مفاهیم مهم ضرورت استراتژی در استارت آپ ها، جایگاه استارت آپ ها در علم استراتژی و دوره عمر استارت آپ ها بپردازد.

استراتژی استارت آپ

استارت آپ یک تیم کوچک کسب و کاری بوده که شروع کار آن با یک بیزینس مدل است و هدف آن ارائه یک محصول و خدمت جدید و یا حتی تغییر در شیوه های قدیمی و سنتی با روش جدید می باشد. در واقع استارت آپ ها قادرند که با استفاده از فناوری و نوآوری های اعضای خود، یک محصول و یا خدمت جدیدی را به بازار ارائه داده و به رفع نیاز مشتری های خود بپردازد. همچنین در این مسیر، با جذب سرمایه به کمک خدمات شتابدهی، سریع رشد و توسعه یافته و سهم بازار مطلوب و بزرگی را کسب نمایند. استراتژی عبارت است از یک روش و یا طرحی مشخص که در جهت کسب هدفی خاص در یک بازه زمانی طولانی مدت به کار گرفته می شود. از این رو برای تدوین یک استراتژی کسب و کار مطلوب، باید به ۳ نکته مهم توجه نمایید.

نکته اول، تعریف دقیق چشم‌انداز استارت‌آپ می‌باشد. در واقع چشم‌انداز یک استارت‌آپ، نیروی محرک بوده که قادر است عملاً تمام فعالیت‌های اعضای کسب‌وکار را تحت تاثیر قرار دهد. از این رو تعریف چشم‌انداز می‌تواند در موفقیت و پیشرفت استارت‌آپ کمک بسزایی داشته باشد.

نکته دوم، تعیین اهداف استارت‌آپ می‌باشد. از این رو باید اهداف کوتاه مدت و بلندمدت استارت‌آپ را با جزئیات دقیق تعیین و مشخص نمایید. و نکته پایانی استراتژی کسب‌وکار در استارت‌آپ، شناسایی مشتریان هدف استارت‌آپ می‌باشد. در واقع باید بازار هدف خود را به دقت انتخاب کرده و در پی تامین نیاز گروه هدف انتخاب شده به بهترین شکل ممکن بپردازید. با توجه به نکات کلیدی بیان شده، می‌توانید به تدوین یک استراتژی هوشمندانه که جوابگوی شرایط بازار شما باشد اقدام نمایید.

ضرورت استراتژی در استارت‌آپ‌ها

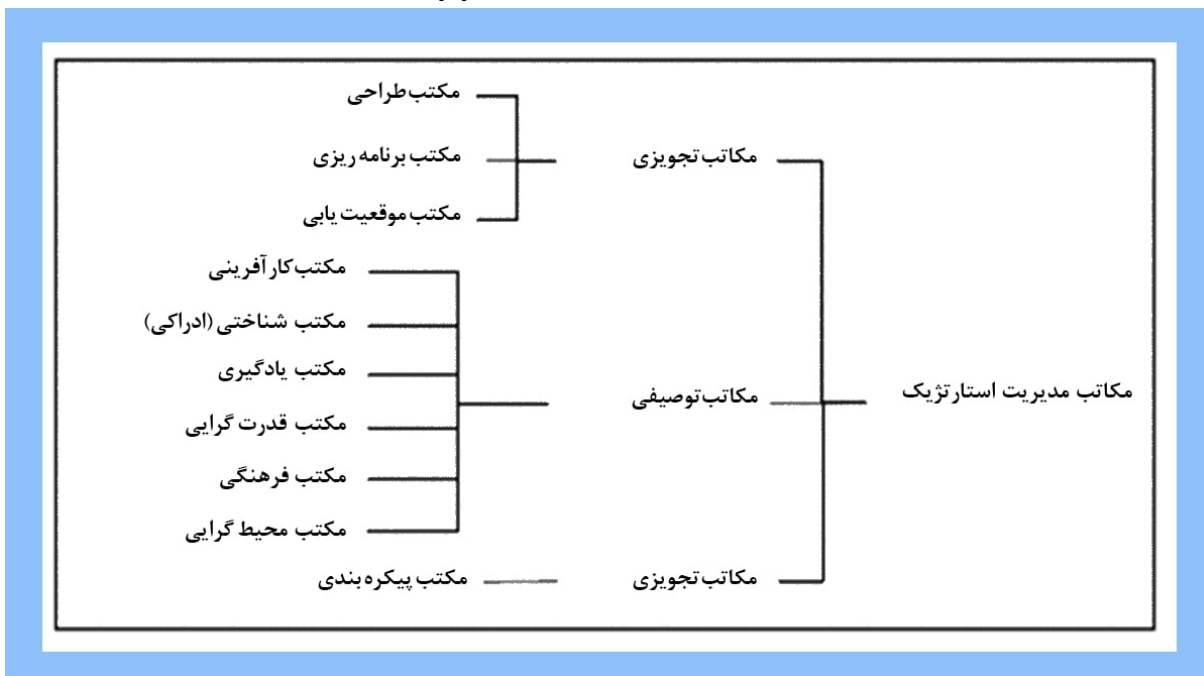
ضرورت های استراتژی استارت‌آپ چیست؟ بر طبق بررسی‌ها و مطالعات بازاریابی صورت گرفته، مشخص شده است که یکی از دلایل اصلی موفقیت و پیشرفت انواع استارت‌آپ، تدوین استراتژی مشخص می‌باشد. در واقع تدوین یک استراتژی کسب و کار مطلوب، به شما کمک خواهد کرد تا اطلاعات کلیدی محصول و خدمت خود را شناسایی کرده و بتوانید در رویارویی با مشتریان و بازار جدید، موفقیت بیشتری را کسب نمایید.

پایداری و دوام استارت‌آپ‌ها در بازار رقابتی، با توجه به انواع استراتژی و راهبردهایی که استارت‌آپ‌ها در پیش می‌گیرند، کاملاً قابل پیش‌بینی در آینده می‌باشد. چرا که وجود یک استراتژی کسب‌وکار در استارت‌آپ به عنوان یک نقشه و راهنما عمل کرده و چگونگی مدیریت و برنامه‌ریزی مهارت‌ها و منابع موجود در یک استارت‌آپ را نشان می‌دهد.

در واقع هر یک از اعضای استارت‌آپ وظیفه دارند که بر طبق استراتژی و راهبرد تعریف شده، استارت‌آپ را در مسیری که مشخص شده است به جریان انداخته و اهداف تعیینی را کسب نمایند. از این رو در سایه یک استراتژی استارت‌آپ مطلوب و تخصیص موثر امکانات موجود، می‌توان سهم قابل توجهی را در بازار رقابتی به دست آورد.

جایگاه استارت‌آپ‌ها در علم استراتژی

علم استراتژی دارای ۳ مکتب اصلی بوده که مبحث جایگاه استارت‌آپ‌ها در علم استراتژی، در نوع مکتب کارآفرینی قرار می‌گیرد. مکتب کارآفرینی نوع خاص و ویژه‌ای از استراتژی کسب و کار را مورد توجه قرار داده که مبتنی بر عناصر رهبری و شخص اول راه اندازی استارت‌آپ می‌باشد.



در واقع در شکل گیری این استراتژی در استارتاپ، رهبر و مدیر نقش کلیدی و اصلی را دارد. چرا که فرآیند تدوین استراتژی در این مدل کسب و کار، یک فرآیند غیررسمی و ذهنی می باشد که صرفاً توسط رهبر و مدیر استارتاپ شکل و پرورش می یابد. از این رو پدیده اصلی و مهم در این مکتب، رهبری و مدیریت است.

معرفی ۳ استراتژی استارتاپ

ایده راه اندازی استارتاپ تا مرحله عملی کردن و به سود رساندن کسب و کار، با چالش ها و مخاطرات بسیاری همراه می باشد. در واقع احتمالاً شما نیز جمله معروف کارآفرین ها را که می گویند حدود ۹۵ درصد استارتاپ ها با شکست مواجه می شوند را شنیده اید. از این رو اگر می خواهید که در زمره ۵ درصد باقی مانده در بازار رقابتی باشید باید حتماً به تدوین یک استراتژی استارتاپ برای خود پرداخته و به آن مقید باشید. از این رو در این عنوان قصد داریم که به معرفی ۳ استراتژی موثر و الزامی استارتاپ ها جهت ورود به بازار رقابتی و پایدار بودن کسب و کارها را بیان کنیم.

۱. شناخت بازار هدف

اولین استراتژی کسب و کار در استارتاپ، شناسایی بازار هدف می باشد. در واقع شما در بدو ورود به بازار، باید آن را دقیق و با موشکافی بسیار تحلیل و بررسی کنید. از این رو شناخت جامع و کامل بازار هدف به شما کمک خواهد کرد تا موفقیت و پیشرفت استارتاپ خود را با سرعت بیشتری طی کنید.

۲. توصیف پرسونای مشتری

پرسونای مشتری، یک توصیف از مشتری ایده آل شما بوده که بر طبق تحقیقات بازار و داده های واقعی از مشتریان بالفعل به دست آمده است. در واقع در زمان طراحی پرسونای مشتری، شما باید له سوالات چه کسی (Who)، چه چیزی (What)، چرا (Why)، کجا (Where) و چه وقتی (when) پاسخ دهید. از این رو به اطلاعات

مشخصات فردی، مشخصات رفتاری و مشخصات احساسی مشتریان هدف دسترسی خواهید داشت و می‌توانید محصول و خدمت مورد نیاز مشتریان را ارائه دهید.

۳. شناسایی و تحلیل رقبا

یکی از مهمترین و اصلی‌ترین استراتژی استارت‌آپ، شناسایی و تحلیل رقبا می‌باشد. در واقع شناسایی رقبا و تحلیل نقاط قوت و مشکلات آنها می‌تواند در موفقیت استارت‌آپ شما بسیار موثر باشد. چرا که شما برای موفقیت استارت‌آپ خود لازم نیست که چرخ را از ابتدا و شروع کار اختراع کنید.

می‌توانید با جمع‌آوری اطلاعات، بررسی وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی رقبا و حتی اخبار مربوط به رقبا، اطلاعات بسیار مهم و مفیدی را از آنها به دست آورید و از این اطلاعات جهت پیشبرد موفقیت خود نهایت استفاده را ببرید. در واقع همان طور که وجود انواع شتاب دهنده می‌تواند در موفقیت استارت‌آپ‌ها دخیل باشد، جمع‌آوری اطلاعات از رقبا و تحلیل نقاط قوت و ضعف آنها نیز می‌تواند بسیار سودمند باشد.

۴. رویکرد در استارت‌آپ‌ها چیست؟

۱. رویکرد کلاسیک

در ابتدا قابل ذکر است که رویکرد کلاسیک در میان استارت‌آپ‌ها جایگاه و مقامی ندارد. در واقع این رویکرد معتقد است که دنیا قابل پیش‌بینی بوده و رقابت یک امر با ثبات است و مزیت‌های بازار را می‌توان به عنوان یک مزیت‌های ثابت و پایدار برای همیشه به دست آورد. از این رو این مکتب در شرایط امروزی و موقعیت متغیر بازار جایگاهی ندارد.

۲. رویکرد آرمان‌گرا

رهبران رویکرد آرمان‌گرا از ۳ گام تجسم، خلق و پافشاری استفاده می‌کنند. به این معنا که ابتدا باید یک چشم‌انداز بلندپروازانه، ساده و آشکارا برای خود مجسم کرده و سپس آن را برای دیگران خلق کنند و در نهایت با پافشاری برای آن بتوانند استارت‌آپ را رهبری کنند.

۳. رویکرد انطباقی

بر طبق رویکرد انطباقی در استراتژی استارت‌آپ، باید هر یک از کسب‌وکارها با توجه به زمان مورد انتظار تغییر کرده و از میان این تغییرات، هر حالتی را که پایدار و ثابت تر است را انتخاب نماید. البته از میان انواع رویکرد استارت‌آپ، رویکرد انطباقی و رویکرد آرمان‌گرا باید در کنار هم استفاده شوند و مکمل یکدیگر باشند.

۴. رویکرد شکل‌دهی

رویکرد پایانی درنیز از ۳ گام تعامل، ساماندهی و تکامل استفاده می‌کند. در واقع استارت‌آپ‌ها برای کسب موفقیت باید با اکوسیستم در تعامل و همکاری باشد تا بتواند به ساماندهی اجزا پرداخته و در جهت تکامل آن سیر کند.

کلام آخر

بر طبق مطالب گفته شده، می توان نتیجه گرفت که نداشتن استراتژی و راهبرد برای استارتاپ ها می تواند باعث ایجاد چالش های استارتاپ و مشکلات بسیاری شود. در واقع در بازار رقابتی امروزی تمام استارتاپ ها باید برای فروش بیشتر، معرفی بهتر محصولات و خدمات جدید خود، برندسازی و در یک کلام رشد و پیشرفت خود از انواع استراتژی های مناسب و مخصوص استارتاپ خود استفاده کنند. از این رو با استفاده از استراتژی استارتاپ، مدیران و رهبران می توانند در شرایط های مختلف بهترین عملکرد ممکن را داشته باشند.

فصل نهم:

چالش های استارتاپ

- استارتاپ چیست؟
- ۷ مورد از مهم ترین چالش های پیش روی استارتاپ
- سایر چالش های استارتاپ
- کلام آخر؛ آیا همه چالش های پیش روی استارتاپ قابل حل است؟

راه اندازی استارتاپ در نگاه اول ساده به نظر می رسد، اما وقتی اولین قدم را برمی دارید، متوجه می شوید که چالش های استارتاپ کوچک هم به اندازه راه اندازی یک کسب و کار بزرگ، پیچیده است. مفهوم Startup در چند سال اخیر در ایران پررنگ شده است؛ تا حدی که بعضی از افراد یک پروژه کوچک برای سرگرمی راه می اندازند و نام آن را استارتاپ می گذارند! در این مقاله قصد داریم به سراغ کسب و کارهای نوپای واقعی برویم، بررسی کنیم با چه مشکلاتی دست و پنجه نرم می کنند و چطور می توان این چالش ها را حل کرد.

استارتاپ چیست؟

استارتاپ اولین مرحله راه اندازی یک کسب و کار است. یک یا چند فرد به عنوان بنیانگذار استارتاپ، ابتدا درباره نیاز مخاطبان و روش رفع آن ایده پردازی می کنند. سپس این ایده را به یک مدل کسب و کار تبدیل می کنند و وارد فرایند اجرا می شوند تا با برآورده کردن نیاز مخاطبان، درآمد داشته باشند.

۷ مورد از مهم ترین چالش های پیش روی استارتاپ

بعضی از بنیانگذاران استارتاپ، وقتی ایده های اولیه را پردازش می کنند و طرح های ابتدایی را ارائه می دهند، فقط به فکر مراحل نهایی کار هستند؛ جایی که کسب و کارشان به بلوغ رسیده، سهمی از بازار را به دست آورده و سود سالانه بسیار خوبی دارد. در این رویکرد، همه چیز آرمانی است و کسی به این فکر نمی کند که فروختن اولین محصول یا خدمات، تا چه اندازه می تواند سخت باشد! پس بیایید عینک خیال پردازی را از چشمانمان برداریم و بررسی کنیم که چالش های استارتاپ در دنیای واقعی چیست.

۱. رقابت شدید

در بین ایده های استارتاپی مختلف، تعداد ایده هایی که کاملاً جدید باشند، بسیار محدود است. این بدان معناست که هر کسب و کاری از بدو راه اندازی باید در رقابتی شدید، برای جلب توجه مشتریان و به دست آوردن سهمی از بازار تلاش کند. البته حتی اگر ایده شما کاملاً تازه باشد هم به جای رقابت شدید، با مشکل دیگری مواجه می شود. شما خودتان باید بازاریابی کنید. یعنی به مشتریان نشان بدهید به محصولات و خدمات شما نیاز دارند و سپس به آن ها بفروشید.

راهکار مناسب برای این چالش

برای بقا در رقابت شدید بین کسب و کارها، باید استراتژی بازاریابی مناسبی داشته باشید، بتوانید از نظر کیفیت و قیمت با رقبای بزرگ رقابت کنید و ارزش افزوده‌ای برای مشتریان ایجاد کنید تا برای خرید از شما ترغیب شوند.

۲. کمبود نیروی کار

۵۹ درصد از کسب و کارهای نوپا بخاطر این مسئله شکست می‌خورند. نیروهای کار حرفه‌ای معمولا با دستمزد خوب کار می‌کنند و امکان تأمین این دستمزد برای بسیاری از مدیران تازه‌وارد وجود ندارد. از طرفی، فضای کاری استارت‌آپ با هر فضای دیگری متفاوت است؛ اعضای چنین تیمی باید صبور باشند، در برخی موارد فداکاری کنند و روحیه سرسخت و جنگجویی داشته باشند. پیدا کردن افراد سازگار با چنین فضایی کار ساده‌ای نیست.

راهکار مناسب برای این چالش

برای حل این مشکل می‌توانید از افراد حرفه‌ای به عنوان هم‌بنیانگذار دعوت به همکاری کنید یا به صورت پروژه‌ای با آن‌ها همکاری داشته باشید.

۳. کمبود بودجه و چالش‌های مدیریت مالی

آمار نشان می‌دهد ۷۳ درصد از کسب و کارهایی که در مراحل اولیه شکست می‌خورند، با مشکل کمبود بودجه مواجه بوده‌اند. این مورد از چالش‌های پیش روی استارت‌آپ در ایران جدی‌تر است، زیرا حمایت دولتی یا صندوق سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و جذب سرمایه‌گذار برای استارت‌آپ در ایران به صورت رسمی و حرفه‌ای در کشور وجود ندارد.

راهکار مناسب برای این چالش

روش‌های مذاکره با سرمایه‌گذاران و جذب سرمایه‌گذار برای ایده را یاد بگیرید، طرح خود را به شیوه‌ای اصولی به آن‌ها ارائه دهید و برای کسب و کارتان سرمایه‌گذار جذب کنید. پیش از شرکت در جلسات جذب سرمایه، با مشاوران حرفه‌ای در زمینه کسب و کار مشورت کنید تا مطمئن شوید مشکلی در شیوه ارائه‌تان وجود ندارد. ارائه حرفه‌ای و مذاکره اصولی با سرمایه‌گذاران، احتمال موفقیت شما در جذب سرمایه را افزایش می‌دهد و جذب سرمایه هم می‌تواند عامل موفقیت کسب و کارتان باشد.

۴. بی‌اعتمادی مشتریان

قبل از اینکه شما وارد بازار شوید، مشتریان از رقیب‌هایتان خرید می‌کردند. حالا باید آن‌ها را مجاب کنید تا به جای رقبا، از شما بخرند. مشتریان در مراحل اولیه راه‌اندازی کسب و کار، شما را نمی‌شناسند، به کیفیت محصولات و خدماتتان اعتماد ندارند و ترجیح می‌دهند به جای شما، به سراغ برند شناخته شده‌ای که همیشه از آن خرید می‌کردند، بروند.

راهکار مناسب برای این چالش

علاوه بر محصولات و خدمات باکیفیت، ارزش افزوده‌ای به مشتری ارائه دهید. تست رایگان محصول، راه‌اندازی باشگاه مشتریان یا ارائه تخفیف ویژه برای خرید اول چند ایده‌ای است که می‌توانید به عنوان ارزش افزوده به مخاطباتان ارائه کنید.

۵. کمبود منابع و زیرساخت

در دنیای امروز راه‌اندازی کسب و کار مثل گذشته ساده نیست. اکثر استارت‌آپ‌ها در فضای تکنولوژی فعالیت می‌کنند و به زیرساخت‌های قدرتمند نیاز دارند تا بتوانند نیاز مشتریان را با بالاترین کیفیت تأمین کنند. انتظار فراهم کردن زیرساخت از یک کسب و کار نوپا مثل انتظار دوییدن از یک نوزاد چند ماهه است! مسئله اینجاست که بسیاری از مشتریان این انتظار نابه‌جا را دارند و می‌خواهند هرطور که شده، نیازشان را به بهترین شیوه ممکن برآورده کنند. فقط تعداد کمی از مشتریان درک می‌کنند که ضعف در فرایندهای یک کسب و کار تازه، طبیعی است و باید کمی صبور باشند.

راهکار مناسب برای این چالش

روی برون سپاری حساب کنید. برای اینکه چه تیم‌ها و فرایندهایی باید در محل فعالیت کنند و چه فرایندهایی را می‌توان برون‌سپاری کرد، برنامه‌ریزی کنید و استراتژی بچینید. مدیریت برون‌سپاری برای استارت‌آپ‌ها اهمیت بسیاری دارد.

۶. مسائل حقوقی و قانونی

متأسفانه در مسائل حقوقی و قانونی ایران، تفاوت زیادی بین یک استارت‌آپ و یک کسب و کار حرفه‌ای وجود ندارد. اگر سر و کارتان با اداره‌های دولتی و نهادهای حقوقی بیفتد، درگیر کاغذبازی‌های بی‌پایان می‌شوید و شاید لازم باشد اسناد و مدارکی را ارائه دهید که فراهم کردن آن‌ها در این مرحله از کسب و کار، برایتان ممکن نیست.

راهکار مناسب برای این چالش

این مورد از چالش‌های پیش روی استارت‌آپ‌ها، راهکار خاصی ندارد! البته در صورتی که به مشکل جدی حقوقی یا مالیاتی برخوردید، می‌توانید از مشاوران و وکیل‌های حرفه‌ای کمک بگیرید و روشی برای حل آن پیدا کنید. به یاد داشته باشید که این افراد نمی‌توانند قانون را دور بزنند، اما چون با جزئیات قوانین و فرایندهای حقوقی آشنایی بیشتری دارند، ممکن است یک مسیر جایگزین برای رسیدن به هدفشان به شما پیشنهاد بدهند.

۷. چالش‌های ارتباط با بازار جهانی

تحریم‌های خارجی و محدودیت‌های داخلی از دیگر چالش‌های استارت‌آپ‌های ایرانی است. بسیاری از کسب و کارهای نوپا با هدف فعالیت بین‌المللی راه‌اندازی می‌شوند، اما این هدف برای بنیانگذاران ایرانی، سخت و دور از دسترس است. محدودیت‌های اینترنت، ارسال و دریافت کالا در مرز و تراکنش‌های مالی بین‌المللی بسیاری از کسب و کارهایی که پتانسیل فعالیت بین‌المللی دارند را به داخل مرز محدود کرده است.

راهکار مناسب برای این چالش

در ایران شرکتهایی به عنوان واسطه برای انجام تراکنشهای بانکی، خرید VPS با موقعیت مکانی ثابت در کشورهای خارجی و احراز هویت وجود دارند. خدمات این شرکتها ممکن است چالشهای مربوط به فعالیت در سطح بینالمللی را از پیش رویتان بردارد.

سایر چالشهای استارتآپ

آنچه در قسمت قبل گفتیم، شبیه به ۷ خوان رستم بود. البته تفاوت این است که بعضی از بنیانگذاران، رستم نیستند و نمیتوانند از این مشکلات عبور کنند. تفاوت دیگر هم این است که برخلاف هفت خوات، چالشها بعد از هفتمین مورد به پایان نمی‌رسند و هنوز مسائلی وجود دارد که باید حل شوند. در ادامه به سایر مشکلات احتمالی که در مسیر کسب و کارهای نوپای ایرانی وجود دارد، اشاره می‌کنیم:

- در ایران هنوز فرهنگ راه اندازی استارتآپ کامل جا نیفتاده و بسیاری از افراد توسعه یک کسب و کار نوپا را به عنوان شغل در نظر نمی‌گیرند.
- ارگانها و نهادهای دولتی، حمایتی از تولیدکنندگان و خدمت‌رسانهای تازه‌کار نمی‌کنند. هیچ صندوق رسمی برای سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر در ایران وجود ندارد.
- بازار ایران برای بسیاری از محصولات و خدمات انحصاری است. قدیمی‌های بازار اجازه ورود کسب و کارهای تازه را نمی‌دهند و آنقدر در مسیرشان سنگ می‌اندازند تا از چرخه رقابت حذفشان کنند.
- آموزش‌های حوزه استارتآپ در ایران بسیار کم و ناقص است. به همین دلیل افرادی که ایده جذابی دارند، بدون دانش کافی در این زمینه وارد فرایند اجرا می‌شوند. مدل کسب و کار اشتباه، ارائه محصول یا خدمات با کیفیت پایین و بازاریابی ضعیف از جمله چالش‌هایی است که بخاطر فقر اطلاعاتی بروز می‌کند.

کلام آخر؛

آیا همه چالش‌های پیش روی استارتآپ قابل حل است؟

همانطور که هیچ انسانی نمیتواند از همان سال‌های ابتدای زندگی صخره‌نوردی کند، یک استارتآپ هم نمیتواند در ماه‌های اول به سودآوری برسد و مستقل عمل کند. چالش‌های پیش روی استارتآپ‌ها اجتناب‌ناپذیرند، اما با حمایت و استراتژی استارتآپ درست می‌توان آنها را از پیش رو برداشت یا از مسیری جایگزین به سمت هدف حرکت کرد.

بنیانگذار استارتآپ معمولاً تجربه زیادی در زمینه راه‌اندازی یک کسب و کار ندارد و به تنهایی نمیتواند تشخیص دهد بهترین روش برای حل چالش‌های پیش رو چیست. حضور مشاوران حرفه‌ای و باتجربه در کنار بنیانگذار، به او کمک می‌کند مسائل مختلف را با کم‌ترین هزینه و در کوتاه‌ترین زمان ممکن حل کند و بقای کسب و کارش را حفظ کند.

فصل دهم:

گام به گام مراحل ثبت استارتاپ در ایران

- مشخصات استارتاپ
- تفاوت استارتاپ‌های سهامی خاص و مسئولیت محدود
- مدارک مورد نیاز برای ثبت استارتاپ در ایران
- مزایای ثبت استارتاپ
- مراحل ثبت استارتاپ
- نمونه اساسنامه استارت آپ
- سخن پایانی

چقدر با شرایط ثبت استارتاپ در ایران آشنا هستید؟ در سال‌های اخیر شرکت‌های استارتاپی با تجاری سازی صحیح ایده‌ها و فناوری‌های جدید خود توانسته‌اند به سود بالایی دست پیدا کنند. به همین دلیل بسیاری از افراد دارای ایده‌های درخشان در فکر راه‌اندازی استارتاپ خود افتاده‌اند. برای آشنایی با مراحل ثبت استارتاپ در ایران در ادامه با مقاله ای همراه ما باشید.

مشخصات استارتاپ

استارتاپ‌ها شرکت‌هایی هستند که بر پایه ارائه یک محصول، خدمت و یا اختراع جدید اقدام به کسب درآمد و توسعه اقتصادی می‌کنند. در مقاله‌های قبلی درباره تفاوت استارتاپ و کسب و کار صحبت کرده‌ایم. استارتاپ‌ها انواع مختلفی دارند. پیش از اقدام به ثبت باید مشخص نمایید که شرکت شما جزو کدامیک از انواع استارتاپ است. شرکت‌های استارتاپی انواع مختلفی از جمله قابل خرید و مقیاس پذیر دارند. همچنین به طور غالب استارتاپ‌ها تحت عنوان شرکت سهامی خاص و یا شرکت با مسئولیت محدود ثبت می‌شوند.

ثبت استارتاپ در ایران از اهمیت بالایی برخوردار است. عدم انجام این کار ممکن است باعث بروز مشکلاتی از جمله سوءاستفاده رقبا از فناوری‌های شرکت و عدم کسب سود مالی قابل قبول شود. در نهایت پس از مشخص شدن تعداد اعضا، نوع استارتاپ و حوزه فعالیت استارتاپ حتما اقدام به ثبت شرکت خود نمایید.

تفاوت استارتاپ‌های سهامی خاص و مسئولیت محدود

مطابق قانون تجارت تعداد اعضای شرکا باید حداقل ۳ نفر باشد. همچنین باید ۲ نفر بازرس که جزو اعضا نیستند، معرفی شوند. در حالی که شرکت‌های استارتاپی با مسئولیت محدود دارای ۲ یا چند عضو اولیه هستند.

در قانون حداقل سرمایه اولیه‌ای برای شرکت‌های با مسئولیت محدود ذکر نشده است. اما شرکت‌های سهامی خاص باید دارای حداقل ۱۰۰ هزار تومان سرمایه اولیه باشند. همچنین باید ۳۵ درصد از سرمایه کل شرکت به صورت نقدی همان ابتدا پرداخت شود. برای پرداخت باقی مبلغ ۵ سال فرصت به استارت‌آپ داده می‌شود. با توجه به تفاوت‌های موجود بین شرکت‌های استارت‌آپی و تفاوت نحوه ثبت شرکت استارت‌آپ، حتما شرایط درج شده در قانون را رعایت کنید تا در طی این پروسه مشکلی پیش نیاید. در ادامه بیشتر با نحوه راه اندازی استارت‌آپ و ثبت آن آشنا می‌شویم.

مدارک مورد نیاز برای ثبت استارت‌آپ در ایران

در صورتی که حوزه انتخابی شما برای فعالیت و ارائه محصول یا خدمات نیاز به دریافت جواز دارد، ابتدا مجوزهای مورد نیاز را دریافت کنید به علاوه اگر قرار است یک وکیل به عنوان نماینده شما مراحل ثبت استارت‌آپ را انجام دهند حتماً اقدام به دریافت وکالتنامه قانونی نمایید. سایر مدارک مورد نیاز برای ثبت استارت‌آپ در ایران عبارتند از:

- کارت ملی و شناسنامه اعضای استارت‌آپ
- قرارداد و اقرار نامه امضا شده توسط اعضا
- برگه عدم سوء پیشینه کیفری اعضای استارت‌آپ

مزایای ثبت استارت‌آپ

ثبت نکردن قانونی استارت‌آپ مانع فعالیت‌های شرکت شما نخواهد شد. با این وجود آسان بودن نحوه ثبت شرکت استارت‌آپ و مزایای آن موجب می‌شود که انجام فرآیند ثبت شرکت استارت‌آپی گزینه معقول‌تری به نظر برسد. یکی از اولین مزایای رعایت شرایط ثبت استارت‌آپ در ایران بهره‌مندی از حمایت‌های قانونی است. به علاوه مشتریان و افراد مختلف زمانی که متوجه شوند استارت‌آپ شما به طور رسمی و قانونی ثبت شده است، راحت‌تر به کسب و کار شما اعتماد می‌کنند. بالاتر رفتن میزان اعتماد مشتریان منجر به آسان‌تر شدن و افزایش معاملات تجاری خواهد شد.

مزیت دیگر امکان افتتاح حساب بانکی تجاری است. طبیعتاً با داشتن این حساب، تسهیلات و خدمات بانکی بیشتری دریافت خواهید کرد. علاوه بر این ثبت استارت‌آپ در ایران می‌تواند مسیر همکاری با سازمان‌های دولتی برای کسب سود بیشتر را باز نماید.

در نهایت آخرین نکته‌ای که می‌توان به عنوان مزیت ثبت رسمی شرکت استارت‌آپ بیان کرد، امکان شرکت در مناقصات است. حضور در مناقصه‌های دولتی و خصوصی و برنده شدن آنها می‌تواند سود فراوانی را نصیب استارت‌آپ‌ها کند.

مراحل ثبت استارتاپ

از آنجا که ارائه مدارک شناسایی اعضا برای ثبت ضروری است، طبیعتاً اولین مرحله در ثبت استارتاپ در ایران تعیین شرکای کاری است. همچنین سمت هرکدام از اعضا را به طور واضح مشخص نمایید. در گام بعدی به سایت ثبت شرکت‌ها متعلق به سازمان ثبت اسناد و املاک کشور مراجعه نموده و شرکت خود را در سامانه ثبت نام کنید.

در ادامه حتماً برای استارتاپ خود یک نام مناسب انتخاب کنید. شرایط انتخاب نام به این صورت است که ۵ اسم انتخابی خود را بدون ذکر واژه شرکت در فرم می‌نویسید. در نهایت یکی از این نام‌ها انتخاب خواهد شد. تمامی مدارک مورد نیاز برای ثبت را می‌توانید داخل سایت مشاهده نمایید.

از دیگر مراحل ثبت استارتاپ تعیین حوزه فعالیت شرکت است. برای انتخاب حیطه فعالیت‌های شرکت و مدت زمان فعالیت بهتر است با تمامی شرکا مشورت کنید تا یک توافق جمعی داشته باشید.

مرحله بعدی در نحوه ثبت شرکت استارت آپ انتخاب مکان شرکت است. اگر هنوز مکانی برای تاسیس شرکت انتخاب نکرده‌اید مشکلی وجود ندارد. کافی است آدرس محل زندگی خود یا یکی از اعضای استارتاپ را وارد کنید. با نوشتن کدپستی و انتخاب گزینه تطبیق، آدرس شما به طور خودکار نشان داده می‌شود.

میزان سرمایه اولیه شرکت و میزان سهم هریک از شرکا نیز باید در زمان ثبت مشخص شود. در صورتی که استارتاپ شما دارای شعبه است، اطلاعات مورد نیاز را در سایت وارد کنید. اگر در زمان ثبت نام برنامه‌ای برای تعیین شعبه ندارید، از این مرحله بگذرید.

از آخرین کارهایی که برای ثبت استارتاپ در ایران باید انجام داد، انتخاب یک روزنامه کثیرالانتشار برای چاپ اطلاعیه‌های شرکت است. همانطور که احتمالاً می‌دانید انتخاب سالنامه یا روزنامه یکی از گام‌های مهم در نحوه ثبت شرکت استارت آپ است.

در نهایت اساسنامه شرکت استارتاپی خود را کامل نمایید. انجام تمامی مراحل که در این قسمت عنوان کردیم از شرایط ثبت استارتاپ بوده و الزامی است.

پس از انجام تمامی مراحل، مدارک شما بازبینی خواهند شد. در این زمان ۳ حالت پیش می‌آید:

۱. تقاضای شما به دلیل وجود ایراداتی که قابل برطرف کردن نیست رد خواهد شد.
۲. ابلاغیه‌ای دریافت خواهید کرد مبنی بر ناقص بودن اطلاعات، در این شرایط باید اقدام به تکمیل اطلاعات کنید.
۳. اداره ثبت شرکت‌ها با درخواست شما موافقت کرده و می‌توانید اقدام به صدور آگهی رسمی نمایید.

نمونه اساسنامه استارت آپ

تا اینجا درباره نحوه ثبت شرکت استارت آپ صحبت کردیم. حالا برای آشنایی با بیشتر با نحوه اساسنامه نویسی برای شرکت استارتآپی خود شما را به مطالعه این بخش دعوت می‌کنیم. البته خوب است بدانید که می‌توانید در این زمینه از سازمان‌های شتاب دهنده استارت آپ کمک بگیرید.

اساسنامه هر شرکتی شامل یک سند جامع از تمامی اطلاعات مربوط به نحوه عملکرد شرکت، تعداد اعضا و تغییرات آن، سهام شرکت و به طور کلی هر آنچه به عنوان مبنا و قانون داخلی شرکت است، می‌باشد. اساسنامه‌ها قابل تغییر هستند. اما این تغییر باید به امضای اعضای هیئت مدیره رسیده و در روزنامه رسمی کثیرالانتشار چاپ شود تا همه از تغییرات جدید مطلع شوند.

در شروع اساسنامه باید مشخصات شرکت، میزان سرمایه، حیطه اشتغال شرکت و مدت زمان فعالیت آن ذکر شود. سپس قوانین داخلی شرکت مانند میزان اختیارات افراد و هیئت مدیره، تمامی اطلاعات مربوط به سهام و انتقال آن، نحوه تصویب یک تصمیم و نوع رای‌گیری، تعیین شروع و پایان سال مالی، تنظیم ترازنامه و مواردی از این دست در ادامه اساسنامه شرکت ذکر خواهند شد.

سخن پایانی

شرایط ثبت استارت‌آپ در ایران چندان سخت و پیچیده نیست. در این مقاله تلاش کردیم شما را با مراحل ثبت استارت‌آپ آشنا کنیم. با توجه به نحوه ثبت استارت آپ و مزایای انجام این کار، در صورتی که نیاز به مشورت و کمکی در این زمینه داشتید حتماً از مشاورین متخصص و خدمات شتاب دهنده‌ها استفاده کنید.

فصل یازدهم:

منتور استارآپ و کسب و کار

بهترین منتور استارتآپ و کسب و کار

منتور (Mentor) و منتورینگ (Mentoring)، یکی از هزاران اصطلاحاتی است که در زمینه فعالیت‌های استارتآپ و دیجیتال مارکتینگ استفاده می‌شود. همسو با گسترش کسب‌وکارها و فعالیت‌های استارتآپی، اهمیت منتور و تاثیر آن در پیشرفت کسب‌وکارها کاملاً محسوس می‌باشد. از این رو شرکت‌های بزرگ و کوچک در بازار، خواه و ناخواه برای بهبود عملکرد کسب‌وکار خود باید برنامه‌های رسمی منتورینگ را اجرا کنند.

منتور کسب و کار کیست؟

وجود یک شخص در شرکت برای ارائه راهنمایی و مشورت به مدیر و کارمندان، بخش مهمی از پیشرفت یک کسب‌وکار را تامین خواهد کرد. در واقع در پاسخ به سوال منتور کیست؛ باید بگوییم که منتور، فردی به عنوان مشاور مدیر و یا مربی کارمندان یک کسب‌وکار بوده که در زمینه‌های خاص و مشخص، تجربه و دانش بالایی دارد. از این رو یک منتور امر مشاوره و رفع بحران‌های احتمالی کسب‌وکار در آینده را انجام می‌دهد.

به عبارت دیگر وقتی می‌گوییم منتور کیست، منظور فردی است که دانش و تجربه خود را با افراد کم تجربه دیگر به اشتراک می‌گذارد. از این رو منتی (Mentee) فردی است که از راهنمایی‌ها و توصیه‌های منتور کسب و کار استفاده می‌کند. اصل رابطه بین منتور و منتی، یک رابطه برد-برد می‌باشد. چرا که یک منتور کار مشاوره و پشتیبانی را انجام داده و از ارائه اطلاعات به شخص مقابل سود خواهد برد. همچنین منتی نیز از دریافت اطلاعات و رفع سوالات و مشکلات خود بهره می‌برد.

۸ وظیفه مهم منتور کسب و کار

اولین و مهمترین وظیفه منتور، هدایت درست و صحیح منتی می‌باشد. در واقع هدف، هدایتگری منتی در مسیر درست و صحیح بوده که کارساز نیز باشد. از این رو منتور کسب و کار باید به ترسیم نقشه راه پرداخته و شرایط فعلی بازار و تغییرات احتمالی را مد نظر داشته باشد. همچنین مسیر پایانی را نیز در نظر داشته و در شرایط بحرانی، بتواند اقدامات مقتضی را جهت حفظ امنیت کسب‌وکار انجام دهد.

منتور یک کسب‌وکار باید تفکر الگوریتمیک داشته و جوانب مختلف یک تصمیم و راه‌حل را به صورت کامل مورد سنجش قرار دهد. همچنین باید اشتباهات را بدون تعارف و رودربایستی گوشزد کرده و صلاح تمام امور را مد نظر قرار دهد. ویژگی دیگری یک منتور که بسیار حائز اهمیت است، همیشه در دسترس بودن آن می‌باشد. چرا که در برخی از اوقات شرایطی در شرکت به وجود خواهد آمد که نیاز به مشاوره سریع و تصمیم‌گیری لحظه‌ای می‌باشد. از این رو حضور منتور و در دسترس بودن آن بسیار مهم و حیاتی است.

با این تفاسیر شرح وظایف منتور کسب و کار را می‌توان به صورت ذیل بیان کرد:

هدایتگری منتهی در مسیر صحیح و درست

توانایی ترسیم مسیر پایانی و نهایی

دارا بودن تفکر الگوریتمیک

توانایی ترسیم نقشه راه یک کسب و کار

گوشزد کردن اشتباهات

داشتن صداقت با منتهی

در دسترس بودن منتور

الهام بخش بودن

مهارت‌ها و ویژگی‌هایی که یک منتور کسب و کار باید داشته باشد چیست؟

۱. آگاهی کامل

اولین ویژگی یک منتور، آگاهی کامل نسبت به کار و استارت‌آپ می‌باشد. در واقع همان گونه که در ابتدای مقاله به تعریف منتور کیست پرداختیم، یک منتور باتجربه باید دید عمیقی نسبت به بازار داشته باشد. از این رو فردی که صرفاً چند کتاب در مباحث بازاریابی و استارت‌آپ مطالعه کرده و سابقه فعالیت و تجربه‌ای در این زمینه ندارد، نمی‌تواند به عنوان منتور یک کسب و کار عملکرد مد نظری را داشته باشد.

۲. خلاق بودن

بازاریابی و پیشرفت در شغل، نیازمند خلاقیت و نوآوری می‌باشد. از این رو یک منتور نیز باید تفکر خلاق و توانایی تفکر متفاوت برای دیدن زوایای مختلف یک مسئله را داشته باشد.

۳. گستردگی ارتباطات

یک منتور کسب و کار باید روابط گسترده‌ای داشته و مدیران بازاریابی و سرمایه‌گذاران مختلفی را بشناسد و با خدمات شتاب‌دهنده استارت‌آپ در ایران آشنا باشد. چرا که در بسیاری از موارد این ویژگی منتور و مهارت ارتباط گیری او بسیار کارساز و مفید خواهد بود. در واقع ارتباط گیری منتور می‌تواند به توسعه کسب و کار شما نیز کمک کند.

۴. پیشبرد ایده‌های عملی

یک منتور استارت‌آپ حرفه‌ای قادر به ترسیم نقشه راه و مسیر نهایی تصمیم می‌باشد. از این رو اگر ایده و نظری قابلیت اجرا نداشته باشد و یا احتمال ریسک آن برای کسب و کار بسیار بالا باشد، از اجرای آن جلوگیری خواهد کرد. به همین دلیل یک منتور استارت‌آپ باید ایده‌های عملی و نتیجه‌بخش را پیش برده و شرکت را دچار بحران قرار ندهد.

۵. درک مناسب از شرایط

در تعریف منتور کیست، بیان کردیم که منتور مشاور مدیر و راهنمای او می‌باشد. از این رو مهارت درک مناسب و واقعی از شرایط و ارائه راه‌حل‌های مناسب جهت مشاوره به مدیر کسب‌وکار از ویژگی‌های مهم و اصلی یک منتور می‌باشد.

منتورینگ استارت‌آپ

امروزه منتورینگ به عنوان یک ابزار مهم و اصلی رشد شغلی و توسعه کسب‌وکارها مورد توجه می‌باشد. به همین دلیل بسیاری از مدیران ارشد و موفق بازاریابی و بنیانگذار استارت‌آپ همواره یک منتور برای خود در نظر گرفته‌اند که بتواند به موفقیت شغلی و در نهایت موفقیت کسب‌وکار منتهی شود. چرا که تبادل دانش، تجربه و مهارت‌های جدید، یک اصل مهم برای بقا در حوزه بازاریابی و دیجیتال مارکتینگ می‌باشد.

هدف منتورینگ چیست؟

این پرسش همواره برای صاحبان کسب‌وکارها مطرح است که منتورینگ با چه هدفی انجام می‌شود؟ برای پاسخ به این سوال بیایید باهم توضیح مختصری از خدمات منتورینگ پیشگامان را بررسی کنیم:

در حالتی که یک فرد با تجربه و دانش محدود، کسب و کاری را راه اندازی می‌کند، بهترین حالت برای پیشبرد اهدافش در این مسیر، اتکا به خدمات یک منتور است.

منتورینگ در حقیقت انتقال تجربیات و دانش شغلی و حرفه‌ای است و منتور، شخصی است که این موارد را به فرد یا کسب و کاری منتقل می‌کند. منتورینگ در دو بعد شغلی و روانشناختی صورت می‌گیرد.

در بعد شغلی منتور دستور العمل‌ها و راهنمایی‌هایی در زمینه کسب و کار در اختیار منتهی (mentee) قرار می‌دهد، تا در رشد و عملکرد حرفه‌ای وی موثر باشد؛ و در بعد روانشناختی، منتور برای منتهی به عنوان یک الگو و یک شخصیت الهام بخش عمل می‌کند. در فرایند منتورینگ، هر دو این ابعاد به طور همزمان انجام می‌شود.

فصل دوازدهم:

استارت آپ گردشگری

- استارتاپ گردشگری چیست؟
- تفاوت استارتاپ و کسب و کار حوزه گردشگری
- ۵ ایده برای استارتاپ گردشگری
- معرفی استارتاپ‌های گردشگری موفق ایرانی
- افراد موفق در زمینه گردشگری
- استارتاپ‌های گردشگری موفق خارجی
- چالش‌های مسیر پیش روی کسب و کارهای حوزه گردشگری در ایران
- فرصت‌های پیش روی استارتاپ گردشگری چیست؟
- نکاتی که پیش از راه‌اندازی استارتاپ گردشگری باید بدانید
- اشتباهات کسب و کارهای حوزه گردشگری
- کلام آخر؛ جذب سرمایه برای استارتاپ گردشگری

صنعت توریسم، ۶٫۱ درصد از تولید ناخالص جهانی را تشکیل می‌دهد. همین کشورهای همسایه ما هم بخش زیادی از منابع و توجهشان را به توریسم و گردشگری اختصاص می‌دهند تا به درآمد حاصل از نفت وابسته نباشند. در ایران هم استارتاپ‌های موفق در حوزه گردشگری راه‌اندازی شده‌اند، اما آثار تاریخی و طبیعی ایران آنقدر غنی است که کسب و کارهای موجود، هنوز نتوانسته‌اند آنطور که باید، صنعت توریسم ایران را رونق بدهند. اگر ایده‌ای در حوزه گردشگری دارید، شاید شما نفر بعدی باشید که به عنوان بنیانگذار یک استارتاپ گردشگری موفق شناخته خواهید شد.

در این مقاله توضیح می‌دهیم استارتاپ گردشگری چیست، کدام کسب و کارها در این حوزه در ایران موفق شده‌اند ، چه نقاط ضعف و قوتی دارند و مسیر پیش روی ایده‌های گردشگری در ایران چیست.

استارتاپ گردشگری چیست؟

بباید ابتدا به صورت خلاصه بررسی کنیم استارتاپ چیست. استارتاپ یا کسب و کار نوپا، ایده‌ای تازه است که اولین مراحل تجاری‌سازی و کارآفرینی را طی می‌کند و برای تبدیل شدن به یک کسب و کار بزرگ برنامه دارد. بعضی از استارتاپ‌ها هم ایده‌ها و خدمات موجود را به شیوه‌ای مدرن و خلاقانه ارائه می‌دهند تا جایی در دنیای تجارت برای خودشان باز کنند.

همانطور که گفتیم، توریسم در حال تبدیل شدن به یکی از بزرگ‌ترین صنعت‌های جهان است. بسیاری از کشورهای دنیا، از جمله ایران، آثاری طبیعی، تاریخی و تفریحی برای بازدید دارند. آن‌ها با تجاری‌سازی خدمات، مردم کشور خودشان و کشورهای خارجی را به سمت جاذبه‌های گردشگری جذب می‌کنند و از این طریق، درآمد به دست می‌آورند.

احتمالا شما هم به صورت کلی می‌دانید که استارتاپ گردشگری چیست. این دسته از کسب و کارهای نوپا، خدمات مربوط به گردشگری را به مسافران ارائه می‌دهند؛ از سرویس‌های اقامتی گرفته تا حمل و نقل، رستوران و خدمات تفریحی.

تفاوت استارتاپ و کسب و کار حوزه گردشگری

دو تفاوت استارتاپ و کسب و کار وجود دارد که کارآفرین‌های جوان باید آن را در نظر بگیرند. تفاوت اول این است که کسب و کارها، از مراحل اولیه گذر کرده‌اند و به بلوغ رسیده‌اند، اما استارتاپ هنوز در ابتدای راه است و مسیر زیادی تا تبدیل شدن به یک کسب و کار گردشگری دارد.

تفاوت دوم هم به ایده‌پردازی بین استارتاپ و کسب و کار برمی‌گردد. کسب و کار می‌تواند ایده‌ای تکراری باشد که قبلا میلیون‌ها نمونه مشابه آن وجود داشته؛ به عنوان مثال راه‌اندازی اقامتگاه بومگردی در یک روستا، ایده جدیدی نیست اما می‌تواند کسب و کاری در حوزه گردشگری باشد. اما استارتاپ به یک ایده جدید یا وجه تمایز با نمونه‌های مشابه نیاز دارد و باید همیشه به‌روز و خلاق باقی بماند.

۵ ایده برای استارت‌آپ گردشگری

حوزه سفر و گردشگری، بسیار گسترده است و امکان تجاری سازی ایده‌های مختلف در آن وجود دارد. در ادامه به ۵ ایده جذابی که می‌تواند به یک کسب و کار پررونق تبدیل شود، اشاره می‌کنیم.

۱) توریسم درمانی

گردشگری و بازدید از دیدنی‌ها، تنها هدف از سفر نیست. بسیاری از افراد برای مقاصد درمانی به سفر می‌روند تا در کشوری دیگر تحت درمان قرار بگیرند. استارت‌آپ‌هایی هستند که خدمات مربوط به این حوزه را ارائه می‌دهند. آن‌ها به بیماران خارجی، پزشک معرفی می‌کنند و امکان معاینه توسط پزشک را فراهم می‌کنند. در زمان ویزیت حضوری هم خدمات جابجایی مسافر و اقامت را به بیماران ارائه می‌دهند.

۲) تجارت و سفر

تجارت از دیگر اهدافی است که افراد بخاطر آن سفر می‌کنند و می‌توان به آن‌ها خدمات ارائه داد. سفرهای تجاری و مأموریتی معمولاً کوتاه هستند و افراد برای تمام روزهایشان برنامه دارند. بنابراین باید همه چیز مطابق با برنامه باشد و جایی برای زمان تلف شده ندارند. در نتیجه اگر کسب و کاری باشد که خدمات مورد نیاز اعم از اقامت، غذا و سرویس رفت و برگشت به محل‌های قرار ملاقات را به آن‌ها ارائه بدهد، از آن استقبال می‌کنند.

تجاری سازی خدمات کار در سفر را نیز می‌توان در این ایده جای داد. بسیاری از فریلنسرها به کار در سفر عادت دارند. آن‌ها در حین سفر، کار می‌کنند تا هم درآمد داشته باشند و هم از دیدنی‌ها و تفریحگاه‌های مناطق مختلف استفاده کنند. اگر شهر پر مسافری دارید، می‌توانید خدمات کار در سفر را نیز تجاری‌سازی کنید؛ به عنوان مثال یک فضای کار اشتراکی به همراه اینترنت و سیستم برای آن‌ها فراهم کنید.

۳) اجاره تجهیزات مورد نیاز مسافران

مسافرها نمی‌توانند همه وسایل مورد نیازشان را به همراه خود به سفر بیاورند. به عنوان مثال در سفر با هواپیما یا قطار، نمی‌توان خودروی شخصی را به همراه برد؛ در حالیکه ممکن است فرد در مقصد به ماشین نیاز داشته باشد. پس اجاره خودرو یکی از ایده‌هایی است که می‌توان تجاری سازی کرد.

همانطور که در پاسخ به سوال استارتاپ گردشگری چیست، گفتیم، استارتاپ یک ایده خلاقانه و مدرن است. پس افتتاح یک هلدینگ اجاره خودرو، نمی‌تواند استارتاپ باشد. به جای آن ایده‌های خلاقانه‌ای مثل اجاره خودروهای کاروان یا دوچرخه در سطح شهر، برای راه‌اندازی استارتاپ مناسب هستند.

۴) ارائه خدمات سفر به صورت اینترنتی

بسیاری از استارتاپ‌های گردشگری ایرانی، در این زمینه فعالیت می‌کنند. آن‌ها خدمات تور، رزرو بلیط و اقامتگاه را به صورت اینترنتی ارائه می‌دهند. مسافران با استفاده از این خدمات نیازی به مراجعه حضوری به دفاتر خدمات گردشگری ندارند. همچنین می‌توانند از پیش از آغاز سفر، برای همه روزهایشان برنامه‌ریزی کنند و دغدغه‌ای نداشته باشند.

۵) ارائه فناوری‌های نوین در حوزه گردشگری

هوش مصنوعی، واقعیت مجازی و واقعیت افزوده سه تکنولوژی کاربردی در حوزه توریسم هستند. به عنوان مثال جوانان خلاق ایرانی، با استفاده از واقعیت مجازی دوران کهن تخت جمشید را بازسازی کرده‌اند تا مردم بدانند این کاخ بلند آوازه تا قبل از ویرانی، چقدر باشکوه بوده است.

این دسته از ایده‌ها به تخصص بالایی نیاز دارند. تیم بنیانگذار استارتاپ در وهله اول باید بر تکنولوژی‌هایی که نام بردیم، تسلط کافی داشته باشند تا بتوانند ایده‌شان را اجرایی کنند. در مراحل بعدی هم باید استراتژی درستی برای تجاری سازی و کسب درآمد از آن بچینند. در غیر این صورت، استفاده از این تکنولوژی‌ها، برای چند دقیقه اول توجه مخاطبان را جلب می‌کند و بعد از آن برایشان تکرار می‌شود.

معرفی استارتاپ‌های گردشگری موفق ایرانی

کسب و کارهای حوزه گردشگری در ایران تا حدودی موفق عمل کرده‌اند. احتمالاً شما هم وقتی عنوان این بخش را خواندید، نام‌هایی مثل علی بابا یا جاباما را در ذهنتان مرور کردید. همین مسئله نشان از عملکرد موفقیت‌آمیز این برندها دارد. در ادامه توضیحاتی درباره استارتاپ‌های گردشگری موفق ایرانی ارائه خواهیم داد.

۱) علی بابا

علی بابا در سال ۱۳۹۳ تأسیس شد و دو بنیانگذار (مجید حسینی نژاد و نیما قاضی) داشت. این استارت‌آپ کار خود را با فروش پروازهای داخلی شروع کرد و با اینکه سود چندانی از فروش بلیط‌های داخلی عایدش نمی‌شد، این کار را ادامه داد. علی بابا به مرور زمان توانست بلیط‌های پرواز داخلی بین شهرهای مختلف ایران را به صورت اینترنتی بفروشد و این خدمتی جدید در آن زمان بود. زیرا افراد دیگر نیازی نداشتند به صورت حضوری برای خرید بلیط به آژانس‌های هواپیمایی مراجعه کنند.

بعد از مدتی علی بابا خدمات دیگری مثل فروش تور و بلیط‌های زمینی را هم اضافه کرد و سایت «جاباما» را نیز به عنوان زیرمجموعه علی بابا راه انداخت. این مجموعه اکنون حرف اول را در سیستم گردشگری ایران می‌زند و خدماتی در حوزه اقامت، جابجایی مسافر و برگزاری تورهای گردشگری داخلی و خارجی ارائه می‌دهد.

۲) وینوپر

اگر می‌خواهید بدانید استارت‌آپ گردشگری چیست، وینوپر را بررسی کنید. این پلتفرم آنلاین، دستیار تور لیدرهاست! آن‌ها به کمک وینوپر می‌توانند تجهیزات مورد نیاز برای تورهایشان را تأمین کنند و مدیریت تورها نیز برایشان راحت‌تر خواهد شد. مدیریت هزینه‌ها نیز از دیگر خدماتی است که وینوپر به مجریان تورهای گردشگری ارائه می‌دهد.

۳) علاءالدین تراول

امیرحسین جعفری یک گردشگری ایرانی است که علاءالدین تراول را در سال ۹۵ راه‌اندازی کرد. او پیش از این هم سوابق درخشانی در حوزه گردشگری داشت. در این استارت‌آپ گردشگری، سر از مناطق کم‌تر شناخته شده ایران در می‌آورد و درباره امکاناتی که دارند، اطلاعاتی به دست می‌آورد. علاءالدین تراول خدمات منحصر به فردی ارائه می‌دهد که در سایر استارت‌آپ‌های گردشگری ایرانی وجود ندارد. این خدمات عبارتند از:

• امکان رزرو سالن همایش و کنفرانس در شهر مقصد

• اجاره خودرو در شهر مقصد

• نمایش موقعیت مکانی، دیدنی‌ها و تفریحات شهرهای مختلف ایران

• اطلاع‌رسانی درباره خدماتی از جمله وضعیت تاکسی اینترنتی و غذا در شهر مقصد

رزرو بلیط و برگزاری تورهای گردشگری داخلی و خارجی هم از خدمات دیگر علاءالدین است که وجه اشتراک آن با سایر کسب و کارهای حوزه گردشگری ایران محسوب می‌شود.

۴ (فلایتیو

بنیانگذاران فلایتیو، افرادی با کوله‌باری از تجربه در زمینه استارت‌آپ‌های مختلف هستند که بعضی از آن‌ها موفق شدند و بعضی دیگر شکست خوردند. فلایتیو در سال ۹۴ به صورت آزمایشی در دسترس قرار گرفت و از سال ۹۵ به صورت رسمی کار خود را آغاز کرد. در حال حاضر هم به عنوان یکی از مشهورترین آژانس‌های هواپیمایی آنلاین کشور شناخته می‌شود

فلایتیو در حال حاضر در زمینه ارائه بعضی از خدمات گردشگری از جمله رزرو بلیط پروازهای داخلی و خارجی، رزرو بلیط قطار و رزرو هتل فعالیت دارد. این وب سایت هنوز امکان رزرو بلیط اتوبوس و اقامتگاه‌های بومگردی را فراهم نکرده است.

۵ (جاجیگا

جاجیگا پاتوق افرادی است که به ویلاهای منحصر به فرد شمال علاقمند هستند یا دوست دارند یک شب را در یک کلبه جنگلی غرق در سکوت بگذرانند. البته این استارت‌آپ خدمات رزرو اقامتگاه در شهرهای دیگر را هم ارائه می‌دهد. این استارت‌آپ ایده خلاقانه‌ای ارائه نداده، اما به عنوان یکی از کسب و کارهای موفق در حوزه گردشگری شناخته می‌شود.

افراد موفق در زمینه گردشگری

وقتی بررسی می‌کنید استارت‌آپ گردشگری چیست و کسب و کارهای این حوزه در ایران چگونه به این جایگاه رسیده‌اند، متوجه می‌شوید که هر کدام از بنیانگذاران این کسب و کارها، جزو چهره‌های موفق در زمینه گردشگری در ایران شناخته می‌شوند. اما بیایید افراد دیگری را هم که در این زمینه فعالیت دارند، به شما معرفی کنیم.



HTTPS://EDUCATEME.IR

• **حسین ثابت بکتاش:** موسس هتل داریوش و پارک دلفین کیش

• **فاطمه طریقت منفرد:** موسس رستوران‌های زنجیره‌ای هانی

• **عای فرزاسی:** مدیر رستوران‌های زنجیره‌ای هایدا

• **عباس برزگر:** کارآفرینی که خانه روستایی‌اش را به یک اقامتگاه بومگردی تبدیل کرد و اکنون در حوزه اقامتگاه

بومگردی فعالیت دارد

استارت‌آپ‌های گردشگری موفق خارجی

بیاید بررسی کنیم در کشورهای دیگر موفق‌ترین استارت‌آپ گردشگری چیست و این مجموعه‌ها چه ایده‌ای را تجاری‌سازی کرده‌اند.

در ادامه به کسب و کارهای موفق خارجی در سال ۲۰۲۳ که در حوزه گردشگری فعالیت دارند، اشاره می‌کنیم:

• **Roadsurfer:** این مجموعه در زمینه اجاره کمپر، تجهیزات سفر و بیمه سفر در ۱۳ کشور اروپایی فعالیت دارد.

• **Airalo:** این استارت‌آپ در زمینه ارائه سیم‌کارت‌های دیجیتالی که در کشورهای مختلف پشتیبانی می‌شوند، فعالیت دارد. شرکت‌های توسعه‌دهنده تلفن همراه نیز دستگاه‌های جدیدشان را با قابلیت پشتیبانی از سیم‌کارت‌های دیجیتال می‌سازند.

• **TravelPerk:** این پلتفرم خدمات مربوط به سفرهای تجاری را ارائه می‌دهد. کاربران با استفاده از این پلتفرم می‌توانند زمان و هزینه‌ای که برای سفرشان صرف شده را مدیریت کنند.

• **YouLi:** این استارت‌آپ برای مدیریت سفرهای گروهی راه‌اندازی شده است تا هماهنگی‌های لازم برای این سفرها را انجام بدهد.

چالش‌های مسیر پیش روی کسب و کارهای حوزه گردشگری در ایران

تجاری سازی ایده دانش بنیان در ایران در حوزه گردشگری چالش‌های بسیاری دارد، به خصوص زمانی که بخواهید مسیر را برای ورود گردشگران خارجی به ایران هموار کنید. بعضی از چالش‌های این مسیر عبارت است از:

- محدودیت‌های حاصل از تحریم
- ذهنیت منفی بعضی از گردشگران خارجی درباره ایران
- نبودن سرمایه‌گذاران خارجی در ایران
- کم بودن آمار گردشگرانی خارجی که برای تفریح به ایران می‌آیند
- کمبود امکانات در بسیاری از مناطق ایران، به خصوص برای گردشگرهای خارجی

فرصت‌های پیش روی استارت‌آپ گردشگری چیست؟

انواع استارت‌آپ گردشگری در ایران و سراسر جهان راه‌اندازی شده‌اند و خدمات متنوعی به توریست‌ها ارائه می‌دهند. پیش از این درباره چالش‌های پیش روی استارت‌آپ‌ها در ایران صحبت کردیم، اما بیایید فرصت‌هایی که وجود دارد را هم بررسی کنیم.

تحریم‌ها و محدودیت‌های ایران، اگرچه آسیب زیادی به صنایع مختلف رسانده‌اند، اما خالی از فرصت هم نیستند. هیچکدام از استارت‌آپ‌های خارجی به ایران خدمات ارائه نمی‌دهند. بنابراین می‌توان ایده‌های مشابه آن‌ها را در ایران اجرا کرد، بدون اینکه نیازی به رقابت با آن‌ها باشد. به یاد داشته باشید ما در ایران بازاری به جمعیت ۸۰ میلیون نفر داریم که می‌توانیم به آن‌ها خدمات ارائه بدهیم!

فرصت دوم را هم خدا در اختیار ما قرار داده! ایران کشوری است پهناور با آب و هوای چهارفصل که از هیچ جاذبه گردشگری کم ندارد؛ چه آثار تاریخی و سایت‌های باستانی، چه جاذبه‌های طبیعی چون کوه، کویر، دریا و جنگل! پس شما همین الان هم اولین پیش‌نیاز راه‌اندازی یک کسب و کار گردشگری را دارید.

نکاتی که پیش از راه‌اندازی استارت‌آپ گردشگری باید بدانید

ایران پر از جاذبه‌های گردشگری است؛ به همین خاطر است که حتی با وجود مشکلاتی اعم از تحریم، باز هم گردشگران بسیاری از کشور ما بازدید می‌کنند. بسیاری از افراد وقتی به گردشگری در ایران فکر می‌کنند، ایده‌هایی برای راه‌اندازی کسب و کار گردشگری به ذهنشان می‌رسد که بعضی از آنها هم واقعا خلاقانه است و پتانسیل تبدیل شدن به یک بیزینس موفق را دارد. اما ایده دادن اولین و شاید ساده‌ترین مرحله راه‌اندازی یک استارت‌آپ باشد. مراحل بعدی است که کارآفرین‌های تازه‌کار را به چالش می‌کشد و مشخص می‌کند که مرد میدان راه‌اندازی استارت‌آپ هستند یا خیر!

ما خدمات تخصصی شتابدهی را به کسب و کارهای نوپای گردشگری و سایر حوزه‌ها ارائه می‌دهیم و راهنمای مسیرشان هستیم. شما هم اگر در این زمینه ایده‌ای دارید، برنامه‌های جذب استارت‌آپ را بررسی کنید و با ما ارتباط بگیرید تا بعد از بررسی ایده‌ها و شرایط، همکاری را شروع کنیم.

تجربه‌ای که در زمینه کمک به استارت‌آپ‌های گردشگری داشته‌ایم، ما را به نکاتی رسانده که در ادامه ارائه خواهیم داد. این نکات پیش‌زمینه‌ای برای راه‌اندازی یک کسب و کار تازه در حوزه توریسم هستند:

• از همان ابتدای راه بازار هدف خود را مشخص کنید و تصمیم بگیرید که قرار است به چه کسانی خدمات ارائه بدهید.

• به مراحل تئوری کار مانند بیزینس پلن نوشتن، تحقیقات بازار و توسعه نمونه اولیه اهمیت بدهید. فراموش نکنید که یک کودک از همان بدو تولد توانایی دویدن ندارد و باید به تکامل برسد.

• در اینترنت قدرتمند ظاهر شوید. بسیاری از فعالیت‌های مربوط به برندسازی و تبلیغات در فضای مجازی را می‌توان به رایگان یا با هزینه خیلی پایین انجام داد.

• شبکه‌سازی قدرتمند را فراموش نکنید. شما به تنهایی نمی‌توانید ایده‌تان را اجرا کنید و به همکاری با کسب و کارهای محلی چون هتل‌ها یا رستوران‌ها نیاز خواهید داشت.

• همیشه نوآوری داشته باشید و با تغییرات سازگار شوید.

اشتباهات کسب و کارهای حوزه گردشگری

هر استارتاپ برای تبدیل شدن به یک کسب و کار بزرگ، مسیر منحصر به فردی دارد که نمی‌تواند خالی از اشتباه باشد. بعضی از اشتباهات کوچک، قابل جبران هستند و می‌توان درسی از آن‌ها گرفت و به مسیر ادامه داد. اما بعضی از اشتباهات سنگین هستند و کسب و کار تازه جان گرفته را به مرز نابودی می‌رسانند. پس درس گرفتن از تجربه دیگران هم در مسیر رشد استارتاپ گردشگری اهمیت بسیاری دارد.

در ادامه بررسی می‌کنیم رایج‌ترین اشتباهات در مسیر استارتاپ گردشگری چیست.

- شروع فعالیت بدون برنامه‌ریزی و تحقیقات بازار
- کمک نگرفتن از خدمات شتاب دهنده استارتاپ یا مشورت افراد با تجربه
- کمال‌گرایی در زمینه توسعه (MVP نمونه یا نسخه اولیه خدمات)
- ارائه خدماتی که مخاطبان هدف آن خاص و بسیار محدود هستند
- درگیری بیش از حد برای تحلیل رقبا و حساسیت زیاد روی بازار رقابت
- اهمیت ندادن به تیم‌سازی و تفویض اختیار
- ثبت نکردن نام برند و شرکت و بی‌توجهی به فرایندهای اداری و رسمی
- ارائه خدماتی که بازار آن‌ها اشباع است و نمونه‌های مشابه بسیاری دارد
- درخواست نکردن حمایت و جذب نکردن سرمایه‌گذار

کلام آخر؛

با وجود اینکه شیوع ویروس کرونا ضررهای سنگینی به استارتاپ‌های حوزه گردشگری وارد کرد، اما این صنعت همچنان جذاب و پر قدرت است و از نو شروع به کار کرده؛ پس نباید آن را دست کم بگیرید. در این مقاله بررسی کردیم استارتاپ گردشگری چیست، چه ایده‌هایی را می‌توان در این زمینه اجرا کرد و کسب و کارهای موفق این حوزه در ایران و سراسر جهان، چطور کار می‌کنند.

برگرفته از: پیشگامان