

باسمه تعالی

عنوان مقاله:

نحوه ارزیابی ایده‌های استارت‌آپی و موانع در انتخاب ایده

این مقاله توسط پارک علم و فناوری دانشگاه تربیت‌مدرس گردآوری شده است

لذا تمامی حقوق این اثر محفوظ است.

mstpark@modares.ac.ir

چکیده

یکی از گام‌هایی که در راه‌اندازی کسب‌وکار نو اهمیت دارد، انتخاب ایده شماسست و در همین فرایند ارزیابی ایده نیز نقش مهمی را ایفا می‌کند. شما می‌توانید با چهار معیار معرفی شده به ارزیابی ایده خود بپردازید. معیار اول این است: ایده شما چقدر بزرگ است؟ معیار دوم میزان اطمینان شما به حل مسئله‌تان است. مورد سوم، ساختن چیزی است که شما شخصاً دوست دارید و مورد آخر این است که اجرای ایده شما به‌تازگی امکان‌پذیر شده باشد. پس از فرایند ارزیابی ایده، شناخت و کنترل موانع و فیلترهای ناخودآگاه افراد نیز مؤثر است.

مقدمه

در فرایند انتخاب ایده‌های کسب‌وکارهای نو، ارزیابی ایده نقش مهمی را ایفا می‌کند. بهتر است ایده خود و ایده‌های استارت‌آپی را ارزیابی کنیم و همین‌طور به شناسایی فیلترها و موانع درونی بپردازیم. در این بخش ما به شما یک فرمول می‌دهیم. این فرمول از دالتون که یک سخنرانی فوق‌العاده در حیطة مدرسه استارت‌آپی به اسم «همه چیز درباره محورسازی»^۱ دارد، ساخته شده است. ارزیابی ایده بر اساس چهار معیار انجام می‌شود و بسیار آسان است. شما برای هر کدام نمره می‌دهید و درنهایت میانگین نمرات را محاسبه می‌کنید، به این صورت ایده شما ارزیابی می‌شود.

معیارهای ارزیابی ایده

معیار اول این است: ایده شما چقدر بزرگ است؟ بهترین راه برای سنجش این موضوع، پیدا کردن کمپانی‌های بزرگی است که در حال حاضر وجود دارند و کاری مشابه ایده شما انجام داده‌اند. فرض کنید می‌خواهید نوع جدیدی از بانک را ایجاد کنید. امروزه بسیاری از بانک‌ها و کمپانی‌های بزرگ وجود دارند. پس این نشان می‌دهد که ایده شما می‌تواند بزرگ باشد. اگر الان در بازار یک کار کوچکی انجام می‌دهید که احتمال خوبی دارد تا در آینده بزرگ شود، شما در این قسمت نمره خوبی می‌گیرید. مثال خوب این مورد کوینبیس^۲ است. کوینبیس یک کمپانی است که به شما اجازه خریدوفروش ارز مجازی را می‌دهد. در سال ۲۰۱۲، زمانی که کوینبیس شروع به کار کرد، بیت‌کوین^۳ هنوز یک برند جدید و کوچک بود، اما در همان زمان هم افرادی بودند که به جایگزینی

^۱ All About Pivoting

^۲ Coinbase

^۳ Bitcoin

ارزهای مجازی به جای پول‌های امروزی اعتقاد داشتند. پس حتی اگر این اتفاق بیفتد، یک رویداد بزرگی به حساب می‌آید، به همین دلیل می‌گوییم کوینبیس یک ایده خوب بود.

مناسب مؤسس یا بازار بودن: این مورد به این اشاره می‌کند که آیا مؤسسين در کاری که انجام می‌دهند، حرفه‌ای هستند؟ مثالی که در این باره به آن اشاره می‌کنیم، فلکس پورت^۴ است، شرکتی که به کمپانی‌ها کمک می‌کند تا محصولات خود را در سراسر دنیا وارد کنند و بنیان‌گذار آن، رایان، کسی بود که حدود ده سال در حوزه تجارت بین‌الملل کار کرده بود. پس تقریباً همه چیز را در این حوزه می‌دانست و امتیاز ۱۰ از ۱۰ را می‌گیرد.

معیار دوم میزان اطمینان شما به حل مسئله‌تان است. یعنی چقدر مطمئن هستید که به حل یک مسئله می‌پردازید؟ به صورت ایده‌آل شما یک تجربه شخصی با این مشکل داشتید و در نهایت، آیا فهم جدید و یا مهمی از این مسئله دارید؟ ایربی‌ان‌بی^۵ مثال خوبی در این مورد است. ایده این شرکت این بود که از اینترنت، افرادی را پیدا کنید تا در خانه شما بخوابند، یا به بیانی دیگر اجاره تختخواب در خانه دیگران. در ابتدا نظر مردم درباره این ایده خوب نبود و فکر می‌کردند که یک کار خطرناک و عجیبی است. مؤسسين آن به امتحان کردن ایده خود پرداختند، یعنی آن‌ها ایده خود را عملی کردند و به این نتیجه رسیدند که ایده جالب و سرگرم‌کننده‌ای است؛ بنابراین آن‌ها عقیده داشتند که بقیه اشتباه می‌کنند و این باعث شد که ایربی‌ان‌بی ایده خوبی داشته باشد.

در ادامه به بررسی نشانه‌های دیگری می‌پردازیم که نشان می‌دهد آیا ایده شما واقعاً خوب هست یا خیر. شما در حال ساخت چیزی هستید که شخصاً دوست دارید آن را داشته باشید. اگر شما به ایجاد محصولی بپردازید که خودتان شخصاً دوستش دارید، کمپانی شما راحت‌تر به یک کمپانی بزرگ تبدیل می‌شود. نسبت به زمانی که ایده‌ای را عملی می‌کنید که بقیه خواهان آن هستند. در ابتدا ایده خود را برای یک کاربر پیاده کنید، یعنی خودتان. وقتی برای خودتان می‌سازید به احساسات درونی خود اطمینان می‌کنید اما زمانی که می‌خواهید برای بقیه بسازید باید به این توجه کنید بقیه از این محصول چه چیزی می‌خواهند.

نشانه دیگر این است که ایده شما به‌تازگی امکان‌پذیر شده باشد. یعنی زمانی که یک تغییر در دنیا رخ می‌دهد و یک تکنولوژی جدید به وجود می‌آید، فرصت خوبی برای پیاده کردن ایده بر روی این تغییر جدید است. شرکت‌های موفق از این استراتژی استفاده کردند مانند Rappi که یک سرویس تحویل غذا در آمریکای لاتین است. شرکت‌های دیگری مانند DoorDash در سایر نقاط دنیا فعال و موفق بودند.

فیلترهایی که باعث رد شدن یک ایده می‌شوند

^۴ Flexport
^۵ Airbnb

در ادامه مبحث ارزیابی ایده به فیلترها نیز می‌پردازیم. فیلترها دلایل بدی برای رد کردن یک ایده استارت‌آپی هستند. خطرناک‌ترین قسمت فیلترها این است که باعث می‌شوند تا شما بهترین ایده‌های خود را ناخودآگاه دور بریزید. حتی قبل از اینکه به قسمت خودآگاه شما خطور کند. چهار مورد مهم از این فیلترها وجود دارد که فهم آن‌ها بسیار مهم است. تقریباً همه افراد این فیلترها را دارند و یکی از تأثیرگذارترین کارهایی که می‌توانید انجام دهید تا در ایجاد ایده‌های استارت‌آپی موفق عمل کنید، شناختن این فیلترها و خاموش کردن آن‌ها است.

اولین فیلتر، رد کردن یک ایده است به دلیل آن که به‌نظر سخت می‌آید. یکی از شرکت‌هایی که در این مورد می‌توان مثال زد، استرایپ^۶ است. این شرکت استارت‌آپی با ایده ادغام پرداخت کارت‌های اعتباری با وبسایت ایجاد شد. در ابتدا متوجه شدند که گزینه‌های موجود ظاهراً خوب نیستند. اما هیچ‌کدام سعی در رفع این موارد نکردند زیرا برای راه‌اندازی استرایپ مجبور بودند کارهایی انجام دهند که دشوار بود، مثل معامله کردن با بانک یا اطلاعات ریزی که باید درباره زیرساخت‌های کارت‌های اعتباری جهان می‌دانستند. این‌ها دلایلی بود که افرادی که احتمال داشت در آینده بنیان‌گذار استرایپ شوند، ناخودآگاه از این ایده دور شدند.

فیلتر دوم، ایده‌هایی هستند که در یک محیط کسل‌کننده قرار گرفتند. ایده‌هایی مثل گوستو^۷ که نرم‌افزاری برای حقوق و دستمزد بود. هزاران برنامه‌نویس معتقد بودند که این نرم‌افزار گیرا نیست و کسی تمایل به درست کردن آن نداشت چون یک مسئله خسته‌کننده بود.

مورد سوم ایده‌هایی است که بیش از حد بلندپروازانه به نظر می‌رسند. بنیان‌گذاران به طور ذاتی از ایده‌های بلندپروازانه دور می‌شوند زیرا آن‌ها را می‌ترساند. اما غالباً این‌ها ایده‌هایی هستند که به شرکت‌های واقعاً بزرگی تبدیل می‌شوند.

مورد آخر این است که بنیان‌گذاران از فضاهایی که رقابتی در حال حاضر در آن حیطة وجود دارند، دوری می‌کنند. درواقع شما باید در کنار رقبای موجود در بازار به انجام کارها و خطا کردن بپردازید. وقتی بنیان‌گذاران به فضاهایی می‌روند که هیچ رقیب فعلی ندارند، معمولاً می‌فهمند که دلیل عدم وجود رقبا این است که هیچ‌کس درخواستی برای آن محصول ندارد. وضعیت ایده‌آل، بازاری است که رقبای موجود در آن وجود داشته باشند اما در بین همه آن‌ها شما چیزی را متوجه شده‌اید که بقیه دقت نکردند و از دست دادند. دراپ‌باکس^۸ نمونه عالی برای این موضوع است. در زمان راه‌اندازی دراپ‌باکس، ده‌ها برنامه و نرم‌افزار همگام‌سازی و ذخیره‌سازی فایل وجود داشت، اما هیچ‌یک از آن‌ها کاربران زیادی پیدا نکردند. دراپ‌باکس با محصول بهتری عرضه شد و توانست همه رقبا را شکست دهد.

^۶ Stripe

^۷ Gusto

^۸ Dropbox

جمع‌بندی

ارزیابی ایده‌های خود را از قلم نیندازید! ارزیابی ایده بر اساس چهار معیار بررسی شده مسیر را برای شما روشن‌تر می‌کند و به شما می‌گوید که آیا ایده شما با احتمال زیادی منجر به یک کسب‌وکار موفق می‌شود یا خیر. پس از ارزیابی سعی بر شناخت فیلترهای مسیرتان داشته باشید چرا که بسیاری از ایده‌ها به دلیل همین فیلترها از لیست شما حذف می‌شوند، در صورتی که می‌توانستند یک مورد با پتانسیل بالا باشند.

منبع

Friedman, Jared, How to get startup ideas, ۲۰۲۰

- <https://www.ycombinator.com>