

# چند نکته مهم برای سرمایه گذاری

## ۱ - بازار روبه رشد

یک ایده کارآفرینی قوی و پرجاذبه در یک بازار روبه رشد که درجه ریسک آن پایین یا در سطح حداقل باشد، می تواند صاحبان سرمایه و تامین کنندگان منابع مالی را به سوی خود جلب کند. در واقع هنگام اخذ تصمیم برای ورود به یک بازار به سرعت روبه رشد باید درجه ریسک و آسیب پذیری آن که شامل نحوه عمل رقبای حاضر در بازار هم هست، به دقت مورد بررسی قرار گیرد.

## ۲ - درجه تخصصی سرمایه گذار

آیا شما در زمینه ای که قصد سرمایه گذاری دارید، از تخصص لازم برخوردارید؟ خود من در سال ۱۹۹۸ هنگام تاسیس شرکت (TELECOMS GROUP) به قدر کافی دارای شناخت از مسائل آن کسب و کار بودم. ما با ورود به حوزه توزیع و پخش یک محصول خاص از تجهیزات مربوط به تلفن های موبایل، می خواستیم خود را به عنوان شرکتی متخصص و دارای برند در ارتباط با آن محصول به بازار معرفی کنیم و موفق هم شدیم. استراتژی ارزش افزوده که ما با چنان رویکردی برای شرکت خود انتخاب کردیم، عنصر اصلی رشد سریع ما در آن حوزه کسب و کار بود. به عبارت دیگر؛ ما با این کار دست به ساختار شکنی زدیم.

## ۳ - انتخاب بازار مناسب

از خود بپرسید آیا می توانید انگشت روی بازاری بگذارید که بیش از شما کسی دیگری به سراغ آن نرفته باشد؟ این کاری بود که من به هنگام تامین شرکت با تمرکز روی شبکه خطوط ریلی کشور انجام دادم و با صرف انرژی زیاد توانستم ۵۰ درصد از آن بازار را به دست آورم.

کارآفرینان بزرگ (Tycoons) همواره خوب نشانه گیری می کنند و درشت به هدف می زنند. با این همه کارآفرینان جزئیات هدفی را که نشانه گیری کرده اند، خوب مورد بررسی قرار می دهند، خود من چند سال بعد از ورود به کسب و کار ارتباطات برای آن که به رشدی سریع تر از رقیبم دست یابم، یک شریک صاحب سرمایه برای خود انتخاب کردم، چون رسیدن به چنان هدفی به منابع مالی بیشتری نیاز داشت، من شناخت کافی از چند و چون و حجم و اندازه بازار آن کسب و کار داشتم و مشتریان آن بازار را هم به خوبی می شناختم.

به همین سبب، پیدا کردن شریک مالی برای سرمایه گذاری مشترک برایم کار دشواری نبود، ما با این اقدام به رفتی که هدف گذاری کرده بودیم دست یافتیم و در یک بازی برد-برد سودی افزون بر ۲۰ درصد به دست آوردیم.

## ۴ - طول عمر بازار

موضوع مهم دیگری که در ارتباط با سرمایه گذاری روی یک ایده کارآفرینی باید مورد توجه قرار گیرد، طول عمر بازاری است که برای آن محصول یا خدمات وجود خواهد داشت، ممکن است در حال حاضر بازار رو به رشدی برای محصول ایده مورد نظر وجود داشته باشد؛ اما باید دید که آن روند رو به رشد تا چه مدتی ادامه خواهد یافت و آیا این روند درآمدت خواهد بود. حالت دوم این است که در حال حاضر بازار رو به رشدی برای آن محصول یا خدمات وجود ندارد. در چنین حالتی چنانچه شما قصد سرمایه گذاری روی آن ایده را داشته باشید، باید اطمینان حاصل کنید که می توانید با به دست آوردن سهم

قابل ملاحظه ای از بازار که در دست رقبای شما است یک بازار رو به رشد برای محصول یا خدمات پیدا خواهید کرد. آیا راه میان بری برای دستیابی به چنین بازاری برای شما وجود دارد؟ سوال دیگری که باید پاسخ آن را برای خود روشن کنید این است که آیا در صورت ورود به این بازار می توانید در آینده محصولات یا خدمات اضافی هم به مشتریان خود بفروشید این موضوعی است که کارآفرینان موفق همواره به آن توجه نشان داده اند. آنها می دانند که هزینه نگهداری مشتریان موجود به مراتب کمتر از هزینه جلب مشتریان جدید برای محصولات و خدماتشان است.

موضوع مهم دیگری که باید در کانون توجه شما قرار گیرد، این است که آیا در صورت لزوم امکان واگذاری امتیاز (لیسانس) تولید محصول یا خدمات مورد نظر شما به دیگران وجود دارد. روشن شدن این موضوع از آن جهت مهم است که گاهی اوقات عملی ساختن یک ایده کارآفرینی برای دستیابی به سود مورد نظر به صرف سرمایه سنگین نیاز دارد. در چنین شرایطی حرفه و صلاح شما ایجاب می کند که امتیاز اجرایی کردن ایده خود را به سازنده ای که می تواند آن محصول را تحت لیسانس شما تولید کند و در شبکه توزیع قرار دهد واگذار کنید. شما با این اقدام خواهید توانست یا سود حاصل از واگذاری حق امتیاز، منابع لازم را برای عملی ساختن سایر ایده های خود تامین یا سرمایه کافی برای تولید و توزیع آن محصول در آینده را تهیه کنید، بنابراین شما در مقام یک کارآفرین هوشمند و آینده نگر به منظور ورود به یک بازار جدید باید پیشاپیش چند نکته مهم را به شرحی که خواهد آمد مد نظر قرار داده و نسبت به هر کدام اطلاعات لازم را به دست آورید:

۱ - طرح های مالی روشن و دقیق - آیا محاسبات دقیقی در خصوص میزان سرمایه مورد نیاز برای شروع یک کسب و کار جدید به نحوی که هم تامین کننده درآمد برای شما و هم هزینه های جاری باشد، انجام داده اید؟

۲ - مطالعات بازار - آیا بررسی کرده اید که بدانید چه کسانی خریدار محصول یا خدمات تولیدی شما خواهند بود و چه انگیزه ای آنها را به خرید محصول یا خدمات شما تشویق خواهد کرد؟

۳ - متدهای رقبا - آیا اطلاعات کافی و دقیق از تهدیداتی که از ناحیه رقبا متوجه کسب و کار شما خواهد شد به دست آورده اید؟ حتی اگر در حال حاضر رقیبی برای شما در بازار وجود نداشته باشد، در صورت پیدا شدن سر و کله رقیب شما چه طرح و نقشه ای برای خنثی سازی تهدیدات آن تهیه کرده اید؟

۴ - آیا اقدامات قانونی برای ثبت و حمایت از برند خود انجام داده اید؟

۵ - شناخت بازارهای هدف - آیا بازارهای هدف محصول یا خدمات تولیدی خود را به درستی شناسایی کرده اید؟

۶ نیروی انسانی - آیا درباره ترکیب نیروی انسانی مورد نیاز کسب و کار خود و تخصص ها و مهارت هایی که باید داشته باشند، بررسی های لازم را انجام داده اید و طرحی برای تیم مدیریتی این کسب و کار تهیه کرده اید؟ /