

کم نیستند کسانی که ابتدا تصمیم می‌گیرند کارآفرین شوند و سپس با خود فکر می‌کنند که حالا که می‌خواهیم کارآفرین شویم، چه کاری از دستمان برمی‌آید؟

می‌توان حدس زد که این افراد بخش قابل توجهی از آمار شکست کسب و کارهای نوپا را نیز به خود اختصاص می‌دهند.

می‌توانیم بپذیریم که در مراحل اولیه کارآفرینی، طرح تجاری یا بیزینس پلن را با همه‌ی جزئیات آن نداشته باشیم و ندانیم. اما مدل کسب و کار، یکی از زیرمجموعه‌های طرح کسب و کار است که باید قبل از خلق یک فعال تجاری جدید، در ذهن‌مان شکل گرفته باشد.

بارزترین شکل کارآفرینی راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید است که به آن استارت‌آپ گفته می‌شود. در سال‌های اخیر، مفهوم کارآفرینی از حوزه‌ی کسب‌وکار فراتر رفته و به ابعاد اجتماعی و سیاسی نیز وارد شده است.

کارآفرینی طیف وسیعی از فعالیت‌ها را شامل می‌شود که بسته به نوع کسب‌وکار و ایده‌ی پشت آن متفاوتند. از فعالیت‌های کارآفرینی کوچک‌مقیاس که انفرادی و پاره‌وقت اجرا می‌شوند گرفته تا پروژه‌های وسیع‌تر که فرصت‌های شغلی بیشتری را فراهم می‌کنند، همگی نمونه‌هایی از کارآفرینی محسوب می‌شوند.

بسیاری از کارآفرینان برای تأمین سرمایه‌ی لازم جهت شروع کسب‌وکار جدید خود می‌توانند به سرمایه‌گذاران خطرپذیر (venture investors) یا سرمایه‌گذاران فرشته (angel investors) رجوع کنند. این قبیل سرمایه‌گذاران، نیازهای مالی استارت‌آپ‌های نوپا را برطرف می‌کنند و مهم‌ترین منبع تأمین سرمایه‌ی کارآفرینی به شمار می‌روند. ناگفته نماند این سرمایه‌گذاران فقط از استارت‌آپ‌هایی حمایت خواهند کرد که پتانسیل سودآوری قابل توجهی داشته باشند یا سودآوری آنها پیشتر ثابت شده باشد.

آیا یک کارآفرین موفق حتماً به آموزش رسمی کارآفرینی نیاز دارد؟

پاسخ منطقی به چنین سوالی، منفی است.

کارآفرین های موفق بسیاری را می‌شناسیم که آموزش‌های رسمی ندیده‌اند.

از سوی دیگر، دانش کارآفرینی هم بر اساس مطالعه‌ی رفتار و تصمیم‌های کارآفرینان تدوین شده است. به عبارت دیگر، رابطه‌ی بین علم کارآفرینی و افراد کارآفرین، عکس‌چیزی است که معمولاً به ذهن می‌رسد.

بیش از آنکه کارآفرین‌ها به دانش کارآفرینی نیاز داشته باشند، دانش کارآفرینی نیازمند تجربه کارآفرینان است.

چگونه استارت آپ‌ها به کسب و کار میلیون دلاری تبدیل شد؟

در سال ۲۰۱۷، تنها ۳۸٪ استارت آپ‌ها درصد رشد خود را طبق روندهای آماری گزارش دادند. و این قوی‌ترین نرخ رشد تمام دهه است. اکثر شرکت‌ها کوچک باقی می‌ماند زیرا رشد کسب و کار سخت است. به من اعتماد کنید، ۱۳ سال از عمرم را صرف رشد استارت آپ‌ها کرده‌ام. هرچند سخت بود ولی غیرممکن نبود. استارت آپ من در سال ۲۰۰۵ در آشپزخانه ام با کمی میوه و آب استارت زده شد و امروزه به یک کسب و کار میلیون دلاری تبدیل شده است.

ماموریت داشته باشید.

هیچکس با رویای فروش رشد نمیکند بیایید با آن رو به رو شوید. کسب و کار من تنها به فروش بطری آب ختم نمیشود. ماموریت من این است که آمریکا سالمتر بماند و این دغدغه مشتریان و کارمندانم نیز هست. وقت مشخصی را صرف توسعه و شفاف سازی هدف و ماموریت خود بکنید. اگر مردم درک کنند که جزئی از ماموریت شما هستند، آنگاه مقدمات رشد شما را فراهم میکنند.

ماشین هایتان را روغن کاری کنید.

برای رشد باید بصورت کارآمد و موثر کار کنید. روی تکنولوژی ها سرمایه گذاری تا فرایندهای اجرایی مانند مدیریت موجودی، تخمین بینش مشتری و... اتوماتیک انجام شود. سرمایه گذاری در سیستم ها، افراد و فرایندها از اصول اولیه کسب و کار است و موجب حفظ عناصر اولیه کسب و کار، کسب مزیت های رقابتی و رشد میشود.

ریسک کنید.

هسته مشتریان ما، مشتریان وفادار هستند. که میتوانیم خدمات بیشتری به آنها بدهیم. برخلاف نظر سرمایه گذاران میتوانیم آنلاین شاپ خود را راه بیاندازیم تا مشتریان بتوانند مستقیماً از خودمان خرید کنند. نتایج مفیدتری به دست می آید نسبت به زمانی که خرده فروشان و توزیع کنندگان داشته باشیم. کمتر از دو سال، ارتباط مستقیم با مشتریان (DTC) و فروش به آنها ۱/۳ کسب و کارم را دربرگرفت.

استراتژی اصلی رشد ۴۰% استارت آپ ها، بهبود روابط با مشتریان فعلی است. افرادی که در حال حاضر، مایل به خرید محصولات و خدمات موجود می باشند. ولی بگردید راهی پیدا کنید که بیش از این مثرتر باشد.

افق دیدتان را گسترش دهید

..

فایده اصلی فروش مستقیم به مشتری، کسب داده ها و اطلاعات بیشتر از آنهاست. در استارت آپم فهمیده ایم که اکثر مشتریان در شرکت های تکنولوژی محور به کارند و به نوشیدنی ها و غذاهای سالم اهمیت میدند در نتیجه توانستیم با شرکت های آنها وارد مذاکره بشیم و قرارداد همکاری و فروش منعقد کنیم. چگونه میتوانیم به مشتریان هدف خود در راه بزرگتر و بهتر دسترسی داشته باشیم؟ افق های خود را فراتر از روشهای معمولی فروش گسترش دهید.

متفاوت عمل کنید.

پارسال کرم ضد آفتاب بر پایه میوه تولید کردیم. لوازم آرایش را وارد خط تولید کردیم. در بازار جدید ورود کردیم و مخاطبان جدیدی را به دست آوردیم. در نتیجه جریان درآمدی جدیدی کسب کردیم. تنوع در محصولات نه تنها یک راه حل رشد شرکت است، بلکه باعث تقویت و ارزش سهام در بازار هم میشود. اگرچه ریسکی است ولی گر زمان بندی، محصولات و خدمات شما دارای قاعده منحصر به فرد باشد و با ماموریت و چشم انداز شرکت هماهنگ باشند موجب رشد در بازار فعلی میشوند.

قدم به قدم رشد کنید.

رشد اتفاقی رخ نمیدهند. باید برای آن برنامه ریزی کنید و آماده استفاده از هرگونه فرصت پیش رو باشید. عموماً استارت آپ ها قدم به قدم جلو میروند. محصولات و خدمات، ارتباط با مشتریان، عرضه کنندگان و تمامی اتفاقات بازار را مرحله به مرحله انجام میدهند. برای اطمینان از اینکه بر رشد تمرکز دارید حداقل ۲ ساعت در هفته به استراتژی های بالا فکر کنید. استارت آپتان فراتر از انتظار رشد خواهد کرد.

با سرمایه کم چه کارهایی می توانیم راه بیندازیم؟

Page | 5

بیشتر افراد وقتی صحبت از راه اندازی یک کسب و کار به میان می آید، به دنبال تامین مالی و سرمایه اولیه هستند و اغلب به دلیل نداشتن سرمایه فراوان اولیه، ایده های خود را به آرزو تبدیل می کنند و در دل خود نگه می دارند و حتی آن را بیان نمی کنند. گاهی نیز قضیه برعکس است؛

سرمایه ای اندک و زیر ۵ میلیون تومان در دست داریم اما ایده ای برای راه اندازی کسب و کار نداریم و فکر می کنیم که با این سرمایه اندک کاری نمی توان انجام داد، اما نمی دانیم که با سرمایه کمتر از ۵ میلیون تومان هم می توان کسب و کاری آغاز کرد و به درآمد رسید.

بله این یک واقعیت است که تمام کسب و کارهایی که اطراف ما شکل گرفته اند، سرمایه های اولیه میلیونی و میلیاردی نداشته اند. قصد داریم در این مطلب درباره تعدادی از کسب و کارهایی صحبت کنیم که با کمتر از ۵ میلیون تومان هم می توان آنها را تاسیس کرد.

در یک تقسیم بندی، کسب و کارها براساس قلمرو فعالیت به شش دسته تقسیم می شوند؛ مانند کسب و کارهای الکترونیکی، خانگی، خانوادگی، روستایی، کوچک، متوسط و بزرگ که البته از میان آنها کسب و کارهای کوچک، متوسط و بزرگ نیاز به سرمایه اولیه بیشتر از ۵ میلیون دارند؛ بنابراین در ادامه از موارد دیگر مثال می زنیم.

۱) کسب و کارهای اینترنتی

فروش محصولات یا خدمات از طریق اینترنت را «کسب و کار اینترنتی» می‌گویند. تجهیزات مورد نیاز برای اینگونه کسب و کارها کامپیوتر، اینترنت و یک خط تلفن است که به وسیله آن می‌توان یک «فروشگاه اینترنتی» راه اندازی کرد.

به طور کلی برای راه اندازی یک سایت، هزینه ای کمتر از ۲ میلیون تومان مورد نیاز است. از نمونه های بارز این کسب و کارها می‌توان به سایت های فروش شارژ کارت، سایت های تبلیغاتی و همچنین سایت هایی مانند isiarchive.com و «مدیر سبز» اشاره کرد.

۲) کسب و کارهای خانگی

هر فعالیتی که در محل سکونت شخص انجام گیرد و با استفاده از وسایل و امکانات منزل راه اندازی شود، «کسب و کار خانگی» نامیده می‌شود؛ مشاغلی نظیر: «کارگاه تولید شمع تزئینی»، «بسته بندی مواد و فروش به سوپرمارکت های محله؛ یعنی خرید حبوبات به صورت فله و پاک کردن و بسته بندی و در نهایت فروش آنها»، «پرورش قارچ»، «ورمی کمپوست» و «تهیه غذاهای خانگی». تعداد بی شماری از کسب و کارهای بزرگ و موفق امروزی را می‌توان نام برد که از کسب و کارهای خانگی با سرمایه اندک آغاز کرده اند که از آن جمله می‌توان به محصولات غذایی بهروز (بهروز فروتن) و محصولات بیک (علی اکبر رفوگران) اشاره کرد.

۳) کسب و کارهای خانوادگی

کسب و کارهایی که افراد یک خانواده و خویشاوندان راه اندازی می کنند. در این گونه کسب و کارها می توان سرمایه چند خانواده در فامیل را جمع آوری کرد و یک کسب و کار کوچک همانند کسب و کارهای خانگی در قالب یک کارگاه کوچک به راه انداخت؛ نمونه موفق اینگونه کسب و کارها را می توان در شهرهایی چون قم و اصفهان و در تولیدی های گز و سوهان مشاهده کرد.

۴) کسب و کارهای روستایی

آن دسته از مشاغل نوپا که در روستاها با هزینه های بسیار کم و منابع طبیعی زیاد قابل راه اندازی هستند که از آن جمله می توان به «پرورش گیاهان تزئینی»، «پرورش انواع حیوانات خانگی و پرندگان زینتی» و «گیاهان دارویی» اشاره کرد.

اینها واقعیت های اطراف ما هستند که اغلب، آنها را نادیده می گیریم؛ به علاوه مزایای خاصی برای کسب و کارهای اینچنینی وجود دارد که از آن جمله می توان به زودبازده بودن آنها، حمایت دولت و صندوق های کارآفرینی و حتی برخی از بانک ها و موسسات مالی برای تامین سرمایه اولیه و گسترش این نوع مشاغل اشاره کرد.