

۱- عنوان اصلی محتوا:	تاثیر عدم شناخت بازار در شکست استارت‌آپ‌ها
۲- کلمه کلیدی اصلی	شکست استارت‌آپ
۳- کلمه کلیدی مرتبط	شناخت بازار، تحقیقات بازار
۴- خلاصه محتوا (۵۰ تا ۷۰ کلمه)	علت‌های مختلفی را برای شکست استارت‌آپ‌ها می‌توان برشمرد. عدم توجه و شناخت بازار، مسائل اقتصادی و مالی، عدم شناخت رقبا از جمله عوامل موثر در شکست استارت‌آپ‌ها به شمار می‌روند. شناخت بازار و تحقیقات بازار از عوامل موثر در پیشبرد استارت‌آپ‌ها می‌باشند. اگر شناخت بازار به درستی اتفاق نیفتد از همان ابتدا مشکلاتی بسیاری می‌تواند گریبان استارت‌آپ را بگیرد.

تاثیر عدم شناخت بازار در شکست استارت‌آپ‌ها

امروزه در همه جای دنیا، روز به روز بر تعداد کسب و کارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها در زمینه‌های مختلف، افزوده می‌شود. محصولات و فناوری‌های جدیدی در این استارت‌آپ‌ها و با ایده‌های نو شکل گرفته و عرضه می‌شوند. افراد بسیاری خواستار ایجاد کسب و کار مستقل خود با ایده‌های جدید می‌باشند. بنابراین با توجه به نیاز روز جوامع، استارت‌آپ‌ها رشد روزافزونی را تجربه می‌کنند.

علت‌های مختلفی را برای **شکست استارت‌آپ‌ها** می‌توان برشمرد. نکته‌ای که باید به آن اشاره شود، این است که در واقع تعداد کمی از این استارت‌آپ‌ها می‌توانند با اقتدار به مسیر خود ادامه دهند و به اصطلاح موفق می‌شوند. مطالعات مختلفی در این خصوص نشان می‌دهند که حدود ۵۰ درصد کسب و کار و استارت‌آپ‌ها در طول دوران فعالیت خود و در مراحل مختلف شکست می‌خورند.

عوامل موثر بر شکست استارت‌آپ‌ها

در این قسمت به دلایل برجسته **شکست استارت‌آپ‌ها** اشاره می‌شود:

۱. عدم توجه و شناخت بازار

شاید بتوان مهم‌ترین و موثرترین علت **شکست استارت‌آپ‌ها** را عدم توجه به بازار و شناخت ناکافی آن دانست. برای مثال، فرض کنید محصولی را به بازار عرضه می‌کنید که چندان کاربردی نیست و یا محصول مشابه رقبای شما بسیار با کیفیت‌تر باشند. در این صورت احتمال **شکست استارت‌آپ** شما بسیار بالا می‌رود. از این رو، تحقیق و **شناخت بازار** پیش از شروع استارت‌آپ بسیار اهمیت دارد. همچنین از تقاضای کافی برای محصولی که در صدد تولید آن هستید، باید اطمینان حاصل کنید.



اهمیت استفاده از افراد با تجربه در موفقیت استارتاپ

۲. مسائل اقتصادی و مالی

مسائل مالی و اقتصادی، یکی از موانع مهم و از علل شکست استارتاپ‌ها می‌باشد که ممکن است در مراحل مختلف کار، گریبان مدیران استارتاپ را بگیرد. مساله اقتصادی و وقت و زمان دو عنصر محدود می‌باشند بنابراین لازم است برنامه‌ریزی دقیقی برای مدیریت مالی و پیشگیری حداکثری از مسائل اقتصادی انجام شود.

۳. تشکیل تیم نادرست

طبق مطالعات حدود ۲۲ درصد از کسب و کارهای مختلف به علت انتخاب نادرست هم‌تیمی‌های خود دچار شکست می‌شوند. می‌دانیم که برای موفقیت یک استارتاپ، استفاده از افراد با مهارت در زمینه‌های مختلف بسیار موثر می‌باشد. علاوه بر این هماهنگی لازم باید بین افراد تیم حکفرما باشد.

۴. عدم شناخت رقبا:

شناخت رقبا یکی از زیرشاخه‌های شناخت بازار محسوب می‌شود. هر استارتاپی باید اطلاعات کافی از رقبای خود و محصولات مشابه تولید شده کسب کند. یکی از منابع اطلاعاتی نیز می‌تواند بررسی محصولات رقبای مختلف باشد.

۵. تعیین قیمت نادرست محصول

تعیین قیمت محصول، از بخش‌های مهم یک استراتاپ محسوب می‌شود. این قیمت‌گذاری باید با توجه به نوسانات قیمتی بازار انجام گیرد. همچنین قیمت‌گذاری باید به نحوی انجام شود که علاوه بر سودآوری برای استراتاپ، قابلیت رقابت با محصولات مشابه را داشته باشد.

۶. کیفیت محصول ارائه شده

یکی از عوامل **شکست استراتاپ‌ها** عدم توجه به نیاز بازار و مشتریان و در نتیجه تولید محصول با کیفیت پایین می‌باشد. **شناخت بازار و تحقیقات بازار** می‌تواند اطلاعات مناسبی در اختیار کارآفرینان به منظور تولید محصول با کیفیت‌تر، قرار دهد.



عوامل شکست استراتاپ

علاوه بر موارد ذکر شده، می‌توان به عواملی دیگری که در **شکست استراتاپ‌ها** موثر هستند اشاره کرد. این عوامل شامل نداشتن مدل کسب و کار، ضعف در بازاریابی، توجه ناکافی به نیاز واقعی مشتری، تولید محصول در زمان نامناسب، عدم تلاش کافی و

نقش شناخت بازار بر عدم شکست استارت‌آپ‌ها

همانطور که اشاره شد، **شناخت بازار** و **تحقیقات بازار** از عوامل موثر در موفقیت و پیشبرد استارت‌آپ‌ها می‌باشند. اگر **شناخت بازار** یا Marketing Research به درستی اتفاق نیفتد از همان ابتدا مشکلاتی بسیاری می‌تواند گریبان استارت‌آپ را بگیرد. **شناخت بازار** کمک می‌کند تا جذب مشتری آسان‌تر شده و در زمان کوتاه‌تری به سود محصول رسید.

شناخت بازار شامل مجموعه اعمالی است که به شناسایی جامعه هدف، شناسایی رقیبان و آنالیز محصولات و علل موفقیت و یا احتمالاً شکست آن‌ها می‌باشد. **شناخت بازار** می‌تواند گام مهم و موثری در موفقیت استارت‌آپ بر داشته می‌شود. اما می‌خواهیم راه‌هایی که می‌توان از آن به شناخت درستی از بازار رسید را بررسی کنیم. این راه‌ها عبارتند از: در ابتدا داشتن دید کلی نسبت به بازار، بررسی رقیبان و محصولات‌شان، بدست آوردن اطلاعات کافی در رابطه با پرسونا مخاطبان و جامعه هدف استارت‌آپ مورد نظر، داشتن استراتژی و راهبرد مناسب استارت‌آپ.

یک استارت‌آپ زمانی به **تحقیقات بازار** نیازمند است که مدیران آن برای به اصطلاح لانچ کردن محصول خود و یا رفع مشکل به وجود آمده نیاز به تصمیم‌گیری دارند اما اطلاعات و داده‌های کافی برای تصمیم‌گیری درست و مناسب در دسترس نمی‌باشد.

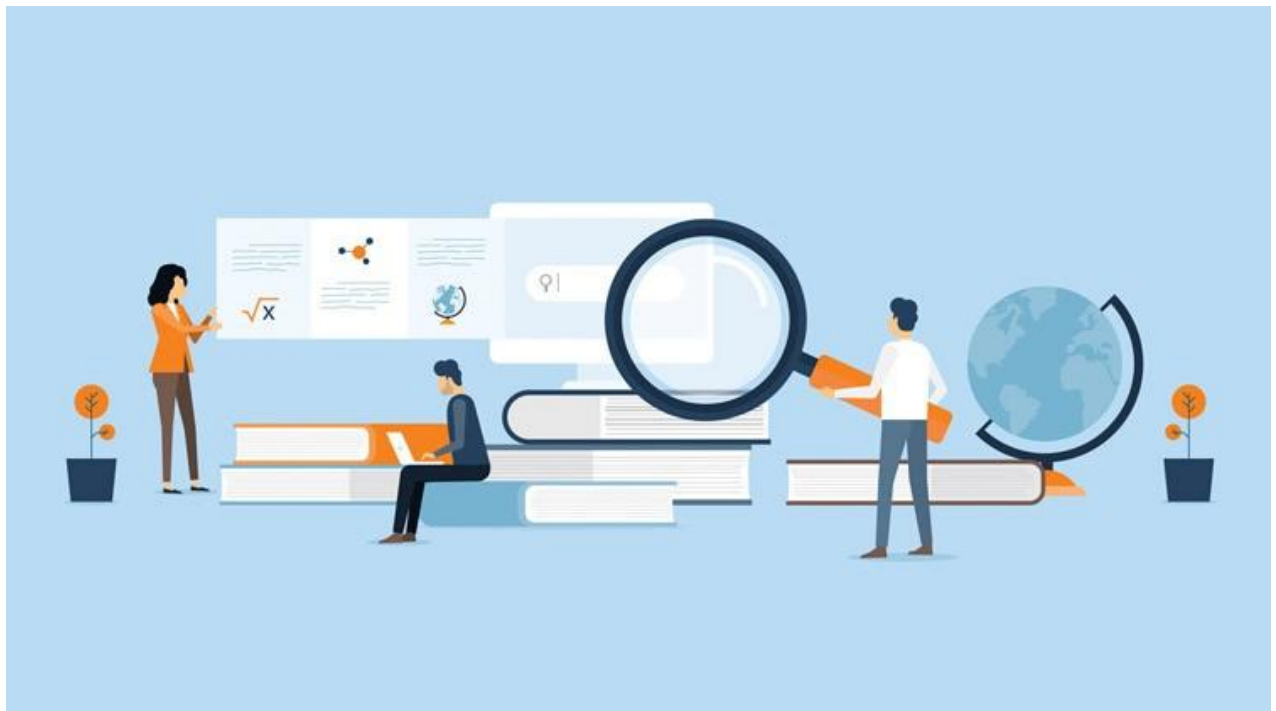


تحقیقات بازار

در این حالت فرآیند **تحقیقات بازار** آغاز می‌شود. اما در صورتی که اطلاعات کافی در اختیار باشد، یا نیاز به تصمیم‌گیری سریع باشد و فرصتی برای تحقیق در دست نباشد، همچنین اگر بودجه‌ای برای تحقیق در اختیار نباشد و نیز هزینه آن بیشتر سود بدست آمده از تحقیق برآورد گردد، نیازی به **تحقیقات بازار** نمی‌باشد.

تحقیقات بازار به دو صورت انجام می‌شود: **تحقیقات بازار** بر اساس داده‌های اولیه و ثانویه. داده‌های ثانویه به اطلاعاتی اطلاق می‌شود که ممکن است منبع خارجی داشته باشند و با هدف‌های دیگری حاصل شده‌اند. مانند پایگاه اطلاعات آماری مرکز آمار ایران. و یا می‌توانند منبع داخلی داشته باشند. داده‌های اولیه نیز زمانی حاصل می‌شوند که اطلاعات و داده‌های ثانویه که با اهداف پژوهش منطبق باشند، قابل دسترسی نباشند. در این صورت باید با استفاده از روش‌های جمع‌آوری داده اطلاعات مورد نیاز کسب شوند.

پس از انجام **تحقیقات بازار** و جمع‌آوری داده‌ها و کسب اطلاعات مورد نیاز، این اطلاعات نیازمند تحلیل مناسب می‌باشند، تا معنای داده‌های به اصطلاح خام، معنا یافته و قابل استناد شوند. تحلیل داده‌ها از روش‌های مختلفی قابل انجام است و شامل استفاده از رایانه و وارد کردن این اطلاعات در کامپیوتر، کشف خطاها، تقسیم‌بندی و تست‌های آماری مورد نیاز می‌باشد. یکی از راه‌های کامپیوتری تحلیل این اطلاعات، استفاده از برنامه SPSS می‌باشد.



شناخت و بررسی بازار

در نهایت، گام آخر فرآیند **تحقیقات بازار**، آماده کردن گزارش متنی و یا شفاهی می‌باشد. البته باید اشاره کرد که بهره‌مندی از منابع لازم و تخصص و مهارت کافی، در اثربخشی هر یک از مراحل تحقیقات و **شناخت بازار**، موثر

و ضروری است. چرا که اگر تحقیقا بازار به درستی انجام نشود، خسارات زیان باری می تواند به بار آورده و در شکست استارتاپ ها موثر خواهد بود.