

تجربیات سیناتک از تعامل با استارت‌آپ‌ها به عنوان سرمایه‌گذار خطرپذیر شرکتی

گاهی اوقات بنگاه‌ها خود اقدام به تأمین سرمایه جهت سرمایه‌گذاری جسورانه در استارت‌آپ‌ها می‌کنند. این حالت از سرمایه‌گذاری کمک می‌کند که دانش، تخصص و دسترسی بنگاه به بازار با استارت‌آپ به اشتراک گذاشته شود و روند رشدش تسهیل گردد. البته مفهوم سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی هنوز آنچنان که باید در ایران جا نیفتاده است؛ اما مجموعه‌هایی هستند که آن را پیگیری می‌کنند. سیناتک یکی از این مجموعه‌ها است که توسط هلدینگ مالی و سرمایه‌گذاری سینا بنا نهاده شده است. برای آشنایی با این CVC و تجربیاتی که از فعالیت در اکوسیستم کارآفرینی ایران داشته‌اند با یاسر زاهدی، مدیر تحقیق و توسعه هلدینگ مالی و سرمایه‌گذاری سینا، و میثم زرگریور، مدیرعامل و عضو هیأت‌مدیره سیناتک، گفتگویی داشته‌ایم که محتوای آن را با شما به اشتراک می‌گذاریم:

سیناتک با چه هدفی تاسیس شد و در چه چارچوبی این اهداف را دنبال می‌کند؟

زاهدی: سیناتک یکی از زیرمجموعه‌های هلدینگ مالی و سرمایه‌گذاری سینا است. این هلدینگ در حوزه‌های خدمات مالی، سرمایه‌گذاری و بیمه فعالیت دارد و مالکیت برندهای نظیر کارگزاری بهگزین، بیمه سینا، لیزینگ سینا و سیناتک را در اختیار دارد.

ما از سال ۱۳۹۴ مطالعه‌ی موضوع نوآوری در فناوری مالی (فین تک) و اشکال مختلفی که می‌توان به این موضوع پرداخت را در دستور کار قرار دادیم. و در نهایت با انتخاب رویکرد نوآوری باز، راهکار CVC را به عنوان ابزار اجرای نوآوری در شبکه ارزش خدمات مالی هلدینگ انتخاب کردیم.

چرا مدل سی وی سی را انتخاب کردید؟

زاهدی: با مطالعاتی که انجام شد، در کنار تأمین سرمایه که نیاز اصلی استارت‌آپ است، دسترسی به بازار، متخصصین کسب و کار و زیرساخت‌های فنی را به عنوان مهمترین انتظارات استارت‌آپ از بنگاه شناسایی کردیم. شبکه ارزش خدمات مالی سیناتک که شامل هلدینگ مالی و سرمایه‌گذاری سینا، بیمه سینا، کارگزاری بهگزین، لیزینگ سینا، بانک سینا و گروه فناوری اطلاعات و ارتباطات سینا می‌باشد، سبب شده است که سیناتک دسترسی خوبی به بازار، متخصصین کسب و کار و زیرساخت‌های فنی شبکه‌ی ارزش خدمات مالی داشته باشد. برای موضوع متخصصین کسب و کار هم علاوه بر ظرفیتی که در خود هلدینگ وجود دارد، سعی کردیم با گسترش شبکه‌ی ارتباطات سیناتک ظرفیت مناسبی ایجاد کنیم. توانایی تأمین این موارد، ویژگی‌ای است که CVC را از VC متمایز می‌کند.

CVC بودن چه تفاوتی در عملکرد شما نسبت به VC ایجاد می‌کند؟

زرگریور: شاید تنها ۱۰ درصد از کاری که ما به عنوان CVC انجام می‌دهیم، کاری است که VC‌ها هم انجام می‌دهند. استراتژی‌های سرمایه‌گذاری CVC‌ها با VC‌ها تفاوت‌هایی دارد و این باعث رویکردهای مختلفی در تعامل با استارت‌آپ‌ها می‌شود. مثلاً CVC‌ها معمولاً رابطه‌ی طولانی‌تری با استارت‌آپ‌ها نسبت به VC‌ها دارند و دیگر اینکه برای ما بازدهی مالی در مقایسه با VC‌ها ممکن است اهمیت پایین‌تری داشته باشد.

برای ما توانایی تعامل مناسب تیم و سیناتک و اینکه درخواست‌های سازمانی ما توسط استارت‌آپ درک شود، اهمیت دارد. همکاری استارت‌آپ با یک مجموعه‌ی نهادی مانند سیناتک، الزاماتی دارد؛ مثلاً ما باید گزارش‌های مشخصی مانند حسابرسی ارائه دهیم و این را از استارت‌آپ نیز می‌خواهیم و انتظار داریم استارت‌آپ هم این محدودیت‌ها را درک کند.

در مراحل انتخاب هم جایگاه استارت‌آپ را در زنجیره‌ی ارزش خود ارزیابی می‌کنیم؛ چرا که ما تخصصی کار می‌کنیم و نمی‌توانیم به حوزه‌های مختلف ورود کنیم. ولی در کل طرح‌هایی را انتخاب می‌کنیم که مرتبط به زنجیره‌ی ارزش ما باشد، به همین دلیل شاید طرحی ظاهراً فین تکی نباشد ولی به دلیل کمکی که می‌تواند به زنجیره‌ی ارزش ما کند، آن را فین تکی تلقی کنیم.

سیناتک در چه مرحله‌ی و تا چه سقفی سرمایه‌گذاری انجام می‌دهد؟

زاهدی: اولویت ما این است که در مراحل بعد از Seed سرمایه‌گذاری کنیم. سقف سرمایه‌گذاری برای ما محدودیت معناداری نیست چرا که در صورت لزوم می‌توانیم از ظرفیت شرکایمان در تامین مالی بهره‌مند شویم.

مشکلی که در سرمایه‌گذاری داریم دستیابی به تیم‌های خوب است. مثلاً تیم‌های زیادی در بحث درگاه‌های پرداخت شکل گرفته‌اند اما بسیاری از فرصت‌های دیگر مانند بیمه، بانکداری، بازار سرمایه، حسابداری و حسابرسی و رتبه‌بندی نسبتاً مغفول مانده‌اند.

تعامل سیناتک با استارت‌آپ‌ها چگونه استارت می‌خورد؟

زرگربور: به دلیل اینکه در حوزه‌ی فین تک استارت‌آپ خوب، کم است و از طرفی هم به دلیل این که ما تمایل به تعامل با حجم بالای استارت‌آپ‌ها نداریم (زیرا بررسی هر استارت‌آپ زمان و هزینه‌ی بسیار زیادی می‌برد) اغلب خودمان در رویدادها و نمایشگاه‌ها به دنبال استارت‌آپ موردنظر خود می‌رویم. البته امکان ثبت درخواست بررسی از طریق وبسایت سیناتک هم وجود دارد.

تعاملاتی که با دیگر اعضای اکوسیستم داشته‌اید به چه شکل بوده است؟

زاهدی: رویکرد ما شبکه‌سازی است تا از توانایی دیگران کمک بگیریم؛ به همین دلیل با پارک‌های علم و فناوری، شتاب دهنده‌ها، معاونت علمی، دانشگاه‌ها، پژوهشکده‌ها و حتی رسانه‌ها در ارتباطیم و در نشست‌ها شرکت می‌کنیم.

با توجه به این تعاملات، به نظر تان درک مناسبی از CVC در اکوسیستم وجود دارد؟

زاهدی: در تعامل با ارکان اکوسیستم خیلی با تفاوت دیدگاه مواجه نشدیم. خیلی از شتاب دهنده‌ها طی یک سال اخیر به سمت نوآوری بنگاهی پیش رفتند؛ به طوری که به عنوان یک منبع بیرونی با شما قرارداد می‌بندند و شما را به مجموعه استارت‌آپ‌هایی که در شبکه‌ی خود دارند، معرفی می‌کنند ولی با استارت‌آپ‌ها در این زمینه مشکل داشتیم و سعی کردیم در رویدادها، به تعریف CVC و عملکرد آن بپردازیم.

وضعیت درک استارت‌آپ‌ها از CVC چگونه است؟

زاهدی: یکی از مشکلاتی که وجود دارد عدم شناخت سرمایه‌گذاران مختلف توسط استارت‌آپ‌ها است. آن‌ها نمی‌دانند که سرمایه‌گذاران فرشته، CVC و VC هر یک انتظارات متفاوتی از استارت‌آپ دارند. مثلاً هم این که هر وقت می‌خواهند برای جذب سرمایه اقدام کنند همان چیزی را که در Demo Day داشته‌اند برای سرمایه‌گذارهای مختلف ارائه می‌دهند.

90 درصد استارتاپ ها درک مناسبی از یک بنگاه سرمایه گذاری ندارند. ۱۰ درصد دیگر هم به این دلیل که پیش از آن با یک VC متعلق به یک بنگاه کار کرده بودند و این مسیر را یک بار طی کرده بودند، با آن آشنایی داشتند. استارتاپ ها با ملاک های تصمیم گیری انواع سرمایه گذارها آشنایی مناسبی ندارند و تنها تامین مالی را مدنظر قرار می دهند در حالی که فاکتورهای دیگری هم برای بررسی وجود دارد.

معمولا استارتاپ ها از تعامل با شرکت های بزرگ خودداری می کنند، چرا؟

زاهدی: یک دلیل ترس از دست دادن استقلال خود و دیگری ترس لو رفتن ایده است که البته برای این مورد مسائل حقوقی در نظر گرفته شده است. مضاف بر مسائل حقوقی لازم به ذکر است که ایده در جذاب بودن استارتاپ، کمترین تاثیر را دارد و بنگاهها بیشتر بر اساس دارایی های فکری استارتاپ تصمیم به سرمایه گذاری روی آن می گیرند.

یک موضوع دیگر صبر کم استارتاپ ها است. فرآیند بررسی استارتاپ زمان بر است و از طرح اولیهی موضوع تا زمان تصمیم گیری برای سرمایه گذاری ۶، ۷ ماه زمان لازم است. این شرایط سبب جبهه گیری استارتاپ ها می شود.

یک مسئلهی دیگر هم زمانی است که استارتاپ از سمت بنگاه پذیرفته نمی شود. استارتاپ این را ضعف خود تلقی می کند، درحالی که این رد شدن آن ها، الزاما به دلیل ضعف استارتاپ نیست بلکه به دلیل تفاوت اولویت ها و یا همسو نبودن اهداف و علایق استارتاپ و بنگاه است.

CVC چه رفتارهایی دارد که استارتاپ ها باید آن را درک کنند؟

زرگربور: اولین مسئله، داشتن ساختار تصمیم گیری پیچیده به دلیل وجود بوروکراسی است. متاسفانه استارتاپ ها مقداری دیر شروع به جذب سرمایه می کنند؛ به همین دلیل صبر ندارند ولی نیاز است تا استارتاپ ها مراحل بوروکراتیک CVC ها را درک کنند. از طرفی رفتن به سمت CVC ها صرفا به دلیل مسائل مالی کار درستی نیست CVC. ها فقط پول در اختیار استارتاپ ها نمی گذارند؛ آن ها "دسترسی به بازار" بالاتری نسبت به VC ها دارند.

استارتاپ ها چگونه CVC مناسبی را برای همکاری انتخاب کنند؟

زرگربور: فقط بودن برچسب CVC روی مجموعه مهم نیست؛ باید دید در راستای زنجیره ی ارزش خود چه عملکردهایی داشته اند؛ به همین دلیل فکر می کنم به شکل رسمی CVC نداریم و احتمالا سیناتک اولین یا لاقل جدی ترین CVC است. در اصل CVC ها کمترین دخالت را بر استارتاپ دارند و هدف برخلاف VC ها، سرویس گرفتن است تا رشد دادن به استارتاپ. البته مجموعه هایی به اسم CVC ظاهر شده اند ولی عملکردشان شبیه CVC ها نیست.

در حال حاضر CVC در ایران در مرحله ی یادگیری و تطابق است. نمی توان برای آن چارچوب خاصی مشخص کرد چرا که ما صرفا مفاهیمی را از اکوسیستم های بین المللی دریافت کرده ایم و این مفاهیم با اهداف مختلف مورد استفاده ی بنگاه ها قرار می گیرد، اینکه این مفاهیم نهایتا به چه صورت بروز پیدا کنند بستگی به شرایط اکوسیستم خودمان دارد.

چه چیزی اکوسیستم ایران و نحوه عملکرد سی وی سی در آن را تحت تاثیر قرار می دهد؟

زرگربور: در اکوسیستم همه چیز به هم وابسته هستند و لذا یک سری فکتهای کلی دربارهی اکوسیستم وجود دارد که سرمایه گذاری را هم تحت تاثیر قرار می دهد.

یک مسئله کم سواد و بی سواد اکوسیستم است. همه فکر می کنند شناخت کافی دارند، مثلا استارتاپ ها فکر می کنند با خواندن یکی دو کتاب یا حضور در چند دوره آموزشی درک کاملی از استارتاپ پیدا می کنند. ما به دنبال این هستیم که با سرعت یاد بگیریم که این امکان پذیر نیست. حتی در آمریکا میانگین سن کارآفرینان موفق بالای ۴۰ سال است. برای موفقیت دانش مناسب از حوزه کسب و کار لازم است که جز با تجربه به دست نمی آید.

کم سواد در اکوسیستم محدود به استارتاپ ها نیست VC. ها نسبتا وضع خوبی دارند اما اگر شتاب دهنده ها را بررسی کنیم می بینیم که استارتاپ های خارج شده از آن ها بسیاری از الزامات را ندارند.

مسئلهی دیگر این است که سرمایه گذاری مناسبی در مراحل اولیه رشد استارتاپ ها صورت می گیرد اما برای مراحل بعدی سرمایه کافی وجود ندارد و ساختارهایی نیستند که بتوانند در این مراحل استارتاپ ها را حمایت کنند. اصلاح این وضعیت نیازمند این است که برخی سرمایه گذاران سنتی تر به این حوزه ورود کنند که می توانند رقم های بالاتری را روی استارتاپ ها سرمایه گذاری کنند.