



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

معاونت ساسی
مدیریت پژوهش‌های خبری

نشست پژوهشی
(۱۸)

موضوع:

"بررسی وضعیت استارت‌آپ‌ها و نقش آنها در ایجاد اشتغال"

فرآورده‌های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش‌های زیر قابل دسترس است:

– وب‌سایت خبرگزاری صدا و سیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

– گروه تلگرام پژوهش خبری صدا و سیما <https://telegram.me/pajooreshkhabar>

– پژوهشگر: فاطمه حسینی

□ نکات برجسته پژوهش خبری

- ❖ در حال حاضر، ۱۳۱۵ فعال استارت‌آپی اطلاعات خود را در اختیار مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری فاوا قرار داده‌اند.
- ❖ فعالیت‌های استارت‌آپی حالتی از کارآفرینی است و ارتباط تنگاتنگی میان این نوع فعالیت‌ها با فعالیت‌های کارآفرینی برقرار است.
- ❖ مدت عمر بیش از ۹۰ درصد استارت‌آپ‌ها در کشور زیر سه سال است و تنها ۸ درصد استارت‌آپ‌ها عمر بالای سه سال دارند.
- ❖ به طور معمول، از هر ۱۰ استارت‌آپ تنها یک استارت‌آپ به موفقیت دست می‌یابد و عمر طولانی مدت را تجربه می‌کند.
- ❖ حوزه فعالیت استارت‌آپ‌ها در ۱۲ بخش قابل دسته‌بندی است که بیشترین آن به حوزه تجارت و خرید و فروش و کمترین آن به حوزه سلامت اختصاص دارد.
- ❖ حدود ۹۸ درصد از بازار فعالیت‌های استارت‌آپی در حوزه‌های محلی، استانی و کشوری قرار دارد و تنها حدود ۲ درصد از آنها به بازارهای منطقه‌ای و جهانی راه یافته‌اند.
- ❖ مهم‌ترین چالش در حوزه فعالیت‌های استارت‌آپی مربوط به مباحث تأمین مالی است.
- ❖ استارت‌آپ‌ها به دو روش مستقیم و غیر مستقیم در اشتغالزایی مؤثرند و در این میان روش غیر مستقیم بیشترین تأثیر را در ایجاد اشتغال دارد.

کسب و کارهای نوپا یا همان استارت‌آپ‌ها به دلیل اهمیت‌شان در اقتصاد کشورها و ایجاد اشتغال به یکی از موضوعات مهم در کشورهای مختلف دنیا تبدیل شده‌اند و در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه، ظرفیت‌ها و فرصت‌های استارت‌آپی در اختیار سایر بخش‌های اقتصادی برای برون رفت از مشکلات در نظر گرفته شده است؛ در ایران نیز، فعالیت‌های استارت‌آپی طی چند سال گذشته به صورت جدی دنبال شده است و مسئولان حوزه ارتباطات و علم و فناوری کشور نیز بر اهمیت نقش استارت‌آپ‌ها در توسعه اقتصادی و حل مشکلات تولید و اشتغال و توسعه فضای کسب و کار اذعان دارند و بر حمایت و توسعه این نوع فعالیت‌ها تأکید می‌ورزند. هر چند که هنوز نگاه جدی و حمایتی مناسبی در سطوح جامعه نسبت به این نوع کسب و کارها شکل نگرفته و نوپا بودن آنها در کشور مشکلات بسیاری را در مسیر رشد و توسعه آنها قرار داده است، اما فعالان این حوزه توانسته‌اند در ارائه برخی خدمات به جامعه موفق عمل کنند و بستر استفاده از ظرفیت‌های فضای استارت‌آپی در سایر حوزه‌های علمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را مسئولان و سیاستگذاران و همچنین اқشار مختلف جامعه فراهم نمایند. اهمیت این حوزه، گروه اقتصاد پژوهش خبری را بر آن داشت تا در نشستی^۱ با شهلا اصولی، مدیر مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گیری کسب و کارهای نوپا سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات و علیرضا جعفر، کارشناس و پژوهشگر حوزه استارت‌آپی، به تشریح و بررسی سابقه، وضعیت و اکوسیستم استارت‌آپی در کشور، چالش‌ها و موانع پیش روی آنها و همچنین نقش آنها در ایجاد اشتغال بپردازد.

□ سابقه کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) در کشور

سابقه کسب و کارهای نوپا یا همان استارت‌آپ‌ها که در بستر فناوری اطلاعات شکل گرفتند، به دهه ۸۰ باز می‌گردد و در آن دهه تعدادی از استارت‌آپ‌ها هر چند به صورت محدود فعالیت خود را آغاز کردند؛ اما از آنجا که در آن زمان هنوز آگاهی چندانی نسبت به این نوع کسب و کارها در جامعه وجود نداشت کسانی که در این راه قدم گذاشته بودند مشکلات بسیاری را تجربه می‌کردند. با توسعه و افزایش استارت‌آپ‌ها، کم‌کم نگاه مردم و سیاستگذاران به این حوزه و فرصت‌ها و مزیت‌های این نوع کسب و کارها برای اقتصاد، جلب شد و در سه چهار سال گذشته بحث کسب و کارهای نوپا در کشور رونق گرفت و دایره خدماتی که استارت‌آپ‌ها ارائه می‌کنند و عموماً خدمت‌محور است با استقبال قریب به اتفاق جامعه مواجه شده است؛ اگرچه به جز چند مورد (مامان‌پز، بقچه، و ...) مابقی استارت‌آپ‌ها کپی برداری از نمونه‌های مشابه خارجی است، اما خدمتی که به واسطه آنها به اқشار مختلف مردم ارائه شده است، توانسته در بهبود ارائه برخی خدمات در جامعه نقش مؤثری ایفا کند. به همین دلیل، دولت حمایت و توسعه این نوع کسب و کارها را دستور کار خود قرار داده و در همین راستا، پس از انجام مطالعات تحقیقاتی و مقایسه‌ای با دیگر کشورهای موفق در این حوزه، در بهمن ماه ۱۳۹۴ مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری کسب و کارهای نوپا در مجموعه سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به صورت رسمی افتتاح شد تا بتواند به عنوان حلقه واسط میان صاحبان کسب و کارهای نوپا با دولت، به حمایت و توسعه فضای استارت‌آپی در کشور بپردازد.

در حال حاضر، ۱۳۱۵ فعال استارت‌آپی اطلاعات خود را از طریق سامانه www.ictstartups.ir، در مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری کسب و کارهای نوپای فاوا ثبت کرده‌اند، اگرچه تعداد واقعی استارت‌آپ‌ها در کشور بیش از این است و بسیاری از

۱. این نشست در تاریخ ۹۶/۵/۲۳ در سالن نشست‌های پژوهش خبری برگزار شده است.

□ ثبت ۱۳۱۵ استارتاپ در سامانه مرکز فاوا

آنها به دلایل مختلف هنوز اطلاعات خود را در این سامانه ثبت نکرده‌اند. همچنین، اطلاعات مربوط به ۲۵۸ سازمان دارای منابع، ۱۱۹ سرمایه‌گذار، ۲۳ مرکز رشد، ۵۰ شتاب‌دهنده، ۲۲۴ مربی، ۱۰۴۱ متخصص و ۷۷۸ ایده در سامانه مرکز قرار دارد که به عنوان اعضای اکوسیستم استارتاپی شناخته می‌شوند و در پیوند و همکاری با یکدیگر زمینه رشد و موفقیت یک استارتاپ فراهم می‌شود.

در واقع برای اینکه یک ایده به یک استارتاپ یا همان کسب و کار نوپا تبدیل شود، نیازمند بازیگری بخش‌های مختلف است که در ارتباط تنگاتنگ با یکدیگر زمینه شکل‌گیری یک استارتاپ را فراهم می‌کنند. در همین راستا، سامانه مرکز فاوا بستری را برای ثبت اطلاعات تمام بازیگران اکوسیستم استارتاپی فراهم کرده است تا آنها با ایجاد پروفایل مربوط به خود در این فضا بدون وجود رانت و یا دخالت دولت یا هر نهاد دیگری، همدیگر را شناسایی کرده و با یکدیگر همکاری نمایند. اطلاعاتی که در این سامانه ثبت می‌شود نیز بستگی به خود بازیگر دارد و هر کدام از بازیگران هر اطلاعاتی را که نیاز و صلاح بدانند در این سامانه قرار می‌دهند.

□ اقدامات دولت در حمایت از کسب‌وکارهای نوپا

تمامی اقدامات و عملکرد دولت در حمایت از کسب‌وکارهای نوپا را می‌توان در قالب برنامه‌هایی که از سوی مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری برای رشد و توسعه این نوع کسب و کارها در نظر گرفته شده است، تعریف کرد؛ چراکه دولت معتقد است این نوع کسب و کارها بدون دخالت مستقیم دولت فرصت بیشتری برای رشد و شکوفایی دارند، به همین دلیل، از ایجاد مراکز و نهادهای موازی به صورت مستقل یا در سایر وزارتخانه‌ها اجتناب کرده و تمامی حمایت‌های دولت که جنبه غیرمالی دارد، از مجرای این مرکز در اختیار فعالان حوزه استارتاپی قرار می‌گیرد.

در واقع هدف از ایجاد مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری کسب و کارهای نوپا در محورهای ذیل خلاصه می‌شود:

- هماهنگی و ارتباط بیشتر میان تمامی اعضای اکوسیستم استارتاپی کشور که هر کدام به صورت مجزا فعالیت می‌کنند؛
- ایجاد یک حلقه واسط میان فعالان این حوزه با یکدیگر و همچنین با دولت برای کمک به آنها
- ارائه حمایت‌های غیرمالی و غیرمستقیم دولت به فعالان این حوزه
- ایجاد واحدهای مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری در هر استان به منظور شناسایی استعدادها و ظرفیت‌های استانی در این حوزه و جلوگیری از مهاجرت صاحبان این کسب‌وکارها به شهرهای بزرگ
- ایجاد ارتباط بین استارتاپ‌ها و حوزه‌های کارآفرینی با صنایع هر استان
- ارائه خدمات انگیزشی، آموزشی و مشاوره رایگان به فعالان استارتاپی در سراسر کشور
- شکل‌گیری و ساماندهی اشتغال مبتنی بر فناوری اطلاعات در تمام استان‌ها
- ایجاد فضای لازم برای برگزاری رایگان کارگاه‌های آموزشی توسط خود استارتاپ‌ها یا دیگر بازیگران اکوسیستم استارتاپی

□ رابطه استارت‌آپ‌ها با رشد و توسعه صنایع کشور

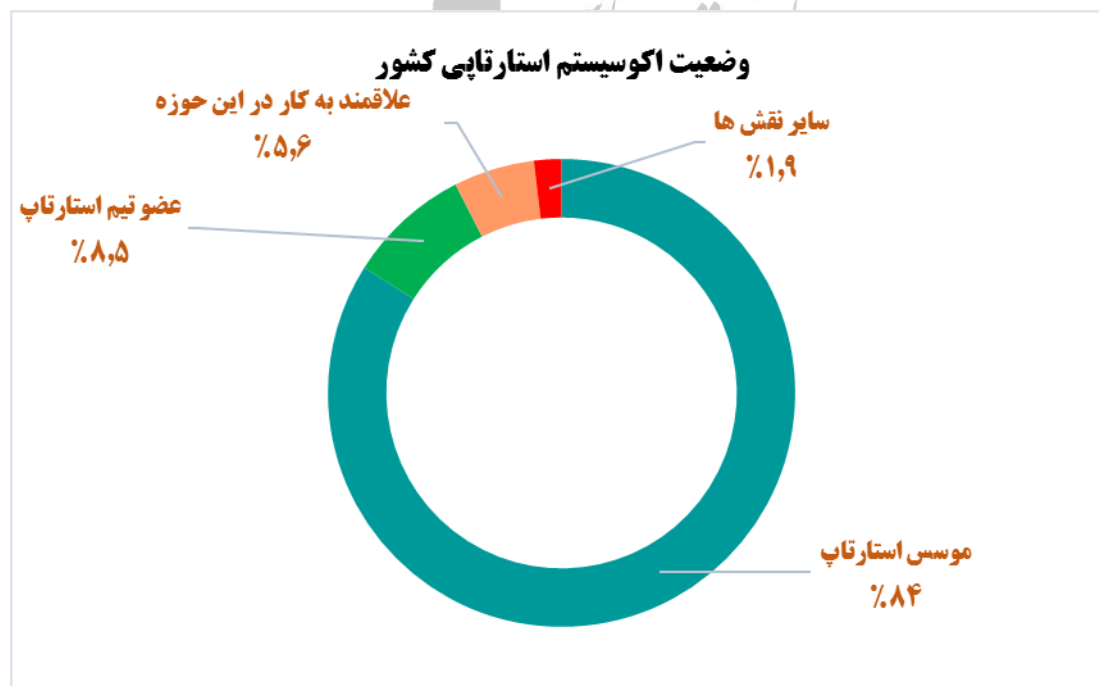
یکی از مزیت‌ها و ظرفیت‌های فعالیتهای استارت‌آپی در کشور کمک به حل مشکلات صنایع و فراهم کردن بستر رشد و توسعه آنهاست. از آنجا که این نوع کسب‌وکارها با ایده‌پردازی و خلاقیت همراه است، می‌تواند به تولید دانش و ابزار مورد نیاز برای رفع مشکلات صنعت بومی هر استان منجر شود. به طور مثال، اگر یک مجموعه کشاورزی در یک استان در حوزه بازاریابی، سیستم آبیاری یا هر حوزه دیگر دچار مشکلاتی است، می‌تواند مشکلات خود را به فعالان کسب‌وکارهای نوپا در همان استان ارجاع دهد تا آنها با توجه به شرایط و وضعیت استان و دانش و ابزاری که در اختیار دارند راه‌حل رفع مشکل را در بستر این نوع فعالیتهای ایجاد نمایند. در واقع، با ایجاد رابطه تنگاتنگ میان فعالان حوزه استارت‌آپی با بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی، خدماتی و ... در هر استان، نه تنها می‌توان باعث جذب این کسب و کارها به صنایع استانی می‌شود، بلکه زمینه اشتغالزایی و جلوگیری از مهاجرت نخبگان استانی را به شهرهای بزرگ نیز فراهم می‌کند. به همین منظور، از آنجا که دولت فقط وظیفه بسترسازی سازی دارد و دانش مورد نیاز این فعالیتهای در پارک‌های علم و فناوری موجود است، واحدهای استانی مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری در هر استان، زیر نظر پارک‌های علم و فناوری ایجاد شده است و آنها موظفانند با تشکیل یک کمیته راهبری متشکل از صنایع پیشرو، مراکز آموزشی، نظام صنفی، مجموعه‌های دولتی مرتبط با اشتغال، کارآفرینی، صنعت و ... به نیازسنجی در هر استان بپردازند و براساس آن، در بحث تولید، توزیع، فروش و سایر خدمات استارت‌آپ‌ها را به صاحبان صنایع و مشاغل و خدمات معرفی و از ظرفیتهای کسب‌وکارهای نوپای همان استان برای رفع مشکلات خود استفاده نمایند.

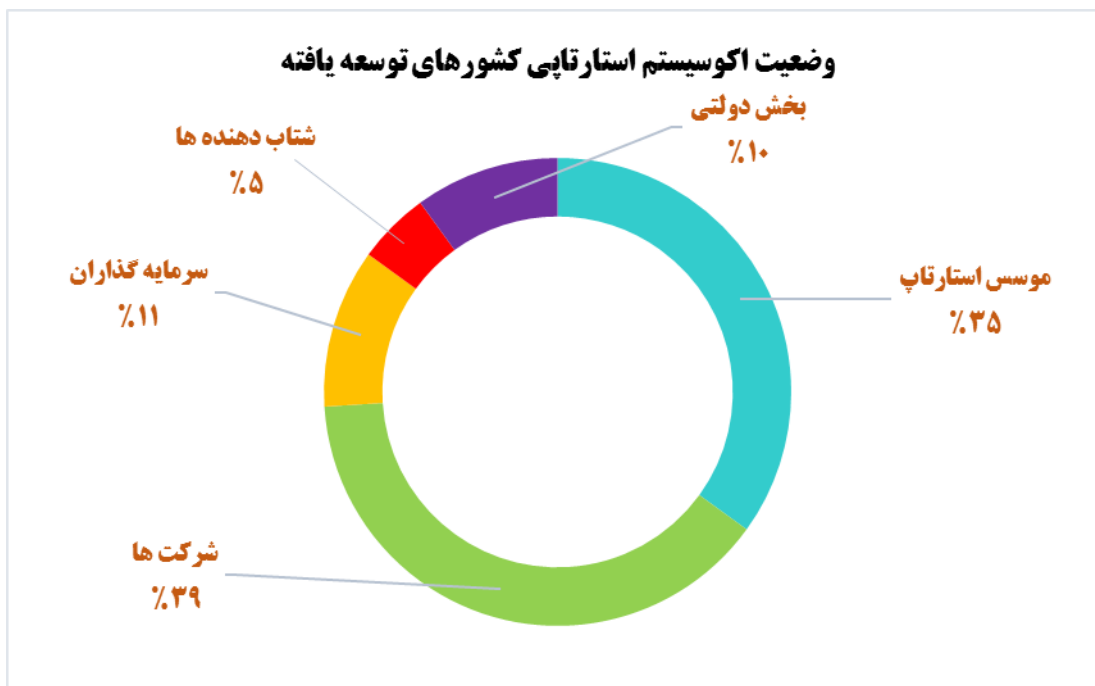
□ رابطه استارت‌آپ‌ها با کارآفرینی

فعالیت‌های استارت‌آپی حالتی از کارآفرینی است و می‌توان گفت ارتباط تنگاتنگی میان این نوع فعالیتهای با فعالیتهای کارآفرینی برقرار است. به همین دلیل، برای آنکه بتوان زمینه رشد و توسعه فعالیتهای استارت‌آپی را در کشور فراهم کرد، باید همزمان بستر رشد و توسعه شاخص‌های کارآفرینی در کشور نیز تقویت شود که ایجاد این بستر نیز، نیازمند نگاه اکوسیستمی به کارآفرینی و همکاری سایر بازیگران این اکوسیستم با یکدیگر است که بخش‌های مختلف دولتی، اجتماعی، بخش خصوصی و ... آن را بر عهده دارند. این اکوسیستم از ۱۲ متغیر شامل حمایت‌های مالی کارآفرینانه، سیاست‌های حمایتی دولت، قوانین دولتی (مالیات و بروکراسی اداری)، برنامه‌های کارآفرینی دولت، آموزش کارآفرینی در مدرسه، آموزش کارآفرینی در دانشگاه، انتقال تحقیق و توسعه، زیرساخت‌های تجاری و قانونی، پویایی بازار داخلی، باز بودن بازار داخلی، زیرساخت‌های فیزیکی، هنجارهای فرهنگی و اجتماعی تشکیل شده است که بازیگران مختلف مسئول انجام یک بخش یا همزمان چند بخش این اکوسیستم برای شکل‌گیری کارآفرینی و موفقیت آن هستند. در حال حاضر کشور ما، در دو شاخص زیرساخت فیزیکی و پویایی بازار وضعیت نسبتاً مناسبی دارد اما در سایر شاخص‌ها با دیگر کشورها فاصله زیادی داریم. بنابراین، اگر فضای رشد و توسعه استارت‌آپ‌ها در کشور تقویت شود، زمینه شکل‌گیری و رشد فعالیتهای کارآفرینی فراهم می‌شود و متقابلاً اگر شاخص‌های کارآفرینی در کشور بهبود یابد، زمینه بروز و رشد استارت‌آپ‌ها برای ورود به فضای کارآفرینی امکان‌پذیر می‌شود.

□ مقایسه اکوسیستم استارت‌آپی در ایران و کشورهای پیشرفته

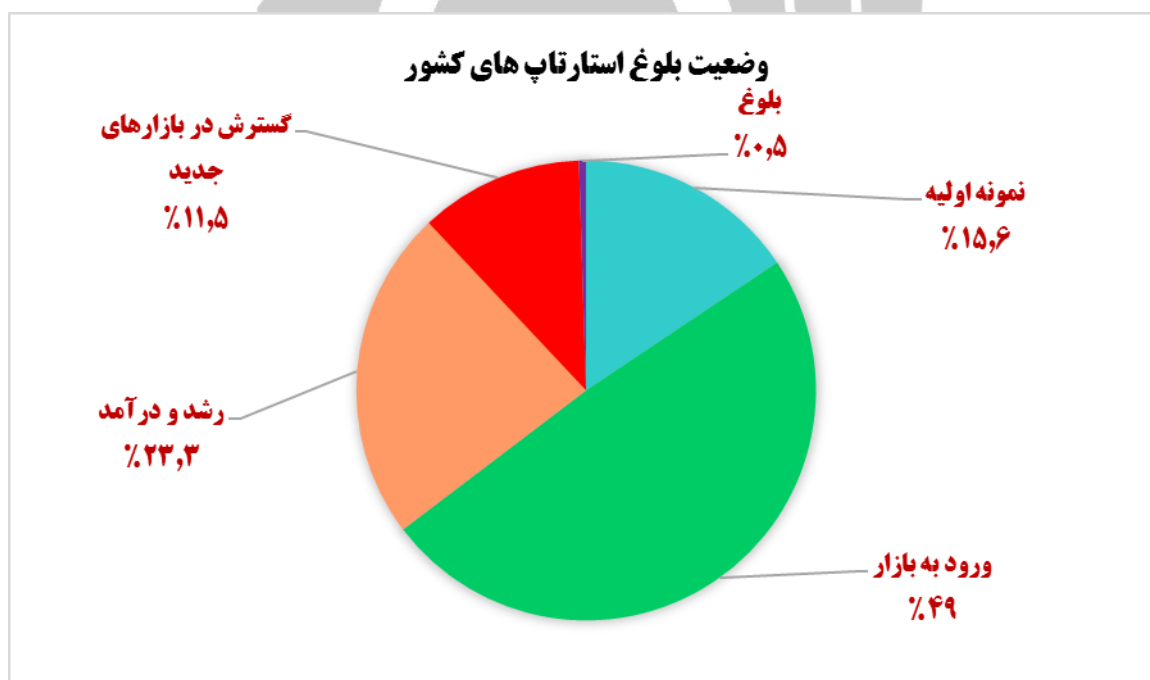
بازیگران اکوسیستم استارت‌آپی ایران در مقایسه با کشورهای پیشرفته، متفاوت است و از آنجا که سابقه فعالیت‌های استارت‌آپی در کشورهای توسعه یافته بیشتر از ایران است و فضا و بستر این نوع فعالیت‌ها در آنجا بیش از ایران فراهم است، باعث شده تا در آن کشورها ایفای نقش بازیگران نیز کاربردی‌تر و مثمرتر برای توسعه و تقویت این فعالیت‌ها در سایر بخش‌های اقتصادی آنها باشد. در حالیکه، در ایران ۸۴ درصد این اکوسیستم به موسسان استارت‌آپ‌ها، ۸،۵ درصد به اعضای تیم استارت‌آپ، ۵،۶ درصد علاقمندان به کار در این حوزه و ۱،۹ درصد به سایر بازیگران شامل (سازمان‌های دارای منابع، سرمایه‌گذاران، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها، مربی و متخصص) تعلق دارد، در کشورهای توسعه یافته، موسسان استارت‌آپ‌ها ۳۵ درصد، بخش دولتی ۱۰ درصد، شتاب‌دهنده‌ها ۵ درصد، سرمایه‌گذاران ۱۱ درصد و شرکت‌ها ۳۹ درصد از اکوسیستم استارت‌آپی را به خود اختصاص داده‌اند که سهم عمده شرکت‌ها در این اکوسیستم نشانه بهره‌مندی آنها از ظرفیت‌ها و فرصت‌های فعالیت‌های استارت‌آپی در حل مشکلات تولیدی و خدماتی و رشد و شکوفایی صنایع آنهاست.



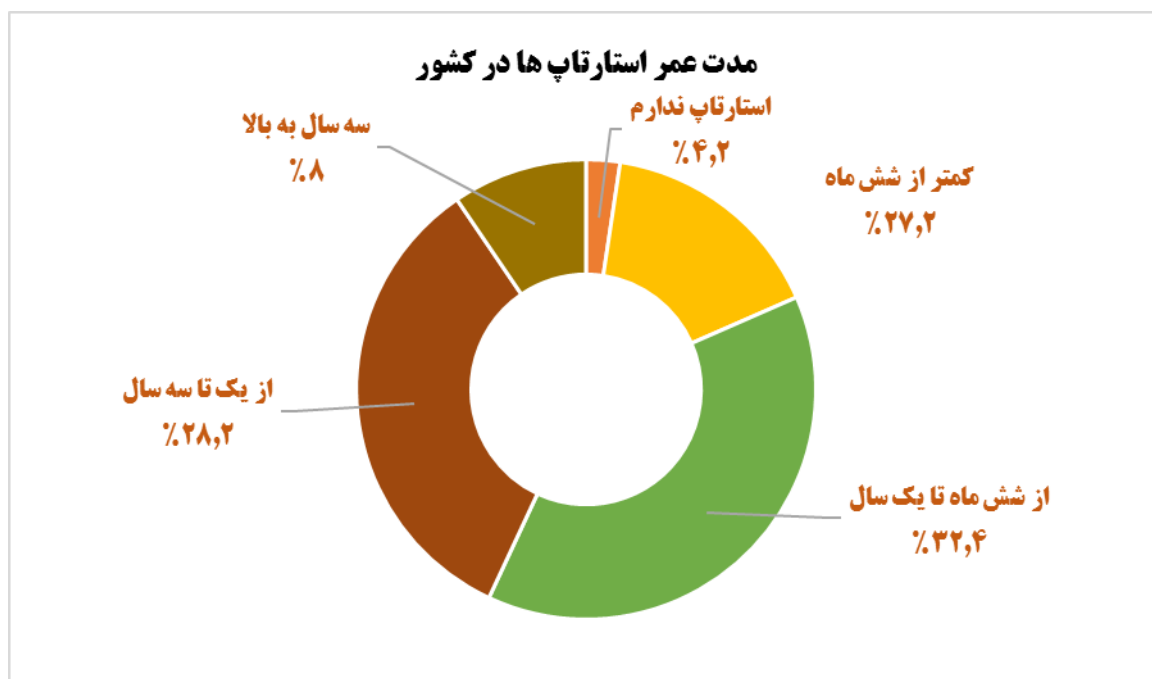


□ وضعیت بلوغ و مدت عمر استارت‌آپ‌ها در کشور

از آنجا که مدت زیادی از فعالیت جدی کسب‌وکارهای نوپا در کشور نمی‌گذرد، نمی‌توان انتظار داشت تمامی این فعالیت‌ها به مرحله بلوغ یعنی مرحله اشباع در بازار برسد و در حال حاضر وضعیت استارت‌آپ‌های کشور، بدین صورت است که ۱۵,۶ درصد آنها در مرحله نمونه اولیه قرار دارند، ۴۹ درصد از آنها وارد بازار شده‌اند، ۲۳,۴ درصد آنها به مرحله رشد و درآمد رسیده‌اند، ۱۱,۵ درصد آنها در بازارهای جدید گسترش یافته‌اند و تنها ۰,۵ درصد آنها به مرحله بلوغ ورود کرده‌اند.



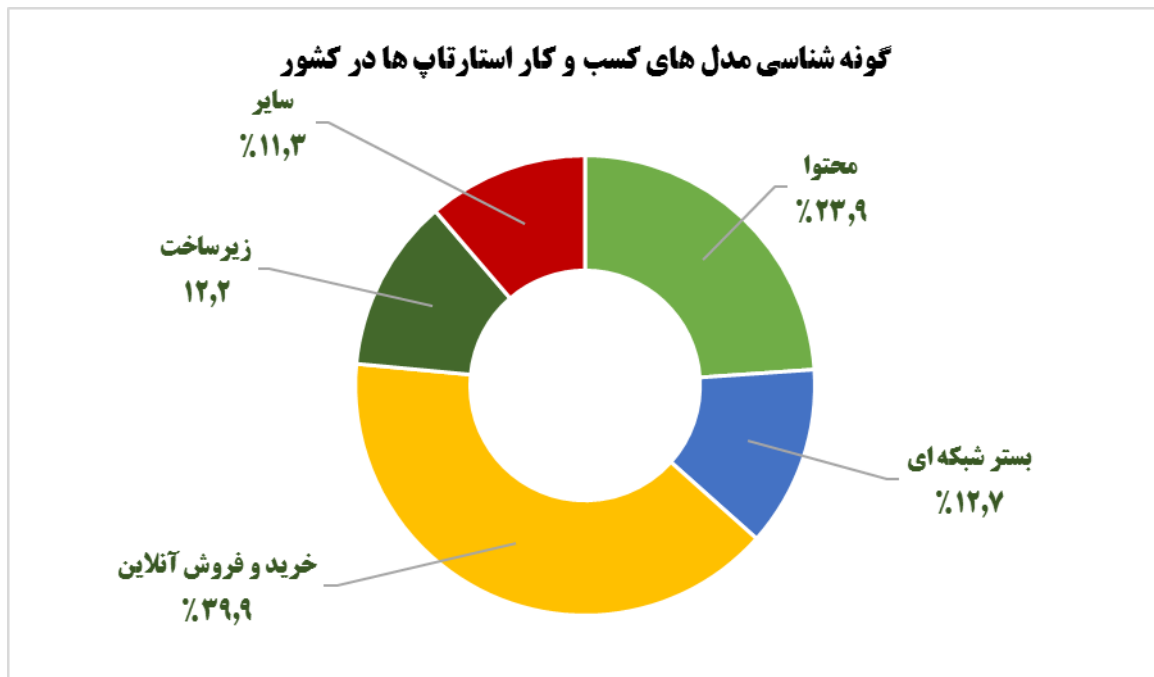
همچنین، مدت عمر بیش از ۹۰ درصد استارت‌آپ‌ها در کشور زیر سه سال است و تنها ۸ درصد استارت‌آپ‌ها عمر بالای سه سال دارند و زمانی که مدت عمر آن به بالای سه سال برسد می‌توان آنها را کسب و کار تثبیت شده نامید.



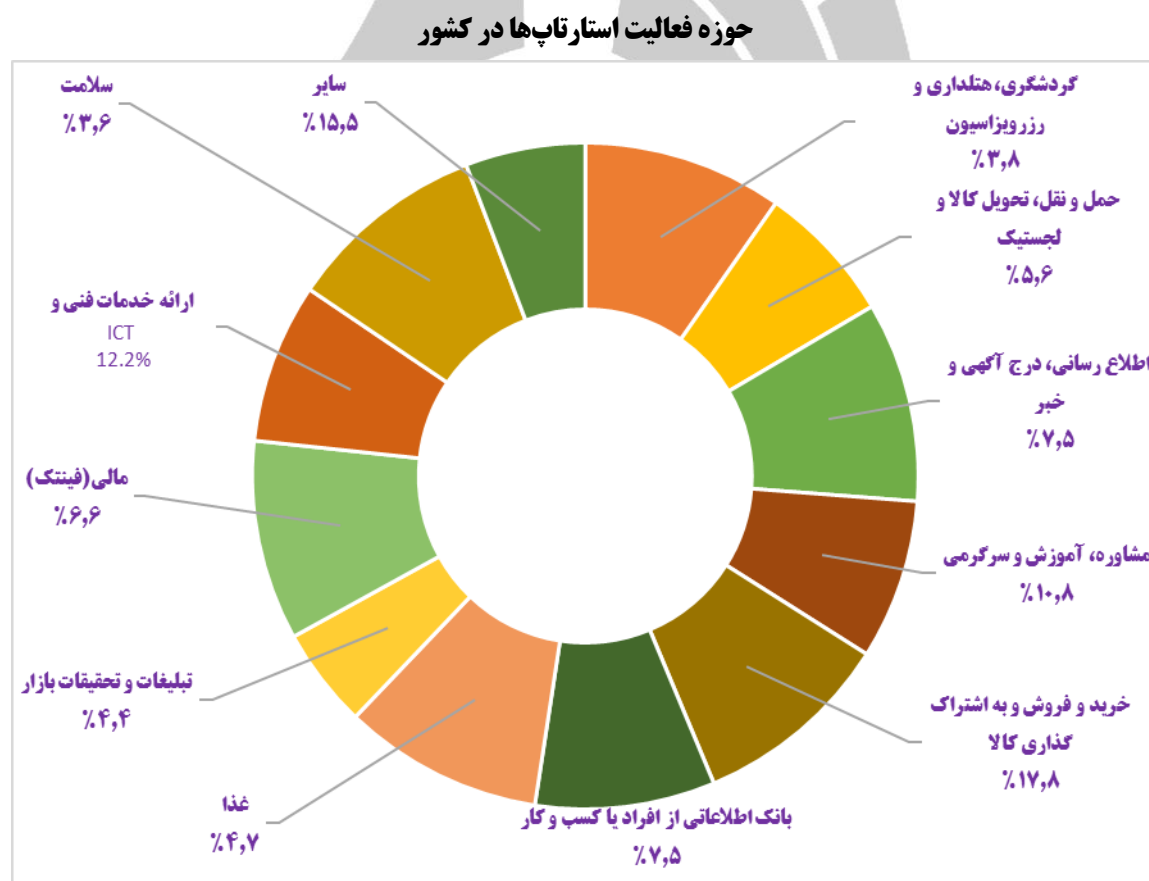
بنابراین، کسانی که نگاه بلندمدتی در ایجاد استارت‌آپ دارند، نیاز جامعه و میزان تقاضای خدمتی را که ارائه می‌کنند، در نظر می‌گیرند، به میزان کاربردی بودن خدمت ارائه شده برای جامعه توجه دارند، میزان سهمی را که در رفع مشکلات چه در جامعه عادی و چه در جامعه تخصصی مثل حوزه صنعت، سلامت و بهداشت و ... دارند، مدنظر قرار می‌دهند، شانس موفقیت بیشتری برای ادامه و توسعه فعالیت خود دارند. به همین دلیل، کسانی که وارد حوزه فعالیت‌های استارت‌آپی می‌شوند باید علاوه بر تخصص و توانایی خلق ایده‌های جدید، تلاش و پشتکار فراوان، قدرت ریسک‌پذیری بالا، شخصیت پایدار، قدرت پذیرش شرایط متفاوت حین انجام فعالیت و صبر و حوصله فراوان در انجام مراحل مختلف حوزه استارت‌آپی داشته باشند تا بتوانند عمر خدمت یا محصول ارائه شده خود را افزایش دهند. در واقع، می‌توان مجموع عوامل و شرایط دخیل در فعالیت‌های استارت‌آپی، یک عدم قطعیت در این فعالیت‌ها ایجاد کرده و به طور معمول، از هر ۱۰ استارت‌آپ تنها یک استارت‌آپ موفق می‌شود و عمر نسبتاً طولانی مدتی را تجربه می‌کند.

□ گونه شناسی و حوزه فعالیت استارت‌آپ‌ها در کشور

مدل‌های کسب و کارهای استارت‌آپی در کشور را می‌توان به ۵ گونه شامل محتوا، بستر شبکه‌ای، خرید و فروش آنلاین، زیرساخت و سایر دسته‌بندی کرد که تمامی فعالیت‌های استارت‌آپ‌ها در بستر این ۵ مدل شکل می‌گیرند که بیشترین سهم در اختیار خرید و فروش آنلاین و کمترین سهم در اختیار حوزه زیرساخت قرار دارد.

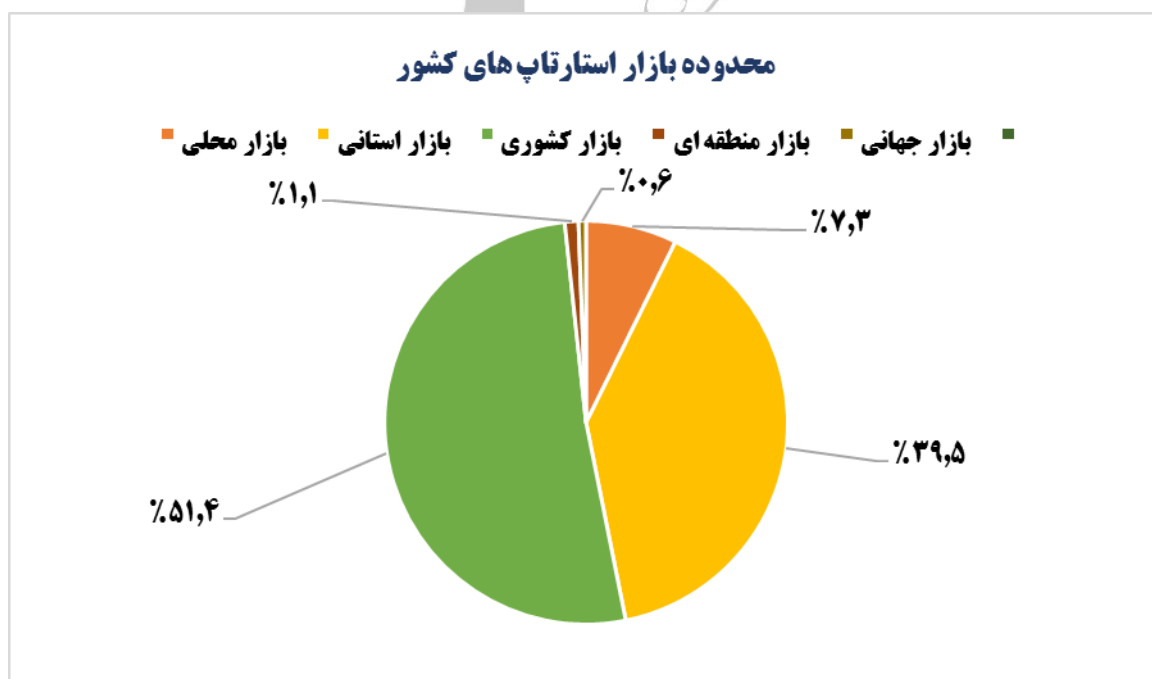


حوزه فعالیت استارتآپ ها نیز در ۱۲ بخش قابل دسته بندی است که بیشترین آن به حوزه تجارت و خرید و فروش و کمترین آن به حوزه سلامت اختصاص دارد و با توجه به ظرفیت بالای این حوزه در شکل گیری کسب و کارهای نوپا، می تواند بازار جذابی برای ورود فعالان استارتآپی به این حوزه باشد.



□ محدوده بازار استارت‌آپ‌های کشور

بازار فعالیتهای استارت‌آپی در کشور عمدتاً داخلی است و با توجه به نوپا بودن آنها هنوز نتوانسته‌ایم در این حوزه سهم قابل توجهی از بازارهای منطقه‌ای و جهانی را به خود اختصاص دهیم؛ به طوریکه حدود ۹۸ درصد از بازار فعالیتهای استارت‌آپی در حوزه‌های محلی، استانی و کشوری قرار دارد و تنها حدود ۲ درصد از آنها به بازارهای منطقه‌ای و جهانی راه یافته‌اند و این سهم اندک به این علت است که هنوز نگاه بین‌المللی به فعالیتهای استارت‌آپی در کشور چه در حوزه تولید و چه در حوزه خدمات شکل نگرفته و می‌توان با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مناسب برای توسعه و رشد این نوع فعالیتهای، در مرحله اول کشورهای فارسی زبان منطقه را به عنوان بازارهای هدف در این حوزه در نظر گرفت و با توجه به نیاز آنها از ظرفیت و توانمندی‌های استارت‌آپ‌های کشور برای صادرات خدمات و محصولات به آن کشورها استفاده کرد. در نمودار زیر، به تفکیک سهم بازارهای داخلی و خارجی را در حوزه استارت‌آپ‌ها نمایش داده شده است:



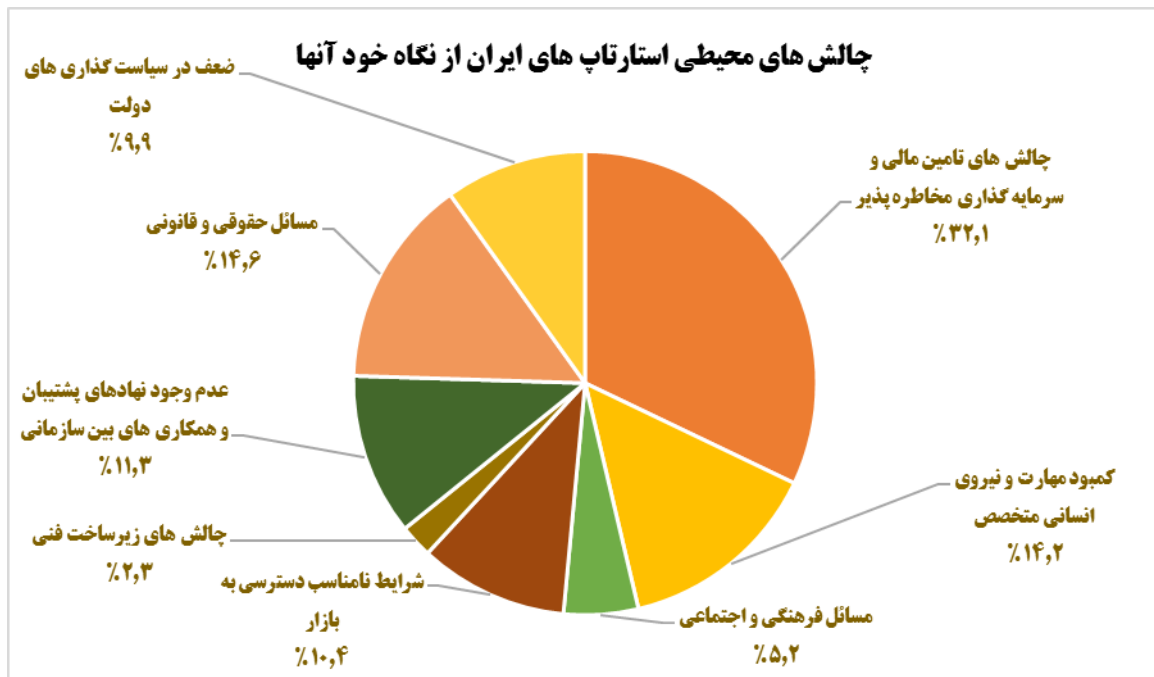
□ چالش‌های محیطی استارت‌آپ‌های کشور

چالش‌های محیطی در واقع عواملی غیر قابل کنترلی هستند که اکثراً خارج از محیط استارت‌آپ‌ها قرار دارند و خود آنها به تنهایی قادر به رفع آن نمی‌باشند. مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری کسب و کارهای نوپا علاوه بر انجام تحقیقات و بررسی‌ها برای شناسایی این چالش‌ها، به سراغ فعالان این حوزه رفته و از آنها نیز در این مورد نظرخواهی کرده است که در مجموع ۸ چالش اصلی شناسایی و دسته‌بندی شده است. اگرچه، از نگاه هر دو مباحث مربوط به تأمین مالی مهم‌ترین چالش در حوزه فعالیتهای استارت‌آپی است، اما سهم هر کدام از این چالش‌ها از منظر فعالان استارت‌آپی و مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری متفاوت است.

• سهم هر کدام از چالش‌های محیطی از منظر استارت‌آپ‌ها

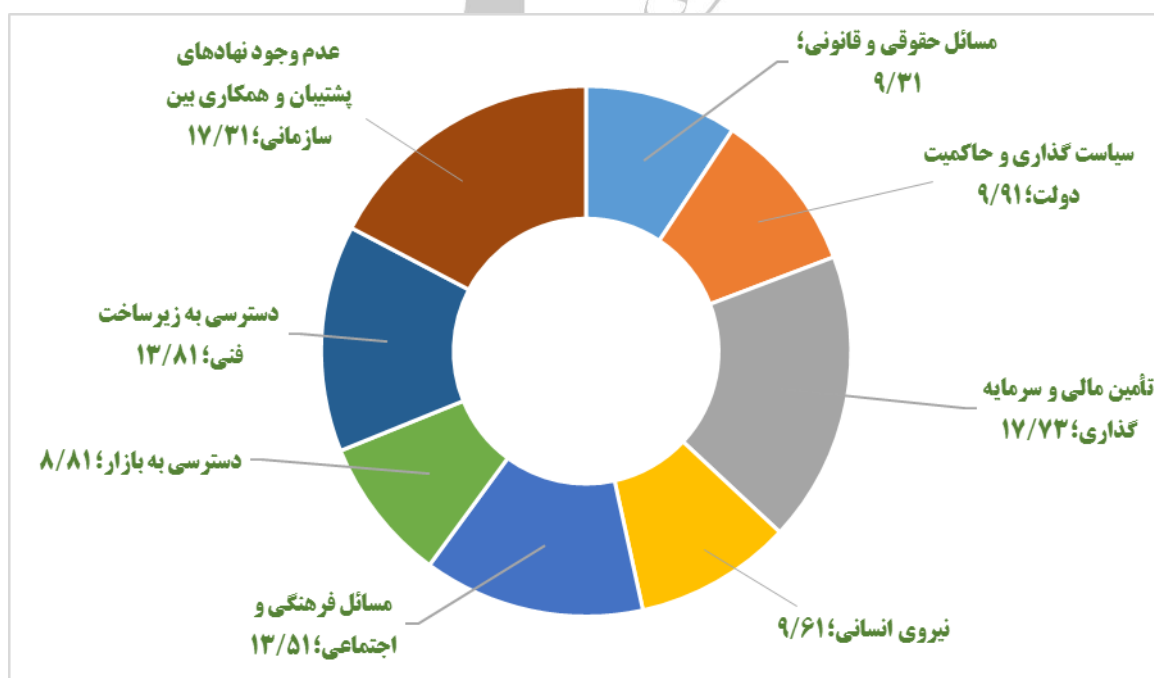
از منظر فعالان حوزه استارت‌آپی، مهم‌ترین چالش محیطی مربوط به تأمین مالی و سرمایه‌گذاری است که سهم ۳۲ درصدی از چالش‌های محیطی را به خود اختصاص داده است و پس از آن، مسائل حقوقی و قانونی با ۱۴,۶ درصد، کمبود مهارت و نیروی انسانی متخصص با ۱۴,۲ درصد، عدم وجود نهادهای پشتیبان و همکاری‌های بین‌سازمانی با ۱۱,۳ درصد، شرایط نامناسب دسترسی به بازار با ۱۰,۴ درصد، ضعف در سیاست‌گذاری‌های دولتی با ۹,۹ درصد، مسائل فرهنگی و اجتماعی با ۵,۲ درصد و چالش‌های زیرساخت فنی با ۲,۳ درصد هستند که در مسیر رشد و توسعه فعالیت‌های استارت‌آپ‌ها قرار گرفته-

اند.



• سهم هر کدام از چالش‌های محیطی از نگاه مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری فاوا

پس از شناسایی و دسته‌بندی چالش‌ها، مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری کسب و کارهای نوپا تحقیقات زمینه‌ای و بررسی‌های میدانی را برای صحت میزان درصد هر یک از چالش‌ها و چرایی ایجاد آنها انجام داد که به آمار متفاوتی نسبت به آمارهای استخراج شده از پاسخ‌های فعالان این حوزه دست یافت. همچنین مشخص شد که بروز این چالش‌ها دلایل متفاوتی دارد که غالباً توسط خود آنها قابل کنترل و تغییر است. در بررسی این مرکز سهم مباحث مرتبط با تأمین مالی ۱۷,۷۳ درصد می‌باشد و پس از آن سهم عامل عدم وجود نهادهای پشتیبان و همکاری‌های بین سازمانی ۱۷,۳۱ درصد، چالش‌های دسترسی به زیرساخت فنی ۱۳,۸۱ درصد، مسائل فرهنگی و اجتماعی ۱۳,۵۱ درصد، سیاست‌گذاری و حاکمیت دولت در اکوسیستم استارت‌آپی ۹,۹۱ درصد، نیروی انسانی ۹,۶۱ درصد، مسائل حقوقی و قانونی ۹,۳۱ درصد و دسترسی به بازار ۸,۸۱ درصد می‌باشد.



• دلایل بروز چالش‌های محیطی

دلایلی که باعث ایجاد چالش‌ها شده است نیز به تفکیک به شرح ذیل می‌باشد:

<ul style="list-style-type: none"> • عدم آگاهی و ریسک‌پذیری پایین سرمایه‌گذاران بخش خصوصی • کمبود تعداد نهادها و اتحادیه‌های سرمایه‌گذاری همچون نهادهای تأمین مالی جمعی، شرکت‌های سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر و دیگر نهادها • عدم آگاهی و شفاف نبودن نحوه ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها 	<p>تأمین مالی و سرمایه‌گذاری</p>
<ul style="list-style-type: none"> • عدم دسترسی به نیروهای متخصص فنی همچون برنامه‌نویس حرفه‌ای برای پیاده‌سازی استارت‌آپ • عدم دسترسی به نیروهای مجرب غیرفنی دارای دانش کسب و کار • کیفیت پایین و عدم تناسب آموزش‌های دانشگاهی با نیازهای استارت‌آپ‌ها 	<p>نیروی انسانی</p>
<ul style="list-style-type: none"> • برخوردار نبودن از روحیه کارآفرینی و عدم پذیرش کارآفرینی به عنوان یک مسیر شغلی و سبک زندگی در بین مردم • وجود فرهنگ ریسک‌پذیری پایین و ترس از شکست در بین تیم‌های استارت‌آپی • عدم آگاهی و اعتماد عمومی مردم به خدمات استارت‌آپ‌ها 	<p>مسائل فرهنگی و اجتماعی</p>
<ul style="list-style-type: none"> • شفاف نبودن و عدم دسترسی به اطلاعات جامع از بازار عرضه و تقاضا • مشکلات دسترسی به بازارهای خارجی • کمبود نقدینگی در جامعه و قدرت خرید پایین مردم 	<p>دسترسی به بازار</p>
<ul style="list-style-type: none"> • کیفیت پایین زیرساخت‌های ارتباطی و اطلاعاتی همچون پهنای باند و سرعت اینترنت و مراکز داده • بالا بودن قیمت خدمات زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور • زیرساخت نامناسب برای بهره‌برداری از فناوری‌های جدید همچون رایانش ابری، اینترنت اشیا، تحلیل داده‌های حجیم و ارتباطات سیار 	<p>دسترسی به زیرساخت فنی</p>
<ul style="list-style-type: none"> • کمبود فروشندگان توانمند تجهیزات فنی و شرکت‌هایی که خدمات فنی به استارت‌آپ‌ها ارائه می‌دهند • کمبود شرکت‌هایی که خدمات کسب و کاری به استارت‌آپ‌ها ارائه می‌دهند • عدم تمایل شرکت‌های بزرگ و دارای منابع به همکاری و مشارکت با استارت‌آپ‌ها 	<p>عدم وجود نهادهای پشتیبان و همکاری بین سازمانی</p>
<ul style="list-style-type: none"> • عدم وجود قوانین مناسب و محدودیت‌های قانونی برای پیاده‌سازی استارت‌آپ‌های جدید • عدم اجرای قوانین در حوزه‌های مختلف مانند حقوق مالکیت فکری و معافیت‌های مالیاتی • دست و پاگیر بودن و پیچیدگی قوانین و مقررات 	<p>مسائل حقوقی و قانونی</p>
<ul style="list-style-type: none"> • عدم وجود برنامه ریزی مشخص و جامع برای حمایت از استارت‌آپ‌ها • عدم حمایت مالی دولت از استارت‌آپ‌ها • دخالت و تصدی‌گری دولت در اکوسیستم استارت‌آپی کشور 	<p>سیاست‌گذاری و حاکمیت دولت در اکوسیستم استارت‌آپی</p>

□ موانع داخلی موفقیت استارت‌آپ‌های کشور

علاوه بر چالش‌هایی که برای حوزه فعالیت استارت‌آپی مطرح است و عموماً ماهیت بیرونی دارد، برخی عوامل هستند که به عنوان موانع داخلی موفقیت استارت‌آپ‌ها شناسایی شده‌اند و ماهیت درونی دارند؛ یعنی، در محیط حوزه استارت‌آپی قرار دارند و اگر کسانی که قصد ورود به این حوزه را دارند این عوامل را در نظر بگیرند و به حل آنها قبل از ورود به فضای استارت‌آپ‌ها بپردازند، با مشکلات و چالش‌های کمتری در حین فعالیت و در مدت عمر کسب و کار خود مواجه می‌شوند. هر چند در بروز این موانع نیز، عوامل دیگری دخیل است که منجر به ایجاد مانع می‌شود. در نمودار زیر موانع داخلی موفقیت استارت‌آپ‌های کشور مشخص شده است:



نمودار ذیل نیز، عوامل دخیل در ایجاد موانع و سهم کدام را در شکل‌گیری آن مانع نشان می‌دهد:



□ نقش استارت‌آپ‌ها در اشتغالزایی

فرصت و ظرفیت ایجاد اشتغال در کسب‌وکارهای نوپا بسیار بالا است و معمولاً به دو روش مستقیم و غیر مستقیم در اشتغالزایی مؤثرند؛ اشتغالزایی مستقیم تعداد نفرات کمتری را در بر می‌گیرد و گاهاً شامل دو یا سه نفر می‌شود، اما در اشتغالزایی غیر مستقیم دایره افرادی که از طریق پلتفرم یا بستر ارائه شده توسط یک استارت‌آپ وارد محیط کسب و کار می‌شوند بسیار گسترده است. بنابراین، بیشترین تأثیر استارت‌آپ‌ها در اشتغالزایی غیر مستقیم است که درآمدزایی بالایی را نیز به همراه دارد. اسنپ، تپسی، کافه بازار، پونیشا و ... جزو استارت‌آپ‌های موفق هستند که توانسته‌اند اشتغالزایی بالایی را به صورت غیر مستقیم ایجاد نمایند؛ مثلاً در کافه بازار ۱۰ هزار و ۴۵۱ تیم توسعه مشغول فعالیت هستند که هر تیم نیز حداقل از دو یا سه نفر تشکیل شده است و در سال ۹۵، ۶۰ میلیارد تومان درآمدزایی داشته‌اند؛ یا در یونیشا که در حوزه مشاغل فعالیت می‌کند، در حالی که ۵ نفر به صورت مستقیم در آن اشتغال دارند، اما برای ۱۴۵ هزار نفر اشتغال غیر مستقیم ایجاد شده است.

□ جمع‌بندی

فعالیت استارت‌آپ‌ها در بسیاری از کشورها به عنوان یک فرصت بی بدیل در حل مشکلات اقتصادی در نظر گرفته شده است و خدماتی که از طریق آنها ارائه می‌شود توانسته بخش قابل توجهی از مشکلات تولید، اشتغال، تجارت، مباحث مالی و خدماتی آنها را برطرف نماید که این موفقیت نیز به واسطه ارتباط تنگاتنگ شرکت‌های مختلف و بخش خصوصی آنها با فعالیت‌های استارت‌آپی صورت گرفته است. اگرچه در کشور ما هنوز شرکت‌های مختلف تولیدی، خدماتی، صنعتی و ... نتوانسته‌اند از این ظرفیت در توسعه فعالیت و خدمات خود بهره‌گیرند و در جامعه نیز آگاهی لازم در این باره وجود ندارد، اما با آگاه‌سازی و فرهنگ‌سازی مناسب در خصوص مزیت‌ها و فرصت‌های فعالیت استارت‌آپ‌ها در سایر حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، علمی و فرهنگی می‌توان بستر توسعه و رشد پایدار آنها را فراهم کرد و از مزیت‌های آن در رفع مشکلات اقتصادی به خصوص تولید و اشتغال بهره‌برد. با توجه به نوپا بودن این نوع فعالیت‌ها، این مهم نیز نیازمند حمایت‌های دولت و سایر نهادهای آموزشی و رسانه‌ای در کشور است که با نیازسنجی، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی مناسب مسیر ورود جوانان خلاق و توانمند کشور را به این عرصه فراهم نمایند.