

قدم اول کسب و کار شکارچی ایده باشی

تصویرگر: سید میثم موسوی

سید حسینی

۳۲

مخزن

شماره ۱ آبان ۱۳۹۴



نخستین قدم برای راهاندازی هر کسب و کار «ایده» است. تا همین چند سال پیش، مؤسسه‌های تاکسی‌رانی فعالیت بسیاری داشتند. شما برای اینکه تاکسی درستی بگیرید، با این مؤسسه‌ها یا به اصطلاح تاکسی‌های تلفنی تماس می‌گرفتید و مبدأ و مقصد خود را به کارور (اپراتور) اعلام می‌کردید و خودرو با راننده برای تردد شما اعزام می‌شد. راننده پس از رسیدن به مقصد، عموماً بدون سوار کردن مسافر دیگری، به مؤسسه برمی‌گشت و آنجا باید منتظر می‌ماند که دوباره نوبت به او برسد. در اینجا راننده هیچ حق انتخابی نداشت و طبق نظر مدیرمؤسسه انجام می‌شد.

حال با هوشمندشدن تلفن‌های همراه و دسترسی آسان به شبکه اینترنت، کارآفرین‌ها با ساخت یک برنامه (اپلیکیشن) تلفن همراه، درخواست تاکسی را به راننده‌های نزدیک به محل حضور مسافر اعلام می‌کنند و پس از تأیید راننده، مسافر جابه‌جا می‌شود. هم مسافر به راحتی و با قیمت مناسبی تاکسی می‌یابد و هم راننده هر زمان که فرصت دارد و در هر محلی که حضور دارد، بدون معطلی و با حق انتخاب مسافر و مسیر را انتخاب می‌کند.

باید با مثالی دیگر، از دنیای دیجیتال فاصله بگیریم. تا پیش از این، فروشگاه‌های عرضه خواروبار که به بقالی معروف بودند، محل تأمین مایحتاج روزانه مردم محسوب می‌شدند. فضای مغازه به گونه‌ای بود که فروشنده پشت پیشخوان مغازه‌اش می‌ایستاد و مشتری به اقلام دسترسی نداشت. مشتری هر چه درخواست می‌کرد، فروشنده به او

تحويل می‌داد.

کارآفرین‌ها و متخصصان کسب و کار به این نتیجه رسیدند که هر چه بیشتر امکان دسترسی فیزیکی مشتری به اقلام فروشگاه وجود داشته باشد و مشتری بتواند با تردد در سطح فروشگاه خرید خود را انجام دهد، میزان خرید افزایش می‌یابد. اگر خریدار تا پیش از ورود به فروشگاه قصد خرید دو قلم کالا را داشته باشد، با تردد و دسترسی بیشتر، میزان خرید دو برابر و حتی بیشتر می‌شود. همین موضوع به خلق فروشگاه‌هایی به سبک امروزی انجامید که نمونه آن‌ها را می‌توان در همه محله‌های شهر دید.

شاید پیش خودمان بگوییم که در حال حاضر همه کارها حتی خرید نان هم اینترنتی شده است و فرصت‌ها بسیار کم



اجرا باشد. یعنی حل مسئله زمانی تمام می‌شود که بدانیم راهکار پیشنهادی واقعاً مسئله را حل می‌کند و از سایر ایده‌های موجود بهتر است.

ویژگی‌های ایده

لازم نیست اجرایی باشد: بسیاری از ایده‌ها هیچ وقت قرار نیست اجرا شوند یا حتی شاید قابل اجرا نباشند. برای مثال، شاید راهکاری برای کاهش مصرف سوخت به ذهنمان رسیده که غیرقابل اجراست، اما این موضوع باعث نمی‌شود آن را ایده ندانیم. ناگفته نماند که خیلی از ایده‌های کاربردی و مفید، در ادامه ایده‌های غیرقابل اجرا به ذهن می‌رسند و ارائه می‌شوند.

متغیر است: ایده می‌تواند تغییر کند. چه بسا در بیشتر موارد، ایده‌ها ابتدا ساده، خام و ناکارآمد هستند، اما به مرور کامل می‌شوند. مثلاً شاید به ذهنمان برسد که یک کارخانه تولید محصولات کشاورزی تأسیس کنیم. این یک ایده اولیه و خام است. شاید کمی تحقیق کنیم و تصمیم بگیریم که به جای تولید محصولات کشاورزی، آن‌ها را خریداری و بسته‌بندی کنیم. بعداً نوع محصول را انتخاب و در مورد تجهیزات تصمیم می‌گیریم. بدین ترتیب، ایده اولیه‌مان تغییر می‌کند و پخته می‌شود.

ممکن است اشتباه باشد: بعضی کارشناسان می‌گویند که ایده باید همه جانبه، حساب‌شده و منطقی باشد. در واقع از نظر ایشان، ایده‌ای ارزشمند و قابل دفاع است که روی آن کار شده و با ملاحظات اجرایی هم‌خوانی داشته باشد؛ نه اینکه لزوماً همه ایده‌ها واجد چنین شرایطی باشند. لازم نیست خلاقانه باشد: ایده می‌تواند تکراری باشد. مثلاً شاید ایده‌ای برای حل یک مسئله مهندسی به ذهنمان برسد که قبلاً از آن استفاده شده است. البته در نظر داشته باشید، در کارآفرینی معمولاً چیزی را ایده می‌دانند که خلاقانه باشد.

تمرین‌های زیر را انجام دهید و پاسخ آن را برای «رشد نوجوان» ارسال کنید:

● به نظر شما کسی که فقط ۲۰ میلیون تومان سرمایه دارد، چگونه می‌تواند آن را ظرف دو ماه به ۴۰ میلیون تومان برساند؟ پاسخی که به این سؤال می‌دهید، یک ایده است. این ایده چقدر خلاقانه و تا چه اندازه قابل اجراست؟ پاسخ را کتبی بنویسید. سپس بکوشید آن را اصلاح کنید تا به راهکاری منطقی‌تر و قابل دفاع تبدیل شود.

● فرض کنید کسی پیشنهاد داده است که برای کاهش مصرف انرژی، مدرسه‌ها را دو روز در هفته تعطیل کنیم. این پیشنهاد منطقی نیست، اما با فکر کردن روی همین ایده، چه راهکارهای مناسب‌تری به ذهنتان می‌رسد؟

● به اطراف خود توجه کنید. چند مسئله و مشکل را بیابید و برایشان راه حل ارائه دهید.



و نایاب شده‌اند. به شما قول می‌دهم که فرصت‌های کسب و کار جدید آن‌قدر زیاد هستند که با کمی دقت می‌توانید نمونه‌های بسیاری بیابید.

ایده یک فرصت است

برای نخستین قدم ایده‌پردازی، باید یک مشکل، معضل و یا روال و فرایند معیوب را شناسایی کرد و به اصطلاح مسئله را شناخت. البته ایده‌دادن با حل مسئله فرق می‌کند. پیشنهاددادن ایده‌های متفاوت جزئی از فرایند حل مسئله است، اما حل مسئله محسوب نمی‌شود. برای حل مسئله، علاوه بر ارائه ایده‌ها، باید آن‌ها را ارزیابی کرد و بهترین گزینه‌ها را برگزید. ضمن اینکه راهکار پیشنهادی باید قابل