گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۴۶۷۵
چهارشنبه ۲۷ خرداد ۱۴۰۵ ۱۷:۵۱

مهندس حمیدرضا نیائی مدیرعامل شرکت نیکسو در مصاحبه شبکه تعاون:

معماری رشد؛ اشتغال پایدار چگونه موتور محرک اقتصاد می‌شود؟

مهندس نیائی در زمینه اشتغال زایی دائم و مسائل اقتصادی حال حاضر شرح داد: در حالی که بسیاری، استخدامِ چند نفر را مترادف با کارآفرینی می‌دانند، صاحب‌نظران اقتصادی معتقدند که مرز باریکی میان «ایجاد شغل موقت» و «اشتغال‌زایی پایدار» وجود دارد؛ مرزی که از توانمندی یک کسب‌وکار در تولید ارزش‌افزوده واقعی می‌گذرد.

به گزارش شبکه خبری تعاون، مهندس نیائی در زمینه اشتغال زایی دائم و مسائل اقتصادی حال حاضر شرح داد: در حالی که بسیاری، استخدامِ چند نفر را مترادف با کارآفرینی می‌دانند، صاحب‌نظران اقتصادی معتقدند که مرز باریکی میان «ایجاد شغل موقت» و «اشتغال‌زایی پایدار» وجود دارد؛ مرزی که از توانمندی یک کسب‌وکار در تولید ارزش‌افزوده واقعی می‌گذرد.

ایشان افزود: کارآفرینی زمانی ارزشمند است که فراتر از «راه‌اندازی یک کسب‌وکار» برود و بتواند ارزش واقعی خلق کند، درآمد پایدار بسازد و فرصت شغلی ماندگار ایجاد کند.

ایجاد اشتغال پایدار با استخدام چند نفر تفاوت دارد. بسیاری از کسب‌وکارها در ابتدا افراد زیادی را جذب می‌کنند، اما اگر مدل درآمدی قوی، مزیت رقابتی و مدیریت درست نداشته باشند، آن شغل‌ها از بین می‌روند. اشتغال پایدار معمولاً چند ویژگی دارد:

نیاز واقعی بازار را حل می‌کند.
وابسته به حمایت موقت یا وام‌های کوتاه‌مدت نیست به کارکنان امکان رشد مهارتی و درآمدی می‌دهد در برابر تغییرات اقتصادی تا حدی مقاوم است.
برای جامعه و اقتصاد ارزش افزوده ایجاد می‌کند.

از دید اقتصادی، کارآفرینان موفق فقط برای خودشان ثروت نمی‌سازند؛ آن‌ها زنجیره‌ای از فرصت‌ها ایجاد می‌کنند: تأمین‌کنندگان، نیروی انسانی، خدمات جانبی و حتی کسب‌وکارهای جدیدی که پیرامون آن‌ها شکل می‌گیرد. البته کارآفرینی را نباید رمانتیک دید. ریسک، فشار مالی، مسئولیت در قبال کارکنان و احتمال شکست هم بخشی از واقعیت آن است. به همین دلیل بسیاری از کارآفرینان موفق ابتدا روی شناخت بازار، مهارت‌های مدیریتی و جریان نقدی پایدار تمرکز می‌کنند و بعد به فکر رشد سریع می‌افتند.

اگر هدف یک کشور یا منطقه توسعه اقتصادی باشد، معمولاً حمایت از کارآفرینانی که اشتغال مولد و پایدار ایجاد می‌کنند، یکی از مؤثرترین راه‌هاست؛ چون رشد اقتصادی از دل تولید ارزش واقعی به وجود می‌آید، نه صرفاً توزیع منابع.

مهمترین مشکلات کسب و کارهای نوپا چیست؟

کسب‌وکارهای نوپا (استارتاپ‌ها و شرکت‌های تازه‌تأسیس) معمولاً با چند چالش اساسی روبه‌رو هستند که بسیاری از شکست‌ها هم از همین موارد ناشی می‌شود:

۱. نبود مشتری کافی بزرگ‌ترین مشکل بسیاری از کسب‌وکارها این نیست که محصول بدی دارند، بلکه این است که بازار به آن محصول نیاز ندارد یا تعداد مشتریان کافی پیدا نمی‌کنند

۲. کمبود نقدینگی حتی کسب‌وکارهای سودآور هم ممکن است به دلیل کمبود پول نقد شکست بخورند. هزینه‌ها معمولاً زودتر از درآمدها ظاهر می‌شوند

۳. نداشتن مدل کسب‌وکار روشن بعضی از کارآفرینان می‌دانند چه چیزی تولید می‌کنند، اما دقیقاً نمی‌دانند چگونه قرار است به صورت پایدار از آن درآمد کسب کنند.

۴. بازاریابی و فروش ضعیف بسیاری از بنیان‌گذاران روی محصول تمرکز می‌کنند اما فروش را دست‌کم می‌گیرند. در عمل، محصول عالی بدون فروش موفق نمی‌شود

۵. انتخاب تیم نامناسب اختلاف بین شرکا، استخدام افراد نامناسب یا نبود مهارت‌های مکمل در تیم از دلایل رایج شکست است.

۶. رشد سریع و کنترل‌نشده گاهی موفقیت اولیه باعث می‌شود کسب‌وکار زودتر از توان مدیریتی یا مالی خود گسترش پیدا کند و با مشکلات عملیاتی مواجه شود.

۷. رقابت شدید رقبا ممکن است سرمایه، برند یا شبکه توزیع قوی‌تری داشته باشند و ورود به بازار را دشوار کنند.

۸. مسائل حقوقی و اداری ثبت شرکت، مالیات، مجوزها، قراردادها و قوانین کار می‌توانند برای کسب‌وکارهای نوپا پیچیدگی و هزینه ایجاد کنند.

۹. ناتوانی در سازگاری بازار دائماً تغییر می‌کند. کسب‌وکارهایی که به بازخورد مشتری توجه نمی‌کنند یا مدل خود را به‌موقع اصلاح نمی‌کنند، آسیب می‌بینند.

۱۰. فرسودگی بنیان‌گذاران فشار کاری، استرس مالی و مسئولیت‌های سنگین می‌تواند باعث کاهش انگیزه و تصمیم‌گیری ضعیف شود

وی افزود: اگر بخواهم سه عامل را مهم‌تر از بقیه بدانم: ۱. نداشتن مشتری و بازار مناسب ۲. کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش ۳. ضعف در فروش و بازاریابی بسیاری از مشکلات دیگر نیز در نهایت به همین سه مورد برمی‌گردند.

از تورم تا بوروکراسی؛ موانع پنهان بر سر راه کسب‌وکارهای نوپا در کشورهای در حال توسعه

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا تنها با چالش‌های معمول بازار روبه‌رو نیستند، بلکه مجموعه‌ای از موانع محیطی و ساختاری نیز مسیر رشد آن‌ها را دشوار می‌کند؛ عواملی که در بسیاری موارد، حتی بیش از کیفیت محصول یا توان تیم مدیریتی بر سرنوشت یک کسب‌وکار اثر می‌گذارند.

تورم بالا، نوسانات ارزی، دسترسی محدود به سرمایه و ضعف زیرساخت‌ها از جمله مهم‌ترین موانعی هستند که فضای فعالیت کارآفرینان را در اقتصادهای نوظهور تحت فشار قرار می‌دهند.

تورم؛ دشمن پنهان برنامه‌ریزی بلندمدت

در شرایطی که نرخ تورم به‌صورت مداوم افزایش می‌یابد، هزینه مواد اولیه، اجاره، حقوق کارکنان و سایر مخارج عملیاتی نیز به‌سرعت بالا می‌رود. در چنین وضعی، برنامه‌ریزی بلندمدت عملاً دشوار می‌شود و سرمایه اولیه کسب‌وکار زودتر از پیش‌بینی‌ها مصرف می‌شود.

در بسیاری از موارد، کارآفرینان بر اساس یک برنامه مالی ۱۲ماهه وارد بازار می‌شوند، اما رشد سریع هزینه‌ها باعث می‌شود همان سرمایه در مدت ۶ یا ۷ ماه به پایان برسد.

نوسانات ارزی و بی‌ثباتی در قیمت‌گذاری

برای کسب‌وکارهایی که به واردات مواد اولیه، تجهیزات یا خدمات نرم‌افزاری خارجی وابسته‌اند، تغییرات نرخ ارز می‌تواند هزینه‌ها را به‌طور ناگهانی افزایش دهد. این مسئله نه‌تنها حاشیه سود را کاهش می‌دهد، بلکه قیمت‌گذاری محصول و پیش‌بینی مالی را نیز با اختلال مواجه می‌کند.

سرمایه؛ حلقه مفقوده رشد کسب‌وکارهای نوپا

یکی دیگر از مشکلات جدی در مسیر توسعه کسب‌وکارهای تازه‌تأسیس، دسترسی محدود به منابع مالی است. دشواری دریافت وام، بالا بودن نرخ بهره و محدود بودن سرمایه‌گذاران خطرپذیر باعث می‌شود بسیاری از شرکت‌ها پیش از رسیدن به مرحله سوددهی، متوقف شوند.

بوروکراسی و قوانین پیچیده

فرایندهای اداری طولانی، مجوزهای متعدد و قوانین پیچیده نیز از دیگر موانع جدی در مسیر کارآفرینان به شمار می‌رود. این مشکلات می‌تواند: زمان راه‌اندازی کسب‌وکار را افزایش دهد، هزینه‌های اضافی ایجاد کند، و تمرکز بنیان‌گذاران را از توسعه محصول و بازار منحرف سازد.

زیرساخت‌های ناکافی؛ مانع بهره‌وری

در برخی کشورها، ضعف زیرساخت‌ها نیز به یک چالش جدی تبدیل شده است. اینترنت ناپایدار، حمل‌ونقل ضعیف، قطعی برق و محدودیت در دسترسی به خدمات مالی، مستقیماً بهره‌وری و سرعت رشد کسب‌وکارها را کاهش می‌دهد.

کمبود نیروی انسانی متخصص

هرچند برخی کسب‌وکارها از نظر بازار و سرمایه در وضعیت مناسبی قرار دارند، اما یافتن نیروی انسانی ماهر در حوزه‌هایی مانند برنامه‌نویسی، فروش، بازاریابی و مدیریت همچنان یکی از دغدغه‌های اصلی آن‌هاست. نبود نیروی متخصص می‌تواند روند رشد را کند و پرهزینه کند.

بازار کوچک و قدرت خرید محدود

در برخی اقتصادها، اندازه بازار داخلی کوچک است یا قدرت خرید مردم پایین باقی می‌ماند. در چنین شرایطی، شرکت‌ها برای رشد ناچارند از همان ابتدا به صادرات یا ورود به بازارهای بین‌المللی فکر کنند.

بی‌اعتمادی نسبت به کسب‌وکارهای جدید

مشتریان و حتی شرکای تجاری معمولاً اعتماد بیشتری به برندهای شناخته‌شده دارند. به همین دلیل، یک کسب‌وکار نوپا باید زمان و هزینه زیادی صرف ساخت اعتبار، جلب اعتماد و تثبیت جایگاه خود در بازار کند.

راهکارهایی برای افزایش شانس موفقیت

کارشناسان معتقدند در چنین فضایی، برخی رویکردها می‌تواند احتمال موفقیت کسب‌وکارهای نوپا را افزایش دهد:

شروع کوچک و کنترل دقیق هزینه‌ها

تمرکز بر حل یک مشکل واقعی و مشخص

رسیدن به جریان نقدی مثبت در کوتاه‌ترین زمان

آزمون بازار پیش از سرمایه‌گذاری سنگین

توجه ویژه به فروش و بازاریابی

تقویت شبکه ارتباطی با مشتریان، تأمین‌کنندگان و سرمایه‌گذاران

در عمل، بسیاری از کسب‌وکارهای موفق نه با سرمایه‌های بزرگ، بلکه با مدیریت صحیح نقدینگی، شناخت دقیق مشتری و توانایی سازگاری با شرایط متغیر به جایگاه پایدار رسیده‌اند؛ سه عاملی که به‌گفته کارشناسان، تفاوت اصلی میان یک کسب‌وکار ماندگار و یک کسب‌وکار شکست‌خورده را رقم می‌زند.