

اکوسیستم نوآوری

محمد رضا نظری

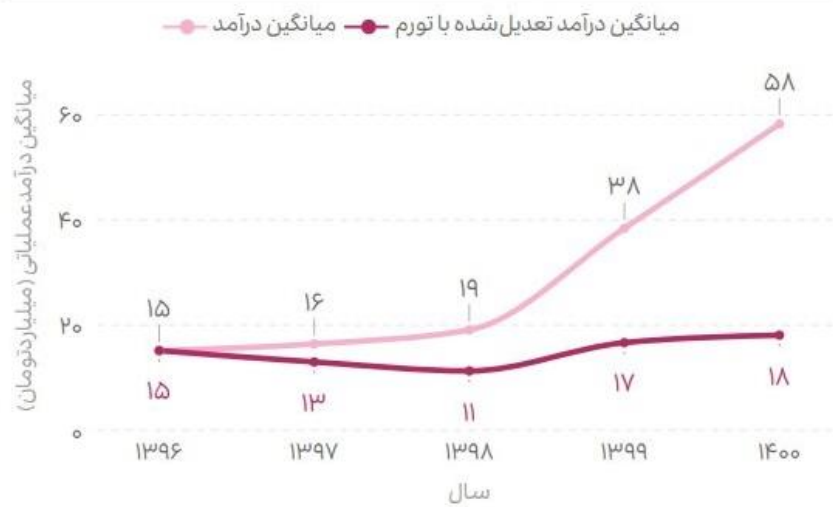
بهار ۱۴۰۳

گذار از اقتصاد سنتی به دنیای نوین دانش و خلاقیت

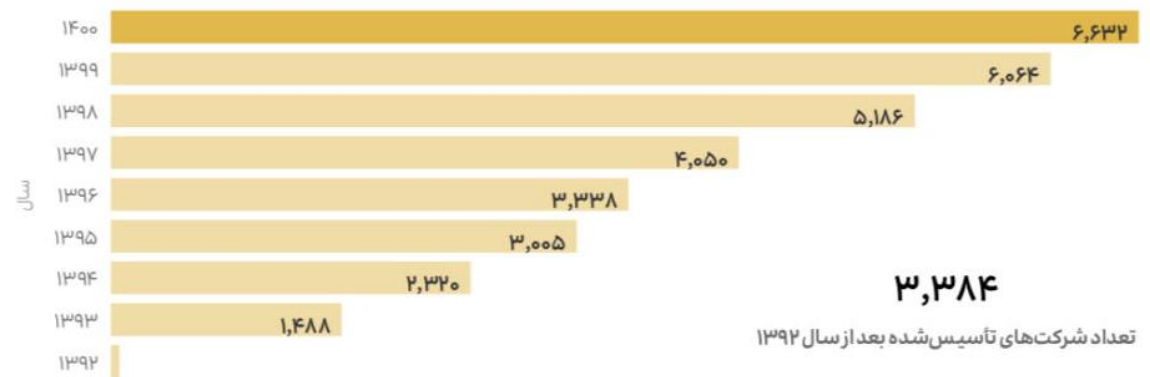
- در دنیای امروز که اطلاعات و دانش حرف اول را می زنند، اقتصاد سنتی جای خود را به اقتصاد دانش بنیان داده است.
- در این اقتصاد نوین، ایده‌ها، خلاقیت، و نوآوری به عنوان مهم ترین منابع ثروت آفرینی و پیشرفت شناخته می شوند.
- شرکت‌های دانش بنیان با ایجاد محصولات و خدمات نوین در اشتغالزایی و افزایش صادرات، نقش بسیار مهمی در رشد اقتصادی ایفا کرده‌اند.

روند رشد میانگین درآمد عملیاتی شرکت‌های دانش بنیان

تمام مبالغ به میلیارد تومان است



روند ایجاد شرکت‌های دانش بنیان



تعداد شرکت‌های تأسیس شده بعد از سال ۱۳۹۲

تعداد شرکت‌های دانش بنیان

اکوسیستم پویا و همگرا: بازیگران کلیدی در اقتصاد دانش بنیان



- ذینفعان مختلفی در اکوسیستم اقتصاد دانش بنیان نقش آفرینی می کنند: از دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی تا شرکت های دانش بنیان، سرمایه گذاران، کارآفرینان و حتی افراد خلاق و نوآور.
- همکاری و تعامل سازنده بین این بازیگران، کلید موفقیت و پیشرفت در این عرصه پویا و رو به رشد است.

۲. مختصات یک استارتاپ

To Start up ...

استارتاپ چیست؟

نام استارتاپ از فعل انگلیسی (to start up) به معنای شروع کردن گرفته شده است. این شرکت نوپا پتانسیل رشد بالایی دارد و می تواند یک محصول یا یک ایده منحصر به فرد را به بازار عرضه کند.

شرکت های استارتاپی به دنبال افزایش توسعه از طریق نوآوری های جدید و جذب سرمایه هستند. معمولاً سرمایه شرکت های استارتاپی توسط سرمایه گذاران یا با کمک دوستان و خانواده تامین می شوند.

تفاوت‌های استارتاپ



StartUp

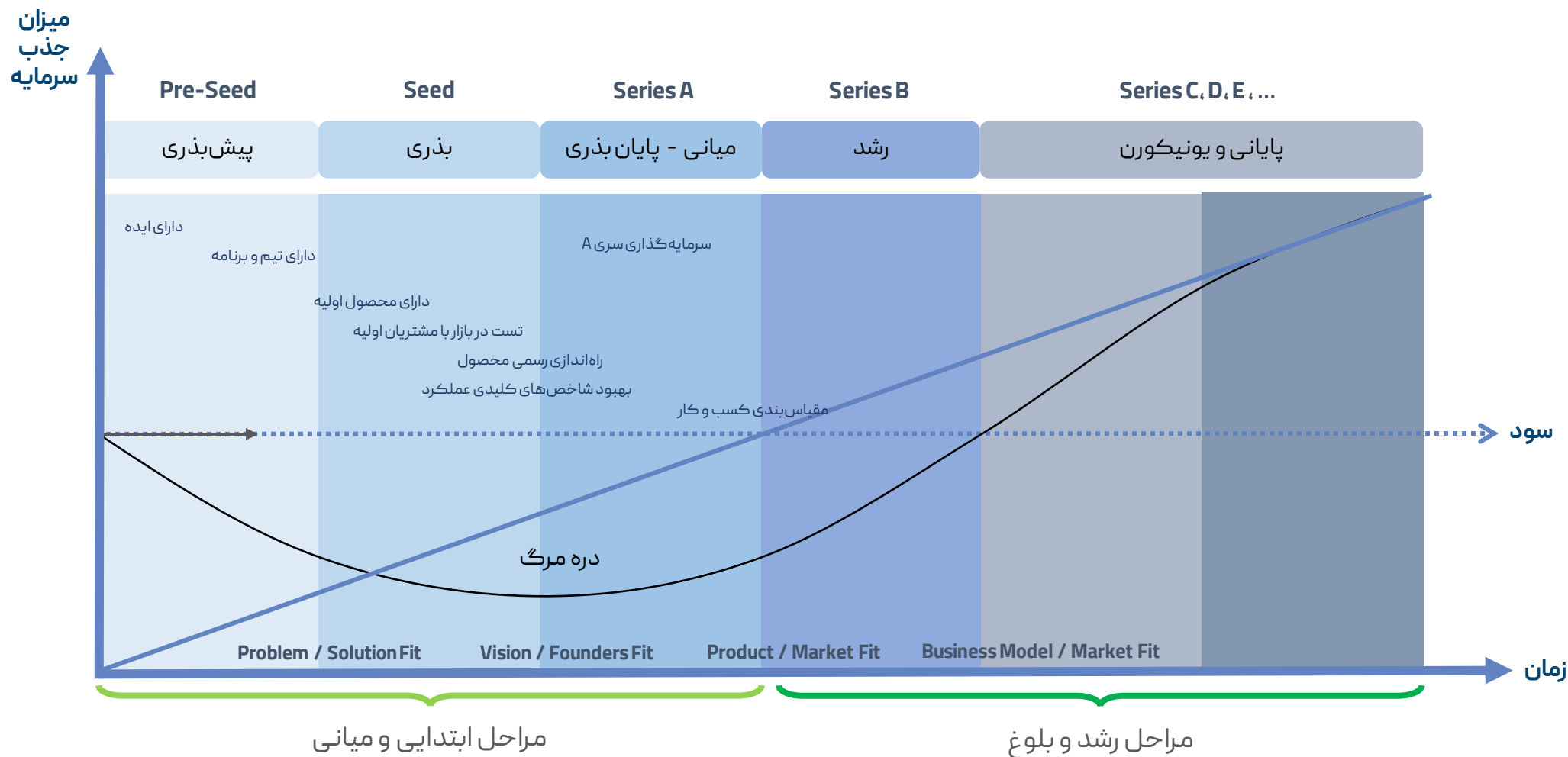
- ✓ Recall Value
- ✓ Value Addition
- ✓ Incredibly risky
- ✓ Perfect solution
- ✓ Temporary nature
- ✓ Based on innovation/technology
- ✓ In search of a unique and profitable business model
- ✓ Oftentimes funded through inner circle, then big-time investors

What Is The Difference Between A Startup And A Regular SMB (Small Medium Business)?

SMB

- Less risky ✓
- Same quality ✓
- Copy paste PATH ✓
- Existing Business ✓
- Permanently established ✓
- Can start with one person ✓
- You plan to stay with the business ✓
- More traditional methods, take less risk ✓

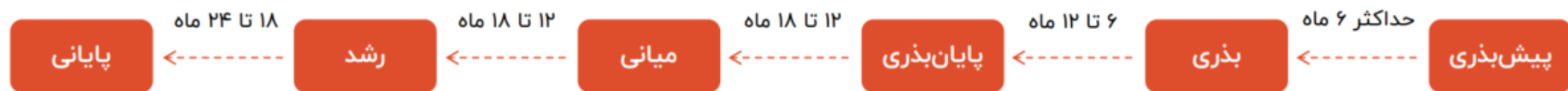
مراحل رشد استارت‌آپ



شاخص‌های سنجش مرحله رشد یک استارتاپ

شاخص	پایان‌بذری (pre-A)	میانی (Series A)	رشد (Series B)	پایانی و یونیکورن (Series C,D,E,...)
نقطه تمرکز محصول و بازار	- تولید محصول نهایی - انطباق بازار و محصول - کشف مدل کسب‌وکار	- توسعه محصول - جذب مستمر مشتری - درآمدزایی	- توسعه حوزه‌های فعالیت - مقیاس‌پذیری - افزایش سهم بازار - سوددهی یا جریان مثبت نقدینگی	- ورود به بازارهای جدید - حفظ سهم بازار - عرضه اولیه یا فروش سهام
منابع جذب سرمایه	- جمع‌سپاری مالی - سرمایه‌گذاران فرشته - سرمایه‌گذاران خطرپذیر - دریافت وام	- جمع‌سپاری مالی - سرمایه‌گذاران فرشته - سرمایه‌گذاران خطرپذیر - شرکتهای سرمایه‌گذاری خصوصی - بانکها - دریافت وام	- سرمایه‌گذاران خطرپذیر - شرکتهای سرمایه‌گذاری خصوصی - بانکها - دولت	- شرکتهای سرمایه‌گذاری خصوصی - صندوقهای سرمایه‌گذاری - سرمایه‌گذاران بین‌المللی
تعداد کارمند	۱۵ - ۵۰	۵۰ - ۱۰۰	۱۰۰ - ۵۰۰	بیش از ۵۰۰
طول عمر	کمتر از ۳ سال	۳ - ۵ سال	۵ - ۱۰ سال	بیش از ۱۰ سال
سودآوری	ضررده	دارای درآمد ولی ضررده	دارای درآمد و احتمالاً سودآور	سه سال متوالی سودآور
تعداد نصب اپلیکیشن	۱۰ - ۱۰۰ هزار	۱۰۰ هزار - ۱ میلیون	۱ - ۵ میلیون	بیش از ۵ میلیون

فاصله زمانی میان دو مرحله جذب سرمایه استارت‌آپ‌های ایران

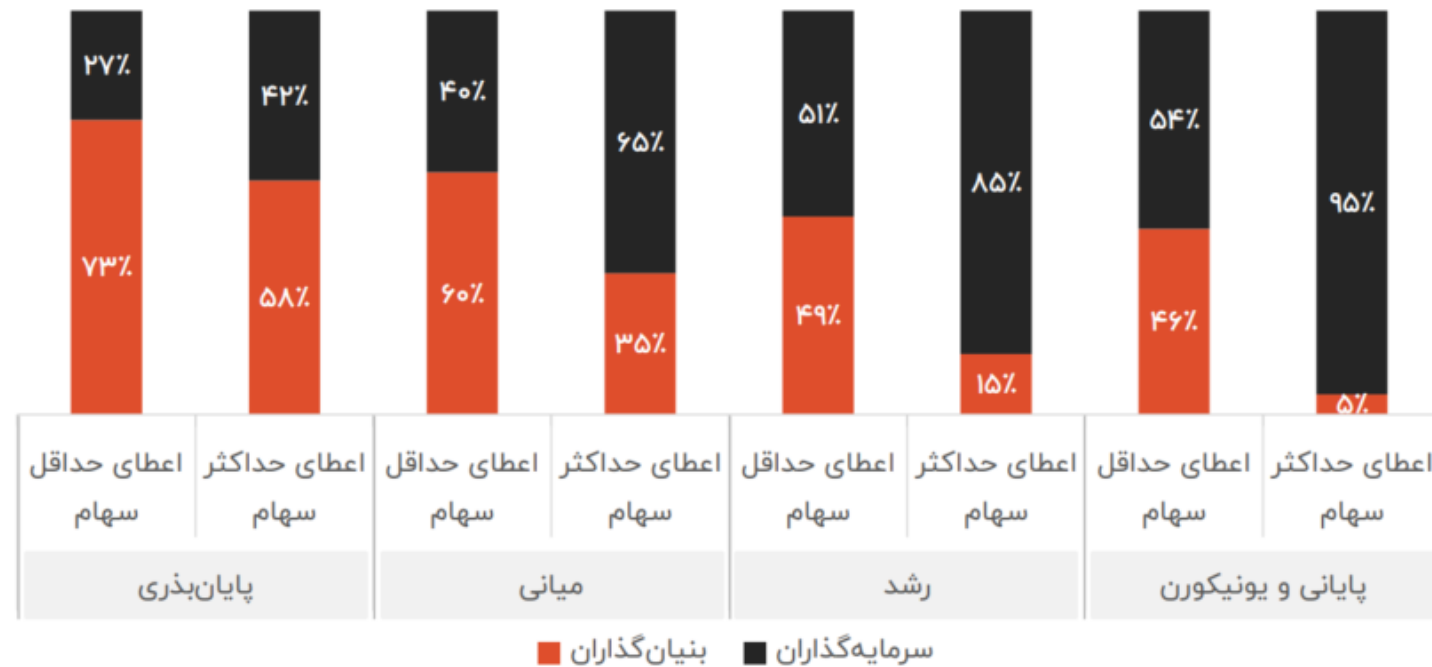


طی کردن کل مسیر بین ۵ تا ۷ سال پیش‌بینی می‌شود.

ترکیب سهام داران استارتاپ های ایران در مراحل مختلف رشد

بنیان‌گذاران در مراحل ابتدایی باید سهام کمتری را به سرمایه‌گذاران بدهند؛ زیرا هنوز ارزش استارتاپ به ثبات نرسیده و همواره در حال افزایش است.

عدم خروج افراد کلیدی از ترکیب سهام‌داران نکته مهمی است. بنیان‌گذاران باید حداقل ۳۰٪ سهام را در مراحل رشد یا پایانی داشته باشند تا با انگیزه به کار خود ادامه دهند و استارتاپ موفق شود.



احتمال بازگشت، توقف یا رشد به مرحله بعدی استارتاپ‌ها

رشد به مرحله بعدی			توقف در مرحله فعلی			شکست یا بازگشت به مرحله قبلی			
آمریکا	اروپا	ایران	آمریکا	اروپا	ایران	آمریکا	اروپا	ایران	
-	-	۱۵%	-	-	۱۵%	-	-	۷۰%	پایان‌پذری
۶۱%	۵۲%	۱۵%	۳۲%	۴۲%	۳۵%	۷%	۶%	۵۰%	میانی
۵۸%	۴۸%	۲۵%	۳۹%	۵۱%	۵۵%	۳%	۱%	۲۰%	رشد
۵۴%	۳۴%	۲۵%	۴۴%	۶۴%	۵۰%	۲%	۲%	۲۵%	پایانی

* منبع: McKinsey

از هر ۱۰۰۰ استارت‌آپ ایرانی در مرحله پایان‌پذری،
۱ تا ۲ استارت‌آپ به مرحله پایانی می‌رسند.

احتمال بازگشت، توقف یا رشد به مرحله بعدی استارتاپ‌ها

دلیل اصلی احتمال کمتر رشد به مرحله بعدی در مراحل رشد و پایانی در ایران نسبت به آمریکا و اروپا عدم دسترسی به بازارهای منطقه و جهانی و محدود بودن به بازار داخل ایران است.

بر اساس نظر مصاحبه‌شوندگان چالش اصلی استارتاپ‌های پایان‌پذیری رسیدن به تناسب محصول و بازار است؛ به همین دلیل بازگشت به عقب برابر با شکست و تعطیلی است

استارتاپ‌های میانی و رشد به دلیل شروع درآمدزایی می‌توانند با کاهش هزینه‌های خود به کسب‌وکار کوچک یا متوسط تبدیل شده و زنده بمانند.

دلیل اصلی احتمال بیشتر بازگشت به مرحله قبلی و احتمال کمتر رشد به مرحله بعدی در ایران نسبت به آمریکا و اروپا کمبود سرمایه‌گذاری در اکوسیستم استارتاپی است. دانش و تجربه پایین در کنار مهاجرت اعضای کلیدی استارتاپ‌ها نیز از دیگر دلایل اصلی این موضوع هستند.



آمار شکست استارتاپ‌ها

از هر ۱۰ استارتاپ، ۹ استارتاپ شکست می‌خورند

۳۵ درصد استارت‌آپ‌ها شکست می‌خورند زیرا بازاریابی ندارند

۳۸ درصد استارتاپ‌ها به دلیل کمبود نقدینگی شکست می‌خورند

تا سال پنجم، ۵۰ درصد از تمام استارتاپ‌ها شکست خواهند خورد

تقریباً ۸۰ درصد استارتاپ‌های فناوری و تجارت الکترونیک شکست خواهند خورد

۸۱ درصد از دارندگان استارتاپ مشکلی ندارند که برای کسب و کار خود بدهی بدهند

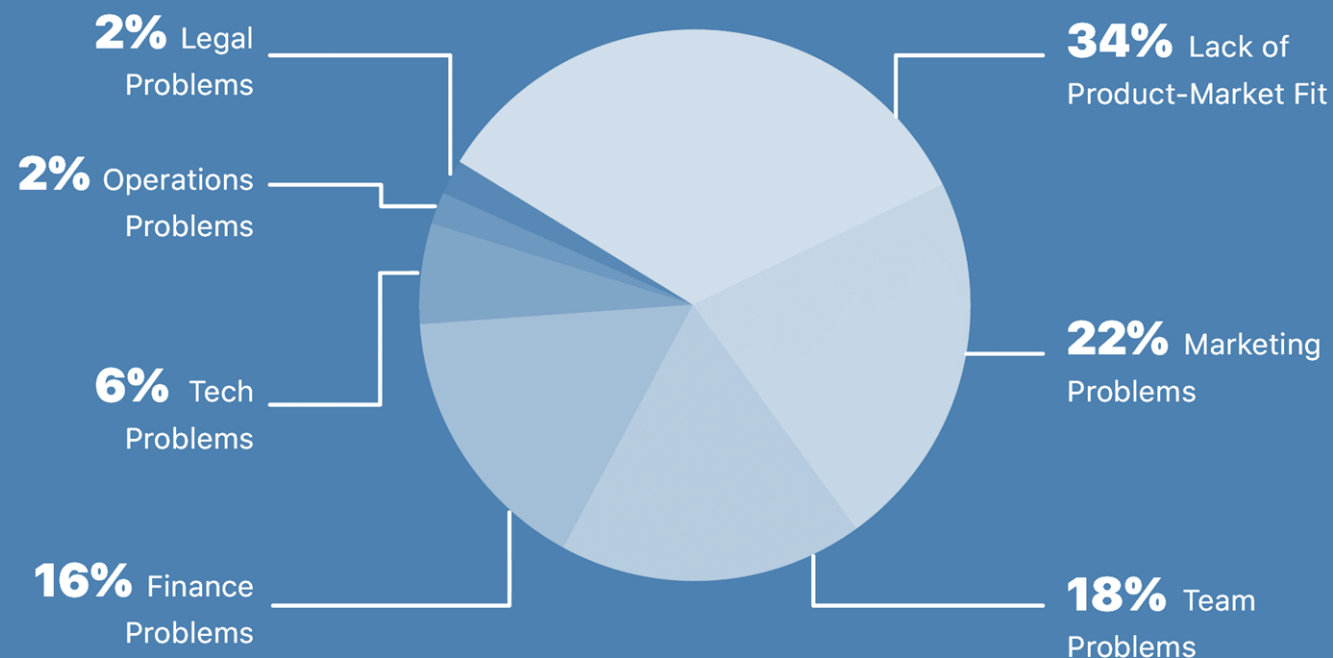
تقریباً ۳۵ درصد از استارتاپ‌های سری A قبل از رسیدن به سری B شکست می‌خورند

۶۰ درصد استارتاپ‌ها بین مراحل پیش بذری و سرمایه‌گذاری سری A شکست می‌خورند

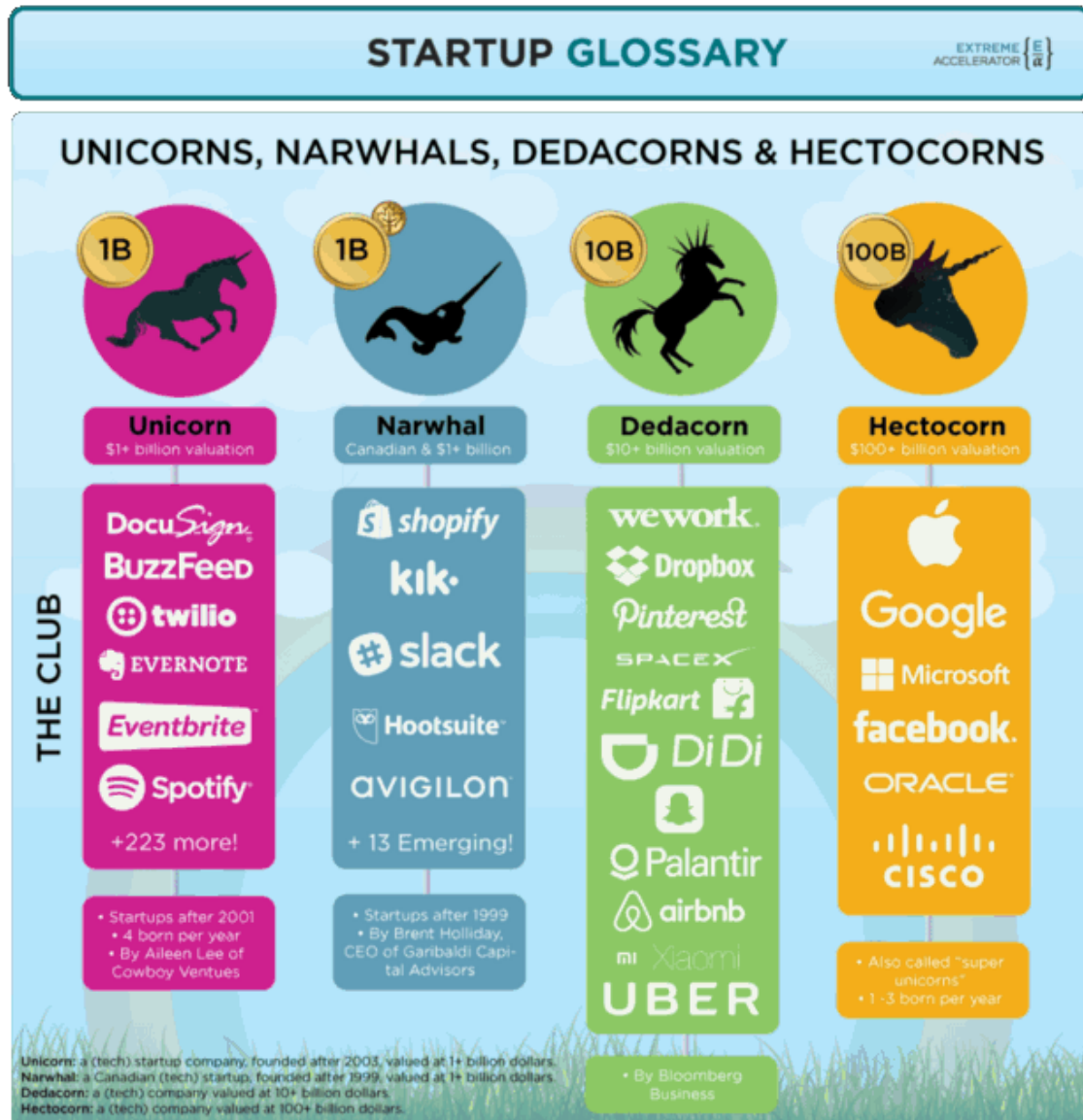
۲۵ تا ۳۰ درصد از استارت‌آپ‌های تحت حمایت VC با وجود بودجه مکفی باز هم شکست می‌خورند

دلایل شکست

Common Reasons For Startup Failure

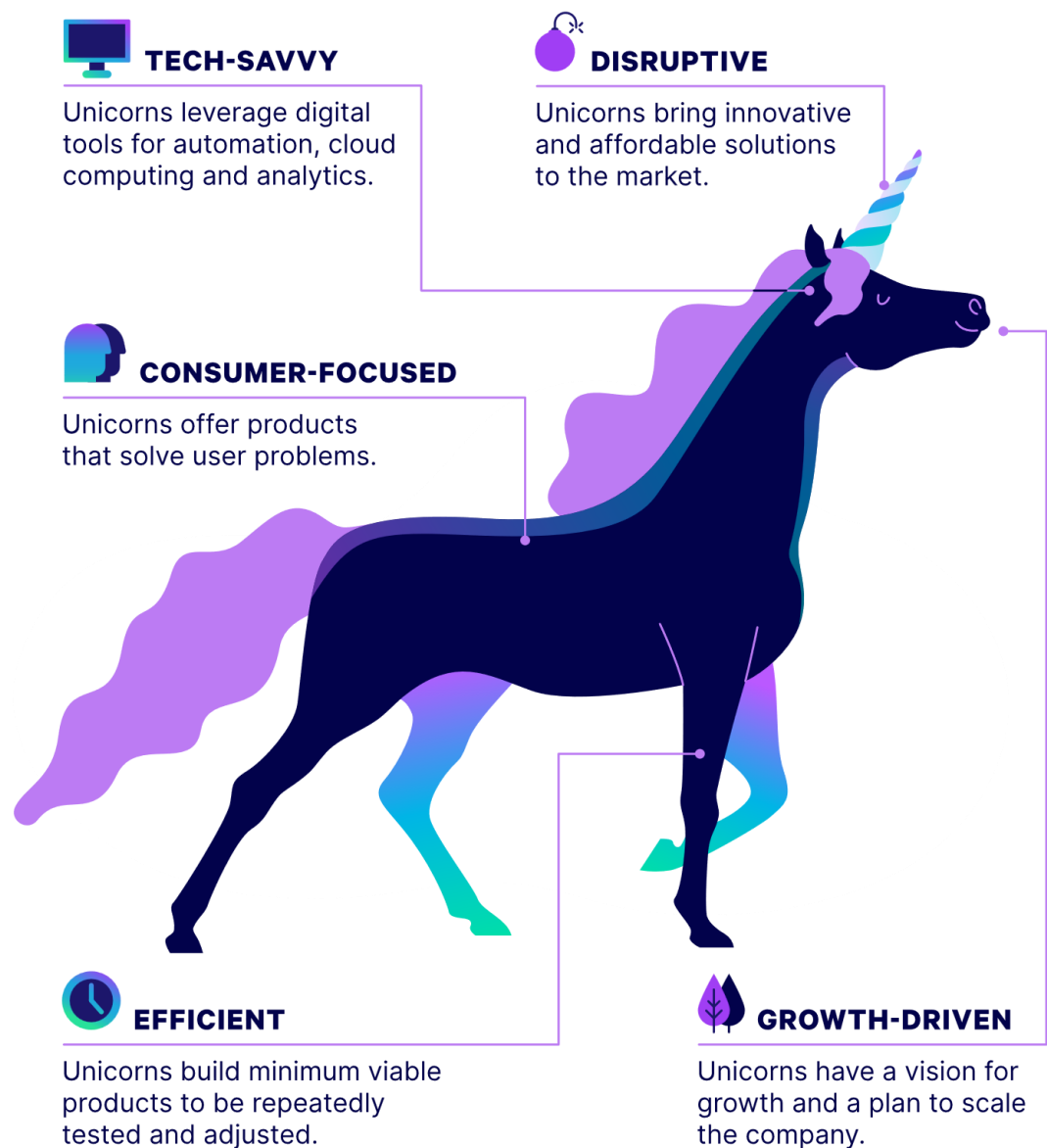


Information from 80+ failed startup interviews we've carried out.



دسته‌بندی استارت‌آپ‌ها

ویژگی‌های تک شاخ



۳. مراکز حمایت از استارت‌آپ‌ها

اکوسیستم استارت‌آپی و انواع مراکز حمایت استارت‌آپ‌ها

مراکز حمایت از استارت‌آپ‌ها

سرمایه‌گذاران خطرپذیر
Venture Capital

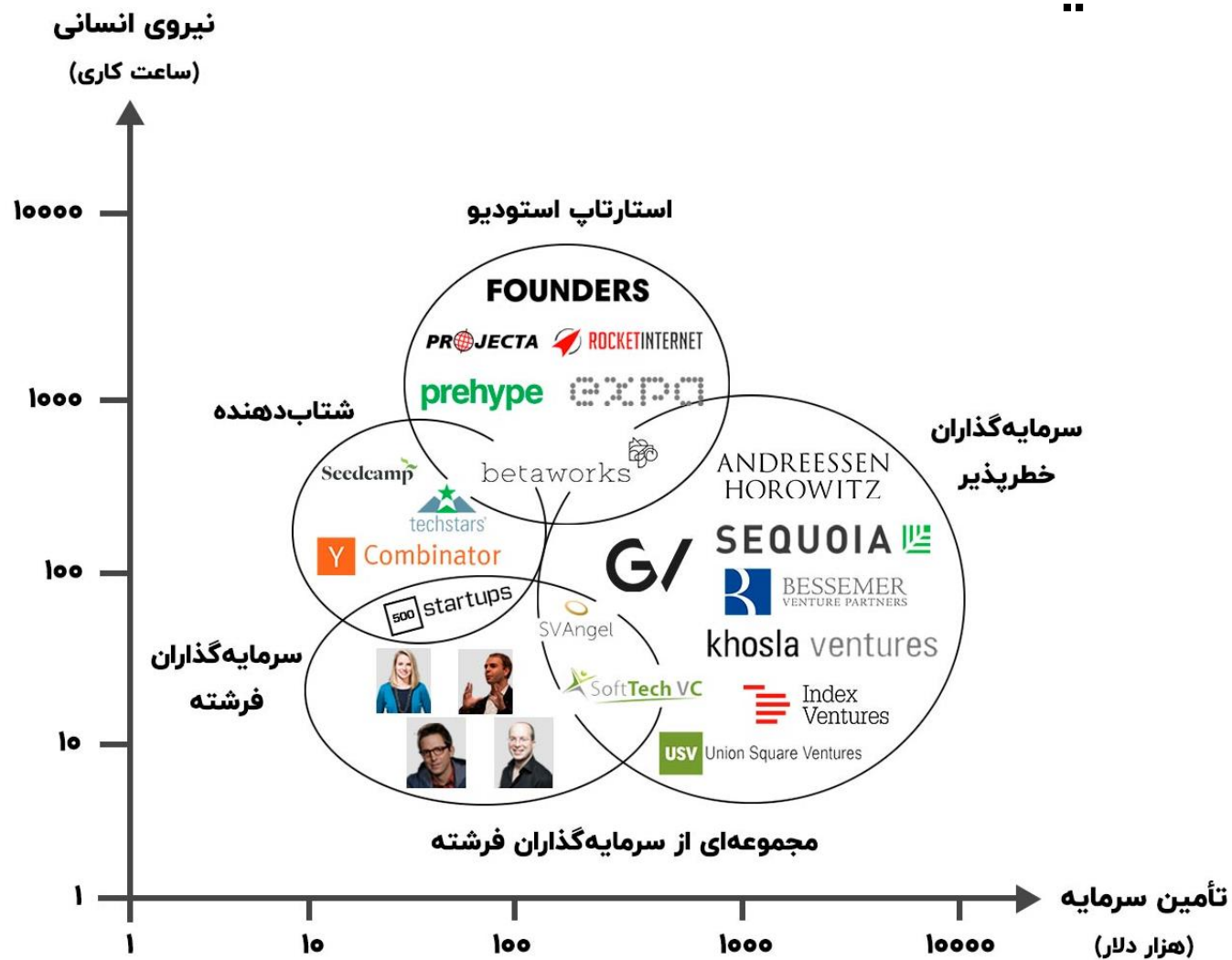
سرمایه‌گذاران فرشته
Angel Investors

استارت‌آپ استودیو
Startup Studio

مرکز رشد
Incubator

شتاب‌دهنده
Accelerator

موقعیت هر حمایت‌کننده

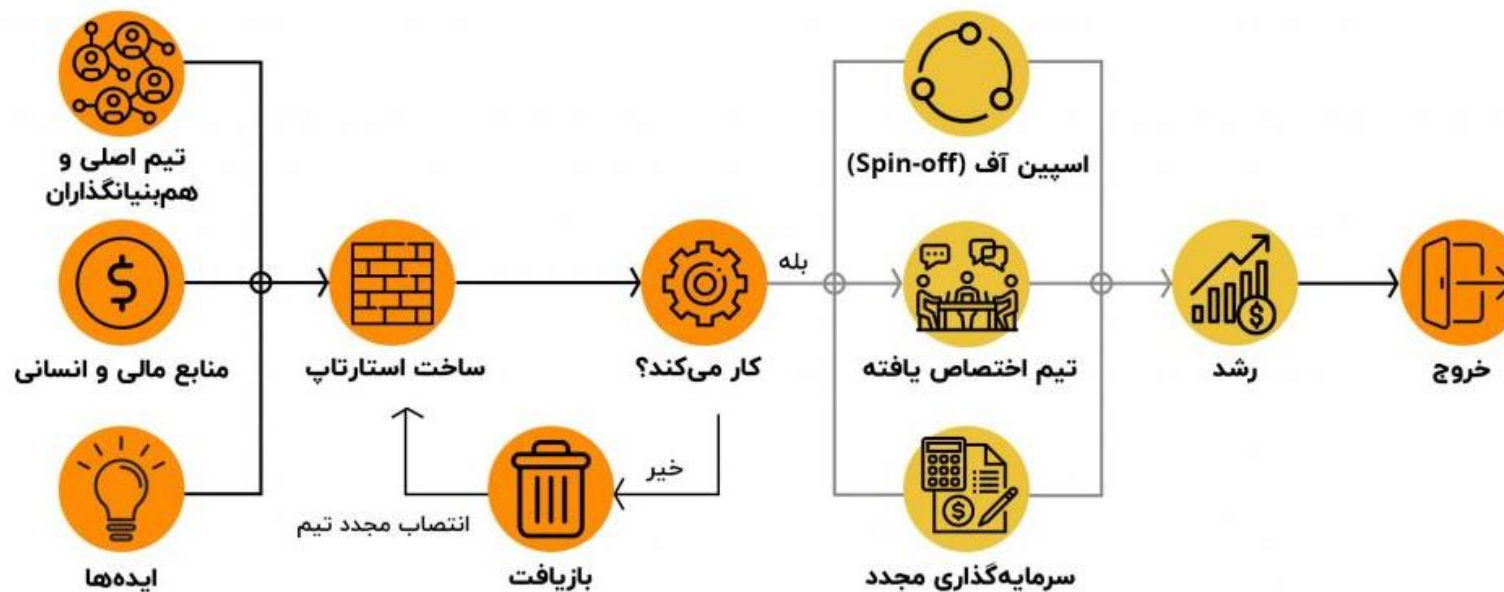


مقایسه مراکز حمایت‌کننده

استارت‌آپ استودیو	شتاب‌دهنده	سرمایه‌گذاران خطرپذیر (VC)
تعداد استارت‌آپ در سال	۲ - ۴	۱۰ - ۲۰ و بیشتر
مرحله استارت‌آپ هنگام جذب	خلق ایده	تجاری‌سازی
مدت زمان برنامه	۳ تا ۷ سال	۲ تا ۳ سال
برنامه‌های مدون	-	++
میزان حمایت کارکنان و اعضای مرکز	++	+
میزان ارتباط با مدیران	++	+
اندازه تیم داخلی	++	+
تأثیر اکوسیستم و شبکه ارتباطی	++	+
میانگین سرمایه‌گذاری بذری	بین ۱۰۰ تا ۶۰۰ هزار یورو	بین ۲۰ تا ۱۰۰ هزار یورو
میزان دریافت سهام در ابتدای برنامه	++	-
میزان تمرکز بر حوزه کاری خاص	بیشتر	کمتر
		متوسط

استارت‌آپ استودیو

دیagram استارت‌آپ استودیو

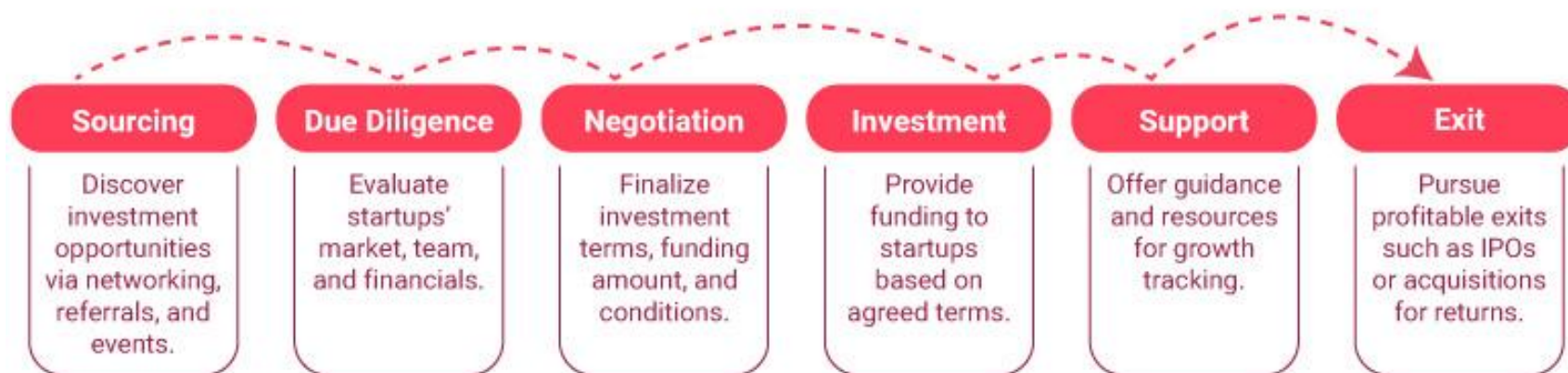


مراکز شتاب‌دهنده

فرآیند مراکز شتاب‌دهنده				
آگاهی	درخواست پذیرش	برنامه شتاب‌دهی	دمو دی (Demo Day)	پسا دمو دی (Post Demo Day)
- از طریق شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌ها - رویدادهای استارت‌آپی	- از طریق وبسایت شتاب‌دهنده یا سایت F6S.com - تمرکز بر تیم استارت‌آپ	- تمرکز بروی منتورینگ - ساخت محصول	- ارائه محصول یا خدمت - ارتباط با سرمایه‌گذاران	- استقلال استارت‌آپ از شتاب‌دهنده - عضویت در شبکه فارغ التحصیلان شتاب‌دهنده

سرمایه‌گذاران خطرپذیر

Typical Venture Capital Process



آزمایشگاه نوآوری



Defining the focus areas

We meet with our partners and they share with us their challenges and technology focus areas.



Calling for startups

Based on our partners' needs, we call for applications and source startups globally.



Finding the top 10%

Our Ventures team does all the necessary due diligence and narrows it down to the best applicants.



Choosing startups for Selection Day

Our corporate partners collaboratively rank the startups and choose a final selection to present at Selection Day.



Kicking off the program

After a final round of voting, the selected startups enter a 12-week acceleration program.

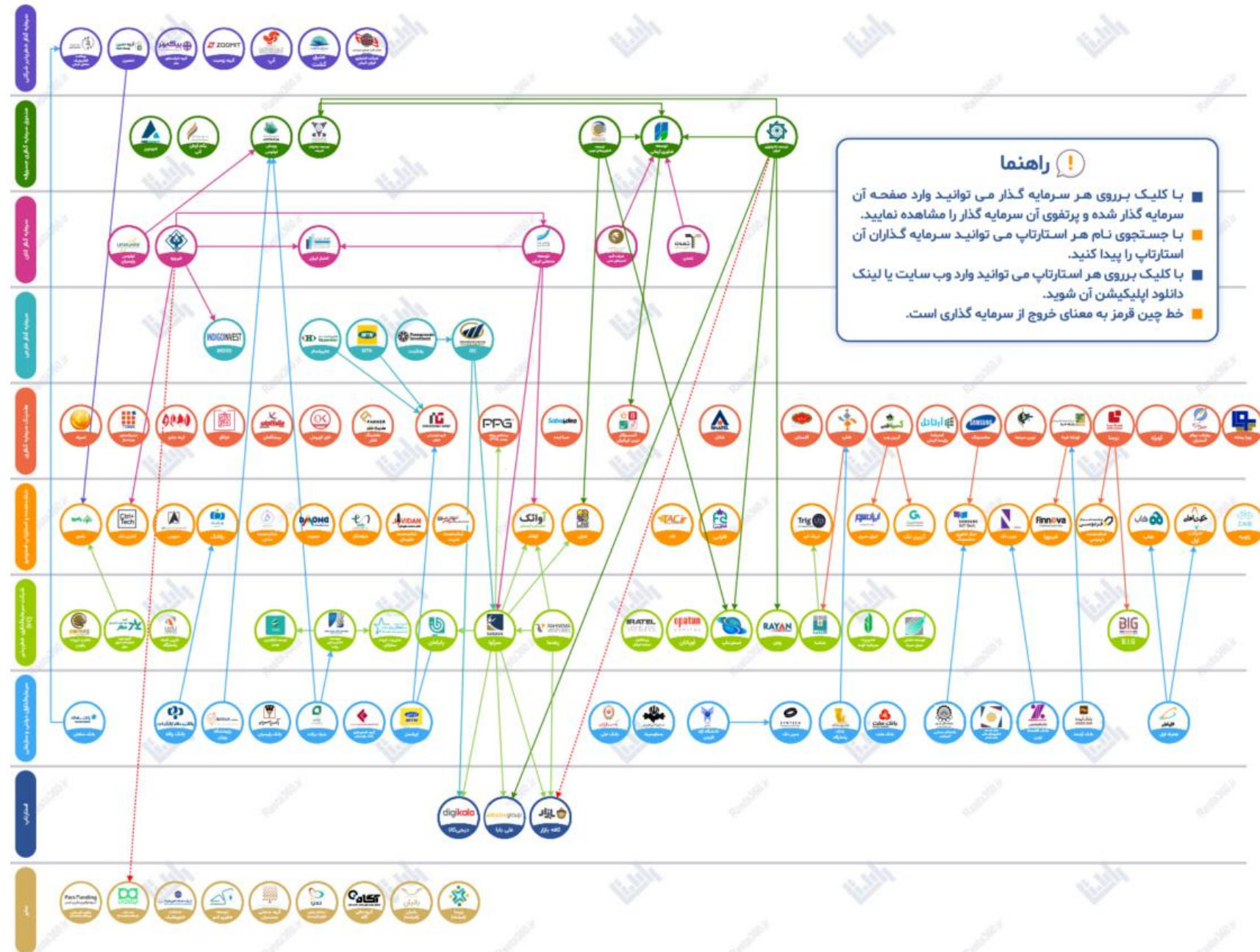


Wrapping up the program

At the end of the program, they present the progress they've made in an Expo Day.



نقشه جامع اکوسیستم استارت‌آپی ایران



۴. گام‌های اجرایی یک استارت‌آپ

- طرح کسب و کار
- ارائه
- محصول
- بازار
- مدیریت کسب و کار

Startups Business Plan Basics

طرح کسب و کاری



WHO

Who are the key players involved in the business?



WHAT

What products or services do you offer?



WHY

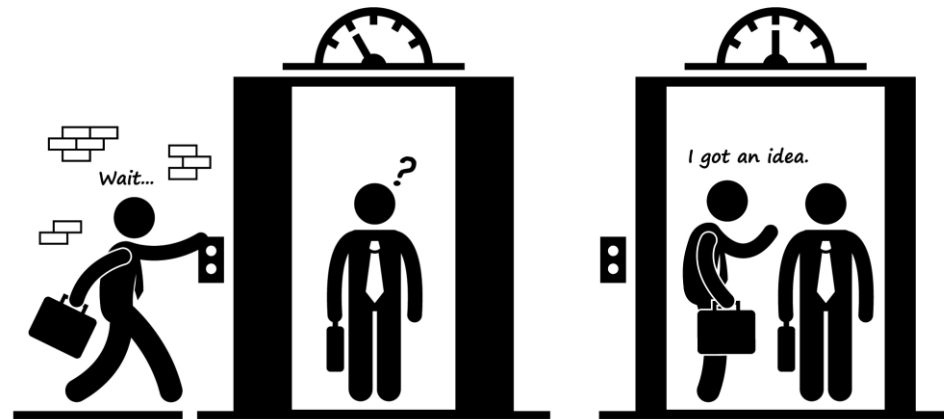
Why would customers choose you?



بوم مدل کسب و کاری



اجزای کلیدی ارائه آسانسوری



Who Are You?

What Do You Do?

How Do You Do It?

What Makes
You Unique?

Brainstorming Your Elevator Pitch

Introduction

Include your name, job title, or company name.

Experience

Provide some background, like previous roles, projects, or initiatives.

Goals

State your goal or the pain point you hope to address.

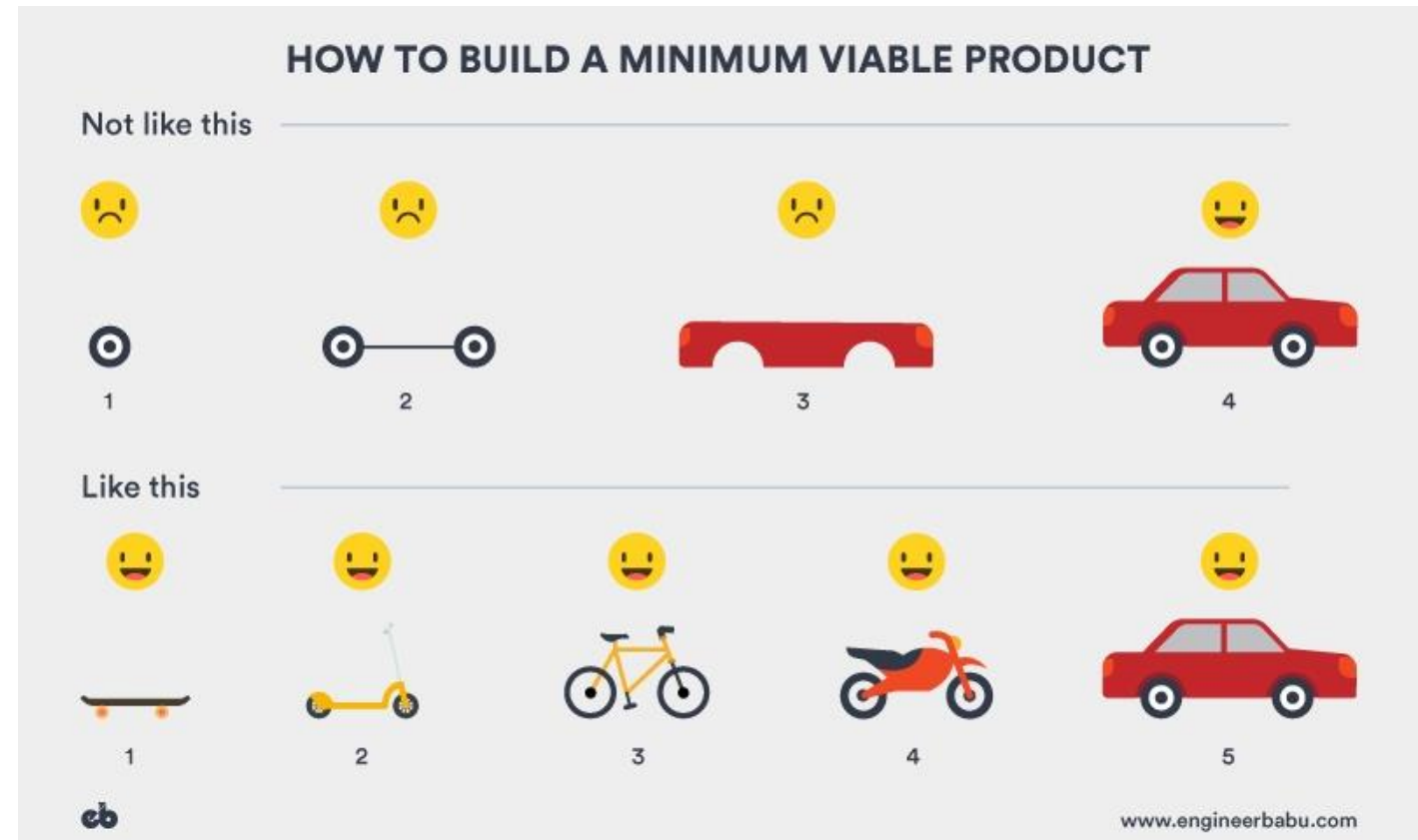
Solution

Share your unique solution to the problem or your idea for achieving your goal.

Plan

Lay out your plan or the specific reasons you will be successful.

حداقل محصول قابل ارائه



محصولی با ویژگی‌های کافی برای جذب مشتریان اولیه و تأیید یک ایده محصول در اوایل چرخه توسعه محصول است.

استراتژی ورود به بازار

1.

Main Reasons Why Startups Need Go-To-Market Strategy



Secure Faster Profit



Reduce Potential Risks



Discover All Particularities of Your Business and Product



Make Investors More Sure



Gain a Competitive Advantage

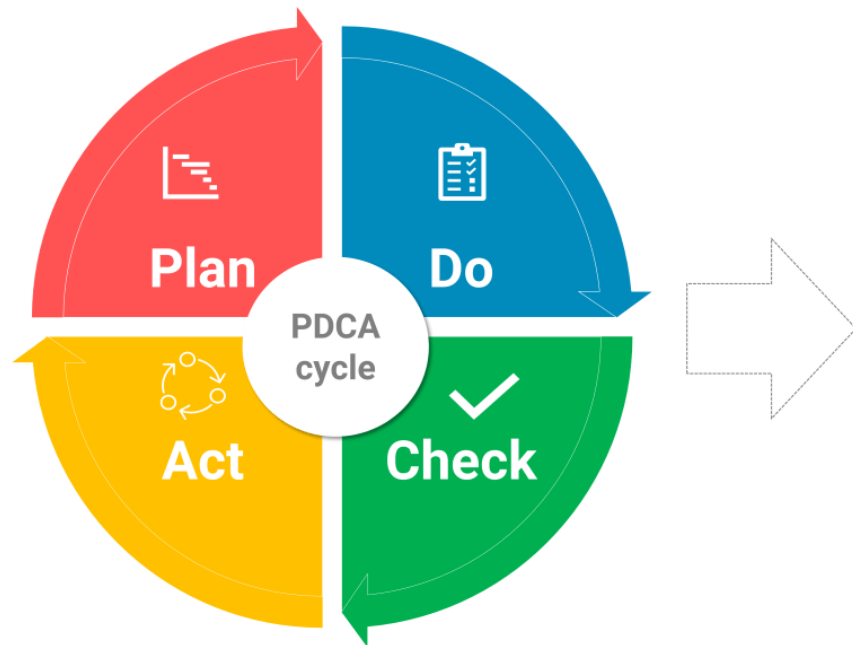
2.

How to Create a Go-To-Market Strategy for Startups

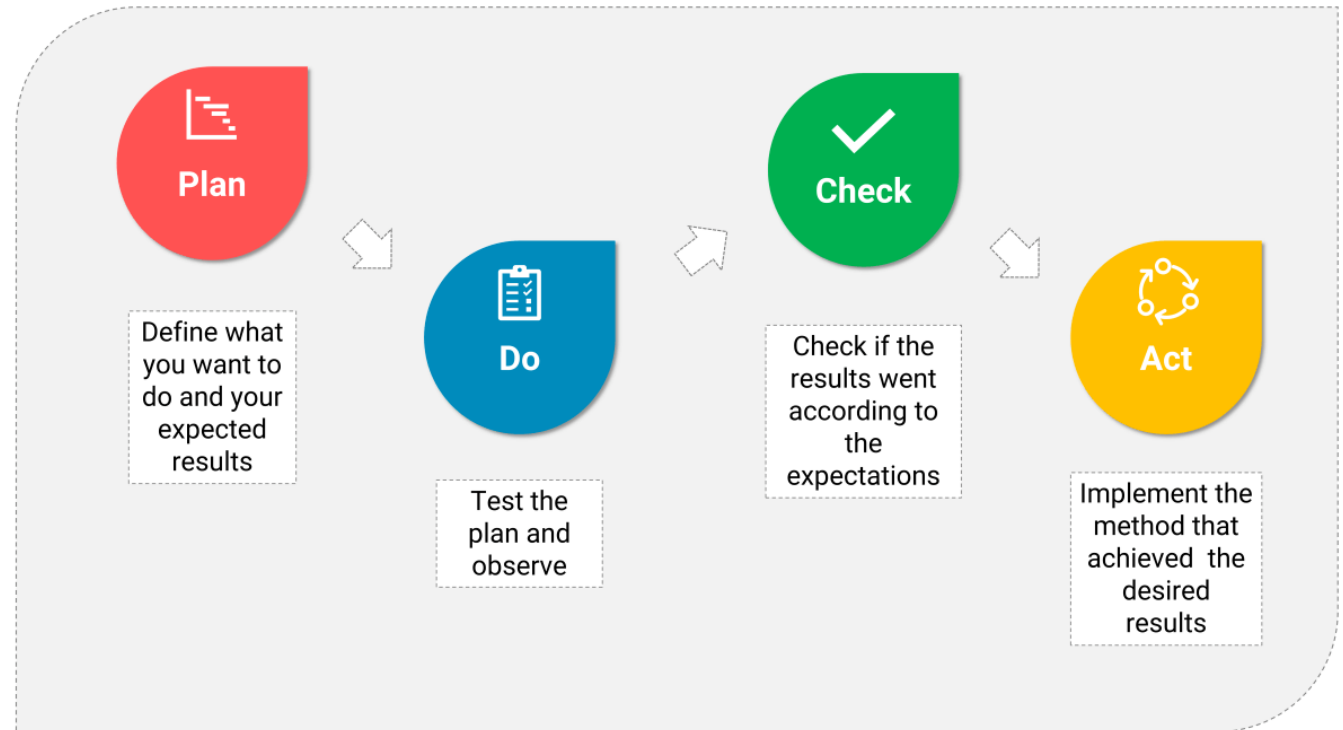


چرخه دمینگ و مدیریت استارت‌آپ

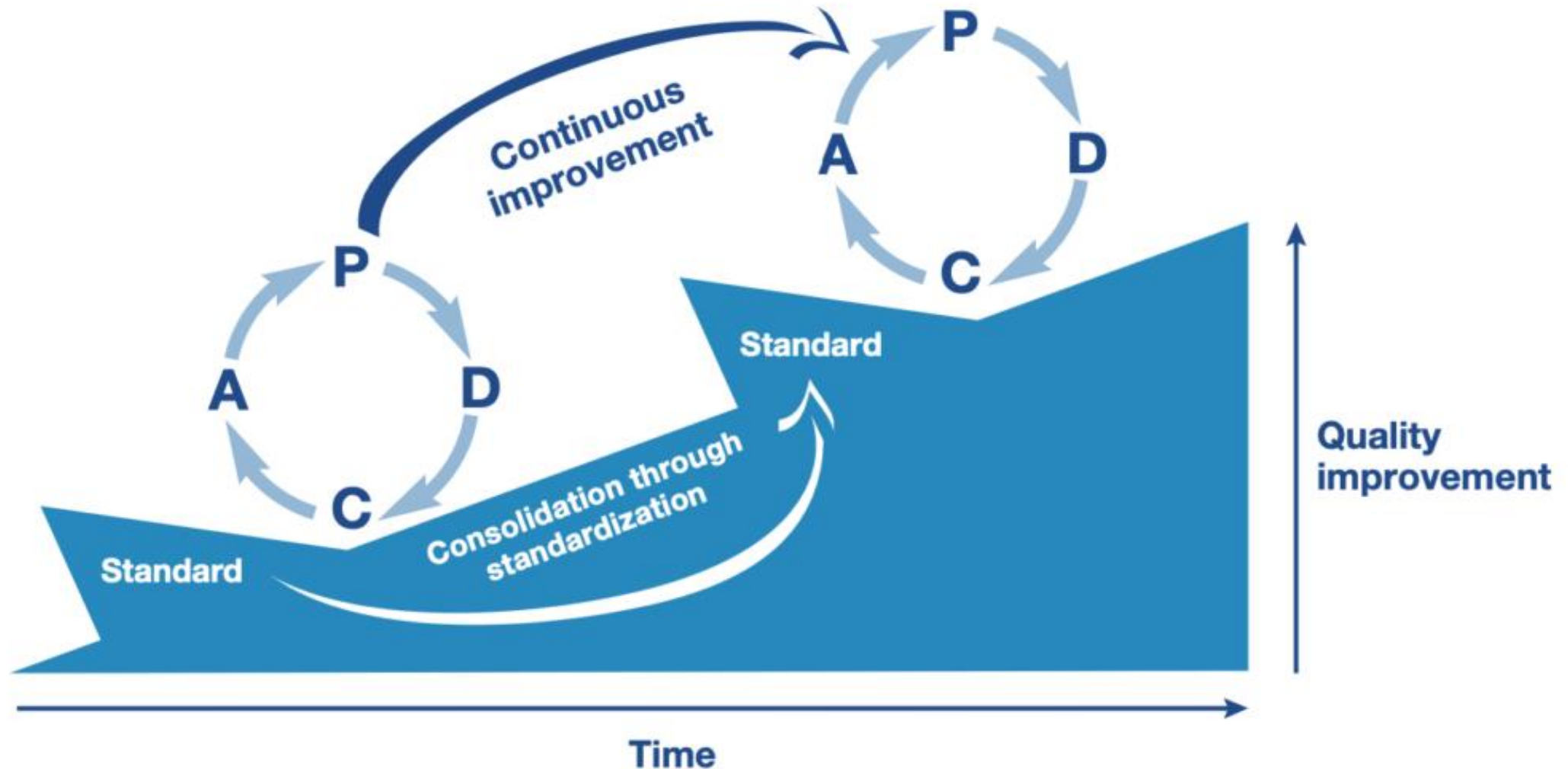
PDCA cycle



PDCA steps

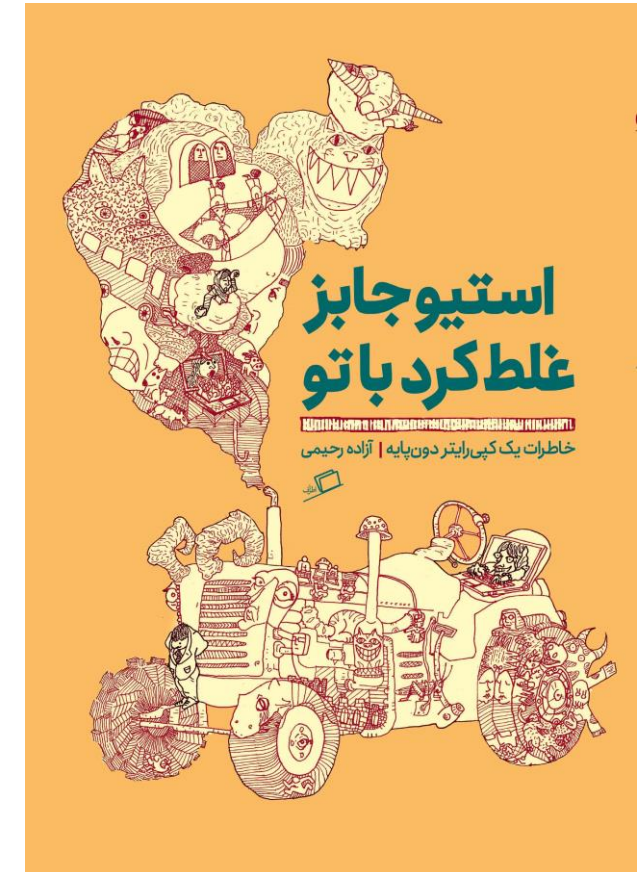


چرخه دمینگ و مدیریت استارت‌آپ

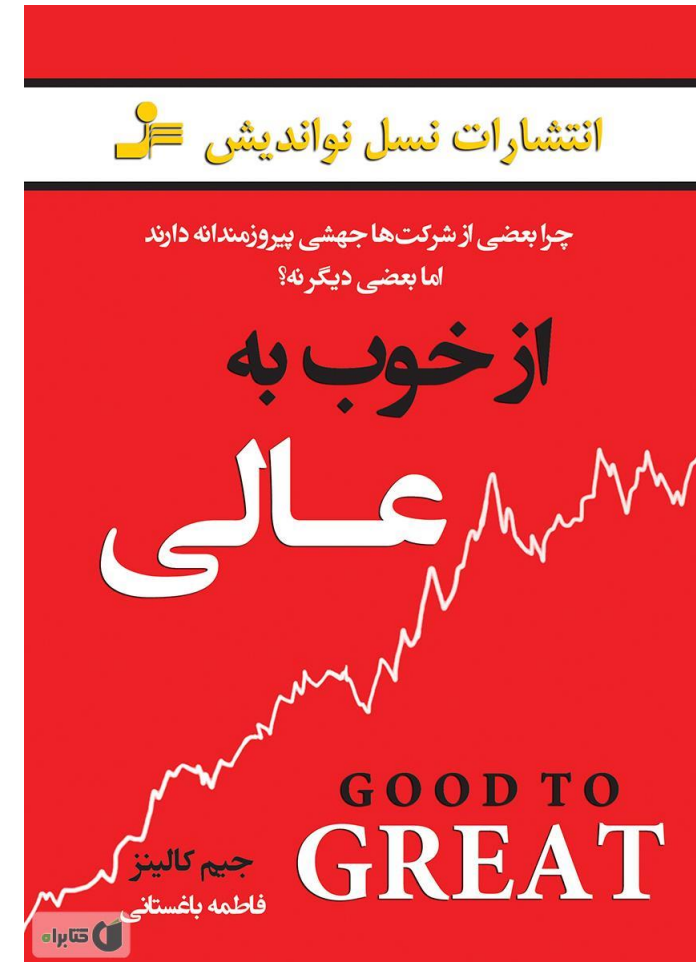
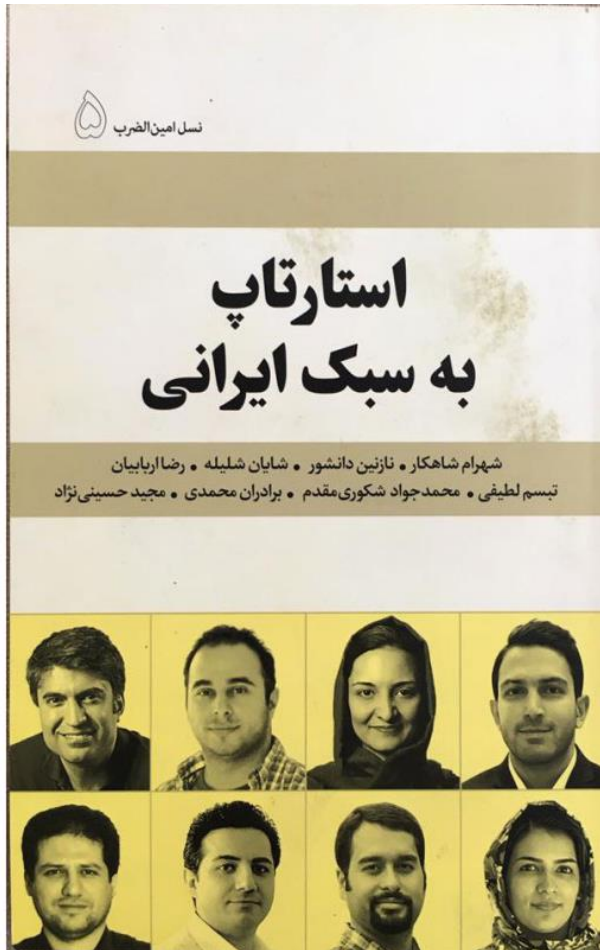


۵. پیشنهاد مطالعه کتاب

معرفی کتاب



معرفی کتاب



با تشکر از توجه شما