

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

پگاه حسنی  
مدیرعامل  
بنیان دهنده آرزوپرداز دانش ورز پارس  
۰۹۳۳۸۳۶۹۸۴۸

بهزاد صادقی  
رئیس هیات مدیره  
بنیان دهنده آرزوپرداز دانش ورز پارس  
۰۹۱۲۰۷۲۵۷۱۴

بنیان دهنده آرزوپرداز دانش ورز پارس

پارک علم و فناوری دانشگاه سمنان

بنیان دهنده آرزوپرداز



# بخش اول

## ثروت

# بزرگترین دغدغه واحدهای فناور؟

- فروش: «به شرکت من کمک کنید بفروشیم»
- حمایت: «به شرکت من کمک کنید تسهیلات بگیریم»
- عملا: «پول! شرکت من نیاز به پول دارد»

نیاز: تولید ثروت

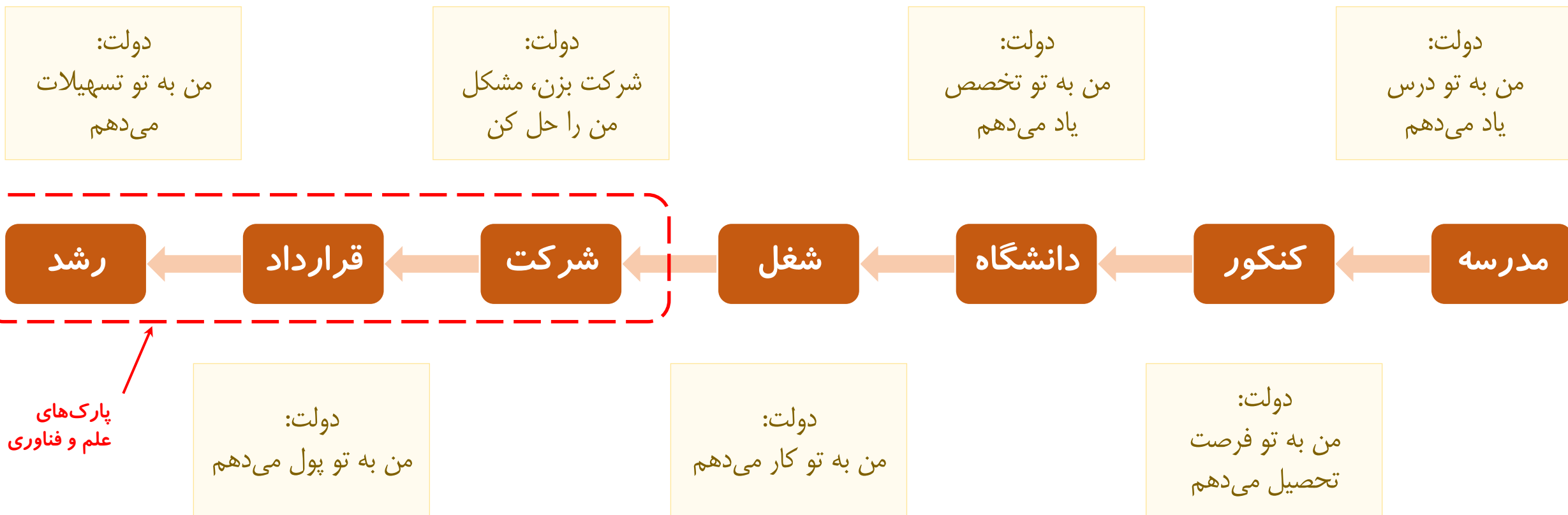
# پول، نقدینگی و سرمایه

- پول: اکسیژن مصرفی مورد نیاز بدنه شرکت برای ادامه زندگی
- نقدینگی: توان اکسیژن رسانی به اندام مختلف در هنگام نیاز آنها
- سرمایه: مکانیزم تضمین توان اکسیژن رسانی مستمر در درازمدت

ثروت چگونه تولید می شود؟

# نقش سنتی پارک‌های علم و فناوری

مسیر سنتی رشد اقتصادی متخصصین و نخبگان دانشگاهی در ایران



ثروت توسط دولت تولید (فروش نفت) و در جامعه توزیع می‌شود

# نقش امروزی پارک‌های علم و فناوری

مسیر **امروزی** رشد اقتصادی متخصصین و نخبگان دانشگاهی در ایران

بازار:  
مگر اینکه بتونی  
**ارزش** خلق کنی

بازار:  
هر چی هم داری  
ازت می‌گیرم

بازار:  
من هیچی به تو  
نمی‌دهم

## بازار

رشد

مرگ

شرکت

پارک:  
ما می‌خواهیم کمک کنیم

صندوق نوآوری و شکوفایی:  
ما هم کمک می‌کنیم

# خلق ارزش احتیاج به نقدینگی دارد

• فروش:

دراز مدت و نیازمند سرمایه گذاری زیاد

• تسهیلات:

خطرناک به خاطر شرایط امروزی بازپرداخت در ایران

• جذب سرمایه:

مرسوم در دنیا ولی ناشناخته برای اکثر نخبگان فنی کشور

# سرمایه: هر گِردی گردو نیست

شخص ثروتمند

• سرمایه‌دار:

کسی که با پولش کاری می‌کند که پول بیشتری به دست آورد

• سرمایه‌گذار:

شرکتی که پول آدم‌های سرمایه‌دار را برای آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌کند

• شرکت سرمایه‌گذاری:

یک شرکت سرمایه‌گذاری که مقدار مشخصی پول را از یک سری سرمایه‌گذار جذب می‌کند تا برای مدتی مشخص در یک سری حوزه‌های خاص سرمایه‌گذاری کند

• صندوق سرمایه‌گذاری:

یک صندوق سرمایه‌گذاری که به صورت تخصصی روی شرکت‌های فناور نوپا سرمایه‌گذاری می‌کند (VC – Venture Capitalist)

• صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه:



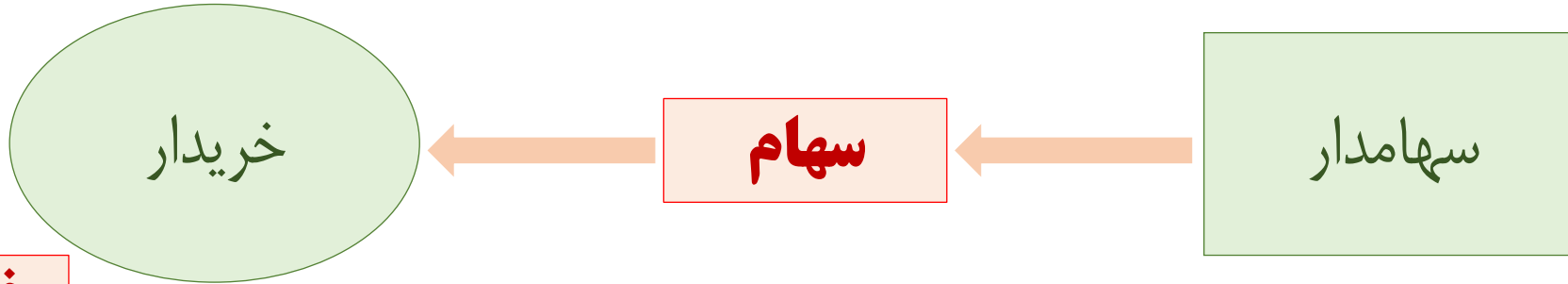
# صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه

- تضمین بازگشت سرمایه: نمی‌خواهند
- سهم از درآمد شرکت: برداشت نمی‌کنند
- سهم از سود شرکت: برداشت نمی‌کنند
- عملیات شرکت: دخالت نمی‌کنند
- ریسک شرکت: سهام می‌شوند
- **سهام شرکت:** می‌خرند، نگه می‌دارند، می‌فروشند (خروج)

# بازار سرمایه

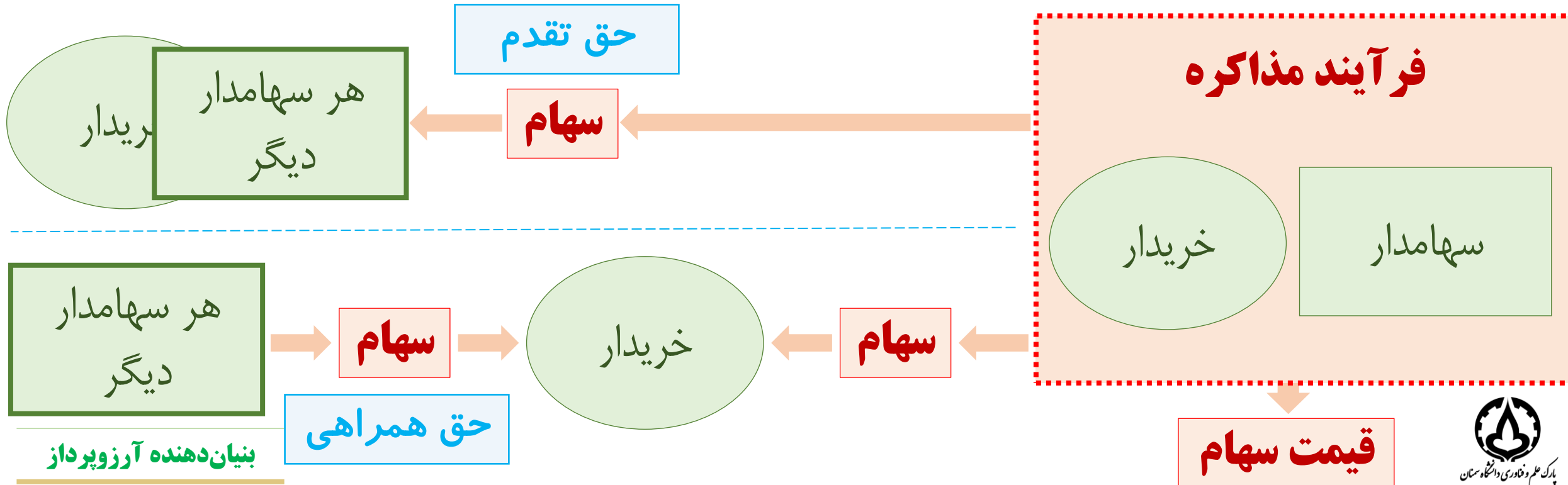
- مهم‌ترین محصول یک شرکت: سهام شرکت
- بنیان‌گذاران: شرکت می‌سازند تا آن را بفروشند
- فروش سهام شرکت: فرآیندی بسیار دشوار
- خریداران اصلی: بانک‌ها، بیمه‌ها، صندوق‌های بازنشستگی
- خروج از نوع اول: فروش شرکت به شرکت‌های بزرگ‌تر
- خروج از نوع دوم: ورود به بورس

# مشکل فروش سهام شرکت‌های خصوصی نوپا



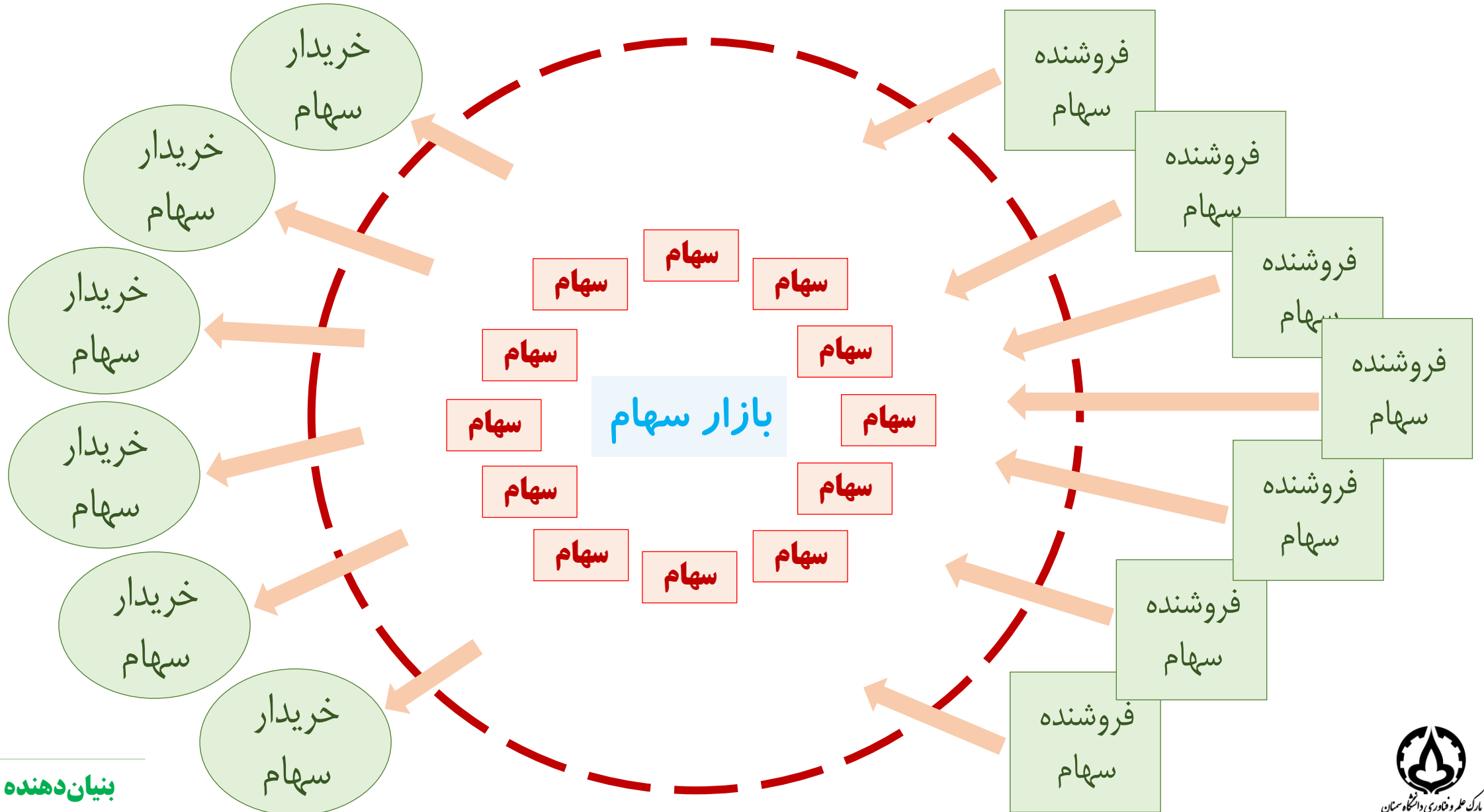
فقط مذاکره

قیمت سهام را چگونه می‌توان مشخص کرد؟

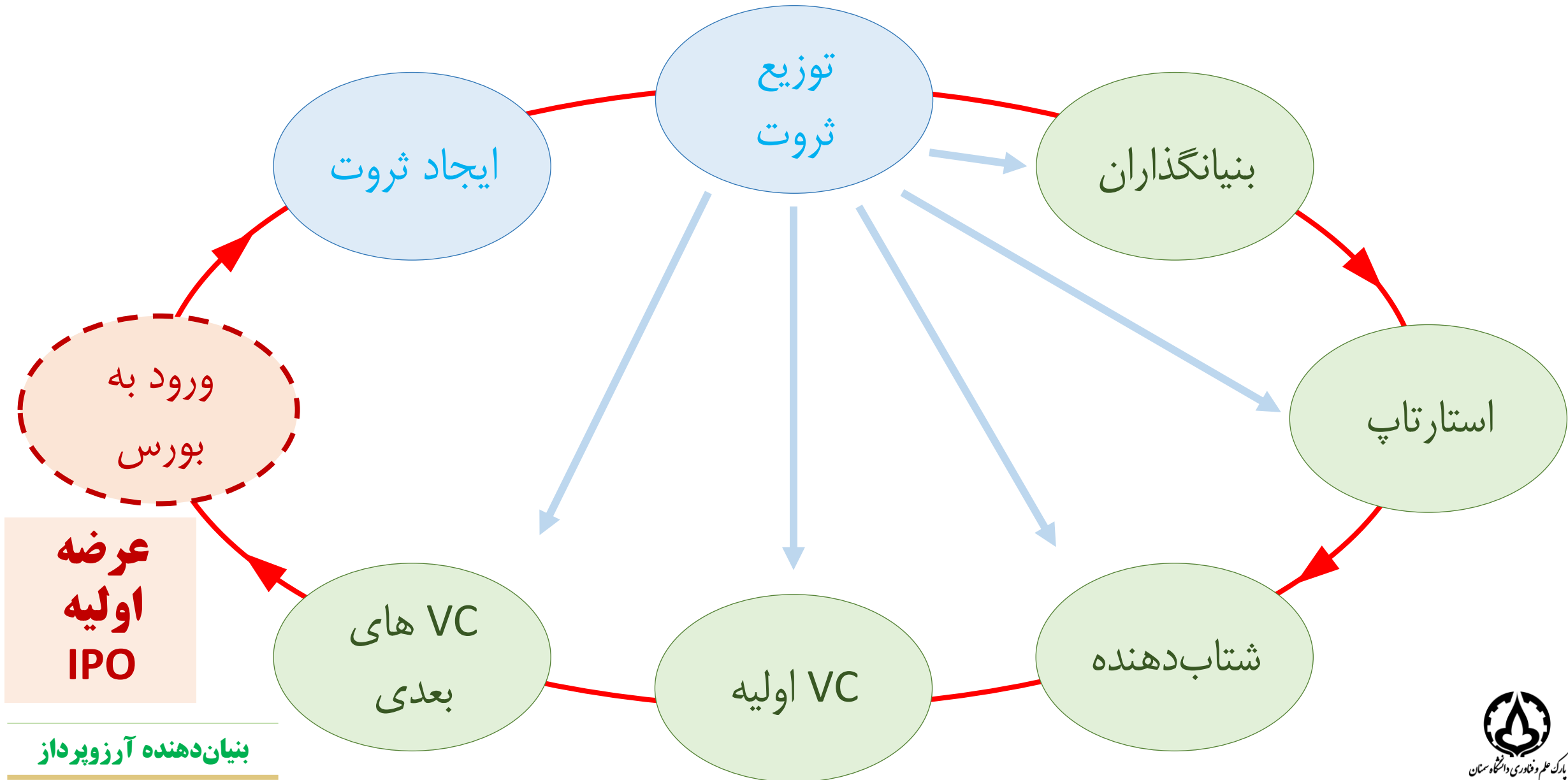


بنیان‌دهنده آرزوپرداز

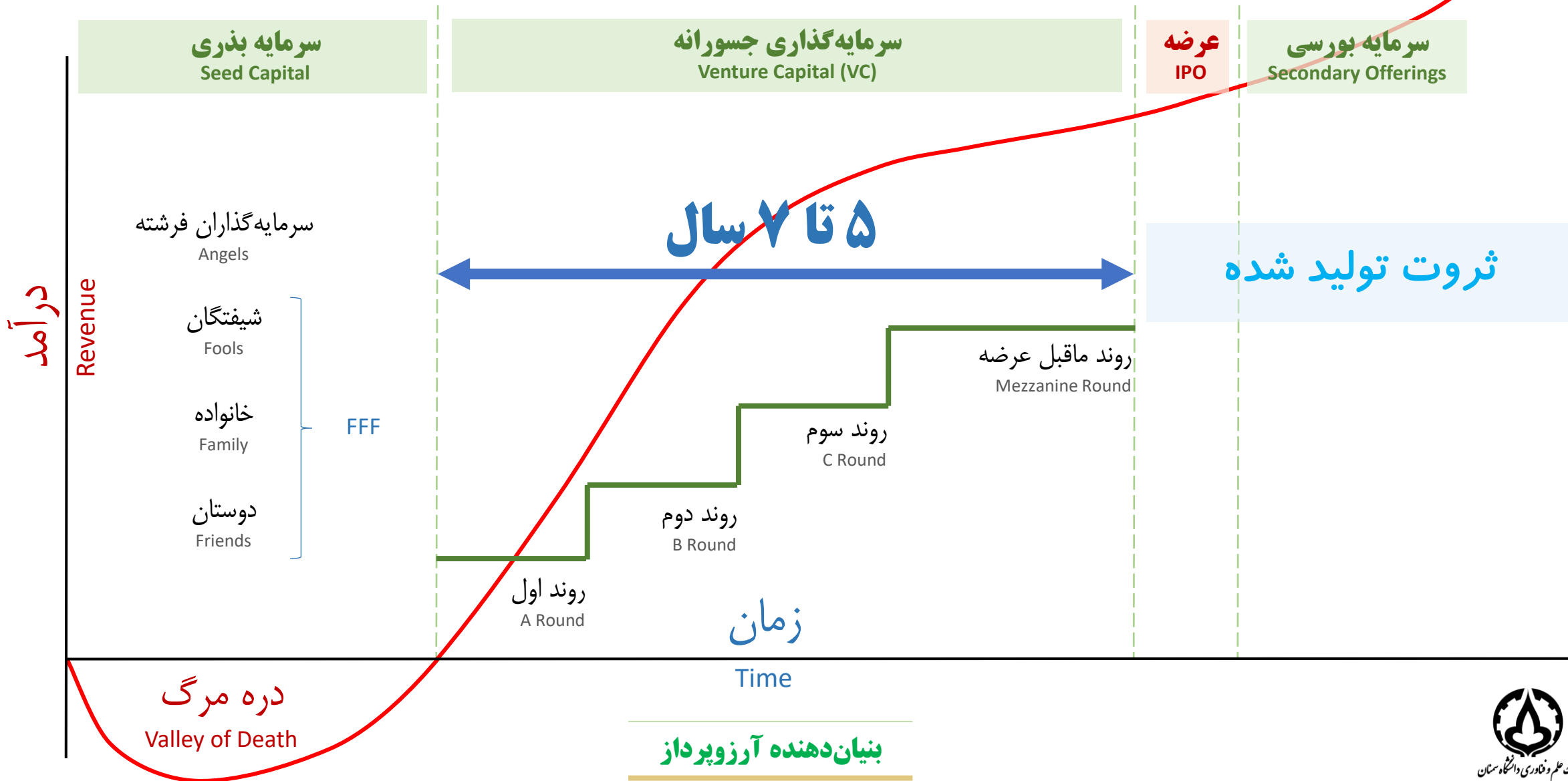
# بورس: بازار خرید و فروش آزادانه سهام شرکتها



# چرخه تولید ثروت در اکوسیستم‌های نوآوری دنیا



# روند سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های موفق



# بخش دوم

## پینش

# داده، دانش و بینش

اطلاعاتی که ما دریافت می‌کنیم.

• داده:

درک و فهمی که به خاطر داده‌های دریافت شده در ذهن ما شکل می‌گیرد. ما نسبت به دانش شکل گرفته خود آگاه هستیم.

• دانش:

فرآیندهای سیستم مغز و اعصاب که تعیین می‌کند ذهن ما چگونه به داده‌هایی که دریافت می‌کند معنی می‌دهد و آن‌ها را تبدیل به فهم می‌کند. ما نسبت به این فرآیند آگاه نیستیم.

• بینش:



# فرآیند توانمندسازی کسب و کاری

انتقال دانش به مخاطب

• مدرس:

پیشنهاد راه‌حل‌های کسب و کاری به مخاطب

• مشاور:

همراهی مخاطب در راه رسیدن به پاسخ‌های مناسب

• منتور:

به چالش کشیدن مخاطب برای رسیدن به **سوال‌های مناسب**

• مربی:

# برخی از باورهای بینشی بسیاری از بنیان‌گذاران جوان ایرانی (۱)

- چون من نخبه هستم، دولت باید از کسب‌وکار من حمایت کند.
- چون من نخبه هستم، مشتریان قاعدتاً باید از من بخرند.
- در دنیای کسب و کار نمی‌شود همیشه و در همه زمینه‌ها، صداقت محض داشت.
- اشتباه کردن بد است. شکست خوردن بد است. اشتباه و شکست کسب‌وکار را از بین می‌برند.
- ابهام بد است و باید از آن اجتناب کرد. هر چیزی حتماً جواب مشخصی دارد.

## برخی از باورهای بینشی بسیاری از بنیان‌گذاران جوان ایرانی (۲)

- برای فروش، باید بلد بود افراد را متقاعد کرد. مهارت فروش یعنی مهارت تبدیل «نه» مشتری به «آری».
- رضایت مشتری یعنی اینکه مشتری خوشحال باشد. پس برای کسب رضایت، شرکت باید یاد بگیرد چگونه احساسات مشتریان را مدیریت کند.
- نحوه ارائه داشته‌های کسب و کاری خیلی مهم‌تر از خود آن داشته‌ها است. باید یاد گرفت چگونه آن چیزی را که وجود دارد ارائه کرد تا مخاطبین با تصمیمات یا خواسته‌های شرکت همراه شوند.

## برخی از باورهای بینشی بسیاری از بنیان‌گذاران جوان ایرانی (۳)

- در تیم‌های خوب و کارآمد، اعضای تیم منافع تیم را جلوتر از منافع خود قرار می‌دهند.
- در تیم‌های خوب و کارآمد، افراد با هم دوست و هم‌دل هستند.
- لازم است مشکلات و تهدیدات کسب و کاری را طوری با نیروها مطرح کرد که آن‌ها نگران نشوند یا انگیزه خود را از دست ندهند.
- هر مساله، مشکل یا تصمیم کسب و کاری را می‌توان به صورت خلاصه و در چند جمله برای همه بیان کرد. باید از بحث‌ها و متن‌های طولانی اجتناب کرد و همه تعاملات را به صورت مختصر و مفید انجام داد.

## برخی از باورهای بینشی بسیاری از بنیان‌گذاران جوان ایرانی (۴)

- اگر یک مدیر بتواند یک مساله را به صورت شفاف بیان کند، همه مخاطبین آن مساله را همان طور که مدیر مد نظر داشت درک خواهند کرد.
- رعایت دموکراسی در فرآیند تصمیم‌گیری کسب و کاری مهم است. در تصمیمات مهم شرکت، همه باید حق رای داشته باشند.
- مدیر نباید نیروهای خویش را قضاوت کند یا بین آنها فرق بگذارد.
- سرعت عمل بالا، مهم‌ترین فاکتور در موفقیت کسب و کارهای نوپا است.
- توجه به کیفیت کارها، سرعت عمل شرکت را پایین می‌آورد.

# برخی از باورهای بینشی بسیاری از بنیان‌گذاران جوان ایرانی (۵)

- هر چقدر تعداد قابلیت‌ها و feature های یک محصول بیشتر باشد، کیفیت آن محصول بهتر است.
- مهم‌ترین جنبه یک کسب و کار دانش‌بنیان، توان آن شرکت در تولید فناوری است. مسائل کسب و کاری، مسائل جانبی‌ای هستند که در مقایسه با تولید فناوری، پیش پا افتاده و ساده هستند.
- اصل کار، تولید «فناوری» است، تبدیل فناوری به یک «محصول» ساده است.
- شرکت ما نیاز مشتریان خویش را بهتر از خود آن مشتریان تشخیص می‌دهد. خیلی وقت‌ها مشتریان حتی آگاه نیستند که یک نیاز خاص را دارند.

## برخی از باورهای بینشی بسیاری از بنیان‌گذاران جوان ایرانی (۶)

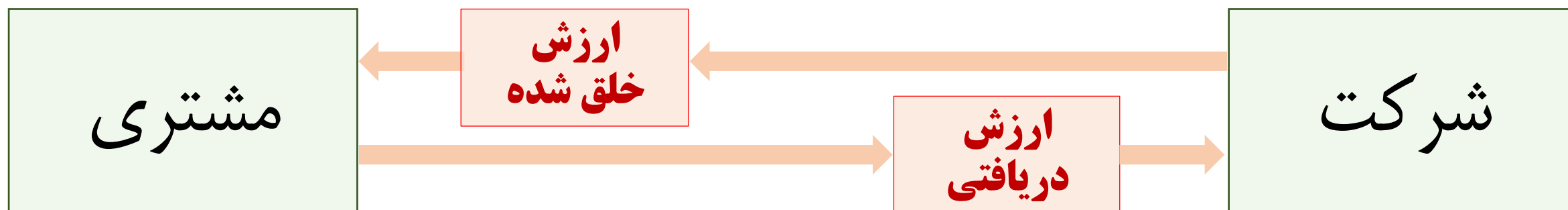
- هیچ وقت، هیچ چیزی از شرکت در جلسات سازمانی در نمی‌آید، بنابراین مهم نیست سر وقت در آن‌ها حضور پیدا کرد یا به صحبت دیگران گوش کرد.
- مهم این نیست که ما چه می‌گوییم، مهم آن است که چه کار می‌کنیم. حرف مفت است و هیچ ارزشی ندارد. پس ما می‌توانیم برای حل مسائل جاری خود، هر چیزی که لازم است را الان بگوییم و هر قولی که لازم است را الان بدهیم و بعداً کار خودمان را بکنیم.
- اگر در خارج بودم حتماً در کسب و کار موفق می‌شدم، چون آنجا از آدم‌هایی مثل من حمایت می‌شود.

# بخش سوم

## نیاز



# تعریف «کسب و کار»



کسب و کار یعنی خلق ارزش برای افراد و دریافت ارزش از آن افراد در ازای ارزش خلق شده

# قدم اول تاسیسی یک کسب و کار

اولین قدم در فرآیند تاسیس یک کسب و کار، شناسایی یک «نیاز فنی تخصصی» است که در جامعه وجود دارد و شما می‌توانید با استفاده از دانش و مهارت‌های فنی تخصصی خویش محصولات یا خدماتی ارائه دهید که آن نیاز فنی تخصصی را رفع می‌کنند.

# چهار خصوصیت «نیاز فنی تخصصی»

با آن مقدار پولی که  
آن‌ها حاضرند بپردازند

شما می‌توانید آن نیاز را  
رفع کنید...

دارندگان آن نیاز  
حاضرند برای رفع آن  
نیاز پول خرج کند

نیاز واقعی است

زیرا اگر هر یک از این چهار  
خصوصیت وجود نداشته باشد، هیچ  
پولی رد و بدل نخواهد شد.

یعنی شما می‌توانید با استفاده از  
دانش و مهارت‌های فنی تخصصی  
خود دقیقاً آن نیازی که آن‌ها دارند را  
بر طرف کنید، نه نیازهایی که شبیه  
یا نزدیک به آن هستند.

زیرا در بسیاری از شرایط، انسان‌ها یا  
شرکت‌ها نیازهایی دارند که واقعی  
هستند، ولی ایشان حاضر نیستند  
برای رفع آن نیازها پول خرج کنند.

یعنی افرادی در جامعه وجود دارند که  
اگر از ایشان بپرسید «آیا این نیاز را  
دارید»، جواب می‌دهند «بله، من این  
نیاز را دارم».

# نیاز «فنی تخصصی» در مقابل نیاز «کسب و کاری»

شرکت‌ها به خاطر رفع نیازهای فنی تخصصی خود خرید نمی‌کنند. شرکت‌ها تنها برای رفع نیازهای «کسب و کاری» خود خرید می‌کنند.

# مهم‌ترین چیزی که برای تاسیس یک کسب‌وکار جدید لازم است

نیازهای فنی و تخصصی  
موجود در جامعه

تنها چیزی که برای تاسیس یک کسب و کار جدید مهم **نیست**

ایده‌های شما

# نحوه بیان نیاز فنی تخصصی

هنگام بیان آن نیاز فنی تخصصی که شما در جامعه شناسایی کرده‌اید، شما باید بتوانید بدون استفاده از کلماتی مانند «من» یا «ما» و بدون هیچ اشاره‌ای به خودتان یا شرکت‌تان یا تاریخچه شخصی یا شرکتی خود یا توانایی‌ها و قابلیت‌های خود، آن نیاز را توصیف نمایید.

# بخش چهارم

## مدل کسب و کار



# مدل

نمونه کوچک‌تر و ساده‌تر از یک چیز که به ما اجازه می‌دهد بدون دست زدن به خود آن چیز، در مورد آن چیز فکر کنیم، رفتارش را تحلیل یا پیش‌بینی کنیم و در مورد آن با دیگران گفتگو یا مشورت کنیم.

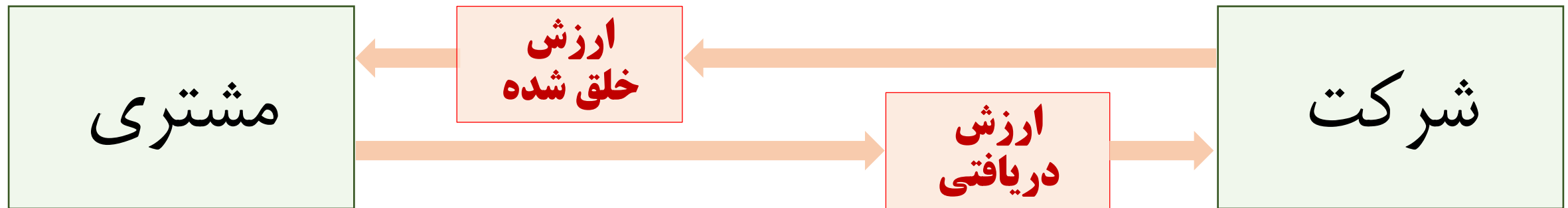
# مدل ذهنی

مدلی که فیزیکی نیست و یک ساختار ذهنی است که با استفاده از آن ما می‌توانیم در مورد چیزی که مدل کرده‌ایم فکر کنیم، رفتارش را تحلیل یا پیش‌بینی کنیم و در مورد آن با دیگران گفتگو یا مشورت کنیم.

# مدل کسب و کار

یک مدل ذهنی در مورد یک کسب و کار خاص که به ما اجازه می‌دهد در مورد آن کسب و کار فکر کنیم، رفتار آن را تحلیل یا پیش‌بینی کنیم و در مورد آن با دیگران گفتگو یا مشورت کنیم.

# یادآوری: مدل ما در مورد مفهوم کسب و کار



کسب و کار یعنی خلق ارزش برای افراد و دریافت ارزش از آن افراد در ازای ارزش خلق شده

# مدل کسب و کار «چهار جمله‌ای»

چگونه در  
ازای آن  
ارزش، ارزش  
دریافت  
می کنید؟

چگونه آن  
ارزش را خلق  
می کنید؟

چه ارزشی  
برای آن‌ها  
خلق  
می کنید؟

برای چه  
کسانی ارزش  
خلق  
می کنید؟

شرکای کلیدی

فعالیت‌های کلیدی

ارزش‌های خلق شده

نوع رابطه با مشتریان

بخش‌بندی مشتریان

منابع کلیدی

کانال‌های ارتباطی

ساختار هزینه‌ها

جریان‌های درآمدی

شرکای کلیدی

فعالیت‌های کلیدی

ارزش‌های خلق شده

نوع رابطه با مشتریان

بخش‌بندی مشتریان

منابع کلیدی

کانال‌های ارتباطی

# بوم مدل کسب و کار

ساختار هزینه‌ها

جریان‌های درآمدی

شرکای کلیدی

Key Partners

فعالیت‌های کلیدی

Key Activities

ارزش‌های خلق شده

Value Propositions

نوع رابطه با مشتریان

Customer Relationships

بخش‌بندی مشتریان

Customer Segments

منابع کلیدی

Key Resources

کانال‌های ارتباطی

Channels

# Business Model Canvas

Cost Structure

ساختار هزینه‌ها

Revenue Streams

جریان‌های درآمدی



# با تشکر فراوان

پگاه حسنی

مدیرعامل

بنیان دهنده آرزوپرداز دانش ورز پارس

۰۹۳۳۸۳۶۹۸۴۸

بهزاد صادقی

رئیس هیات مدیره

بنیان دهنده آرزوپرداز دانش ورز پارس

۰۹۱۲۰۷۲۵۷۱۴

بنیان دهنده آرزوپرداز دانش ورز پارس

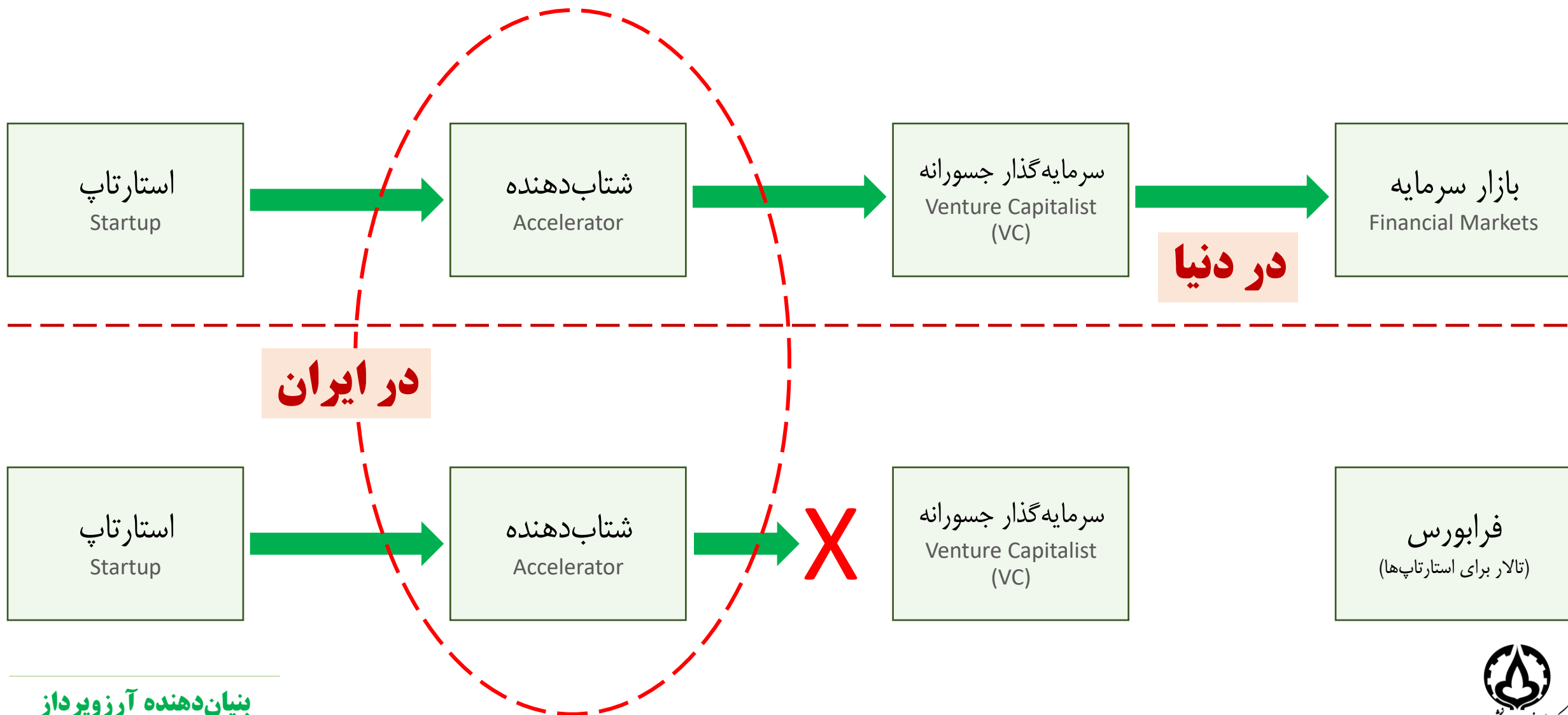
پارک علم و فناوری دانشگاه سمنان

بنیان دهنده آرزوپرداز

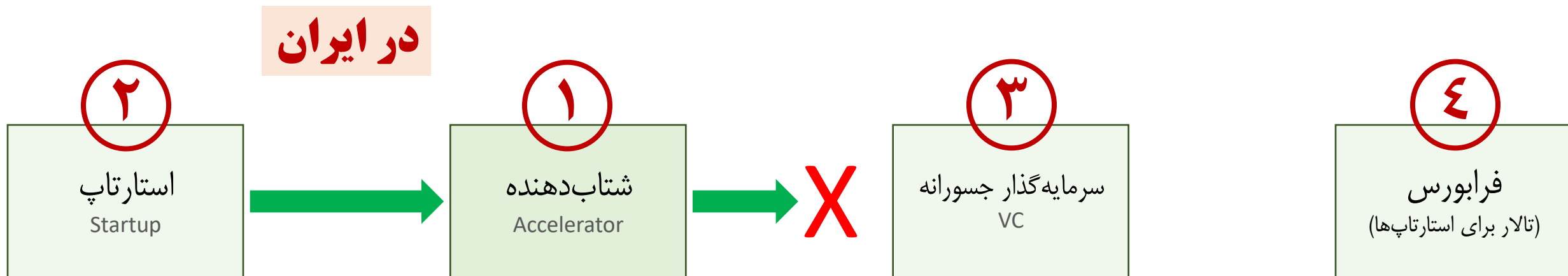
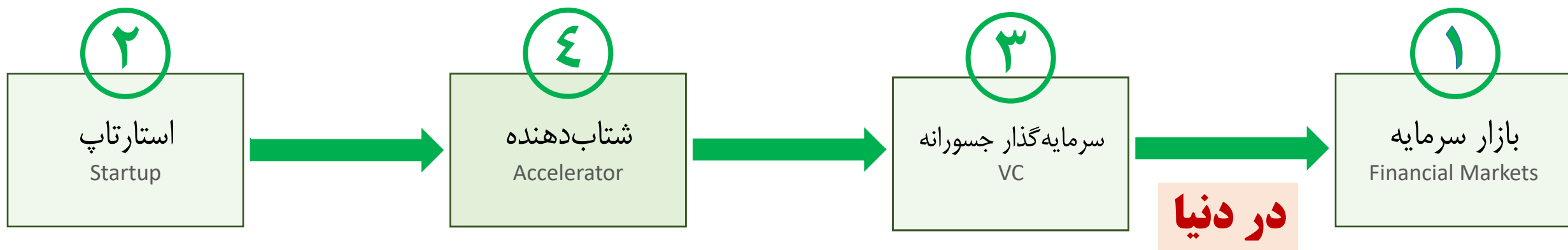


پارک علم و فناوری دانشگاه سمنان

# جریان جذب سرمایه در اکوسیستم‌های نوآوری



# تاریخچه ظهور بازیگران اکوسیستم



# دلایل شکست اکثر شتابدهنده‌ها در ایران

- مدل کسب‌وکار: برداشت اشتباه از مدل کسب‌وکار شتابدهنده‌ها در دنیا
- هدف‌گذاری: عجله، به جای کیفیت محصول
- مخاطبین: عدم درک تفاوت بنیان‌گذاران جوان ایرانی و خارجی
- توانمندسازی: تمرکز روی انتقال «دانش» به جای شکل‌گیری «بینش»