

مرگ یک رویا

محسن سمسارپور



عصر دیجیتال و دنیای کسب‌وکارهای نوپاست و نسبت موفقیت کسب‌وکارهای نوپا به شکست‌شان بسیار پایین است. از هر ده کسب‌وکار نوپا فقط یک عدد زنده می‌ماند. این مساله بسیار مهم موجب شده بررسی شکست استارت‌آپ‌ها (شرکت‌های نوپا) مورد توجه سازمان‌های پژوهشی در سراسر دنیا قرار گیرد. در یکی از پژوهش‌ها ۱۰۱ شرکت نوپای شکست خورده مورد بررسی قرار گرفته‌اند تا بتوان دلایل مهم شکست‌شان را کشف کرد. دلایل شکست کسب‌وکارهای نوپا مورد توجه بسیاری از افراد جامعه است، چراکه هر یک از آنها به نحوی با کسب‌وکارهای نوپا در ارتباط هستند. از سازمان‌های دولتی و حمایتی گرفته تا سرمایه‌گذاران و علاقه‌مندان به حضور در شرکت‌های نوپا، حال آن‌که بررسی گذشته و مشکلات کسب‌وکارهای شکست خورده می‌تواند بهترین راه کشف این دلایل باشد.

شکست کسب‌وکارهای نوپا

مطالعه داستان شکست کسب‌وکارها نشان می‌دهد بسیاری از آنها به دلایلی بیش از یک دلیل شکست خورده‌اند. در واقع هر کسب‌وکار نوپا را مجموعه‌ای از دلایل به زمین زده است، ولی ما پنج دلیل عمده برای شکست کسب‌وکارهای نوپا را بررسی کرده‌ایم. از آنجا که هر یک از کسب‌وکارهای نوپا بنا به دلایل متنوعی شکست خورده‌اند می‌توان دلایل مطرح شده را به همه آنها نسبت نداد، ولی احتمالا یکی از پنج دلیل مطرح شده در بسیاری از کسب‌وکارهای شکست خورده وجود داشته است. مطمئنا یک نسخه واحد برای همه کسب‌وکارها وجود ندارد و نمی‌توان دلایل را برای همه کسب‌وکارها یکسان در نظر گرفت، اما قطعاً بیان چنین نتایجی به اکوسیستم‌های کارآفرینی کمک شایانی خواهد کرد. جالب است بدانید اطلاعات به‌دست آمده از ۱۰۱ کسب‌وکار شکست خورده‌ای تحلیل شده‌اند که صاحبان کسب‌وکار اطلاعات شکست خود را در اختیار عموم قرار داده‌اند و اگر همین فرهنگ بین کسب‌وکارهای نوپای ایرانی هم به‌عنوان یک الگوی مناسب در نظر گرفته شود احتمالا می‌توانیم در مورد دلایل دقیق‌تر شکست کسب‌وکارهای نوپای ایرانی اظهار نظر کنیم.



تلاش

۱ اشباع بازار، ۴۲ درصد

اولین و مهم‌ترین دلیل شکست، عدم نیاز بازار با رقم ۴۲ درصد است. در واقع این کسب‌وکارها نیاز بازار را به درستی شناسایی نکرده‌اند تا مساله موجود در بازار را حل کنند و فقط مساله‌ای را حل می‌کنند که برای خودشان جالب است، اما الزاما این مساله مهم بازار نیست. تقریباً نیمی از کسب‌وکارهای مورد بررسی که شکست خورده‌اند یکی از دلایل شکست‌شان بررسی نکردن درست نیاز بازار بوده است.

به‌عنوان مثال کسب‌وکاری را در نظر بگیرید که روی بهبود تجهیزات مطب پزشکان و افزایش جذابیت آن کار می‌کند، در نگاه اول به نظر می‌رسد این کسب‌وکار به‌سرعت می‌تواند قدرتمند شود، اما واقعیت این است که پزشکان بیشتر دنبال بیمار هستند تا این که بخواهند مطب زیبایی داشته باشند. در واقع اگر نیاز پزشکان به‌درستی تشخیص داده می‌شد احتمالا این کسب‌وکار بیشتر روی جذب مشتریان (بیماران) برای پزشکان تمرکز می‌کرد، چراکه این موضوع می‌توانست یک مساله مهم از مسائلی را که دغدغه پزشکان است، حل کند. در واقع ممکن است این کسب‌وکار از داده‌ها، فناوری و علوم روز دنیا استفاده کرده باشد و براساس دانش مدیران خود به رفع مشکل و حل یک مساله مهم پرداخته باشد، اما نبود یک مدل کسب‌وکار مناسب و متناسب با نیازهای کاربران موجب شده چنین کسب‌وکاری با شکست مواجه شود.

۲ اتمام پول، ۲۹ درصد

پول و زمان، دو عنصر مهم و حیاتی برای کسب‌وکارهای نو هستند. اگر کسب‌وکارها ارزشمندی پول و زمان در اختیار خود را درک نکنند، به سرعت آن را از دست خواهند داد و از دست دادن یکی از این دو عنصر حیاتی می‌تواند موجب شکست کسب‌وکارها شود. کسب‌وکارهایی را در نظر بگیرید که ابتدای شکل‌گیری خود با کمک‌های مختلف از جمله سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران، جمع‌آوری پول‌های خود یا هر

۴ شکست به واسطه رقبای، ۱۹ درصد

به محض این که یک ایده خوب به یک محصول یا خدمت تبدیل شود، احتمال این که رقبایی سرسخت و سختکوش پیدا کنند، کم نیست. این مساله‌ای است که بسیاری از کسب‌وکارهای نوپا به آن توجه نمی‌کنند و طبق بررسی‌های انجام شده بین ۱۱۱ شرکت نوپا، ۱۹ درصد آنها یکی از دلایل شکست‌شان پیروز نشدن در مقابل رقبایشان بوده است. مساله خیلی ساده‌تر از چیزی است که فکرش را می‌کنید، فرض کنید شما یک مشکل را بررسی و یک ایده بسیار عالی برای رفع آن را عملیاتی کرده‌اید، فقط کافی است به این فکر کنید که رقبایی برای شما وجود داشته باشد و به‌عنوان مثال برنامه‌ای که در اختیار کاربران قرار می‌دهد کمی ساده‌تر از برنامه شما باشد همین کافی است که کاربران از ابزار او برای رفع مشکل خود استفاده کنند. این خیلی طبیعی است، شما هم باشید احتمالا همین کار را می‌کنید.

۵ قیمت‌گذاری و هزینه، ۱۸ درصد

فاصله یک درصدی دلیل چهارم و پنجم نشان می‌دهد میزان اهمیت این دو دلیل شکست نزدیک به هم است و توجه کسب‌وکارهای نوپا را می‌طلبد. قیمت برای خیلی از مشتریان یکی از مهم‌ترین عوامل استفاده یا استفاده نکردن از محصولات و خدمات است. اگر قیمت مناسبی را برای محصولات خود در نظر بگیرید احتمالا مشتریان بیشتری خواهید داشت، اما نکته حائز اهمیت اینجاست که قیمت مناسب آیا هزینه‌های کسب‌وکار شما را پوشش می‌دهد یا نه؟ در صورتی که قیمت مناسب داشته باشید، ولی هزینه‌ها پوشش داده نشوند احتمالا نتیجه شکست خواهد بود. از طرف دیگر اگر هزینه‌های خود را بخواهید با قیمت بالا تأمین کنید احتمالا حجم مشتریان شما کاهش خواهد یافت پس تناسب بین این دو موضوع برای بقای کسب‌وکارهای نوپا حیاتی است. تخفیف همیشه جذاب است و اگر در قیمت‌گذاری به حاشیه سود مناسب دقت شود و بتوان تخفیفات را روی محصولات و خدمات اعمال کرد احتمال موفقیت بیشتر خواهد بود.

روش دیگری مبلغ نه چندان زیادی را جمع‌آوری می‌کنند، حال آن که الزاما این پول نمی‌تواند ماندگار باشد و اگر به‌سرعت و در زمان کوتاه نتوانند نظر رضایت سرمایه‌گذاران را جلب کنند و به فروش محصول یا خدمات خود نرسند، احتمالا محکوم به شکست هستند. مدیریت درست منابع مالی و همچنین بررسی دقیق زمان‌های در دسترس می‌تواند به کسب‌وکارهای نوپا کمک کند تا با یک برنامه‌ریزی مناسب، خود را در برابر این دلیل مهم شکست مقاوم کنند.

۳ تیم نامناسب، ۲۳ درصد

تشکیل تیم مناسب و متناسب با کسب‌وکار به‌عنوان سومین دلیل مهم شکست کسب‌وکارهای نوپا شناخته شده است. با توجه به این که در بیشتر موارد کسب‌وکارهای نوپا به دلیل نداشتن سرمایه مالی کافی سعی دارند از افراد تیم نهایت استفاده را کنند و در بسیاری از موارد همین صرفه‌جویی مالی می‌تواند موجب شکست آنها شود. استیو جابز در این باره می‌گوید: «اگر بنیانگذار یا بنیانگذاران یک کسب‌وکار نوپا فکر کنند که خود به تنهایی و بدون صرف هزینه می‌توانند اولین خروجی محصول یا خدمت خود را آماده کنند سخت در اشتباه هستند.

به نظر می‌رسد استفاده از تیم‌های بیرونی و دورکار و حتی استخدام نفقات مرتبط که بتوانند زودتر محصول یا خدمت را با حداقل موارد مورد نیاز آماده کنند، کمک بیشتری به کسب‌وکارها کند تا بخواهند خودشان نمونه اولیه محصول یا خدمت خود را تهیه کنند.»

البته راهکارهای مناسبی در این باره وجود دارد، به‌عنوان مثال بسیاری از کسب‌وکارها برای رفع این مشکل و حل مساله مالی سعی دارند با دادن سهمی از سهام شرکت به افراد، آنها را بیشتر درگیر برنامه‌های خود کنند. اگر کسب‌وکارهای نوپا بتوانند آدم‌های بلند پرواز منطقه را که دوست دارند امروز سرمایه‌گذاری کنند تا فردایی روشن‌تر داشته باشند، پیدا کنند احتمالا کمتر به دلیل بیان شده با شکست روبه‌رو خواهند شد.



اگر مطالب
 این صفحه را
 می‌پسندید،
 عدد ۷۲۸۳
 را به شماره
 ۳۰۰۱۱۲۲۶
 پیامک کنید