



बिजनेस कम्युनिकेशन में सफल स्टार्टअप के अनुभवों से सीखी गई चुनौतियाँ और सबक

अपर्णा,

अनुसंधान सहायक, वाणिज्य विभाग, इंदिरा गांधी विश्वविद्यालय, मीरापुर

आलेख जानकारी

प्राप्त: 19 दिसंबर, 2023

संशोधित: 16 फरवरी, 2024

प्रकाशित: 30 जून, 2024

संपादक: डॉ. गगनदीप पराशर

* अनुरूपी लेखक

Email:

aparna.iks@igu.ac.in

9306070587

खुला एक्सेस

DOI:

यह क्रिएटिव कॉमन्स एट्रिब्यूशन लाइसेंस

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>) की शर्तों के तहत वितरित एक ओपन एक्सेस लेख है, जो किसी भी माध्यम में अप्रतिबंधित उपयोग, वितरण और पुनरुत्पादन की अनुमति देता है, बशर्ते मूल कार्य उचित रूप से उद्धृत किया गया है।



<https://vbh.rase.co.in/>

Copyright© DHE

सारांश

स्टार्ट-अप को अक्सर अपने संचार दृष्टिकोण को तैयार करते समय अनूठी चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। अक्सर, संस्थापकों, कंपनी और उत्पादों की पहचान अपेक्षाकृत अज्ञात रहती है। यह व्यवसाय स्थापित करने के प्रारंभिक चरण के दौरान विशेष रूप से सच है, जो इस निबंध का केंद्र बिंदु है। संचार के लिए लक्षित दर्शकों को समझना और उसके अनुसार रणनीतियों को तैयार करना अत्यंत महत्वपूर्ण है। व्यवसाय की शुरुआत के विभिन्न चरणों और स्टार्ट-अप संचार रणनीतियों के उल्लेखनीय प्राप्तकर्ताओं के विश्लेषण के बाद दो वास्तविक उदाहरणों की प्रस्तुति की जाती है। अंततः, स्टार्ट-अप की संचार रणनीति के लिए सलाह की व्युत्पत्ति प्रस्तुत की जाती है। इन स्टार्टअप द्वारा अपनाए गए दृष्टिकोण की विशेषता जोखिम लेने और उच्च-पुरस्कार अवसरों का पीछा करने की इच्छा है। हालाँकि, इस दृष्टिकोण के परिणामस्वरूप अक्सर विफलता की उच्च दर होती है और केवल कुछ प्रतिशत स्टार्टअप वास्तव में सफलता प्राप्त करते हैं। इन चुनौतियों के बावजूद, यह पहचानना महत्वपूर्ण है कि इन स्टार्टअप का समग्र योगदान विभिन्न उद्योगों के नवाचार और उन्नति के लिए महत्वपूर्ण है। इसलिए, यह देखना दिलचस्प है कि मौजूदा साहित्य अक्सर उन मूल्यवान पाठों को अनदेखा कर देता है जो विफल स्टार्टअप के अनुभवों का अध्ययन करके सीखे जा सकते हैं। इसके बजाय, अक्सर सफल फर्मों और मात्रात्मक अध्ययनों पर जोर दिया जाता है, जिनका उद्देश्य उन कारकों की पहचान करना होता है जो उनकी सफलता में योगदान करते हैं।

कूट शब्द: स्टार्टअप, जोखिम, उद्यमी, विफलता

परिचय

यह एक सुस्थापित तथ्य है कि बहुत से व्यवसाय अपने आरंभिक चरणों में विफलता का अनुभव करते हैं। प्रचलित गलत धारणा इस विश्वास पर आधारित है कि लगभग 80 से 90 प्रतिशत नए उद्यम संचालन के पहले कुछ वर्षों में ही विफल हो जाते हैं, हालाँकि यह दावा पूरी तरह से सटीक नहीं है। भारत के मामले में, वैश्विक स्तर पर तीसरा सबसे बड़ा स्टार्टअप इकोसिस्टम होने के बावजूद, देश में 80 से 90 प्रतिशत व्यवसाय अपने अस्तित्व के शुरुआती पाँच वर्षों के भीतर विफलता का सामना करते हैं। सवाल उठता है: स्टार्टअप की विफलता के पीछे अंतर्निहित कारण क्या हैं? हमने इस घटना में योगदान देने वाले कई प्रमुख कारकों की सावधानीपूर्वक पहचान की है और कई रणनीतियों को भी उजागर किया है जिन्हें व्यवसाय के मालिक स्टार्टअप विफलता के इन चुनौतीपूर्ण परिदृश्यों को प्रभावी ढंग से संबोधित करने और दूर करने के लिए अपना सकते हैं।

निवारक उपाय

व्यवसायों में अपने संचालन और प्रक्रियाओं में अभिनव प्रथाओं के कार्यान्वयन से लाभप्रद परिणाम प्राप्त करने की क्षमता होती है, जो कई तरीकों से प्रकट हो सकती है, जैसे उत्पादकता के उच्च स्तर, प्रतिस्पर्धियों के बीच एक अद्वितीय और प्रतिष्ठित उपस्थिति की स्थापना, साथ ही साथ किसी भी बाधा और रुकावट से कुशलतापूर्वक और प्रभावी ढंग से निपटने की क्षमता। स्टार्टअप के लिए कई महत्वपूर्ण पहलुओं पर सावधानीपूर्वक विचार करना अनिवार्य है जो उनकी सफलता और विकास के लिए अपरिहार्य हैं।

पर्याप्त शोध में संलग्न हुए बिना और भारतीय बाजार की जटिल बारीकियों की व्यापक समझ हासिल किए बिना प्रसिद्ध विश्वव्यापी स्टार्टअप अवधारणाओं की नकल करने के कार्य में संलग्न होने से बचना अनिवार्य है।

यह स्वीकार करना सर्वोपरि है कि स्टार्टअप की स्थापना के लिए कुशल तकनीकी कौशल के साथ-साथ आविष्कारशील सोच की प्रवृत्ति की आवश्यकता होती है।

वर्तमान में प्रचलित विचारों की खोज शुरू करने से पहले, किसी को उस विचार की दीर्घकालिक स्थिरता और स्थायी सफलता की क्षमता पर सावधानीपूर्वक विचार करना चाहिए।

परिणामस्वरूप, आवश्यक संसाधनों के स्थान का पता लगाना अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाता है जो नवाचार की संस्कृति को बढ़ावा देने और बढ़ते स्टार्टअप की गति को आगे बढ़ाने के लिए अपरिहार्य हैं। भारत के निवासी लगातार दिन-प्रतिदिन के आधार पर बहुत सारे अभिनव और नए उद्यमशील अवधारणाओं का सृजन कर रहे हैं, जो अपने स्वयं के व्यवसाय को शुरू करने और स्थापित करने की उत्कट इच्छा से प्रेरित हैं, जिससे उन्हें पर्याप्त मौद्रिक लाभ मिलेगा, जो संभवतः एक बिलियन डॉलर के असाधारण बेंचमार्क तक पहुंच सकता है। हालाँकि, निराशाजनक और निराशाजनक सच्चाई यह है कि यह प्रयास उतना सीधा और सरल नहीं है जितना पहली नज़र में लग सकता है। लोकप्रिय टेलीविज़न शो और फ़िल्मों में उद्यमशीलता का चित्रण अक्सर प्रक्रिया का भ्रामक रूप से सरलीकृत और आदर्श संस्करण प्रस्तुत करता है, जो स्टार्टअप को लॉन्च करने और सफलतापूर्वक संचालित करने की खोज में निहित जटिल और बहुआयामी वास्तविकताओं को सटीक रूप से पकड़ने में विफल रहता है। वर्ष 2016 में 16 जनवरी को, भारत सरकार ने "स्टार्टअप इंडिया" नामक पहल को सार्वजनिक किया, जिसका मुख्य उद्देश्य स्टार्टअप की संस्कृति को प्रोत्साहित करना और भारत देश के भीतर उद्यमशीलता और नवाचार को बढ़ावा देने वाले एक मजबूत और समावेशी वातावरण की स्थापना करना है। स्टार्टअप इंडिया का अंतिम उद्देश्य एक व्यापक और लचीला पारिस्थितिकी तंत्र का निर्माण करना है जो अभिनव और उद्यमशील उपक्रमों के विकास और विकास को सुविधाजनक बनाता है, जिससे सतत आर्थिक विस्तार को बढ़ावा मिलता है और रोजगार के अवसरों की भरमार होती है। सरकार के प्रयास का मुख्य उद्देश्य, जो आविष्कारशील विचारों और रचनात्मक डिजाइनों के उपयोग की वकालत करता है, स्टार्टअप की उन्नति और उत्कर्ष को पोषित करना है। पहल द्वारा प्रस्तुत स्पष्ट और अच्छी तरह से स्थापित परिभाषा के अनुसार, संस्थाओं के वर्गीकरण और वर्गीकरण के लिए एक महत्वपूर्ण और व्यापक ढांचे के रूप में नामित, एक स्टार्टअप को स्पष्ट रूप से और सटीक रूप से एक संगठन के रूप में परिभाषित किया गया है, अधिक विशेष रूप से एक वाणिज्यिक इकाई, जिसने लगातार

पांच वर्षों की न्यूनतम अवधि के लिए भारत के संप्रभु राष्ट्र के अधिकार क्षेत्र में निगमन या पंजीकरण की प्रक्रिया से नहीं गुजरा है। इसके अतिरिक्त, यह एक अनिवार्य आवश्यकता है कि इस उपर्युक्त स्टार्टअप का कुल और संचयी वार्षिक राजस्व, मूल्यांकन या आकलन की वर्तमान स्थिति से ठीक पहले के वित्तीय वर्ष के संदर्भ में, 25 करोड़ रुपये की मौद्रिक सीमा से अधिक न हो। इस बात पर जोर देना ज़रूरी है कि स्टार्टअप कई तरह की गतिविधियों में संलग्न होते हैं, जिनकी विशेषता नवाचार, प्रगति और उन्नति को बढ़ावा देने के स्पष्ट उद्देश्य के साथ, नए और अभूतपूर्व अवधारणाओं की खेती के लिए उनके निरंतर समर्पण से होती है। इन गतिविधियों में कई तरह के प्रयास शामिल हैं, जिनमें अग्रणी उत्पादों की अवधारणा और विकास, अत्याधुनिक प्रक्रियाओं का कार्यान्वयन और निष्पादन, साथ ही क्रांतिकारी सेवाओं का सफल परिचय और व्यावसायीकरण शामिल है, लेकिन यह इन्हीं तक सीमित नहीं है। इसके अलावा, यह रेखांकित करना महत्वपूर्ण है कि इन उद्यमों की नींव और मूल सार प्रौद्योगिकी और बौद्धिक संपदा के क्षेत्रों में दृढ़ता से निहित है, जिससे स्टार्टअप और आधुनिक समाज के इन मूलभूत स्तंभों के बीच गहन महत्व और अटूट संबंध पर जोर दिया जाता है।

खुद के लिए महत्व रखने वाली गतिविधियों में शामिल होने का अवसर, विभिन्न सामाजिक समूहों के बीच की खाई को पाटना, आय उत्पन्न करना, एक लचीली समय सारिणी रखना, अपने स्वयं के श्रेष्ठ की भूमिका निभाना, अपनी रचनात्मक क्षमताओं को उजागर करना, समाज में सकारात्मक योगदान देना और कई अन्य कारक उद्यमशीलता की यात्रा शुरू करने के लिए सभी प्रेरणाएँ हैं। यह प्रयास न केवल नई नौकरियों की स्थापना की ओर ले जाता है, बल्कि मेहनती प्रयास के निरंतर आवेदन और व्यक्तिगत बलिदान करने की इच्छा को भी आवश्यक बनाता है। विशाल जनसंख्या की उपस्थिति, मध्यम वर्ग और कामकाजी आबादी का निरंतर विस्तार, साथ ही तकनीकी रूप से कुशल ग्राहकों की व्यापकता, सभी स्टार्टअप सिस्टम के पोषण और विकास में योगदान करते हैं। इसके अलावा, "मेक इन इंडिया", "स्टार्टअप इंडिया" और "वोकल फॉर लोकल" जैसी सरकारी पहल उद्यमशीलता की भावना को बढ़ावा देने के लिए उत्प्रेरक के रूप में काम करती हैं। उद्यमी, जो ऐसे व्यक्ति हैं जो एक नए व्यवसाय का निर्माण और संचालन करते हैं, उन्हें अपने उद्यमशील उपक्रमों की शुरुआत एक सावधानीपूर्वक तैयार किए गए और अच्छी तरह से सोचे-समझे रणनीतिक खाके के साथ करनी चाहिए, जिसमें आंतरिक और बाहरी दोनों कारकों की एक विस्तृत जांच और विचार शामिल है, जो उनके उद्यमों की सफलता और व्यवहार्यता पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालने की क्षमता रखते हैं। इन कारकों में विविध प्रकार के तत्व शामिल हैं, जिनमें राजस्व उत्पन्न करने के संदर्भ में स्टार्टअप के मुख्य उद्देश्यों की स्थापना, सबसे उपयुक्त और आकर्षक

बाजार खंडों की पहचान और लक्ष्यीकरण, निरंतर लाभप्रदता सुनिश्चित करना, तथा नवीन और अभूतपूर्व उत्पादों और सेवाओं के विकास और परिचय के माध्यम से नवाचार और रचनात्मकता को बढ़ावा देना शामिल है, लेकिन यह इन्हीं तक सीमित नहीं है।



संगठनात्मक कारक

स्टार्टअप की सफलता अक्सर एक टीम की संरचना पर निर्भर करती है जिसमें ऐसे व्यक्ति शामिल होते हैं जो अपने-अपने क्षेत्रों में उच्च स्तर की विशेषज्ञता रखते हैं। संस्थापकों का यह कर्तव्य है कि वे ऐसे पेशेवरों का एक समूह इकट्ठा करें जो प्रत्येक विशिष्ट विषय में उत्कृष्ट हों, क्योंकि जोखिमों को प्रबंधित करने और कम करने का कार्य कभी भी केवल एक व्यक्ति के कंधों पर नहीं होना चाहिए। नतीजतन, ऐसे व्यक्तियों में निवेश करना अनिवार्य है जो न केवल स्टार्टअप के विज़न को साझा करते हैं बल्कि इसके कार्यान्वयन के लिए सक्रिय रूप से काम करने की प्रेरणा भी रखते हैं। दुर्भाग्य से, सीमित वित्तीय संसाधनों के कारण, व्यवसाय अक्सर खुद को ऐसी स्थिति में पाते हैं जहाँ उन्हें अनुभवहीन व्यक्तियों को काम पर रखना पड़ता है जिनके पास अपने व्यवसाय को अगले स्तर पर ले जाने के लिए आवश्यक कौशल की कमी होती है। एक नया व्यवसाय उद्यम स्थापित करने के संदर्भ में, कुछ ऐसी गतिविधियों में शामिल होने से बचना उचित है जो स्टार्टअप की समग्र सफलता के लिए हानिकारक साबित हो सकती हैं। इसके बजाय, अत्यधिक सक्षम और अनुभवी पेशेवरों की भर्ती और रोजगार पर ध्यान केंद्रित करना महत्वपूर्ण है जिनके पास कंपनी के विकास और विकास में प्रभावी रूप से योगदान देने के लिए आवश्यक कौशल और विशेषज्ञता है। किसी संगठन के प्रदर्शन और व्यवहार्यता को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों पर विचार करते समय, यह स्पष्ट हो जाता है कि भागीदारों के बीच संघर्ष की घटना, अपर्याप्त विपणन रणनीति और व्यापक भौगोलिक स्पष्टीकरण की कमी स्टार्टअप की विफलता के प्राथमिक कारणों के रूप में कार्य करती है। ये उपर्युक्त कारक न केवल भावी ग्राहकों से उदासीनता और उपेक्षा की भावना को जन्म देते हैं, बल्कि प्रबंधन की व्यवसाय के प्रति अपने दायित्वों और जिम्मेदारियों को पूरा करने की क्षमता को भी बाधित करते हैं।

व्यावसायिक जोखिम

हम अक्सर देखते हैं कि शुरुआती स्टार्टअप परिदृश्य में, कुछ कंपनियों का मानना है कि उनके उत्पाद इतने वांछनीय हैं कि बाजार उनके लिए शोर मचाता है और पैसा आना शुरू हो जाता है। शुरुआत में, अधिकांश स्टार्टअप संस्थापक केवल यह समझते हैं कि उनके उत्पाद बाजार में क्या हासिल कर सकते हैं। जब कोई व्यवसाय बदलता है, तो वह दूसरे बाजार को आकर्षित करने के लिए अपने पाठ्यक्रम और उत्पादों को बदलता है। ये उद्यमी विफलता और बाजार अस्वीकृति की अपनी संभावना को बहुत कम कर सकते हैं यदि वे अपने उत्पादों को लॉन्च करने से पहले पायलट प्रोजेक्ट या बीटा परीक्षणों में मान्य कर सकें। मानवीय कारक: किसी भी स्तर पर व्यवसायों और उनके भविष्य के लिए एक ठोस दृष्टिकोण बनाने की क्षमता एक सफल नेता को समर्पित कर्मचारियों को आकर्षित करने में मदद करती है, न कि शीर्ष प्रतिभाओं को जो अगले प्रस्ताव पर तुरंत कूद पड़ेंगे। कंपनी के लक्ष्य और दृष्टिकोण के लिए समर्पित कर्मचारियों के बजाय मीडिया द्वारा मांगे जाने वाले “शीर्ष प्रतिभा” संस्थापक को अपने सपने को साकार करने में मदद करेंगे। मानवीय कारकों में तनाव और दबाव के कारण व्यक्ति के दैनिक जीवन में होने वाले बदलाव शामिल हैं। जब कोई सदस्य टीम के लिए अच्छा नहीं होता है, तो यह दबाव उद्यमी को अपना व्यवसायिक फोकस खोने और आविष्कारकों के बीच अनुभव की कमी के लिए मजबूर कर देगा, यही कारण है कि स्टार्टअप की विफलता के लिए मानवीय कारक इतने महत्वपूर्ण हैं, स्टार्टअप के आविष्कारक सही समय पर सलाहकार का उपयोग नहीं करते हैं। वित्त कारक: वित्त कारक एक आश्चर्यजनक तत्व है जो उद्यमियों को उनके स्टार्टअप के लिए वित्तपोषण प्राप्त करने की बात आने पर चौंका देता है। अक्सर, यह महत्वपूर्ण प्रक्रिया बहुत देर से शुरू की जाती है, जिसके परिणामस्वरूप उद्यमी को शुरू में गलत निवेशकों को लाकर स्थिति को सुधारना पड़ता है। स्टार्टअप के क्षेत्र में, धन उगाहने के प्रयास में कम से कम छह महीने के लगातार प्रयास की आवश्यकता होती है, जिसमें कई बैठकें, कॉल और दौरे शामिल होते हैं। जितना अधिक कोई व्यक्ति धन उगाहने की प्रक्रिया में शामिल होता है, उतना ही उसे अपनी कंपनी की विशिष्ट आवश्यकताओं और संभावित निवेशकों की प्राथमिकताओं के बारे में स्पष्टता मिलती है। इस प्रक्रिया को प्रभावी ढंग से प्रबंधित करने के लिए, धन उगाहने के लिए समर्पित एक समिति स्थापित करना उचित है, जिसमें कम से कम दो व्यक्ति इस प्रयास का नेतृत्व करने और हर दो सप्ताह में टीम को नियमित अपडेट प्रदान करने के लिए जिम्मेदार हों।

बाजार कारक

किसी उत्पाद की सफलता, चाहे वह कितनी भी उल्लेखनीय क्यों न हो, उसकी दृश्यता पर निर्भर करती है। कई स्टार्टअप के पतन में एक महत्वपूर्ण योगदान विपणन गतिविधियों (या बिक्री) का अप्रभावी प्रबंधन है। हालाँकि शुरू में एक पेशेवर जनसंपर्क टीम होना अनिवार्य नहीं हो सकता है, फिर भी विभिन्न मीडिया चैनलों और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से अपने व्यवसाय और इसकी पेशकशों के बारे में जागरूकता पैदा करना

महत्वपूर्ण है। यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि प्रिंट और ऑनलाइन माध्यमों में आपके प्रकाशन प्रतिष्ठित हों और आपके लक्षित दर्शकों द्वारा अच्छी तरह से प्राप्त हों। प्रभावी विपणन प्रबंधन की अनुपस्थिति में, उत्पाद संभावित ग्राहकों के लिए अज्ञात रहेगा, जिससे बिक्री में कमी आएगी। यद्यपि कुछ संस्थापक और तकनीकी टीमों इस बात को फैलाने को निरर्थक कार्य मान सकती हैं, लेकिन वास्तव में यह संगठन के अस्तित्व और समृद्धि के लिए अपरिहार्य है।

उत्पाद कारक

कुछ व्यवसाय पर्याप्त मांग होने से पहले या जब तकनीक पूरी तरह से विकसित नहीं होती है, तब बाजार में उत्पाद पेश करते हैं। इसके विपरीत, कुछ व्यक्ति यह महसूस किए बिना अपने उत्पाद लॉन्च में देरी करते हैं कि पहले से ही बहुत देर हो चुकी है। प्रतिस्पर्धियों से तुलना करके और सामान्य ज्ञान का उपयोग करके अपने प्रदर्शन का लगातार मूल्यांकन करना महत्वपूर्ण है कि बिक्री में सुधार नहीं हो रहा है। संसाधनों, निधियों और ऊर्जा को किसी अलग बाजार में लगाने या आवंटित करने का इष्टतम समय वर्तमान समय होगा।

पूँजी जुटाने में असमर्थता

किसी व्यक्ति को अपने स्टार्टअप के लिए फंडिंग प्राप्त करने में सफल होने से पहले लगाने वाला समय और अस्वीकृति हमेशा उसे आश्चर्यचकित कर सकती है। अक्सर, यह प्रक्रिया बहुत देर से शुरू होती है, और उद्यमी पहले गलत निवेशकों को लाकर स्थिति को बचाते हैं। एक स्टार्ट-अप के संदर्भ में, फंडिंग के लिए बैठकों, टेलीफोन कॉल और यात्राओं के माध्यम से कम से कम छह महीने तक लगातार संभावनाओं की तलाश की आवश्यकता होती है। जैसे-जैसे आप धन उगाहने की प्रक्रिया में अधिक शामिल होते हैं, उतना ही आप अपनी कंपनी के संभावित निवेशकों की जरूरतों और इच्छाओं को जानते हैं। इस उद्देश्य के लिए एक समिति स्थापित करें और कम से कम दो लोगों को धन उगाहने और हर दो सप्ताह में टीम को रिपोर्ट करने के लिए जिम्मेदार ठहराएँ।

पारिस्थितिकी तंत्र कारक

कई उद्यमियों को प्रोटोटाइप को दूसरों के साथ साझा करना मुश्किल लगता है, इससे पहले कि वे कम से कम थोड़ा पूर्ण हो जाएं। यदि उन्हें संभावित ग्राहकों से इनपुट नहीं मिलता है, तो स्टार्टअप अक्सर घातक होते हैं। यदि कोई आपकी अवधारणा चुरा लेता है या यदि आपका प्रोटोटाइप दूसरों के सामने पहली बार प्रस्तुत किए जाने पर सही नहीं है, तो चिंता न करें। एक अच्छा मौका है कि प्रोटोटाइप बनाना और उन्हें उन लोगों से फीडबैक में परीक्षण करना जिन्होंने उन्हें परीक्षण किया है, जैसे कि फोकस समूहों में, उत्पाद में सुधार और सीखने के चक्र को तब तक दोहराया जाएगा जब तक कि लोग आपके उत्पाद की

मांग न करें। ऐसा इसलिए है क्योंकि तकनीक किसी को भी हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर प्रोटोटाइप बनाने की अनुमति देती है।

निष्कर्ष

यह समझना महत्वपूर्ण है कि विघटनकारी नवाचार स्टार्टअप उद्यमिता को आगे बढ़ाता है, जो जोखिम से भरा है और इसे एक निराशाजनक उपक्रम के रूप में नहीं देखा जाना चाहिए। जैसा कि यह प्रचलित लगता है, उच्च विफलता दर अपरिहार्य नहीं है। सफलता की संभावनाओं को बढ़ाना आवश्यक और संभव है। यह समझना महत्वपूर्ण है कि स्टार्टअप उद्यमिता विघटनकारी नवाचार द्वारा संचालित होती है, जो जोखिम भरा है लेकिन इसे एक निराशाजनक प्रयास के रूप में नहीं देखा जाना चाहिए। भले ही उच्च विफलता दर आम लगती हो, लेकिन उन्हें टाला जा सकता है। सफलता की संभावना को बढ़ाना संभव और महत्वपूर्ण दोनों हैं।

स्टार्टअप के विफल होने के कारण और तरीके व्यापक रूप से ज्ञात हैं और उनका गहन अध्ययन किया गया है। तैयारी करना, खुद को व्यवस्थित करना और आगे की योजना बनाना, ये सभी विफलता को रोकने या कम से कम इसे कम करने में मदद कर सकते हैं। हमने पाया है कि उद्यमी अक्सर हमारी लंबी चेकलिस्ट को बहुत गंभीरता से नहीं लेते हैं। शायद लॉन्च से पहले की लंबी दिनचर्या खराब स्वाद वाली दवा की तरह है।

दुख के बावजूद, यह हमारे अस्तित्व के लिए आवश्यक है।

संदर्भ

- Tobak, S. (9). *Reasons why most startups fail*. Entrepreneur. com.
- da Silva, F. R., Fabricio, R., da Silva, P. R., Galegale, N. V., & Kabane, G. K. (2015). *Why technology-based startups fail? An IT management approach*. In *Production and Operations Management Society 26th Annual Conference*. [Online]. Available: <https://www.pomsmeetings.org/ConfProceedings/060/Full%20Papers/Final%20Full%20papers/060-0879.Pd>
- Mickle, L. (2020). *Startups and reasons for their failure*. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 83, p. 01046). EDPSciences.
- Krishna, A., Agrawal, A., & Choudhary, A. (2016, December). *Predicting the outcome of startups: less failure, more success*. In *2016 IEEE 16th International Conference*

on Data Mining Workshops (ICDMW)(pp. 798-805). IEEE.

- Barua, A. (2017). *Why startups fail, how to detect a failing startup*.
- Lee, P. (2019). *Why did 150 startups fail? Here are the top 30 reasons for failure*. Discover.
- Lance, V. (2016). *Top 20 reasons why startups fail*. Forbes, <https://www.forbes.com/sites/grouphink/2016/03/02/top-20-reasons-why-startupsfail-infographic>.
- Boni, A. A. (2022). "WHY STARTUPS FAIL: NEW ROADMAP FOR ENTREPRENEURIAL SUCCESS" BY TOM EISENMANN CURRENCY, AN IMPRINT OF RANDOM HOUSE (2021). *Journal of Commercial Biotechnology*, 27(2), 7-11
- Mejía-Trejo, J. (2022). *Key Success/Fail Factors Innovation Strategies*. Norteamérica, Revista Académica del CISAN-UNAM, 17(1)