



بهبودی
سازمان
دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی
معاونت تحقیقات و فناوری
مدیریت توسعه فناوری سلامت



مراحل راه اندازی کسب و کار اینترنتی

نام دوره: مراحل راه اندازی کسب و کار
مدرس دوره: نازیلا سپهرکیا (کارشناس ارشد نانو فیزیک، نانو محاسبات)
برگزارکننده دوره: مدیریت امور فناوری - معاونت تحقیقات و فناوری



۱- فاز تصمیم گیری (بیا بریم کوه !)

در این فاز می خواهیم شناختی پیدا کنیم که منجر به یک تصمیم آگاهانه شود
تصمیم این که آیا به دنیای کارآفرینی اینترنتی وارد شویم یا نه ! ؟

مراحل کلی راه اندازی کسب و کار اینترنتی

مرحله یک

آشنایی با مفاهیم و تعاریف کسب و کارهای اینترنتی

مرحله دو

آشنایی با مفاهیم و تعاریف کارآفرینی اینترنتی

مرحله سه

ارزیابی خود به عنوان کارآفرین

مرحله چهار

انتخاب حوزه کسب و کار



۲ - فاز شناسایی فرصت (کدام کوه؟)

در این فاز می خواهیم فرصتی مناسب برای ورود به بازاری سودآور را شناسایی کنیم.

فاز دوم از ۲ مرحله اصلی تشکیل می شود.

مرحله یک: ایده یابی

مرحله دو: انتخاب بازار

با طی هر یک از این مراحل شناخت مان نسبت به مسایل بازار بیشتر می شود. در انتهای این

فاز باید بازار خود را انتخاب کنیم.



۳- فاز تدوین طرح (نقشه راه)

در این فاز می خواهیم ابتدا، راه رسیدن به آن برنامه ها و تجهیزات مورد نیاز را مشخص کنیم. همه اطلاعات لازم را با جزییات کافی جمع آوری کنیم. زوایای مختلف کار را بررسی کنیم.

و در نهایت در داخل سندی به نام طرح کسب و کار آن را مکتوب نماییم. فاز سوم از ۴ مرحله اصلی تشکیل می شود.

مرحله یک: انتخاب مدل درآمدی

مرحله دو: تعیین محصول

مرحله سه: تعیین ساختار سایت

مرحله چهار: تدوین طرح کسب و کار

با طی هر یک از این مراحل شناخت مان نسبت به کسب و کارمان بیشتر می شود. در انتهای این فاز باید کسب و کار خود را به طور شفاف، و با جزییات کامل بشناسیم.



۴ - فاز اجرا (کوهنوردی)

اکنون وقت عمل است. هر آنچه را لازم است بدانیم به قدر بضاعت جمع کردیم. حالا طبق نقشه که در فاز قبل تهیه کردیم دست به کار می شویم.

فاز چهارم از ۳ مرحله اصلی تشکیل می شود.

مرحله یک: تامین منابع و تجهیزات

مرحله دو: تولید محتوی

مرحله سه: ترویج سایت

با طی هر یک از این مراحل بخشی از کسب و کارمان در عمل راه می افتد. در انتهای این فاز عملاً کسب و کار اینترنتی ما کار خود را آغاز کرده است.



۵ - فاز توسعه و نگهداری (کوهنورد حرفه ای شدن)

این فاز **تکرار فازهای دو سه و چهار** است .

برای بقای کسب و کارمان لازم است مرتباً فرصت های جدیدی را شناسایی کنیم.
محصولات تازه ای را وارد بازار کنیم و همواره نقشه خود را تازه و به روز نگهداریم.



**حالا می خواهیم فاز اول یعنی تصمیم گیری را بیشتر مورد توجه قرار دهیم.
در فاز تصمیم گیری قرار است که شناخت پیدا کنیم.**

شناخت از خود و مفاهیم کارآفرینی اینترنتی.

مفاهیم و تعاریفی که دید درستی از راه اندازی کسب و کار اینترنتی ایجاد می کند.

مواردی مانند این که کارآفرینی اینترنتی نیاز به هزینه دارد یا این که چه مزایا و چه خطراتی دارد.

مواردی از این قبیل باعث می گردد تا فرد علاقمند به کارآفرینی اینترنتی قبل از شروع و اقدام بداند که به کجا می خواهد برود و در آخر به چه چیزهایی خواهد رسید. برای رفتن در این راه به چه امکانات و ملزوماتی نیاز دارد.

این دانسته ها کمک می کند تا با آگاهی تصمیم بگیریم.

وقتی مسیر و ابعاد کارآفرینی اینترنتی را تا حدودی شناختیم لازم است تا خود را نیز بشناسیم.

آیا ما توانایی لازم برای راه اندازی یک کسب و کار را داریم؟

چه توانایی هایی برای راه اندازی یک کسب و کار اینترنتی باید داشته باشیم؟

شناخت از ویژگی های کارآفرین و همچنین ارزیابی آنها در شخص باعث می شود تا شناخت بهتری نسبت به توانمندی هایمان پیدا کنیم تا نقاب ضعف را بر طرف، و نقاب قوت را تقویت نماییم.

قطعا با این کار احتمال موفقیت کسب و کار اینترنتی ما بیشتر خواهد شد.

چنانچه مصمم به شروع کسب و کار اینترنتی هستید لازم است تا حوزه کسب و کار خود را بگونه ای شفاف مشخص نمایید.



فاز دو - شناسایی فرصت (ایده یابی)

در فاز اول تصمیم خود را برای شروع یک کسب و کار اینترنتی گرفتیم .
حوزه کسب و کار خود را نیز مشخص کردیم .

حالا نوبت **فاز دو یعنی شناسایی فرصت** است . این فاز دارای دو مرحله اصلی ایده یابی و تعیین بازار است .

مرحله ایده یابی فعالیت هایی است که کارآفرین تلاش می کند تا بتواند ایده هایی را برای راه اندازی کسب و کار اینترنتی خود شناسایی کرده و فرصت های بالقوه را کشف نماید .



فرصت

واژه فرصت به معنای وقت مناسب برای انجام دادن کاری است و معادل انگلیسی آن **opportunity** می باشد.

دکتر شین صاحب نظر معروف، فرصت در کارآفرینی را این گونه تعریف کرده است:

”نیازی که بتوانیم آن را به یک ارزش اقتصادی تبدیل کنیم.”

یعنی فرصت ها از درک یک نیاز یا خواسته در جامعه و توان پاسخگویی به آن شکل می گیرد.

پس هر قدر که قدرت درک و تشخیص نیازهای جامعه و توان پاسخگویی به آن ها افزایش یابد فرصت های بیشتری را می توان به دست آورد و این دقیقاً همان کاری است که کارآفرینان موفق انجام می دهند.

کارآفرینی شانسی و اتفاقی نیست

اگر بخواهیم یک کارآفرین اینترنتی موفق و صاحب کسب و کار سود آور باشیم لازم است تا میدان فعالیت خود را مرتباً رصد و تحلیل کنیم تا بیشتر و بهتر با نیازها و مشکلات مردم آشنا شویم.

از سوی دیگر می بایست با **مطالعه و آموزش - ایجاد و بهبود روابط - افزایش تجهیزات - تمرین مهارت های مدیریتی** و امثال آن توانایی های خود را در حل مشکلات و پاسخ به نیازها بالا ببریم.

کارآفرینی اینترنتی نیاز به زمان و هزینه دارد



ایده کسب و کار

ایده ی کسب و کار یک تصویر ذهنی از **راه حلی** است که ما برای حل مساله ای شناسایی شده یا برآوردن **نیازهایی** پیشنهاد می دهیم . در واقع **ایده کسب و کار همان فرصتی است که ما شناسایی کرده ایم.**

مثلا با تحقیق ممکن است که متوجه شوید بسیاری از آقایان و حتی خانم های جوان **نیاز به آموزش** در زمینه های خانه داری مانند “چگونه یک لکه نوشابه را پاک کنیم؟” “چه طور برنج را دم کنیم تا شفته نشود؟” و غیره دارند.

بنابراین **ایده کسب و کار (راه حل)** شما می تواند به امر خانه داری افراد کمک کند.

در حقیقت ایده کسب و کار، یک راه حل خام و کلی است که کارآفرین در پاسخ به یک نیاز یا مسئله ارائه می دهد.

نکته مهم این است که همه کسب و کارهای موفق حتما یک ایده خوب دارند ولی متاسفانه بسیاری از ایده های خوب منجر به کسب و کار موفق نمی شوند علت این امر فاصله زیادی است که بین **تصور تا عمل** وجود دارد از این رو ایده ها هر چند که ضروری و لازم هستند ولی ارزش ریسک تجاری سازی و سرمایه گذاری ندارند.



مدل های کشف فرصت

فرصت یا ایده کسب و کار از جمع نیاز و ایده به دست می آید
دو مدل کلی برای کشف فرصت وجود دارد.

مدل یک: بسیاری از افراد به خصوص فیزیکدانها - ریاضیدانها - شیمیستها - زیست شناسان و بطور کلی ، مخترعان و محققان به دلیل شغلی که دارند به نتایج جالبی می رسند و به عبارتی اختراع می کنند کشف می کنند ولی درست نمی دانند که به درد چه کسی می خورد یا چه مشکلاتی را می توان با آن ها حل کرد. این افراد معمولاً عاشق ساختن و یا بهبود ساختار اختراعات پیشینان هستند.

در این حالت در واقع راه حل را داریم اگر بتوانیم کسی را پیدا کنیم که این سؤال برایش مطرح باشد آن وقت فرصت بالقوه ای را کشف کردیم.

مدل دو: از بازار و نیاز شروع می کنیم.

بعد به دنبال راه حل و پاسخ آن می گردیم .یعنی سؤال را داریم اگر پاسخ را هم بتوان بیابیم آن وقت یک فرصت بالقوه را کشف کردیم .معمولاً بازاریاب ها و کارآفرینان اینترنتی از این مدل استفاده می کنند.



ایده

واژه ایده در فرهنگ لغت (معین) به معنای فکر اندیشه و تصور آمده است. در فرهنگ انگلیسی (لانگمن) نیز این واژه را به صورت یک تصویر ذهنی معنا شده است
به طور کلی طرحی را که به وسیله یک چالش ذهنی شکل می گیرد ایده می نامند.

توجه: تفاوت زیادی بین ایده و ایده کسب و کار هست.

نیاز

احساسی است که از کم بودن یا نبودن وجود یا خواسته ای ایجاد می شود.
وقتی درباره نیاز مشتری صحبت می کنیم یعنی می خواهیم بدانیم مشکل یا مسئله مشتری چیست؟