

زندگی کسب وکار

در مسیر موفقیت

۳ راه حل شرکت‌های نوپا در مواجهه با کرونا

بنیان‌گذاران یک شرکت نوپا (استارت‌آپ) با هدف ارائه خدمات به کاربران و ایجاد یک کسب‌وکار پایدار شروع به فعالیت می‌کنند. در شرایط عادی یک کسب‌وکار می‌تواند با درک شرایط بازار خود را به تناسب آن رشد دهد و با بررسی دقیق آن و شناخت خواسته‌های مشتری، جایگاه خود را تثبیت کند. صاحبان کسب‌وکار محصولاتی را به بازار عرضه می‌کنند، از کاربران بازخورد می‌گیرند، ویژگی‌های محصول را بنا به خواسته مشتری اصلاح می‌کنند تا به بازگیری قدرتمند تبدیل شوند. اما اگر شرایط بازار عادی نبود چطور؟ آیا کسب‌وکارها می‌توانند در شرایط غیرعادی همچون پاندمی کرونا رشد کنند؟ صاحبان کسب‌وکار چطور می‌توانند در شرایط غیرعادی برای استارت‌آپ‌شان تصمیم بگیرند؟ ممکن است محافظه‌کاری زیاد باعث شود در دورانی همچون همه‌گیری کووید-۱۹، کارهای پرخطر و ایده‌های خلاقانه کمتر رخ دهد. اما کسب‌وکارهای زیادی هم در این دوران توانسته‌اند به اندازه چند سال رشد کنند. چطور می‌توان تصمیم‌درستی برای این شرایط گرفت؟ در مواجهه با شرایطی همچون عالمگیری کرونا، کسب‌وکارها می‌توانند سه راه‌حل را پیش گیرند. هر شرکت نوپا بسته به ماموریت و چشم‌اندازش ممکن است هرکدام از این راه‌حل‌ها را استفاده کند. در ادامه به این راهکارها اشاره می‌کنیم:



ادامه‌وتلاش برای بقا

برای ادامه مسیر کسب‌وکار در دوران همه‌گیری کرونا، یک مسیرراه مناسب همراه با یک ماموریت شفاف مورد نیاز است. هیچ زمانی برای تمام شدن همه‌گیری این بیماری مشخص نشده است و گمانه‌زنی‌های بسیاری در این زمینه وجود دارد. اگر کسب‌وکاری بتواند از این مسائل به حل مشکل کاربران بپردازد و ارزش‌آفرین باشد، می‌تواند از این بحران عبور کند. توجه به عادت‌های جدید کاربران و تمرکز بر نیازهای واقعی می‌تواند راهگشا باشد. بحران‌های مالی در این دوران طبیعی است و می‌توان با جذب سرمایه‌گذار یا تغییرات در ساختار تیم آنها را جبران کرد. توجه به رقیبای داخلی و خارجی و رصد بازار و این مشتریان هدف در محصولات رقیبا، راهکارهای اثربخش برای ادامه حرکت در بازار است.

چرخش

دلیل شکست نیمی از شرکت‌های نوپا در جهان ارائه محصولی است که مشتریان آن را نمی‌خواهند و حاضر نیستند بابت آن پولی پرداخت کنند. اگر شرکت نوپایی در شرایط همه‌گیری این بیماری باچنین مشکلی مواجه شود، فرصت خوبی است که در محصول و ارزشی که ارائه می‌کند بازنگری کند. این بازنگری می‌تواند در ویژگی‌های محصول، خود محصول یا حتی بازاری باشد که محصول در آن ارائه می‌شود. ممکن است یک محصول ثابت برای مشتریان دیگری ارزش‌آفرین باشد و آن را بخواهند. چرخش راهکار مناسبی برای حفظ تیم و دادن شانس دوباره به کسب‌وکار است.

مرگ

اگر کسب‌وکاری نتواند حیات خود را حفظ کند، ناچار به گورستان شرکت‌های نوپا سپرده خواهد شد. این حقیقت وجود دارد که ۹۰ درصد شرکت‌های نوپا شکست می‌خورند. حالا با توجه به عالمگیری کرونا و شرایط غیرمنتظره‌ای که ایجاد کرده، ممکن است کسب‌وکارهای زیادی به دلیل ناپایداری بازار از میان بروند. اگر شرکت نوپایی از کسب درآمد عاجز شود و نتواند سرمایه‌گذار جذب کند با شرایطی برای آن به‌وجود نیاید که مشتریان خود را از دست بدهد، احتمالاً به مرگ خود نزدیک می‌شود. از هم گسیختگی تیم‌ها یا مشکلات درون سازمانی هم می‌تواند منجر به مرگ یک کسب‌وکار شود. البته این پایان کار نیست و بسیاری از شرکت‌های نوپای موفق جهان، پس از شکست یک کسب‌وکار توسط یکی از اعضای تیم ایجاد شده‌اند. برای همین زیاد از شکست ناراحت نباشید!



تجهیزات نوین آبیاری ایرانی در بازارهای ۱۰ کشور

محصول یکی از شرکت‌های دانش بنیان در زمینه روش‌های نوین آبیاری به ۱۰ کشور خاورمیانه و اروپای شرقی صادر شد. محمود جعی، مدیرعامل این شرکت دانش بنیان، «آب‌پاش آگرومینیومی» را یکی از تولیدات این شرکت دانست و گفت: این آبپاش مشابه آبپاش آمبو شرکت سایم ایتالیاطراحی وتولید شده‌است وما برای بهبود عملکرد و طول عمر این محصول تغییراتی را در طراحی وقطعات داخلی آبپاش نسبت به نمونه مشابه خارجی ومحصولات داخلی اعمال کردیم.// ایسنا



ناحیه نوآوری، در تعامل با ساکنان محله

بدون شك استقرار شرکت‌های متعدد در ناحیه‌ای غیرصنعتی تا حدی ممکن است در آمد و شده‌های شهری و اقتضاهای محلی اختلال به وجود بیاورد. رئیس پارک علم‌وفناوری پردیس در این رابطه بیان می‌کند: «یکی از محاسن دانشگاه شریف برای تبدیل شدن به مرکزیت ناحیه نوآوری، قرارگیری آن در منطقه‌ای نسبتا خلوت‌تر از بخش‌های مرکزی شهر است. از سوی دیگر بیشتر شرکت‌های فناور و دانش بنیان مستقر در این ناحیه، شرکت‌های چندان بزرگ و پرجمعیتی نیستند و حتی با توجه به ماهیت فناورانه‌ای که دارند برخی از شرکت‌ها تعداد زیادی از نیروهای انسانی‌شان به صورت دورکار همکاری می‌کنند. بنابراین وجود این شرکت‌ها در این ناحیه اختلال و آشفتگی شهری به همراه نخواهد داشت.»

وی در ادامه تصریح می‌کند: «نکته مهم این است که استقرار این شرکت‌ها در محله شریف، آورده‌هایی نیز به دنبال دارد؛ ایجاد اشتغال به صورت مستقیم و نیاز به توسعه مراکز خدماتی موجب رونق بیشتر در فضای محله خواهد شد.» دکتر دهبیدی‌پور با اشاره به این که تعامل سازنده با مردم و جامعه، اصل و اساس نواحی نوآوری است، می‌افزاید: «در این مدت تلاش کرده‌ایم ضمن همکاری با شورایاری محله و شهرداری ناحیه، خدمات متقابلی را برای ساکنان این ناحیه که طی ۲۰ سال گذشته شاهد این تحول بوده‌اند، داشته باشیم تا آنها نیز از این اتفاق خوب، منتفع شوند. برگزاری دوره‌های آموزشی، وبینارها و کارگاه‌های آموزشی و برنامه‌های مختلف فرهنگی اجتماعی از جمله این فعالیت‌هاست. همچنین احداث امکاناتی مانند پارکینگ عمومی از محل بودجه دانشگاه و کمک‌های خیرین، توسعه مثبت دیگری است که مردم ساکن در ناحیه را نیز منتفع خواهد کرد.»

وی در ادامه تأکید می‌کند: «دانشگاه شریف به هیچ عنوان برنامه‌ای برای تملک اراضی یا گسترش مالکیت خود در این ناحیه ندارد و نخواهد داشت. اگر مالکان محل یا بخش خصوصی تمایلی برای احداث فضای کار برای استقرار شرکت‌ها داشته باشند، می‌توانند اقدام کنند و شرکت‌ها در این اراضی مستقر خواهند شد. اما قرار نیست پارک علم و فناوری در دانشگاه برای توسعه اراضی خود، املاک این محله را به تملک خود در بیاورد.»



نزدیکی دانشگاه‌ها و به کارگیری نیروهای کارآمد، برای شهر خود ارزش‌آفرینی می‌کنند.»

قرارگیری در فضا‌های حمایتی زیست‌بوم نوآوری مانند مراکز رشد و پارک‌های علم‌وفناوری، علاوه بر هم‌افزایی منتج از کنار هم قرار گرفتن مجموعه‌های همسو، مزیت‌های مالی و خدماتی دیگری را نیز برای شرکت‌ها به دنبال خواهد داشت. از دکتر دهبیدی‌پور درخصوص مزایای احتمالی استقرار در ناحیه نوآوری شریف پرسیدیم، وی در پاسخ توضیح داد: «ناحیه نوآوری شریف، مرکزی با شخصیت حقوقی مستقل نیست و صرفاً مفهومی مکانی از کنار هم قرارگیری شرکت‌های فناور و نوپاست. اما با وجود این، شرکت‌هایی که در این ناحیه مستقر هستند در صورتی که بتوانند شرایط عضویت در پارک استقرار در ناحیه نوآوری شریف پرسیدیم، وی در پاسخ توضیح داد: «ناحیه نوآوری شریف، مرکزی با شخصیت حقوقی مستقل نیست و صرفاً مفهومی مکانی از کنار هم قرارگیری شرکت‌های فناور و نوپاست. اما با وجود این، شرکت‌هایی که در این ناحیه مستقر هستند در صورتی که بتوانند شرایط عضویت در پارک علم‌وفناوری شریف، مرکز رشد یا شتاب‌دهنده را احراز کنند، می‌توانند ضمن استقرار در این ناحیه از مزایای عضویت در پارک یا مرکز خدمات فناوری و... نیز بهره‌مند شوند.»

جذابیت ناحیه‌نوآوری برای شرکت‌ها
دکتر دهبیدی‌پور درخصوص علت تمایل شرکت‌ها، به ویژه شرکت‌هایی که عضو پارک علم‌وفناوری شریف نیز نیستند، برای استقرار در ناحیه نوآوری شریف به جام‌جم می‌گوید: «براساس بازخوردهایی که از شرکت‌های مستقر در این ناحیه دریافت کرده‌ایم، از مهم‌ترین دلایلی که موجب شده شرکت‌ها این محل را برای استقرار دفتر خود انتخاب کنند، می‌توان به دسترسی به منبع نیروهای متخصص و دانشجویان توانمند در حوزه فناوری به عنوان نیروی کار پاره‌وقت و تمام‌وقت اشاره کرد. علت دوم، همان هم‌افزایی و امکان همکاری با شرکت‌های همسوی دیگری است که در این ناحیه مستقر هستند. برخی دیگر از شرکت‌ها نیز که شرایط عضویت در پارک یا مرکز رشد را دارند، برای استفاده از مزایای عضویت در پارک در این ناحیه مستقر شده‌اند.» وی در ادامه می‌افزاید: «البته قطعا هر یک از شرکت‌ها ممکن است به دلایل متنوعی در این ناحیه مستقر شده باشد، اما جذابیت عمده تمایل شرکت‌ها برای حضور در ناحیه نوآوری شریف این سه مورد است.»

به گفته دکتر دهبیدی‌پور در مجموع ۵۰۰ شرکت در این ناحیه مشغول فعالیت هستند که بخشی از آنها در شتاب‌دهنده، بخشی در مرکز رشد و مرکز خدمات فناوری و باقی در نواحی اطراف دانشگاه مستقر هستند.



جام‌جم در گفت‌وگو با رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف، از روند خودجوش شکل‌گیری «ناحیه نوآوری شریف» در ۲ دهه گذشته گزارش می‌دهد

محله کارآفرینان شریف

هم‌افزایی کسب‌وکارهای هم‌جنس و ایجاد فضای رشد ورقابت بر اثر مجاورت موضوعی است که از کسب‌وکارهای سنتی تا کسب‌وکارهای فناورانه و دانش بنیان امروزی همواره مورد توجه بوده است. شکل‌گیری تیمچه‌ها و بازارهای تخصصی مانند فرش‌فروشی‌ها، زرگرها، مسگرها و... در گذشته‌های دورتر و تجمع مغازه‌های هم‌صنف در یک خیابان یا محله در سال‌های پیشتر، امروز به شکل مراکز فناوری و نوآوری، مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری، فضا‌های کار اشتراکی و... با کنار هم قرار گرفتن شرکت‌های نوپا و دانش بنیان قابل مشاهده است. با بزرگ شدن کسب‌وکارهای نوپا و شکل‌گیری شرکت‌های فناورانه بزرگ‌تر، این فضای هم‌افزایی به خارج از محیط مراکز حمایتی نیز کشیده می‌شود و نواحی بزرگ‌تری با نام ناحیه نوآوری شکل می‌گیرد. از آنجا که دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی از بازیگران اصلی زیست‌بوم فناوری و نوآوری به شمار می‌رود، در اغلب کشورها نواحی نوآوری با محوریت دانشگاه‌های مهم و تأثیرگذار در حوزه کارآفرینی ایجاد می‌شود. دانشگاه شریف از جمله دانشگاه‌هایی است که در دو دهه گذشته فعالیت‌های گسترده‌ای را در حوزه توسعه فرهنگ کارآفرینی داشته و امروز با رشد شرکت‌هایی که از دل مرکز رشد و پارک علم وفناوری این دانشگاه بیرون آمده، هر روز شاهد استقرار تعداد بیشتری از شرکت‌های کوچک و بزرگ نوپا در اطراف این دانشگاه و ایجاد مفهوم جدیدی در زیست‌بوم کسب‌وکار کشور با عنوان «ناحیه نوآوری شریف» در محله شریف هستیم. مفهوم ناحیه نوآوری، چگونگی شکل‌گیری این فضا و اثرگذاری‌های آن در توسعه زیست‌بوم کسب و کارهای فناورانه و بهبود زندگی اجتماعی، از مواردی است که در گفت‌وگو با دکتر مجید دهبیدی‌پور، رئیس پارک علم وفناوری دانشگاه صنعتی شریف بررسی کردیم.



عسل اخویان طهرانی

دانش

ناحیه نوآوری در واقع به مفهوم کنار هم قرارگیری بازیگران مختلف یک زیست‌بوم نوآوری از خلق ایده تا ایجاد و رشد کسب‌وکار در یک منطقه جغرافیایی است که برای خلق ارزش مشترک متناسب با مأموریت، توانمندی یا شایستگی محوری خود به ایفای نقش می‌پردازد. شکل‌گیری چنین فضایی در اطراف یک دانشگاه، پدیده ناشناخته‌ای نیست. دکتر دهبیدی‌پور در این رابطه توضیح می‌دهد: «در بررسی‌هایی که از ۲۱ ناحیه نوآوری

در کشورهای مختلف دنیا داشتیم، مشاهده کردیم بیشتر آنها در اطراف دانشگاه‌ها شکل می‌گیرد. زیرا دانشگاه‌ها منبع تغذیه اصلی برای ورود ایده‌ها و دانش به زیست‌بوم نوآوری است.»

ناحیه نوآوری شریف برآیند ۲۰ سال فعالیت

دکتر دهبیدی‌پور با اشاره به سابقه ۲۰ ساله دانشگاه شریف در حوزه کارآفرینی توضیح می‌دهد: «این که امروز شاهد استقرار شرکت‌های نوپا و فناور در اطراف دانشگاه شریف هستیم، نتیجه فعالیت‌هایی است که از دو دهه پیش در این مجموعه آغاز شده است.» وی در ادامه می‌افزاید: «شکل‌گیری «مرکز کارآفرینی شریف» به عنوان یکی از اولین

نقش رسانه‌ها در حمایت از زیست‌بوم نوآوری

شرکت‌های دانش بنیان با توسعه فناوری‌های روز و رفع بسیاری از وابستگی‌های کشور، نقش مؤثری در خنثی‌سازی تحریم‌ها علیه کشور ایفا کرده‌اند. رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف در این رابطه توضیح می‌دهد: «موضوع شرکت‌های دانش بنیان، موضوعی است که کشور بیش از هر زمان دیگری به آن نیاز دارد. این شرکت‌ها ضمن رفع نیازهای فناورانه کشور و عبور از تحریم‌ها، فرصت شغلی متعددی برای جامعه فراهم می‌کنند. ضمن این‌که تمام اتکای آنها به ایده‌ها، دانش و خلاقیت‌شان است. بنابراین باید تلاش کنیم در شرایط کنونی بیش از پیش مسیر را برای رشد و توان‌افزایی این شرکت‌ها فراهم کنیم تا شاهد ماندگاری نخبگان در کشور و ارزش‌آفرینی آنها برای کشور باشیم. وی درخصوص میزان موفقیت زیست‌بوم نوآوری در طی دو دهه فعالیت در پیشگیری از خروج نخبگان از کشور تصریح می‌کند: «به‌نظر من این روند توانسته اثرگذار باشد. در گذشته هر فردی که فارغ‌التحصیل می‌شد، این نگرانی را داشت که چطور کار پیدا کند. اما خوشحالم که امروز این تغییر دیدگاه به درستی در میان جوانان ایجاد شده که یکی از انتخاب‌های فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها این است که خودشان کسب‌وکاری را راه بیندازند و نه فقط برای خود بلکه برای جمعی از متخصصان کشور کارآفرینی کنند. این تغییر دیدگاه بسیار ارزشمند است و قطعاً سود آن به تمام افراد جامعه خواهد رسید. امیدوارم با حمایت از این روند در سال‌های آتی شاهد ارزش‌آفرینی بیشتری از سوی جوانان برای کشور باشیم.»

دکتر دهبیدی‌پور با اشاره به اهمیت همکاری تمام بازیگران زیست‌بوم استارت‌آپی برای موفقیت این جریان می‌افزاید: «در کنار صاحبان ایده و کارآفرینان، دانشگاه‌ها و نهادهای سرمایه‌گذاری و حمایتی که از بازیگران اصلی زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپا هستند، نباید