

نقش شتابدهنده ها در استارت‌آپ‌ها



تفاوت بین شتاب دهنده و مرکز رشد استارت‌آپ چیست؟

شتاب دهنده یا اکسلریٲٲور (Accelerator) و مرکز رشد یا آنکوباتور (Incubator) هر دو برای پیشرفت مدل کسب و کار و استراتژی های استارت‌آپی کاربرد دارند و هدف اصلی آنها هم ارزشمند جلوه دادن استارت‌آپ در نگاه سرمایه گذاران است، ولی تفاوت بین شتاب دهنده و مرکز رشد بسیار است و معمولاً در پروسه بررسی و انتخاب نوع سرمایه گذاری، این تفاوت ها خود را نشان می دهند.

آنکوباتور اصطلاحی می باشد که در بیمارستان ها کاربرد دارد. در بیمارستانها بچه هایی را که شش ماهه به دنیا می آیند در دستگاہی می گذارند تا سه ماه باقیمانده را از اکسیژن و غذای مناسب استفاده کنند. مراکز رشد نیز دقیقاً از همین مفهوم گرفته شده اند بدین معنی که شرکت های خصوصی و نوپا در مجموعه ای به نام مرکز رشد قرار گرفته تا پس از سه تا پنج سال با توجه به حمایت هایی که در این مدت شده اند بتوانند از این مرکز رشد بیرون رفته و در سطح جامعه به فعالیت اختصاصی و تخصصی خود ادامه دهد.

۱- تفاوت در اهداف:

اولین تفاوت بین شتاب دهنده و مرکز رشد در نوع اهداف است. مراکز رشد در مراحل اولیه تبدیل شدن استارت‌آپ به کمپانی به یاری آن می آیند؛ یعنی مرحله ای که ایده استارت‌آپی برای بازار دارید اما هنوز مدل کسب و کار یا روشی برای تبدیل کردن ایده به محصول ندارید. شتاب دهنده ها ولی به پیشرفت کمپانی هایی که هم ایده و هم مدل کسب و کار دارند کمک می کنند. هر دوی آنها نهایتاً به استارت‌آپ ها کمک می کنند تا به سمت سرمایه گذاران تأثیرگذار جهش کنند.

۲- تفاوت در نحوه پرورش:

مراکز رشد زمان و منابع خود را صرف استارت‌آپ‌های محلی می‌کنند و وظیفه اصلی آنها ایجاد شغل یا پیدا کردن راه‌هایی برای لایسنس کردن مالکیت معنوی است. تفاوت بین شتاب‌دهنده و مرکز رشد در نوع سیستم پشتیبانی آنهاست؛ شتاب‌دهنده‌ها کمی سنتی‌تر است به این شکل که استارت‌آپ‌ها باید با توجه به ظرفیت‌های موجود در برنامه شتاب‌دهنده اول تقاضا ارسال کنند، این برنامه‌ها بسیار رقابتی هستند چون شتاب‌دهنده باید از بین استارت‌آپ‌هایی که از سرتاسر کشور درخواست ارسال کرده‌اند بهترین‌ها را انتخاب کند.

۳- تفاوت در سرمایه‌گذاری:

مراکز رشد از سیستم سرمایه‌گذاری سنتی تبعیت نکرده و سرمایه‌ای که به استارت‌آپ‌ها تزریق می‌کنند معمولاً توسط مراکز دانشگاهی یا ارگان‌های توسعه اقتصادی تأمین می‌شود. آنها معمولاً سهم مالکیت از کمپانی‌هایی که در حال پشتیبانی کردن از آنها هستند طلب نمی‌کنند. شتاب‌دهنده‌ها در ازای دریافت درصدی از سهام استارت‌آپ، به آن سرمایه تزریق می‌کنند، به همین دلیل هم مسئولیت بیشتری در قبال موفق شدن استارت‌آپ دارند.

۴- تفاوت در مدت زمان:

برای مراکز رشد بازه زمانی وجود ندارد و تمرکز اصلی آنها بیشتر بر ماندگاری استارت‌آپ است تا رشد سریع آن. معمولاً مراکز رشد بیش از یک سال و نیم منتور استارت‌آپ هستند تا آن را به نتیجه برسانند. شتاب‌دهنده‌ها اما طبق بازه زمانی مشخص شده‌ای که معمولاً ۳ تا ۴ ماهه است کار پشتیبانی را انجام می‌دهند. در طول این مدت استارت‌آپ به کمک یاری‌منتورها و سرمایه‌ای که شتاب‌دهنده به آن تزریق می‌کند پا می‌گیرد. بعد از تمام شدن بازه زمانی استارت‌آپ جان گرفته و فرصت معرفی خود به سرمایه‌گذار اصلی را پیدا می‌کند.

شتاب دهند

مدت زمان

معمولاً در بازه زمانی 3 الی 4 ماهه انجام میشود.

هدف

رشد سریع اندازه و ارزش کمپانی و آمادگی برای سرمایه گذاری اولیه.

سرمایه گذاری

در ازای مالکیت درصدی از سهام استارتآپ به آن سرمایه تزریق می کند.

پشتیبانی

توصیه ها و راهنمایی ها توسط شبکه ای از منتورها که از متخصصین استارتآپی و سرمایه گذاران خارجی تشکیل شده اند به استارتآپ منتقل می شوند.

مرکز رشد

مدت زمان

مدت زمان آن متغیر است، از 12 ماه تا 24 ماه.

سرمایه گذاری

سهمی از استارتآپ نمی خواهد، چون از ابتدا سرمایه گذاری صورت نمی گیرد.

هدف

اجازه می دهد تا استارتآپ با سرعت دلخواه رشد کند.

پشتیبانی

از تجربیات سرمایه گذاران کارآفرین یا مشاوران استفاده می شود.

اکوسیستم استارت‌آپ



مراحل سرمایه گذاری در استارت‌آپ‌ها

۱- سرمایه پذیری در فاز هسته / پیدایش / (seed)

معمولا پذیرش از ۱۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان متغیر است. استارت‌آپ این پول را برای پوشش هزینه‌ها و حقوق برای ۳ تا ۶ ماه می‌خواهد.

۲- دور نخست و دوم:

استارت‌آپها در این دورها میزان سرمایه‌های متفاوتی از ۱۰۰ تا ۵۰۰ میلیون تومان جذب می‌کنند که هزینه‌های این شرکت را برای ۱۲ تا ۱۸ ماه پوشش می‌دهد.

۳- دور سوم و چهارم:

این دورهای پایانی برای استارت‌آپها هستند. پولی که جمع می‌شود، معمولا بین ۵۰۰ تا ۵ میلیارد تومان است. بیشتر این پول صرف جذب مشتریان جدید و گسترش به بازارهای جدید می‌شود.

شتابدهنده چیست؟

شتابدهنده استارتاپ یا **accelerator** یا به اختصار شتابدهنده شرکتی است که از ابتدای کار یک استارتاپ آن را تحت پوشش خود در می آورند و برای این کار از میان شرکت کنندگان، پس از مدتی کوتاه ایده‌ای برگزیده را از بین آنها گلچین و به عنوان استارتاپ انتخاب می‌کند. شتابدهنده‌ها با سرمایه‌گذاری اولیه بر روی یک شرکت نوپا، درصدی از مالکیت آن را در اختیار گرفته و در مقابل به گردانندگان پروژه آموزش‌های لازم برای کسب موفقیت بهتر را خواهند داد.

تاریخچه شتابدهنده:

در سال ۲۰۰۵ در شهر کمبریج ایالت ماساچوست آمریکا مفهوم **seed accelator** با تاسیس شرکت شتابدهنده **Y combinator** شکل گرفت. معنا و مفهوم شتابدهنده در ایران از سال ۱۳۹۳ باب شد. در آن سال سه شتابدهنده آواتک، دیموند و مپس فعالیتشان را شروع کردند و به شتابدهنگی پرداختند.

۷۲ شتابدهنده در ایران فعال می باشد.

اهداف شتاب دهنده ها

مشارکت در فرآیند فشرده ی توسعه کسب و کار نوپا برای یک مدت محدود (حداکثر ۹ ماه)

کمک در جهت بالا بردن کیفیت محصولات و خدمات، و ثبات مالی کسب و کار نوپا

کمک به کوتاه کردن روندهای راه اندازی و توسعه یک کسب و کار نوپا

ارائه ی مربی گری و یا منتورینگ و راهنمایی و مشاوره از کارآفرینان پیشکسوت و باتجربه به کارآفرینان جدید

دارا بودن یک سیلابس آموزشی کسب و کار محور

فعالیت و مراحل کاری شتاب‌دهنده

هر شتاب‌دهنده فعالیت‌هایی را برای حمایت، رشد و ثبات استارت‌آپ‌ها انجام می‌دهد. در بیشتر استارت‌آپ‌ها ۴ مرحله‌ی زیر دیده می‌شود.

۱- انتخاب اولیه: در این مرحله هر شتاب‌دهنده با فراخوان دادن از میان استارت‌آپ‌های موجود تعدادی را برای آماده‌سازی که بین ۱ تا ۳ ماه صورت می‌گیرد انتخاب می‌کند. این انتخاب توسط مدیران یا مربیان **mentors** انجام می‌شود.

۲- آماده‌سازی: در بخش آمادگی اولیه که بین ۱ تا ۳ ماه طول می‌کشد، شتاب‌دهنده مفاهیم ابتدایی کسب‌وکار را برای استارت‌آپ‌ها آموزش داده و با هدف‌سازی، استارت‌آپ‌ها را به سازماندهی اولیه نزدیک می‌کند. در پایان این دوره تعداد استارت‌آپ مورد نظر برای دوره‌ی اصلی شتاب انتخاب شده و در شتاب‌دهنده می‌مانند.

۳- دوره‌ی شتاب: در این دوره استارت‌آپ‌هایی که مانده‌اند در قبال دریافت مبلغی (معمولاً مابین ۵ هزار تا ۲۰ هزار دلار) درصدی از سهامشان را به نام شتاب‌دهنده می‌کنند. این سهام معمولاً بین ۱۰ تا ۲۰ درصد است. در کنار این کمک مالی استارت‌آپ‌ها از طریق مربیان و مشاوران آن مرکز شتاب‌دهنده استارت‌آپ خود را تجاری سازی می‌کنند یا به مرز تجاری شدن می‌رسانند. این دوره حدود ۴ تا ۹ ماه طول می‌کشد.

۴- روزنمایش (معرفی به سرمایه‌گذار): پس از اتمام دوره‌ی شتاب کار استارت‌آپ‌ها تقریباً در شتاب‌دهنده تمام می‌شود و در **Demo Day** یا همان روز نمایش، استارت‌آپ‌ها خود را برای سرمایه‌گذاران معرفی می‌کنند تا بتوانند برای استارت‌آپ خود سرمایه‌گذار پیدا کنند.

نمونه های موفق شتابدهنده های ایرانی

