**تامین بودجه برای سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز**

مترجم: محمدحسين رفعت‌نژاد  
منبع: وارتون  
ریسک‌ها را درک‌ کنید و داستانی خوب نقل کنید

به نقل از روزنامه دنیای اقتصاد مورخ 20/02/1391

استیون کوهن در 22 سال همکاری با سرمایه‌گذارانی مخاطره‌پذیر، تنها یک بار به یاد دارد که سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر به صحبت‌های ارائه شده در این خصوص گوش فراداده باشد و سرمایه‌گذاری کرده باشد. بنابراین وقتی احتمال سرمایه‌گذاری‌های اینچنینی تا این حد پایین است، چگونه بايد با این افراد قرار ملاقات گذاشت و شانس متقاعد کردن طرف مقابل برای سرمایه‌گذاری را افزایش داد؟

|  |
| --- |
| [http://www.donya-e-eqtesad.com/News/2636/30-01.jpg](javascript:PopupPic('2636/30-01.jpg%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20')) |

کوهن در جریان کنفرانس کارآفرینی 2012، پنلی با عنوان «محل اعتراف‌های سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر: چرا ما به آنها بودجه اختصاص می‌دهیم و چرا آنها را رد می‌کنیم» را اداره می‌کرد. مدیران کنفرانس در حاشیه این پنل اظهار کردند: «اغلب کارآفرینی، با رنج و عذاب همراه است و ناکامی کارکنان موجب ایجاد جسارت می‌شود.   
رنج‌ها، اشک‌ها و عرق‌هایی که در یک ایده جدید نهفته شده‌اند، آن را به یک تجارت قابل دوام مبدل می‌کند. رنج مفرطی که در آغاز متحمل می‌شویم، سبب می‌شود که واحدهای کوچک به جای آنکه کوچک و مستقل باشند، به رهبران صنعت تبدیل شوند. گاهی اوقات رنج کشیدن مقدمه ایجاد فرصت‌ است.»  
کار سخت و مداوم نیز موثر است. گیل بیدا، موسس و مدیر گنکاست ونتور، در این‌باره می‌گوید: «من دوست دارم جمله‌ای از توماس ادیسون را بازگو کنم. وی می‌گوید، نبوغ يك درصد خدادادی و 99 درصد کار سخت است. برای من نیز شروع یک کار تا 99 درصد به کار سخت و ریختن عرق وابسته است و ایده‌خوب تنها يك درصد موثر است. به نظر گیل بیدا در حالی که میلیون‌ها نفر از مردم ایده مناسبی دارند، همه موفق نمی‌شوند و به این دلیل است که ایده مهم نیست، بلکه پشتکار و کار سخت مهم است.  
**سنجش ریسک**   
کوهن برای بارور کردن ایده مناسب، اهمیت ارزیابی گونه‌های مختلف ریسک را به شرکت‌کنندگان در جلسه یادآوری کرد و افزود: «اندازه بازار، شانس نفوذ در بازار، توانایی برای سرمایه‌گذاری مطمئن، توسعه مناسب تکنولوژی و ارزیابی محدودیت‌های اعمال شده از سوی رقبا از جمله اقداماتی است که بايد در این زمینه انجام داد.» جان‌کپلمن که در تاسیس بسیاری از شرکت‌ها نقش داشته است، می‌گوید: همه ریسک‌ها به یک اندازه مهم نیستند.   
شرکتی که وی در حال حاضر در آن کار می‌کند، در حوزه اختصاص بودجه به ایده‌های جدید پیش از مرحله راه‌اندازی، فعال است. وی می‌گوید: «ما روی تیم حساب باز می‌کنیم. بخش اصلی آنچه در اولین دیدار ارائه می‌کنید، ویژگی‌های خودتان است. سرمایه‌گذار بايد به شما و ایده‌هایتان اعتماد داشته باشد.» وی در ادامه افزود: «شما باید با چشم یک کارآفرین به محصول و بازار آن بنگرید و تصمیمات کلیدی خود را اولویت‌بندی کنید.» از نظر بیدا همه چیز به ارزیابی نسبت ریسک به سود ارتباط دارد.   
هرچه یک کارآفرین بتواند نسبت ریسک را کاهش دهد، شرکتی که برای آن کار می‌کند، علاقه بیشتری نسبت به موضوع نشان خواهد داد. علاوه بر این، با توجه به اینکه آغاز بسیاری از کسب و کارها به صورت مجازی آسان‌تر است، وی افزود: «چرا با استفاده از تکنولوژی یک نمونه اولیه نسازیم؟»   
راب کانی بیر، یکی از اعضای هیات موسس شرکت سرمایه‌گذاری شاستا که در حوزه تلفن همراه و برنامه‌های اینترنتی فعالیت می‌کند، در این جلسه اظهار کرد: در شرکت ما «یک مقدمه با کیفیت» مقداری از میزان ریسک را کاهش می‌دهد. این یک آزمایش برای بررسی این موضوع است که آیا می‌توانید شریکی خوب پیدا کنید یا نه. برای وی مهم نیست که شما به دانشگاه رفته‌اید یا نه و آنچه اهمیت دارد «کارآفرینانی است که قدرت بیان مساله برای ایجاد برند تجاری را درک می‌کنند.»  
جو کوهن یکي از کارآفرینانی است که در مدل کانی بیر صدق می‌کند، یعنی قدرت بیان مساله خوبی دارد. وی می‌گوید: «من تمام ساعات روزم را به سرمایه‌گذاران مخاطره‌آمیز، کارآموزان جدید و تیم خود اختصاص می‌دهم. کوهن هنگامی که تازه در شرکت وارتون استخدام شده بود، این ایده را بسط داد که همه چیز فروخته می‌شود و خریده نمی‌شود. وی در سال دوم دانشجویی دانشگاه را ترک کرد تا به ایده خود جامه عمل بپوشاند. توانایی وی در بیان موضوعات به صورت متقاعدکننده، کلید موفقیتش در سرمایه‌گذاری ایمن بود. وب‌سایت کورسکیت محصولات شرکت را به عنوان ترکیبی از ابزارهايی نظیر مدیریت فایل‌ها، ارتباطات و ثبت مشخصه‌های شبکه معرفی می‌کند تا دانشجویان بتوانند از این طریق با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.   
به نظر کانی بیر، موضوعی که مطرح می‌کنید، یک رمان نیست، بلکه یک داستان کوتاه است و در هنگان نقل این داستان کوتاه بايد درباره محصولتان صحبت کنید، نه درباره خودتان. محصولی که ارائه می‌دهید ابزاری برای معرفی شما و فروش شرکت شماست.  
**راه‌های دیگر برای ارزیابی ایده‌ها**   
کوپلمن می‌گوید: برای شرکتی که در حال بررسی کردن ایده‌ها در مرحله اولیه است، آسان‌تر است به دنبال ایده‌هایی برود که با هدف صرفه‌جویی در زمان مطرح شده‌اند. وب‌سایت اینترنتی «اوبر» که کاربران را قادر می‌سازد از طریق تلفن همراه خود تاکسی درخواست کنند، مثالی از این دست ایده‌ها است. نقطه مقابل این ایده‌ها، ایده‌هایی هستند که برای «گذراندن وقت» مطرح می‌شوند. سایت یوتیوب مثال مشهوری از این دست ایده‌ها است. وقتی با ارون پاتزر، موسس وب‌سایت مینت که یک سرویس مدیریت مالی شخصی است، آشنا شدیم، بیشتر به این نکته پی بردیم. همچنین وقتی با موسس وب‌سایت اوبر ملاقات کردیم، وی اظهار كرد: محصولاتی که برای گذران وقت مطرح می‌شوند، می‌توانند پول‌زا باشند، اما مادامی که محصول ساخته نشده است، قابل مشاهده نیستند.   
یکی از مواردی که کانی بیر بر روی آن تاکید دارد، تلفن همراه است. برخی محصولات نظیر فیس‌بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی در محیط وابسته به تلفن همراه استفاده می‌شوند. موارد دیگر نظیر چری و اوبر به شدت تحت تاثیر تلفن همراه قرار گرفته‌اند. وی از اوبر به عنوان مثالی در زمینه شست‌وشوی ماشین استفاده می‌کند و می‌افزاید: «شست‌وشوی ماشین، صنعتی است که انتظار نمی‌رفت نوآوری‌های قابل توجهی در آن رخ دهد، اما تلفن همراه این صنعت را از خواب بیدار کرده است.»  
بیدا به عنوان سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر از منابع کامکست، استفاده می‌کند تا شرکت‌هایی را که ممکن است از آنها حمایت کند، ارزیابی کند. شرکت‌هایی که وی انتخاب می‌کند، لزوما با کامکست ارتباطی ندارد، اما کامکست جهاني ان بی سی (Comcast NBC Universal) نمونه خوبی برای پشتکار است. وقتی مدیران جناکست یک شرکت فعال در حوزه تجارت الکترونیک در زمینه مد را تحت نظر می‌گیرند با شبکه‌های اینترنتی و مد کامکست هماهنگ می‌شوند و وقتی یک شرکت‌ فعال در زمینه تحقیقات بازاریابی اجتماعی را تحت نظر می‌گیرند، با بخش تحقیقات ان بی سی مذاکره می‌کنند.   
تمامی سخنرانان تفکر واحدی داشتند. کپلمن می‌گوید: «رایج‌ترین دلیل اینکه برخی سرمایه‌گذاری‌ها را نمی‌پذیریم، این نیست که صنعت مورد بحث صنعت مناسبی نیست یا درآمد کمی به همراه دارد، بلکه به این دلیل است که با خصوصیات مورد انتظار سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر مطابقت ندارد. یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هایی که با آن مواجه هستم، این است که بگویم: فکر می‌کنم شما پول زیادی به دست خواهید آورد، اما فکر نمی‌کنم من بتوانم پول زیادی به دست آورم و به همین دلیل است که از ایده شما حمایت نخواهم کرد.   
به نظر بیدا آخرین قدم نیاز کارآفرین برای پرسیدن سوالاتی دشوار از خودش است. تعداد مواردی که یا در مدل تجاری یا در تحقیقات دارای مشکل بوده‌اند، وی را متعجب کرده است. «شما پول و زندگی‌تان را روی این سرمایه‌گذاری می‌کنید؟ آیا نمی‌خواهید از چشم‌انداز رقابتی آن مطلع شوید؟ آیا نمی‌خواهید بدانید این موقعیت تا چه اندازه می‌تواند بزرگ باشد؟ آیا علاقه ندارید تمهیدات دفاعی مناسبی فراهم کنید؟»   
کانی بیر به شرکت‌کنندگان در جلسه اخطار داد که همیشه خود را به خوبی برای ارائه آماده کنند تا مطمئن شوند که مزیت‌های رقابتی، محصولات و مشتری‌هایشان را به خوبی شناخته‌اند. وی با اشاره به این موضوع که هرچه آمادگی بیشتر باشد، جلسه می‌تواند عمیق‌تر و تعاملی‌تر باشد، افزود: من 40 دقیقه وقت صرف می‌کنم تا هر کدام از ایده‌ها و محصولاتی را که قرار است درباره آنها صحبت کنم، به خوبی درک کنم.   
کنفرانس با پیشنهادی رک از سوی جوکوهن به پایان رسید: «هنگام افتتاح یک شرکت، مواردی وجود دارد که به آنها نیاز دارید. این موارد عبارتند از: یک ایده جدید، یک تیم، محصول و سرمایه‌گذار. شما به همه اینها نیازدارید. شكست به این دلیل است که یکی از این موارد را در اختیار ندارید، آن را انجام نمی‌دهید یا اینکه تنها یکی از این سه‌مورد را در اختیار دارید و چون اینرسی وجود دارد به سراغ تحصيل می‌روید یا کار دیگری می‌کنید. به نظر من اینها همه بهانه‌اند. اختتامیه سخنان کوهن یک جمله بود: «فقط انجام دهید.»