

یادداشت



جای خالی هدایتگران در استارت آپ‌ها

حسن محمدی

مشاور امور استارت‌آپی

اگر بخواهیم واقعیت‌های موجود را در نظر بگیریم، فضای استارت‌آپی در کشور ما به گونه‌ای شکل گرفته که در حوزه ایده ظرفیت و پتانسیل خوبی در میان جوانان وجود دارد؛ اما این ایده‌ها اغلب در مراحل بعدی و در مرحله تجاری‌سازی یا چالش‌های متعدد مواجه می‌شوند. اکنون در فضایی مانند بازار سرمایه صندوق‌های متعددی وجود دارند که مایل به همکاری با استارت‌آپ‌ها هستند اما در اغلب موارد این علاقمندی به خروجی موفق ختم نمی‌شود؛ چراکه یا این صندوق‌ها شناخت دقیقی از فضای استارت‌آپی و ملزومات آن ندارند یا همچنان در بحث تجاری‌سازی موانعی سد راه می‌شود.

متأسفانه اکنون اگرچه شرکت‌ها و جوانان بسیاری مایل به فعالیت در اکوسیستم استارت‌آپی هستند اما جای افرادی که به هدایت این ظرفیت بپردازند خالی است. در گذشته برخی افراد بودند که کمک آنها باعث شد استارت‌آپ‌های موفق شکل گرفته و حتی برخی از آنها تبدیل به بنگاه‌های تجارت الکترونیک موفق شوند اما اکنون جای چنین افرادی خالی است و همین معدود کمک‌کنندگان به این فضا هم در سال‌های گذشته مجبور به مهاجرت شده‌اند.

فعالیت‌های استارت‌آپی این روزها با مشکلات متعددی از وضعیت اقتصادی حاکم بر جامعه گرفته تا بحران‌های سیاسی و غیره مواجه است و در این شرایط تکلیف جوانان برای ایجاد و توسعه یک استارت‌آپ مشخص نیست. در چنین فضایی اشتغالزایی استارت‌آپ‌ها هم با اما و اگرهای خاص خود همراه است. اگر بخواهیم صادقانه صحبت کنیم شاید در این سال‌ها سهم شرکت‌های نوپا از اشتغال کمتر

از حد مورد تصور بوده باشد. به عبارت دیگر، اگرچه فعالیت این شرکت‌ها توانسته تأثیری قابل توجه در حل مشکلات مردم برجا گذارد، اما در نهایت به واسطه آنها در برخی موارد نیز شاهد ایجاد تغییراتی در مشاغل سنتی بوده‌ایم. به طور مثال فعالیت تاکسی‌های آنلاین با فروشگاه‌های مجازی را می‌توان گواهی بر این ادعا دانست و چنین نتیجه‌گیری کرد که فعالیت این شرکت‌ها اگرچه برای عده‌ای منجر به اشتغال شده اما در نهایت برخی از مشاغل سنتی را با تهدید مواجه کرده است.

اما چنانچه عزمی راسخ برای افزایش ظرفیت اشتغال استارت‌آپ‌ها وجود داشته باشد شاید عرصه‌های بین‌المللی فضای مساعدی باشد تا بتوان با ایجاد شرکت‌های نوپا اشتغالزایی کرد، به طور مثال حوزه‌هایی مانند واردات و صادرات این امکان را فراهم خواهند آورد. بر این اساس حتی استارت‌آپ‌ها در حوزه‌های مختلفی از تولید دارو گرفته تا مصنوعات مانند کیف و کفش می‌توانند اقدام به واردات مواد اولیه مورد نیاز این صنایع کنند تا با رسیدن به خودکفایی در تولید از واردات محصولات و برندهای خارجی بی‌نیاز شویم.

از سوی دیگر، اگر قرار بر فعالیت اثرگذار این شرکت‌ها باشد لازم است برخی حمایت‌ها نیز از آنها صورت گیرد. اکنون در بسیاری موارد فعالان شرکت‌های استارت‌آپی اطلاعات جامعی در حوزه‌هایی مانند بیمه و مالیات نداشته و برخی شتاب‌دهنده‌ها از این موضوع به عنوان یک سلاح استفاده کرده و به فعالیت در این زمینه پرداخته‌اند. در واقع امور بیمه‌ای و مسائل مربوط به مالیات این روزها برای بسیاری از فعالان این عرصه تبدیل به چالش شده؛ چراکه فعالان استارت‌آپی اطلاعات جامعی در این حوزه نداشته و از بسیاری مسائل این حوزه بی‌اطلاع هستند. در چنین شرایطی اگر در سازمان‌هایی مانند تأمین اجتماعی یا امور مالیاتی بخشی برای ارائه مشاوره به این شرکت‌ها در نظر گرفته شود، بسیاری از مشکلات این شرکت‌ها مرتفع خواهد شد.

گزارش
استارت آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان دارای ظرفیت‌هایی هستند که طی دهه‌های گذشته و با گسترش ضرب نفوذ اینترنت از آنها برای اشتغالزایی بهره‌گیری شده؛ اما با این وجود، اشتغال استارت آپ‌ها از موضوعاتی است که با موانع و چالش‌های متعددی نیز مواجه است.

فرانک جوادی

روشننگار

اشتغال را می‌توان پاشنه آشیل اقتصاد دانست. بر این اساس دولت‌های مختلف همواره توجهی ویژه نسبت به این موضوع داشته و دارند. سید ابراهیم ربیسی نیز طی دو سال فعالیت خود و حتی قبل از آن بر ایجاد سالانه یک میلیون شغل تأکید داشت.

در این میان، در سال‌های گذشته همواره بر این نکته تأکید شده که امروزه دیگر راهکارهای قبل برای اشتغال پاسخگو نیست و لازم است کسب و کارهای نوینی ایجاد شود؛ تا جایی که زمانی حاتم شاکرمی، معاون وقت روابط کار و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفته بود «در بسیاری از مشاغل آینده، مهارت‌های امروز کاربردی نیستند و باید به فکر مهارت‌های تازه باشیم. در آینده کمبود اصلی در حوزه مهارت‌هاست؛ چنانچه بر اساس گزارش‌ها ۶۵ درصد کودکانی که اکنون وارد دبستان می‌شوند مشاغلی را انتخاب خواهند کرد که امروز وجود ندارد. لذا دولت‌ها و ملت‌های تمام دنیا باید خود را برای تغییرات بازار کار آماده کنند و بر اساس مهارت‌آموزی و نیازهای آینده کار وارد بازار کار شوند.»

اکنون توسعه فناوری اطلاعات و ضرب نفوذ اینترنت موجب شده فضای کسب و کارها دستخوش تغییرات متعدد شود. بر این اساس با بهره‌گیری از پلتفرم‌های مختلف شاهدیم حتی بخشی از جامعه مانند زنان خانه‌دار که در سال‌های گذشته هیچگاه سابقه اشتغال نداشته‌اند اکنون با استفاده از این فضا به ارائه توانمندی‌های خود پرداخته و از کارهای دستی و هنری خود تا توانایی‌هایی که در پخت‌وپز دارند را به کار می‌گیرند و در بسیاری موارد حتی بدون اینکه از خانه خارج شوند به فعالیت پرداخته

گفت‌وگو

محبوبه نقره‌خامه

روشننگار

هادی فرزد، کارشناس ارشد فناوری اطلاعات با گرایش کسب و کارهای الکترونیک در گفت‌وویی با آتی‌نو، گفت: «با توجه به شرایطی که استارت‌آپ‌های ایرانی دارند شاید ارائه آمار دقیقی از تعداد این شرکت‌ها یا اشتغال ایجاد شده در قالب فعالیت آنها ممکن نباشد، اما اگر در این حوزه وضعیت را در قیاس با دنیا مورد بررسی قرار دهیم، شاید بتوان نتایج را تعمیم داد.» او ادامه داد: «بسیاری از استارت‌آپ‌ها؛ چه در ایران و چه در سطح جهان تبدیل به شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگی می‌شوند که دیگر نمی‌توان برای آنها عنوان استارت‌آپ را اطلاق کرد، به همین دلیل تعداد افراد شاغل در آنها نیز به طور منطقی در محاسبه اشتغال ایجاد شده توسط استارت‌آپ‌ها جای نخواهد داشت.»

این کارشناس فناوری اطلاعات افزود: «در سطح جهانی نیز در کشورهایی مانند آمریکا در مقطعی از زمان با گسترش ضرب نفوذ اینترنت تعداد مشاغل و کسب و کارهایی که بر پایه اینترنت فعالیت دارند یکباره با رشد مواجه شد. بر این اساس در آمریکا شاهد بودیم جمعیتی حدود ۴,۷ تا ۵ میلیون نفر در کسب و کارهای اینترنتی اشتغال یافته و بسیاری کسب و کارهای اینترنتی با پسوند (.com) ایجاد شد، اما در سال ۲۰۰۰ حباب (.com)‌ها ترکید و بدین ترتیب عده بسیاری بیکار شدند؛ تا جایی که اشتغال افراد در این حوزه به حدود ۲,۲ میلیون نفر رسید.»

چرا برخی استارت آپ‌ها شکست می‌خورند؟

فرزاد در ارتباط با چرایی از بین رفتن این کسب و کارها گفت: «هر بازار میزان مشخصی از نیاز و تقاضا را دارد و متأسفانه در فعالیت شرکت‌های اینترنتی در بسیاری موارد اندازه بازار

و کسب درآمد می‌کنند. البته قطعاً هر فعالیتی را نمی‌توان اشتغال در نظر گرفت و باید شاخص‌های مختلفی را مدنظر قرار داد؛ اما در هر صورت نمی‌توان منکر این موضوع شد که شرایط ایجاد شده و دسترسی به اینترنت محیط و کلیات کسب و کارها را دستخوش تغییر کرده است؛ حال آنکه در این فضا شرکت‌هایی مانند استارت‌آپ‌ها تا چه اندازه در اشتغال تأثیر دارند، موضوعی است که جای بررسی دارد.

استارت آپ چیست؟

اگر بخواهیم تعریفی کلی از استارت‌آپ‌ها ارائه دهیم استارت‌آپ‌ها (که به آنها شرکت‌های نوپا یا نوآفرین نیز گفته می‌شود) کسب و کارهایی هستند که اغلب در نتیجه کارآفرینی یک یا چند نفر ایجاد می‌شوند و در بسیاری موارد امکان رشدی سریع دارند؛ چراکه به واسطه راهکاری نوآورانه قادر به رفع نیازی خاص هستند.

برخی آمارهای غیررسمی گویای آن است که هر استارت‌آپ می‌تواند برای هفت نیروی تحصیلکرده اشتغال ایجاد کند. طبق برخی مستندات منتشر شده ۵۳ درصد از بنیانگذاران کسب و کارهای نوپا در ایران در مقطع کارشناسی ارشد تحصیل کرده‌اند. سهم فارغ‌التحصیلان کارشناسی در ایجاد و بنیانگذاری



این شرکت‌ها به ۳۰ درصد می‌رسد و دارندگان مدرک دکترا ۱۵ درصد از بنیانگذاران استارت‌آپ‌ها را تشکیل می‌دهند.

همچنین آمارهای ارائه شده گویای آن است که بیش از ۶ هزار شرکت استارت‌آپی در ایران فعالیت دارند که از این میان داده‌های بیش از ۵۰۰ استارت‌آپ ایرانی نشان می‌دهد بیش از ۵۰ درصد از این کسب و کارهای نوپا توسط یک نفر تأسیس شده؛ در حالی که سهم استارت‌آپ‌هایی با دو بنیانگذار به ۳۲/۵ درصد می‌رسد. همچنین ۱۳/۷ درصد از کل استارت‌آپ‌های بررسی شده توسط سه نفر تأسیس شده است. در این بین نسبت‌های خانوادگی از دیگر موضوعات بررسی شده در بین بنیانگذاران استارت‌آپ‌های ایرانی است که برخی گزارش‌ها گویای آن است که دست‌کم در ۲۰ درصد از استارت‌آپ‌ها، بنیانگذاران با هم نسبت خانوادگی دارند.

سهم استارت آپ‌ها از بازار ایران و جهان

آمارهای موجود گویای آن است که تا سال ۱۳۹۷، استارت‌آپ‌های بخش خرید و فروش کالا و ایجاد فروشگاه‌های اینترنتی ۲۰ درصد، خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات ۱۲ درصد، مشاوره‌های آموزشی و سرگرمی ۱۰ درصد، اطلاع‌رسانی و درج آگهی‌ها ۷

یک کارشناس فناوری اطلاعات در گفت‌وگو با آتی‌نو تأکید کرد

کسب و کارهای نوین، جای بی‌مهارت‌ها نیست

در حرکت است که سهم اشتغال این حوزه به نیروهای خبره اختصاص یافته و افراد فاقد مهارت به تدریج در معرض خطر از دست دادن شغل خود خواهند بود.

اغلب تعریفی مشخص داشته و مزایا و درآمد ثابتی دارند، اما معمولاً در شرکت‌های استارت‌آپی شرایط اینگونه نیست و افراد شاغل در شرکت‌های نوپا برای استفاده از خدماتی مانند بیمه نیازمند مواردی مانند کارگاه هستند که این موضوع نیز به عمر مفید این واحدها بی‌ارتباط نیست و به طور طبیعی افراد شاغل در این شرکت‌ها در قیاس با کارمندان سازمان‌ها شرایط جذابی نداشته و در مدتی نه‌چندان طولانی شغل و بیمه خود را از دست می‌دهند و در قیاس با سازمان‌ها از مزایایی به مراتب کمتر بهره‌مند می‌شوند. البته در این میان نمی‌توان از نقش سازمان تأمین اجتماعی در همکاری با بسیاری از استارت‌آپ‌ها غفلت کرد؛ اما به هر حال، قوانین در این زمینه نیازمند بازنگری هستند.»

فرزاد در بخش پایانی صحبت‌های خود نیز به تغییر نیازها در بازار کار اشاره و تأکید کرد: «پس از پایان همه‌گیری کرونا از سال ۲۰۲۲ در تمام دنیا شاهد نوعی رشد در استخدام کسب و کارهای آنلاین و مجازی بودیم اما در این عرصه تفاوت‌های قابل توجهی ایجاد شده است. به استناد آمارهای بین‌المللی در این مدت ۳۴ درصد استخدام‌ها به افرادی مربوط بوده که از کارمندانی با توانایی متوسط خبرتر هستند و در حوزه‌هایی مانند حل مسأله، تصمیم‌گیری بحران، خلاقیت، نوآوری و مواردی از این دست حرفی برای گفتن دارند. این افراد به نسبت کارمندانی با توانایی‌های متوسط درآمد بیشتر داشته و معمولاً در رده‌های مدیریتی جای می‌گیرند. افرادی که دارای تفکر خلاق هستند نیز سهمی در حدود ۱۵ تا ۱۶ درصد استخدام‌ها را به خود اختصاص داده‌اند اما این وجود باید توجه داشت با توجه به این شرایط در سال‌های پیش‌رو افرادی که دارای توانمندی تخصص کمتری بوده و در رده‌هایی مانند اپراتور مشغول فعالیت بوده‌اند با روی کار آمدن هوش مصنوعی با این تهدید مواجه هستند که از چرخه اشتغال حذف شده و شغل خود را از دست دهند.»

چالش‌های بیمه‌ای شاغلان استارت آپ‌ها

این کارشناس کسب و کارهای مجازی در بخش دیگری از صحبت‌های خود به مباحثی مانند بیمه اشاره کرد و گفت: «در بحث بیمه نیروی انسانی معمولاً یکی از چالش‌های پیش‌روی استارت‌آپ‌ها آن است که با سازمان‌ها قیاس شده و هم رده با آنها در نظر گرفته می‌شوند. سازمان‌ها