

بنام خدا

انجمن علمی تجارت الکترونیکی ایران

برگزاری مسابقه استارت آپها در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات

بویژه در کسب و کار و تجارت الکترونیکی

مقدمه :

امروزه اهمیت و نقش فناوری در رشد اقتصادی کشورها بر هیچکس پوشیده نیست و کشورها تلاش می‌کنند سیاست‌های توسعه صنعتی و اقتصادی خود را همسو با سیاست‌های فناوری تدوین کنند، چرا که دیگر با اتکای صرف به منابع طبیعی نمی‌توان به رشد اقتصادی دست یافت. به عبارت دیگر آنچه امروز تضمین کننده رشد و پیشرفت کشورهاست منابع و توان فناورانه و نوآورانه آنهاست.

وابستگی اقتصاد کشور به صادرات یک محصول باعث آسیب‌پذیری بسیار بالای اقتصاد آن کشور می‌شود و آسیب‌پذیری اقتصاد تک محصولی زمانی بیشتر می‌شود که این محصول منبع طبیعی موجود در کشور باشد. بدیهی است در چنین شرایطی هرگونه نوسان غیرعادی که در قیمت این کالا یا کالاهای محدودی که منابع اصلی درآمد را تشکیل می‌دهد به وجود آید، آثار پردامنه‌ای بر ساختار اقتصادی، سیاسی و اجتماعی آنها برجا خواهد گذاشت.

در این راستا حرکت به سوی مسیری که در آن صادرات غیر نفتی بویژه صادرات محصولات فناورانه با ارزش افزوده بالا نقش پررنگی داشته باشد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و این مهم محقق نمی‌شود مگر استفاده از صاحبان فکر و اندیشه و نوآور، نیروهای متخصص تحصیلکرده، کارآفرینان، نخبگان و برقراری ارتباط واقعی صنعت با دانشگاه. با نگاهی به کشورهای توسعه یافته بویژه کشورهایی که در مدت زمان کوتاهی جهشی بزرگ در توسعه اقتصادی خود داشته‌اند، در کنار کار و تلاش و افزایش بهره‌وری، اهمیت دادن به تحقیق و پژوهش و استفاده از نخبگان بوده است. در واقع همان نخبگان هستند که چرخ اصلی فناوری را در کشورهای مختلف به حرکت در می‌آورند. در حقیقت نخبگان هر کشور، سرمایه آینده برای آن کشور به‌شمار می‌آیند.

با توجه به پتانسیل بالای ایران از نظر نیروی انسانی خلاق و کارآزموده و نیز فاصله قابل توجه بازار کسب و کار سنتی با کسب و کار نوین ایران تا اشباع، در صورت ساماندهی بهینه و به موقع این فضا، می‌توان اکوسیستم کارآفرینی را به مرحله رشد و سودآوری در سطح ملی رسانده و کشور را در حوزه اقتصاد دیجیتال و اقتصاد دانش بنیان در سطح جهان مطرح کرد.

آنچه مسلم است ساختار اقتصادی دنیای امروز با گذشته به‌طور اساسی تغییر کرده است. شاخص‌های سخت‌افزاری و دارایی‌های مشهود که دیروز در جایگاه یک بنگاه اقتصادی، نقش تعیین‌کننده داشت جای خود را به نوآوری، ابداع، خلق محصولات جدید و دارایی‌های نرم‌افزاری داده است. اگر دیروز ثروتمندترین افراد دنیا آن‌هایی بودند که منابع مالی بیشتری در اختیار داشتند، امروز ثروتمندترین مردمان دنیا، افراد دانش مدار، خلاق، نوآور و کارآفرین هستند. لذا توسعه اقتصادی دنیای

امروز بر پایه نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی و استفاده عملی و کاربردی از دانش استوار است. اگر بپذیریم که در قرن حاضر اقتصاد جهان و سرعت رشد اقتصادی بر پایه نوآوری و کارآفرینی استوار است، باید بستر لازم را برای رشد کسانی که "ایده را به محصول" و "علم و دانش را به صنعت" تبدیل می‌نمایند فراهم ساخت. اینجاست که اهمیت نقش کارآفرین و نیاز به کارآفرین در جهت توسعه اقتصادی کشور مشخص می‌شود.

بنابراین فراهم آوردن امکان صادرات محصولات و خدمات این حوزه، تهیه و تصویب قوانین حمایتی در قالب برنامه‌های توسعه کشور (مالی و اعتباری، مالیاتی، حقوقی، گمرکی، بیمه‌ای)، توسعه شرکت‌های دانشگاهی و دانش بنیان و توسعه نظام آموزشی برای آشنایی با مباحث کارآفرینی به توسعه و تقویت فضای شکل‌گیری نوآوران کمک قابل توجهی خواهد کرد.

1. بیان مسئله :

اقتصاد واقعی ایران متشکل از بنگاه‌های کوچک و متوسطی است که برای رسیدن به خوداتکایی و فرهنگ مقاومتی نیازمند تقویت هستند و باید با ابزارها و چاشنی‌هایی تقویت شوند که بدون تحمیل هزینه برای صاحبان بنگاه‌ها، ارزش افزوده و ثروت‌آفرینی داشته باشند. در این خصوص استارت‌آپ‌ها از جمله مؤلفه‌هایی هستند که می‌توانند به‌منظور هم‌افزایی علم و ثروت و توسعه اقتصاد دانش‌محور، تجاری‌سازی شده و با استفاده از حوزه‌های فناوری برتر به کمک اقتصاد بیمار ایران آمده و با افزایش بهره‌وری، کشور را برای رسیدن به خوداتکایی آماده نمایند.

برای بحث پیرامون استارت‌آپ‌ها در ابتدا لازم است تا مفهوم آن تبیین شود، چراکه به نظر می‌رسد یکی از خلاهایی که در کشور ما در حوزه استارت‌آپ وجود دارد عدم شناخت صحیح و دقیق از مفهوم استارت‌آپ و نحوه کار آن‌ها است. استارت‌آپ که در فارسی از آن با عنوان شرکت نوپا یاد می‌کنند در واقع به شرکت‌هایی گفته می‌شود که تاریخچه چندانی ندارند. این شرکت‌ها تازه ایجاد شده‌اند و در فاز توسعه و تحقیق برای بازاریابی قرار دارند. به‌نوعی می‌توان گفت که استارت‌آپ‌ها ایده‌هایی ریسک‌پذیر هستند که مدل کسب و کارشان مشخص نیست و بازار هدفشان نیز در حد فرض است. شرکت‌های نوپا می‌توانند در هر حوزه‌ای ایجاد شوند، ولی اغلب به شرکت‌هایی گفته می‌شود که رشد سریعی دارند و در زمینه تکنولوژی فعالیت می‌کنند.

دو تعریف ساده از استارت‌آپ را استیو بلنک و اریک ریس ارائه داده‌اند: از نظر آقای بلنک استارت‌آپ سازمانی است که شکل گرفته است تا در جستجوی مدل کسب‌وکاری قابل تکرار و مقیاس‌پذیر باشد. در تعریف اریک ریس از استارت‌آپ هم آمده است: استارت‌آپ نهادی است انسانی که ساخته شده برای خلق محصول یا خدمتی نو در شرایط عدم قطعیت زیاد. بنابراین تعریف ساده استارت‌آپ می‌شود کسب‌وکارهای نوپایی که بخشی از آن بر پایه فناوری استوار است. هرچند این بدین معنی نیست که تعریف ارائه شده به کسب‌وکارهای غیرمبتنی بر تکنولوژی تعمیم داده نشود ولی آنچه بارز است اینکه تکنولوژی (مشخصاً وب و شبکه اینترنت) نقش بسیار موثری در نمود بخشیدن به ویژگی‌های استارت‌آپ‌ها دارد. از همین‌رو تا وقتی مردم به استفاده از تکنولوژی علاقه‌مند هستند و زمان زیادی از وقت خود را به استفاده از گوشی و لپ‌تاپ اختصاص می‌دهند، استارت‌آپ‌ها می‌توانند موفق باشند و سود زیادی کسب کنند. البته این به شرطی است که یک ایده خلاقانه را دنبال نموده و به الزامات و پیش‌نیازهای موفقیت استارت‌آپ توجه کنند.

در واقع استارت‌آپ به سبکی از شروع و راه‌اندازی کسب‌وکار گفته می‌شود و نه به خود کسب‌وکار. استارت‌آپ یک جمع، سازمان یا تیم موقتی است که سعی می‌کند جایگاه خود را در بازار بیابد و به یک شرکت با مدل درآمدی تثبیت شده و قطعی

تبدیل شود. استارت‌آپ یک شرکت، یک نوع خدمات یا وب‌سایت نیست، بلکه یک سبک از کارآفرینی و ایجاد است. بنابراین یک کسب‌وکار نمی‌تواند برای همیشه استارت‌آپ باقی بماند و زمانی که به رشد و شکوفایی برسد دیگر استارت‌آپ نخواهد بود. معمولاً یک شرکت نوپای موفق، قابلیت رشد بیشتری نسبت به یک شرکت جا افتاده دارد، یعنی می‌تواند با سرمایه‌ای و نیروی کار کمتر، زمینه رشد بیشتری نسبت به شرکت‌های قدیمی داشته باشد. البته علی‌رغم عدم نیاز استارت‌آپ‌ها به سرمایه‌گذاری زیاد، تأمین سرمایه اولیه یکی از چالش‌های اصلی آن‌ها است. شرکت‌های نوپا گزینه‌های محدودی برای پیدا کردن سرمایه موردنیاز خود دارند. شرکت‌ها یا افراد سرمایه‌گذار می‌توانند به شرکت‌های نوپا با تبادل پول نقد در برابر سهام کمک کنند تا فعالیت خود را شروع کنند. اما در عمل خیلی از شرکت‌های نوپا توسط بنیانگذاران‌شان سرمایه‌گذاری می‌شوند.

به این نکته نیز باید توجه کرد که شرکت‌های نوپا ساخته شده‌اند تا با شرایط عدم قطعیت خیلی زیاد مواجه شوند. راه‌اندازی کسب‌وکاری جدید که دقیقاً مشابه (کپی برداری) کسب‌وکار دیگری است، از جمله در مدل کسب‌وکار، قیمت‌گذاری، مشتریان هدف و محصول، گرچه ممکن است از نظر اقتصادی سرمایه‌گذاری جذابی باشند ولی شرکت نوپا نیست چراکه موفقیت این کسب‌وکار تنها در اجرا و مدل کردن هرچه بهتر و دقیق‌تر کسب‌وکار اولیه است. بنابراین کسب‌وکار نوپا و استارت‌آپ، کسب‌وکاری است که بر پایه ایده نو و خلاقانه و برای روبه‌رو شدن با شرایط عدم قطعیت و ریسک بالا ایجاد شده است. لذا کسب‌وکارهای تازه تأسیسی که این ویژگی‌ها را ندارند نمی‌توان استارت‌آپ نامید. به عبارت ساده‌تر، هر کسب‌وکار نوپایی را نمی‌توان استارت‌آپ نامید بلکه کسب‌وکار نوپایی که دارای ایده خلاقانه و نوآورانه باشند و برای روبه‌رو شدن با شرایط عدم قطعیت راه‌اندازی شده باشند و... را می‌توان استارت‌آپ نامید.

استارت‌آپ با یک ایده جدید و نوآورانه متولد می‌شود؛ این ایده، فلسفه وجود استارت‌آپ است و لذا باید به خوبی ارزیابی و اعتبارسنجی شده و پتانسیل تجاری‌سازی آن بررسی شود.

معمولاً تأمین اولیه بودجه برای پرورش یک ایده توسط خود فرد، اقوام و آشنایان وی انجام می‌گیرد. در برخی از کشورها نظیر ایران، دولت، مراکز نظیر انکوباتورها (مراکز رشد)، آزمایشگاه‌های ملی، تحقیقات بنیادی در دانشگاه‌ها و غیره ایجاد کرده که افراد و گروه‌ها در آنها بتوانند به رشد و توسعه ایده‌های جدید و خلاقانه بپردازند؛ باید دقت داشت که یک استارت‌آپ از زمانی که ایده‌اش متولد می‌شود، تا زمانی که بتواند مستقلاً به حیات خود ادامه دهد، نیازمند کمک مالی است.

در فازهای اولیه، استارت‌آپ تنها یک ایده است و پس از انجام تحقیقات اولیه و امکان‌سنجی تبدیل به یک استارت‌آپ می‌شود. رشد این کسب و کار از زمانی که محصولات و خدمات نوآورانه خود را به بازار عرضه کند و بتواند مشتری جذب کند شروع می‌شود. اگر استارت‌آپ‌ها بتوانند آنقدر درآمدزایی کنند که بر هزینه‌های خود فائق آمده و به سوددهی برسند و یا سهام‌شان در بازار بورس به فروش برسد، دیگر استارت‌آپ تبدیل به یک کسب و کار شده و از حالت نوپایی خارج می‌شود.

در زمینه توسعه استارت‌آپ‌ها، ایران در مراحل اولیه رشد اقتصاد اینترنتی قرار دارد؛ اما فرصت‌های تجارت الکترونیکی در بازار کشور، قابل توجه بوده و فضای مناسبی برای رشد استارت‌آپ‌ها وجود دارد. برخی از مزیت‌های کشورهای کشورمان که آن را تبدیل به مقصد مناسبی برای سرمایه‌گذاری شرکت‌های بین‌المللی کرده است شامل ضریب نفوذ بالای اینترنت، موبایل و اینترنت موبایل در کشور، جمعیت جوان دارای تحصیلات عالی، بهره‌برداری از تکنولوژی G3 و نسل‌های بعدی و فراهم شدن زیرساخت‌های تجارت الکترونیکی و ... می‌شود.

توسعه استارت‌آپ‌ها در کشور نیازمند ایجاد اکوسیستم استارت‌آپ‌ها است. اکوسیستم استارت‌آپ مجموعه‌ای از افراد، تیم‌های کاری نوپا در سطوح متفاوت و انواع سازمان‌های مجازی یا فیزیکی را شامل می‌شود که با هدف ایجاد شرکت‌های استارت‌آپ جدید در قالب یک سیستم با یکدیگر تعامل می‌کنند. به عبارت دیگر، اکوسیستم استارت‌آپ محیطی است که سازمان‌های تحقیقاتی، دانشگاه‌ها، نهادهای دولتی و انواع سرمایه‌گذاران از افراد یا تیم‌هایی که ایده‌های جدید و نوآوری خاصی در حوزه فناوری دارند حمایت کرده و آنها را تقویت می‌کنند؛ باید توجه داشت وجود اکوسیستم استارت‌آپ به معنی موفقیت قطعی استارت‌آپ‌هایی که در آن شکل می‌گیرند نیست، هر استارت‌آپ چرخه حیاتی دارد که از زمان تحقیق و پرورش ایده تا بلوغ را در بر می‌گیرد و احتمال شکست استارت‌آپ به خصوص در مراحل اولیه بسیار زیاد است.

زمانی که استارت‌آپ‌ها از دل جامعه دانشگاهی رشد می‌کنند ارزش بالایی پیدا خواهند کرد، دانشجویان در این راستا احتیاج به حمایت، پشتیبانی کامل دولت و بخش خصوصی دارند تا بتوانند این شرکت‌های نوپا را در مسیر ترقی و پیشرفت قرار دهند. می‌توان بیان داشت هدف کلی سند چشم‌انداز بیست ساله کشور در افق 1404 هم دستیابی به جایگاه برتر در تمام زمینه‌های علمی، فناوری، اقتصادی و رسیدن به قله‌های رفیع علمی و اقتصادی با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در ارتقای فرآیند کارآفرینی است و تحقق این امر نیازمند بستری‌هایی بوده که ضرورت شکل‌دهی و توجه به آن ضروری جلوه می‌نماید و توجه به استارت‌آپ‌ها می‌تواند یکی از زمینه‌های دستیابی کشور به جایگاه رفیع علمی و اقتصادی باشد.

مهم‌ترین دلایل اهمیت استارت‌آپ‌ها را می‌توان بدین گونه برشمرد:

- نیاز به سرمایه اندک برای راه‌اندازی
- ایجاد و توسعه اشتغال به‌ویژه برای نسل جوان تحصیل کرده
- ایجاد ارزش افزوده بالا به دلیل ماهیت دانش بنیان بودن
- فراهم آوردن زمینه‌ها و فرصت‌های مختلف سرمایه‌گذاری و کمک به رشد و توسعه اقتصاد
- توجه به اقتصاد سبز و مسائل زیست محیطی در کسب و کارهای نوپای دانش بنیان
- ایجاد زمینه‌هایی برای رشد تحقیق و توسعه و جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی.

2. ضرورت انجام طرح :

هرچند اقتصاد فعلی ایران، اقتصاد توسعه‌یافته‌ای محسوب نمی‌شود، اما نمی‌توان از مزیت‌ها و پتانسیل‌های اقتصادی کشور صرف‌نظر کرد. اقتصاد ایران متشکل از بخش دولتی و خصوصی است که یا بنگاه‌های بزرگ هستند یا بنگاه‌های متوسط و کوچک. آنچه باید مورد توجه قرار گیرد و برای توسعه با ابزارهای اقتصادی به آن نگریم، بنگاه‌های متوسط و کوچک است. نظام اقتصادی در بنگاه‌های کوچک و متوسط، اشتغال‌زایی، نیروی کار و سرمایه را متمرکز می‌بیند؛ بنابراین برای تقویت اقتصاد کشور باید بنگاه‌های کوچک و متوسط را تقویت کرد و با افزایش تولید و ارزش افزوده به استقبال فرصت‌آفرینی و اتکا به مزیت‌های درون رفت.

استارت‌آپ‌ها یکی از مؤثرترین مؤلفه‌هایی هستند که باید برای رسیدن به رشد اقتصادی مورد استفاده قرار گیرند. بنگاه‌های اقتصادی کوچک عموماً توان اقتصادی محدود دارند و باید متناسب با سرمایه محدود خود بازررسانی کنند. استارت‌آپ‌ها با در نظر گرفتن محدودیت‌ها و با شناخت از وضعیت بازار با استفاده از نرم‌افزارهایی که در اختیار دارند، می‌توانند بازار جدیدی

برای این بنگاه‌ها تعریف کنند، به طوری که محصولاتی تولید شود که متناسب با ذائقه بازار بوده و برای فروش و ارزش افزوده و در نتیجه بازگشت سرمایه، مشکلی وجود نداشته باشد.

3. نحوه اجرا:

با توجه به مطالب پیش گفته شده و پتانسیل موجود در فضای کسب و کار کشور، بنگاه‌های اقتصادی بویژه شرکت‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات برای حفظ بقا و حیات خود نیاز دارند تا ضمن توسعه فعالیت‌های خود با استفاده از ایده‌های برتر در کلیه حوزه‌ها اعم از بانکداری الکترونیکی، بیمه الکترونیکی، گردشگری الکترونیکی و ... که قابلیت تجاری سازی دارند، استراتژی‌های کسب و کار خود را نیز دچار تغییر و تحول نموده و به بازارهای جدید بویژه تجارت الکترونیکی ورود نماید. لذا بر این اساس مقرر است این مسابقه با هدایت معاونت علمی ریاست جمهوری و حمایت و همراهی شرکت گسترش الکترونیک مبین ایران و همکاری سایر دستگاه‌ها، نهادها، سازمان‌ها و شرکت‌های مرتبط با موضوع و مشارکت دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقاتی و خبرگان بین‌المللی برگزار شود.

در این راستا انجمن علمی تجارت الکترونیکی ایران به نمایندگی از دستگاه‌ها و نهادها از برترین ایده‌ها با قراردادن امکانات مکان و تجهیزات طی دوره‌ای مشخص حمایت نموده و با به بهره‌برداری رسیدن آن و تجاری سازی ایده‌ها، با تاسیس شرکتی دانش بنیان، بخشی از سهام شرکت را به صاحبان ایده، بخشی از آن را به سرمایه‌گذاران و بخشی از آن را به حامیان مسابقه واگذار نماید.

4. خلاصه فرآیند اجرای مسابقه:

- ✓ دریافت ایده‌ها
- ✓ بررسی اولیه ایده‌ها
- ✓ طرح ایده توسط صاحبان ایده
- ✓ تشکیل تیم توسط صاحبان ایده با توجه به تخصص‌های مورد نیاز
- ✓ اجرایی کردن ایده‌ها
- ✓ ارائه مشاوره و راهنمایی تیم‌ها توسط خبرگان داخلی و بین‌المللی برای اجرایی کردن ایده‌ها
- ✓ تولید نمونه محصول یا خدمت توسط تیم
- ✓ تجاری سازی
- ✓ جذب سرمایه‌گذار
- ✓ تاسیس شرکت
- ✓ واگذاری سهام شرکت به صاحب ایده، سرمایه‌گذار و حامیان مسابقه
- ✓ راه‌اندازی مرکز شتابدهی رشد تجارت الکترونیکی در کشور

5. برگزاری مسابقه در فواصل زمانی 9 ماه یکبار

منتظر حضور و ایده‌های شما هستیم.

دبیرخانه انجمن علمی تجارت الکترونیکی ایران