

باسمه تعالی

عنوان مقاله:

اشتباهات رایج در ایجاد ایده‌های استارت‌آپی

این مقاله توسط پارک علم و فناوری دانشگاه تربیت مدرس گردآوری شده است

لذا تمامی حقوق این اثر محفوظ است.

mstpark@modares.ac.ir

چکیده

اشتباهاتی که مؤسسين در انتخاب ایده انجام می‌دهند، در چهار دسته قرار می‌گیرند: تأمل بیش از اندازه برای پیدا کردن بهترین ایده، انتخاب اولین ایده‌ای که به ذهنشان خطور می‌کند، پرداختن به یک راه حل بجای طرح یک مسئله و در نهایت توجه نکردن به محیط پیرامون.

مقدمه

در این مقاله به اشتباهاتی اشاره می‌کنیم که افراد مختلف و بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نو در انتخاب ایده مرتکب می‌شوند. شاید شما هنوز ایده‌ای ندارید یا در عملی کردن ایده خود تردید دارید. هیچ‌کس نمی‌تواند به‌طور قطع درباره موفقیت و یا عدم موفقیت یک ایده نظر بدهد، اما با بررسی هزاران استارت‌آپ و ایده‌های آن‌ها می‌توان به یک روند آماری مناسب رسید و تعیین کرد چه کارهایی به عدم موفقیت منجر می‌شود و بالعکس. در نهایت، هدف نشان دادن مسیرهایی است که مؤسسين برخی استارت‌آپ‌ها در آن قدم گذاشتند و به عدم موفقیت رسیدند. پس سعی می‌کنیم تا به بحث درباره رایج‌ترین اشتباهاتی که مؤسسان در هنگام ایجاد ایده‌های استارت‌آپی انجام می‌دهند، بپردازیم.

اشتباهات رایج

شاید این موضوع به‌نظر پیچیده بیاید، چرا که ایده‌های استارت‌آپی یک مسئله مهم و دقیقی است. هیچ‌کس، حتی Y Combinator (اولین شتاب‌دهنده جهان) نیز به‌طور قطع نمی‌تواند بگوید که کدام ایده‌ها موفق می‌شوند، اما می‌توانیم با داده‌هایی که از هزاران استارت‌آپ مختلف به دست می‌آوریم و اتفاقات و نتایجی که بین آن‌ها مشترک است، به یک روند و مسیر برسیم. مدل‌های خاصی از ایده‌ها و روش‌های خاصی در تولید ایده نسبت به بقیه متدها موفق‌تر عمل کرده است.

اشتباه اول و رایج‌ترین اشتباه این است که اکثر مؤسسين معتقدند باید در ابتدا ایده‌های بسیار نابی داشته باشند و کلید داشتن یک استارت‌آپ موفق را ایده‌های ناب می‌دانند. این افراد منتظر هستند تا یک ایده فوق‌العاده به ذهنشان خطور کند و سپس دست به انجام کارها بزنند. زمانی که به شرکت‌های موفق امروزی مثل گوگل و فیسبوک نگاه می‌کنید، با خودتان می‌گویید: چه ایده محشری داشتند! در صورتی که گوگل بیستمین موتور جستجو بود و فیسبوک نیز بیستمین شبکه اجتماعی. یعنی برخی از کمپانی‌های غول‌پیکر امروزی هم ایده‌های ناب و

دست اولی نداشتند. درحقیقت چیزی که این شرکت‌ها را تبدیل به یک کمپانی موفق کرد، ایده ناب آن‌ها نبود بلکه یک ایده اولیه به قدر کافی خوب بود که با اجرای عملی عالی ترکیب شد.

اشتباه دوم دقیقاً خلاف اشتباه اول است؛ یعنی افرادی که سعی دارند اولین ایده‌ای که به ذهنشان می‌رسد را عملی کنند. این افراد حتی درباره ایده خود تأمل نمی‌کنند تا نتیجه بگیرند که ایده خوبی دارند یا خیر. نکته جالب اینجاست که این اشتباه بسیار رایج است! فرض کنید که یک استارت‌آپ موفق می‌شود، درنهایت حداقل برای چند سال باید روی ایده آن کار شود، پس اگر قرار است که روی یک ایده عمرتان را بگذارید، حداقل چند هفته باید را ایده‌تان فکر کنید تا به صورت نهایی تصمیم بگیرید. با کمال تعجب تعداد کمی از بنیان‌گذاران این کار را انجام می‌دهند و به دنبال آن، با انجام این کار شما در واقع از منحنی جلوتر هستید. منحنی که صحبت می‌کنیم به این صورت است: اگر یک طیفی را تصور کنید که انتهای آن «افرادی است که ایده اولیه‌ای که به ذهنشان می‌رسد را امتحان می‌کنند» و ابتدای این منحنی «افرادی که منتظر ایده عالی هستند» باشد، شما باید جایی در میان این دو گروه قرار بگیرید. شما باید به ایده اولیه‌تان به چشم یک نقطه شروع خوب نگاه کنید.

ایده‌های استارت‌آپی با گذشت زمان تغییر شکل می‌دهند. به عنوان مثال، ایربی‌ان‌بی^۱ را در نظر بگیرید. این شرکت در ابتدا به معنای واقعی کلمه یک وبسایت برای اجاره تختخواب در خانه دیگران بود اما با گذشت زمان به همه اجاره‌های تعطیلاتی تغییر شکل داد؛ بنابراین کاری که باید انجام دهید، انتخاب یک نقطه شروع خوب است. اگر نقطه شروع خوبی داشته باشید، حتی اگر ایده اولیه‌تان آن قدرها هم عالی نباشد، برای رسیدن به یک ایده عالی فقط به اصلاح نیاز دارید. درحالی که اگر یک نقطه شروع بد را انتخاب کنید، هیچ راهی برای تبدیل شدن به یک نقطه خوب وجود ندارد و مجبور می‌شوید که از اول شروع کنید. درحقیقت، شرکت‌هایی مثل ایربی‌ان‌بی ایده اولیه فوق‌العاده‌ای نداشتند، اما به دلیل نقطه شروع خوب به موفقیت رسیدند.

اشتباه سوم شروع کردن با یک راه حل بجای طرح مسئله است. با توضیح یک مثال به بررسی این اشتباه می‌پردازیم. فرض کنید به راه اندازی یک استارت‌آپ می‌پردازید که هدف آن ساخت برنامه تحت عنوان اوپر برای لوله کش است. به این صورت که با زدن یک دکمه لوله کش ظاهر می‌شود. این یک راه حل است. اما چه مسئله‌ای را حل می‌کند؟ نمی‌دانیم! شاید پیدا کردن یک لوله کش سخت است. شاید واقعاً یک مشکل باشد، اما مسئله چیز دیگری است. این اشتباه بسیار زیاد مشاهده شده است و یک عبارت برای آن اختصاص داده شده است، ^۲SISP یعنی راه حل در جستجوی مسئله. عموماً این کار خوبی نیست. شما بهتر است با یک مسئله شروع کنید و بعد به دنبال راه حل آن باشید.

^۱ Airbnb

^۲ Solution In Search of a Problem

و در نهایت اشتباه آخری که به بررسی آن می‌پردازیم، این است که معتقدند ایده‌های استارت‌آپی به‌سختی پیدا می‌شوند. درحقیقت پیدا کردن ایده‌های استارت‌آپی بسیار ساده است زیرا مشکلات بسیاری در دنیا باقی مانده که به حل آن‌ها پرداخته نشده است. اگر شما نمی‌توانید یک ایده پیدا کنید، یعنی شما هنوز یاد نگرفتید که چگونه این کار را انجام دهید. به محض اینکه بتوانید ایده‌های خوب استارت‌آپی را متوجه شوید، آن وقت تمام آن‌ها را یک‌جا می‌بینید.

جمع‌بندی

در این مقاله به بررسی اشتباهات رایجی که مؤسسان کسب‌وکارهای نو در پروسه انتخاب ایده انجام می‌دهند، پرداختیم. درمجموع نمی‌توان به‌طورقطع در رابطه با موفقیت و یا عدم موفقیت یک ایده نظر داد؛ اما سرنوشت استارت‌آپ‌های مختلف به ما درس‌هایی می‌دهد. باید بدانیم اولین ایده‌ای که به ذهنمان می‌رسد نیازمند بررسی و تحلیل است و ممکن است مناسب بازار یا بنیان‌گذاری نباشد. همچنین برای شروع نباید آن قدر صبر کنیم که یک ایده محشر به ذهنمان برسد. چرا که ایده‌ها در طی زمان تغییر می‌کنند. پس تعادل حرف اول را می‌زند. به یاد داشته باشید که شما باید در ابتدا به طرح مسئله بپردازید و سپس حل مسئله. نکته آخر این که، به تغییرها و اتفاقات اطراف با چشم باز بنگرید.

منبع

Friedman, Jared, How to get startup ideas, 2020

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