



اطلاعات مفید، توصیه‌ها و نکات عملی  
از NANOSTART و NANOWERK

# تأسیس و تأمین مالی موفق شرکت‌های فناوری نانو

مترجم: مجتبی فدائی

دپارتمان فناوری نانو شرکت فناوری‌های پیشرفته آسیا

fadaei@asiahitech.com

## ۱ مقدمه

فناوری نانو فرصت‌های جدید و گسترده‌ای را برای دانشمندان، مهندسان و کارآفرینان ایجاد می‌کند تا در حل برخی از مسائل مهمی که انسان امروزی با آن مواجه است، مشارکت داشته باشد. نوآوری‌های مبتنی بر فناوری نانو که به صورت موفقیت‌آمیزی در محصولات یا فرایندها تجاری‌سازی شده‌اند، می‌توانند تمامی صنایع را متحول سازند و به طور قابل توجهی کیفیت زندگی میلیون‌ها انسان را بهبود بخشند. اما مسیر بین یک ایده تا یک محصول یا فرآیند تجاری موفقیت‌آمیز، بسیار طولانی است؛ خصوصاً در مورد نوآوری‌های فناوری نانو،

مرحله تحقیق و توسعه روند نسبتاً طولانی‌تری دارد. به علاوه، پیش‌بینی مدت زمان دقیق این مرحله دشوار است و این حتی اگر ایده‌ای موفقیت‌آمیز باشد، به صورت شفاف مشخص نیست.

مرحله طولانی تحقیق و توسعه، نه تنها شامل سرمایه‌گذاری قابل توجهی در زمان و تلاش است، بلکه نیازمند سرمایه‌گذاری مالی بسیار زیادی نیز می‌باشد؛ زیرا در طی این پروسه هیچ درآمدی برای جبران هزینه‌ها وجود ندارد.

اگر چه شرکت‌های بزرگ صنعتی، از صنایع شیمیایی گرفته تا فناوری رایانه، سرمایه‌گذاری‌های انبوهی در زمینه کاربردهای فناوری نانو دارند، اما این حوزه طیف

گسترده‌ای از فرصت‌ها را برای کارآفرینان جهت ایجاد کسب‌وکارهای جدید موفق ارائه می‌دهد. تنها در آلمان تعداد ۷۵۰ مورد از این شرکت‌ها وجود دارد که تا پایان سال ۲۰۰۸ به توسعه و فروش محصولات و فرآیندهای مبتنی بر فناوری نانو در طول بخش‌های متنوع زنجیره خلق ارزش مشغول بوده‌اند و بیش از ۶۳۰۰۰ نفر در این شرکت‌ها کار کرده‌اند.

بازه زمانی بین ایده اولیه تا معرفی بازار موفق را معمولاً «دره‌ی مرگ» می‌نامند. در این برهه است که اغلب سرمایه‌گذاری‌های جدید شکست می‌خورند. دلیل این شکست‌ها این است که معمولاً نمی‌توان بر یکی از چهار ریسک ویژه استارت‌آپ<sup>۱</sup> غلبه کرد. از این



رو برای هر استراتژ آپ (صرف نظر از صنعت) مهم است که تیم مدیریت با دقت این چهار جنبه ریسک را در نظر بگیرد و دقیقاً بداند که چگونه این ریسک‌ها موفقیت و شکست را در سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز<sup>۲</sup> تعیین می‌کنند.

### ۱.۱ فناوری: آیا توانایی ساخت آن را داریم؟

آیا ما توانایی ساخت محصول یا دستگاه پیشنهادی را خواهیم داشت؟ تولید آن چقدر دشوار خواهد بود؟ آیا می‌توان فرآیندهای تولیدی کلیدی و طراحی محصول را از طریق پتنت محفوظ داشت؟

### ۲.۱ تیم: آیا ما می‌توانیم ایده را اجرایی کنیم؟

آیا شرکت ما پست‌های کلیدی را به افراد شایسته آن سپرده است؟ آیا این افراد مهارت و تجربه لازم را دارند؟ آیا تیم ما می‌تواند طرح کسب‌وکار را اجرایی کند؟

### ۳.۱ بازار: آیا آن را خواهند خرید؟

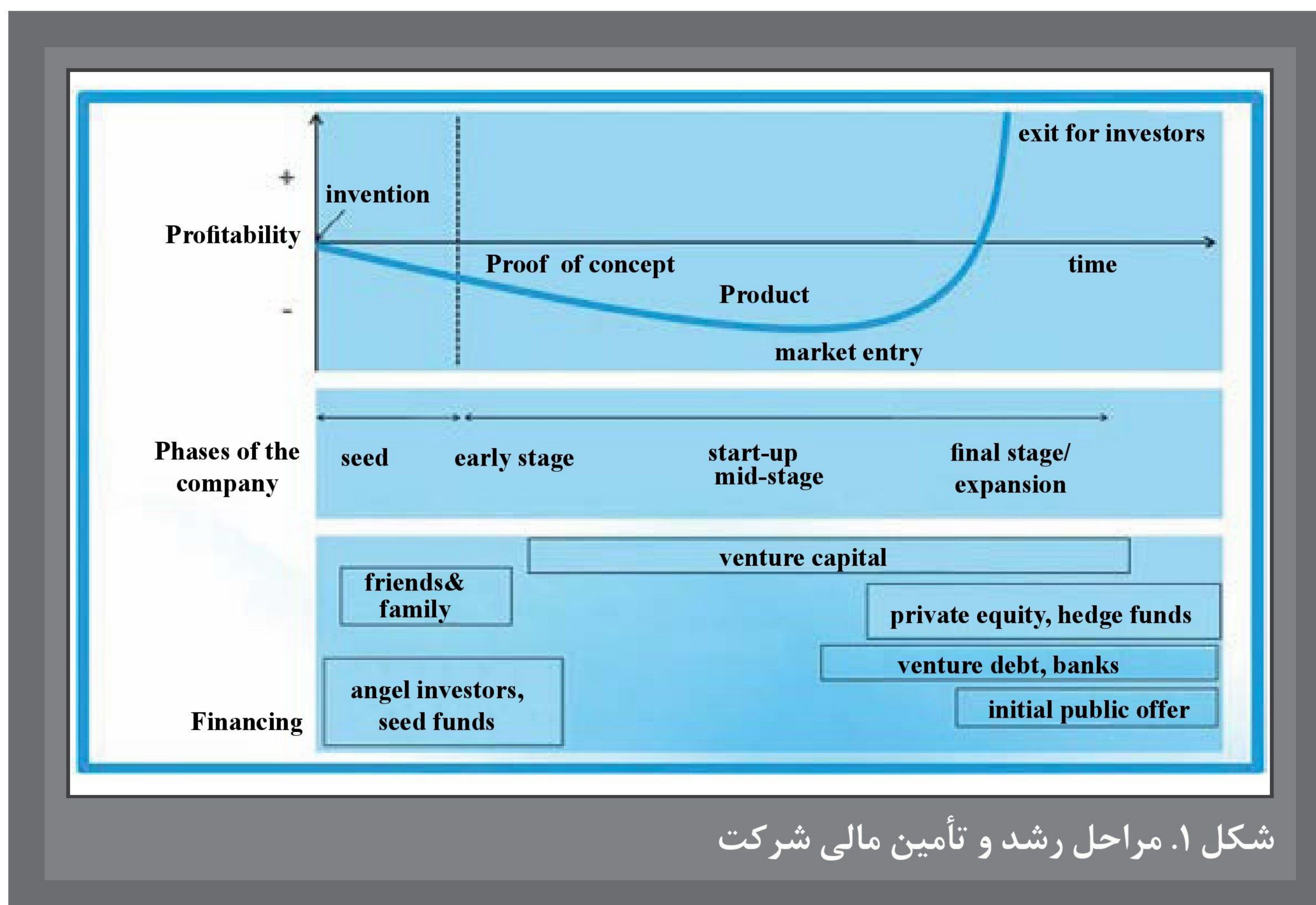
بازار هدف محصول ما چگونه به نظر می‌رسد؟ مشتریان بالقوه ما چه کسانی هستند؟ رقبای ما چه کسانی هستند؟ آیا می‌توان محصول را در قیمتی به فروش رساند که برای ما سود داشته باشد؟ محصول چگونه باید به بازار معرفی شود؟

### ۴.۱ سرمایه: چگونه همه هزینه‌های آن را پرداخت کنیم؟

آیا دسترسی کافی به سرمایه و نقدینگی داریم؟ اگر نه، چگونه تأمین مالی اضافه را انجام دهیم؟ چقدر طرح‌های مالی - نه تنها از نظر درآمدهای آینده، بلکه از نظر هزینه‌های پیش‌بینی شده - دقیق و واقع بینانه هستند؟ این آخرین جنبه - تأمین مالی استراتژ آپ - غالباً بزرگترین مانع برای کارآفرینان مشتاق است؛ به‌ویژه برای آن‌هایی که صرفاً پس‌زمینه‌های علمی و فنی دارند و هنوز در مورد مسائل عملی و کاربردی کسب‌وکار کم تجربه‌اند.

برای تبدیل نوآوری‌ها به محصولات و فرآیندهای موفق تجاری و برای دستیابی کامل به کسب و کار بالقوه آن، ضروری است که مؤسسان استراتژ آپ‌های فناوری نانو در همان گام‌های اولیه یک منبع مالی قابل اتکا را ترتیب دهند.

ما به منظور کمک به مؤسسان استراتژ آپ‌های بالقوه فناوری نانو و شکل دادن به طرح‌های آن‌ها، تیمی را جهت ارائه یک نقشه کاربردی مشخصاً برای جنبه‌های مالی استراتژ آپ‌های فناوری نانو - و پاسخگویی به سوالات متداول این حوزه تشکیل داده‌ایم. این بررسی اجمالی برای کارآفرینان بالقوه



از ادامه کار، بایستی از خودتان سوالات زیر را بپرسید.

□ آیا شما مطمئن هستید که می‌توانید در شب خواب راحتی داشته باشید، در حالی که پر از ابهامات و فشارهای ناشی از کارآفرین شدن هستید؟

□ آیا شما یک تصمیم‌گیرنده خوب هستید؟ آیا شما از آن جمله افراد هستید که بعد از بررسی کامل حقایق تصمیم‌گیری می‌کنند، یا تمایل به تصمیم‌گیری فقط بر پایه احساسات دارید؟

□ آیا شما نه تنها در نظارت، بلکه در هدایت و رهبری نیز تجربه مدیریت دارید؟ آیا می‌دانید چگونه افراد را مدیریت کرده و تفویض اختیار کنید؟ آیا می‌دانید چگونه باید انگیزش ایجاد کنید؟

□ آیا شما فردی منضبط و با پشتکار هستید؟ آیا شما از دسته افرادی هستید که برای خود اهداف جاه طلبانه‌ای دارند؟ آیا تمرکز، عزم و اراده رسیدن به آن‌ها را دارید؟

□ آیا حداقل دانش پایه برای کسب‌وکار را دارید؟ آیا می‌توانید برای یک بازه زمانی بدون درآمدی منظم و ثابت زندگی کنید؟

□ تناسب اندام شما چگونه است؟ آیا مشکلات جسمانی دارید که با برنامه‌های شما تداخل داشته باشد؟

□ آیا توانایی کنار آمدن با استرس مداوم را دارید؟

□ آیا برای حداقل ۶۰ ساعت کار در هفته دست کم برای سال‌های ابتدایی آماده هستید؟

□ آیا شما می‌توانید روی حمایت تمام و کمال خانواده‌تان حساب کنید؟

□ آیا شما از جمله افرادی هستید که به جای اجتناب از مشکلات، با آن‌ها روبه‌رو می‌شوند و در جستجوی راه‌حل‌های خلاقانه هستند؟

□ خودارزیابی‌های شخصیتی متنوعی وجود

فناوری نانو در نظر گرفته شده است؛ آن‌هایی که می‌خواهند به درک بهتری از اینکه چه سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیری می‌تواند برای آن‌ها وجود داشته باشد برسند و ملزومات موفقیت در ملاقات با یک سرمایه‌گذار خطرپذیر را بدانند.

در این مقاله، شما پاسخ برخی از سوالات متداول و اطلاعات کاربردی در خصوص بعضی از مسائل اساسی که هر کارآفرین فناوری نانو در هنگام نزدیک شدن به یک سرمایه‌گذاری آینده‌نگر درگیر آن می‌شود را خواهید یافت.

ما به سوالات مهم زیر، که هر کارآفرین بالقوه بایستی از خود بپرسد خواهیم پرداخت:

■ آیا من یک کارآفرینم؟ آیا ملزومات آن را دارم؟

■ چگونه به فهم خوبی از بازار محصول ایده‌ام برسم؟

■ چه نوع منابع مالی برای یک کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید در دسترس است؟

■ چگونه سرمایه‌گذار خطرپذیر مناسب را شناسایی کنم؟

■ چگونه ایده‌ام را برای یک سرمایه‌گذار خطرپذیر بیان کنم؟

■ گام‌های کلیدی برای بستن قرارداد با یک سرمایه‌گذار خطرپذیر کدامند؟

■ یک طرح کسب‌وکار خوب چگونه است؟ این مطالب را بخوانید و در مورد آن فکر کنید. اگر برای پیش‌برد ایده‌تان مصمم‌تر از قبل شده‌اید، امیدواریم این مقاله راهنما در شکل‌دهی افکارتان مفید بوده و محرکی برای پیشبرد یک طرح کسب‌وکار بادوام باشد.

### ۲ آیا من یک کارآفرین هستم؟ آیا ملزومات آن را دارا می‌باشم؟

چالش‌های شخصی را که در راه‌اندازی یک شرکت دخیل هستند، دست کم نگیرید. قبل



معروف، باید درک شود که شامل «محافظت علمی» نیز می‌باشد. شرکت‌ها همواره باید بین نیازشان به علم در برابر نیاز به محافظت از آن، توازن برقرار سازند.

حقوق مالکیت فکری<sup>۳</sup> (IP) یک عامل فوق‌العاده مهم در ایجاد اعتبار برای شرکت‌ها به‌ویژه استارت‌آپ‌ها می‌باشد. پتنت، همه شرکت‌ها - حتی شرکت‌های بسیار کوچک - را برای محافظت از پیشرفت‌های علمی و فناوری خودشان در برابر نفوذ شرکت‌های بزرگ سرمایه‌گذاری توانا می‌سازد.

پتنت‌ها و دیگر حقوق مالکیت فکری، در برابر محصولات کپی‌برداری شده (me too products) چه شرکت‌های جهانی قدرتمند باشند چه محصولات تقلیدی تولیدکننده‌های کم‌هزینه - ابزاری اثبات شده و مؤثرند.

حقوق مالکیت فکری می‌تواند به‌عنوان ابزاری ضروری برای یک تازه وارد جهت قدم نهادن به بازار، همچون دارایی ارزشمندی که به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای افزایش سرمایه کمک می‌کند، آن‌ها را یاری کند. به‌عنوان یک قاعده کلی، حفظ پتنت برای شرکت‌های نوپا، کسب اعتبار را آسان‌تر می‌سازد. یک مخترع می‌بایست این ریسک را تشخیص دهد که به واسطه افشای عمومی اطلاعات در یک پتنت، این دانش را برای رقابایی که ممکن است از آن سوء استفاده کنند، قابل دسترس می‌سازد. راه دیگر برای یک مخترع این است که به سادگی پیشرفت‌های فناوری خود را منتشر کند، سپس در «state of the art» مشارکت نماید. اگر چه رقبا قادر به استفاده از این دانش می‌باشند، اما آن‌ها از پتنت دانش شما برای خودشان منع خواهند شد.

### ۱.۳.۳ نکات عملی

به وسیله مطالعه پتنت‌های دیگران، می‌توانید اطلاعات با ارزشی را به‌دست آورده و خالق ایده‌هایی برای پیشبرد تلاش‌هایتان باشید.

### ۴.۳ استراتژی‌های تجاری‌سازی و بازرایی،

احتمالاً مهم‌ترین جنبه در ایجاد پرسش‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز هستند

شما ایده یک محصول فوق‌العاده را دارید. این خوب و عالی است، اما چگونه آن را خواهید فروخت؟ چگونه شرکت خود را برای مشتریان بالقوه و شناخته شده خواهید ساخت؟ در تشریح استراتژی بازرایی خود، شما باید این مهم را - که ایده‌تان را بر روی تجاری‌سازی موفق بنا نهاده‌اید - اثبات کنید.

در اینجا شما باید مانند یک سرمایه‌گذار فکر کنید. شما باید از خود بپرسید «چگونه می‌توانم سود به‌دست آورم؟» و «چگونه مطمئن باشم که می‌توانم به سود برسیم؟» در مذاکره با یک



قوت و ضعف آن‌ها انجام دهید.

### ۱.۱.۳ نکات عملی

استفاده از یک مطالعه بازار خارجی، تضمینی برای موفقیت و حتی صحت اطلاعات نمی‌باشد. فارغ از در نظر گرفتن صرفه‌جویی قابل توجه در هزینه، کاوش در بازار هدف‌تان می‌تواند برخی منافع مستقیم و غیرمستقیم داشته باشد. یکی از بزرگترین مزیت‌ها این است که شما به مراتب آگاهی بهتری از بازارتان به‌دست خواهید آورد و حتی ممکن است چند رابطه تجاری مفید را ایجاد کنید. سعی کنید یک نقشه راه خوب برای خودتان تهیه کنید!

### ۲.۳ چرا محصول فناوری نانوی من، بازار هدف را متقاعد خواهد کرد؟

تجربه نشان می‌دهد که محصولات جدید از این نوع، معمولاً تنها زمانی در بازار موفق هستند که بتوانند مزایای رقابتی را به واسطه تفاوتشان از نظر منافع مشتری به‌دست آورند. معمولاً سرمایه‌گذاران در استارت‌آپ‌های مخاطره‌آمیز، انتظار شنیدن گزاره‌های فروش منحصر به فرد (USP's)<sup>۲</sup> که محصول را برای مشتری متقاعدکننده خواهد ساخت، دارند.

### ۱.۲.۳ نکات عملی

زمانی که محصول یا کاربردها را در طرح کسب‌وکارتان شرح می‌دهید، باید از توضیحات بیش از حد فنی که ممکن است خواننده زمینه‌های فنی و علمی لازم را برای درک آن نداشته نباشد، اجتناب کنید. با این حال مطمئن شوید که همه پتنت‌ها و دیگر حقوق مالکیت فکری را در نظر گرفته‌اید.

### ۳.۳ پتنت‌ها و حقوق مالکیت فکری چقدر مهم‌اند؟

به‌گفته بنجامین فرانکلین، سرمایه‌گذاری در علم همواره بهترین منفعت را داراست. در این برهه رقابت جهانی، کلمه «علم» در این نقل

دارد؛ می‌توان آن‌ها را در اینترنت یافت که به پاسخ‌دهی به این سوالات کمک می‌کنند. آن‌ها را امتحان کنید! حداقل مقداری شما را به فکر خواهد انداخت.

### ۱.۲ نکات عملی

هیچ‌کس از کارآفرین بودن منع نمی‌شود. به هر حال، حتی اگر شما نقطه‌ضعف‌هایی در خود می‌بینید، ممکن است برنامه شما هنوز کارایی بیشتر از آنچه شما آن را بشناسید یا فکر کنید، داشته باشد. با دوستان و همکاران خود به طور واضح در مورد صفات شخصیت خود صحبت کنید. واکنش آن‌ها، از شما چیزی کم نخواهد کرد اما می‌تواند برای موفقیت در آینده کارآفرینی شما بسیار ارزشمند باشد.

### ۳ چگونه به فهم خوبی از بازار محصول ایده‌ام برسیم؟

#### ۱.۳ تحلیل بازار هدف

درک کامل از بازار هدف یک ضرورت مطلق است. برای ارائه یک برنامه مالی واقع‌بینانه و متقاعدکننده برای سرمایه‌گذاران نسبت به سوددهی آن، شما باید یک تحلیل معنا دار از محیط صنعت و بازار هدف که شامل یک تخمین دقیق از وسعت بازار بالقوه باشد انجام دهید. مخصوصاً در مورد ریسک‌های استارت‌آپ، معمولاً تحلیل ناکارآمد بازار، دلیل اصلی شکست کسب‌وکار است.

تحلیل بایستی با دقت، وسعت بازار، سود بالقوه در دسترس در بازار و رشد آتی بازار را بررسی کند. همچنین بایستی موانع ورود و دیگر محدودیت‌های بازار را نشان دهد. اگر شما از همه قوانین و مقررات در مواجهه با بازار آگاهی دارید، می‌بایست مطمئن شوید که به آن‌ها در تحلیل‌تان از بازار اشاره کرده باشید.

همچنین ضروری است که نشان‌دهنده درک درستی از رقابت‌تان باشید. شما بایستی یک بررسی اجمالی از محصولات و خدمات عرضه شده توسط رقبای خود، به همراه ارزیابی نقاط





سرمایه‌گذار خطرپذیر، بسیار مهم است که قادر به پاسخ گویی به این پرسش‌ها باشید. هر سرمایه‌گذار بالقوه یا وام‌دهنده‌ای می‌خواهد بداند که چگونه موفقیت سرمایه‌گذاری برای شما واقع بینانه است؟ اما کیفیت از کمیت مهم‌تر است. از نوشتن ۲۵ صفحه متن پوچ درباره اینکه چرا طرح کسب‌وکار شما باید بسیار سود آور باشد، اجتناب کنید. عوامل کلیدی که ادعای شما را پشتیبانی می‌کند را می‌توان به طور مختصر بیان کرد، شما بعداً فرصت شرح آن را با جزئیات بیشتر خواهید داشت. فقط سه تا پنج مورد از مهم‌ترین عوامل، که فکر می‌کنید استارت آپ شما را موفق و سود آور خواهد کرد، بیان کنید. این سه تا پنج مورد باید بر اساس آمار و ارقام بنا شده باشد. سرمایه‌گذاران خطرپذیر می‌خواهند مستدل‌ترین آمار و ارقام را ببینند.

اگر شما از طرح کسب‌وکار خود به‌عنوان مدرکی جهت دریافت وام و سرمایه، برای شرکتی که به تازگی تأسیس شده استفاده می‌کنید، مطمئن شوید که چگونگی استفاده از سرمایه اضافی و هدایت آن به سوی منافع بزرگ آینده را توضیح داده‌اید. نشان دهید که چگونه سرمایه شما را قادر خواهد ساخت تا کسب‌وکارتان را گسترش دهید و چیزهای جدید خلق کنید.

سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر عموماً به هر بازخوردی که ممکن است از افراد دیگر در رشته خودشان مانند دانشمندان، مشتری، مدیران اجرایی در زمینه خود به‌دست آورند، علاقه‌مندند. آن‌ها ممکن است در مورد چگونگی نظر متخصصانی که ایده‌شان را با آن‌ها مطرح کرده‌اند را جویا شوند. موقعیت جغرافیایی نیز می‌تواند مهم باشد؛ سرمایه‌گذاران ممکن است از مکان شما و اینکه آیا آن موقعیت مکانی مناسب طرح کسب‌وکار و بازار هدفشان هست یاخیر، سوال کنند؟

اگر شما اطلاعاتی در مورد شیوه‌ها و تخصص‌های سرمایه‌گذار بالقوه‌تان دارید، مطمئن شوید این اطلاعات با دقت در نظر گرفته شوند. شما امیدوارید چه کمک دیگری از طرف آن سرمایه‌گذار دریافت کنید؟ سرمایه‌گذار در چه شرکت‌های نانو فناوری دیگری سهام سرمایه‌گذاری کرده و چگونه این تجربه کسب‌وکار می‌تواند به شرکت شما کمک کند؟

#### ۱.۴.۳ نکات عملی

فراموش نکنید، فعالیت‌های بازاریابی شما باید شامل یک جدول زمان‌بندی واقع‌بینانه باشد. این جدول زمانی باید شامل همه گام‌های کلیدی مورد نیاز، نه تنها در ماه یا سال اولیه معرفی محصول به بازار، بلکه در مرحله آماده‌سازی نیز باشد.

#### ۴ چه نوع منابع مالی برای یک کسب و کار مخاطره‌آمیز جدید در دسترس است؟

به طور کلی، سه روش اساسی برای استارت آپ‌ها و شرکت‌های تازه تأسیس (مبتنی بر فناوری نانو یا غیره) برای کسب سرمایه وجود دارد:

- تأمین مالی دولتی
- وام بانکی
- سرمایه شرکتی

تأمین مالی دولتی برای استارت آپ‌های فناوری، به واسطه دامنه وسیع سازمان‌های ملی و منطقه‌ای در آمریکا شمالی، اروپا و آسیا عموماً به شکل کمک‌های مالی و وام‌های بدون بهره فراهم می‌شود. در سال گذشته، اتحادیه اروپا حدود ۳/۵ میلیارد یورو از چنین تأمین مالی فراهم کرده است. از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۹ و به عنوان بخشی از استراتژی توسعه فناوری آلمان، حدود ۶۰۴ میلیون یورو از دولت فدرال آلمان به صنایع در حال رشد فناوری نانو سرازیر شد. این بودجه در درجه اول به عنوان سرمایه اولیه برای شرکت‌های تازه تأسیس در نظر گرفته شد تا بتوانند کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کنند.

غالباً گرفتن وام‌های بانکی به خاطر نداشتن وثیقه دشوار است و در هر صورت باز پرداخت این وام‌ها بار مالی قابل توجهی دارد که شرکت‌های نوپا نباید آن را دست کم بگیرند. همین امر در مورد بخش خصوصی نیز صدق می‌کند که در آن سرمایه‌گذاران مؤسسه‌ای از وام‌های نسبتاً پرخطر گریزانند.

غالباً تأمین مالی توسط سرمایه شرکتی بهترین راه حل برای استارت آپ‌های مبتنی بر فناوری نانو می‌باشد؛ زیرا یک سری مزیت‌های مستقیم و غیرمستقیم را داراست. برای نمونه سرمایه‌گذاران مشارکتی در ازای سرمایه‌گذاریشان، سهم مالکیت در شرکت را دریافت می‌کنند. بنابراین شرکت این مزیت را

دارا می‌باشد که مجبور به بازپرداخت اصل و بهره بر اساس برنامه‌ای سخت نیست. مزیت دیگر این است که سرمایه‌گذاران مشارکتی جدا از منافع مالی شخصی خود، ممکن است نقشی فعال در ارائه پشتیبانی سودمند و مشاوره برای شرکت داشته باشند؛ این به ویژه در میان سرمایه‌گذاران مخاطره‌آمیز رایج است. علاوه بر این ممکن است که شکل‌های دیگری از تأمین سرمایه اولیه مشارکتی -مانند بودجه دولت برای مشارکت بخش دولتی و خصوصی- امکان‌پذیر باشد.

سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر، شرکت‌ها یا صندوق‌هایی هستند که به طور حرفه‌ای منابع زیادی از پول را اداره می‌کنند و نقش اساسی در یک استارت‌آپ که مرحله اولیه را پشت سر گذاشته و نیاز به سرمایه‌ای در مقیاسی بزرگتر دارد را ایفا می‌کنند. به عنوان مثال «Nanostart AG» از مرکز خودش در فرانکفورت، مجموعه‌ای از سرمایه‌گذاری‌ها را در شرکت‌های مبتنی بر فناوری نانو به شعاع جهانی -از آلمان گرفته تا سنگاپور و دره سلیکون کالیفرنیا- مدیریت می‌کند.

#### ۵ چگونه سرمایه‌گذار خطرپذیر مناسب را شناسایی کنم؟

همانطور که قبلاً گفته شد، به طور کلی سه روش اساسی برای استارت آپ‌ها و شرکت‌های تازه تأسیس (مبتنی بر فناوری نانو یا غیره) برای کسب سرمایه وجود دارد:

- تأمین مالی دولت
- وام بانکی
- سرمایه شرکتی

در جستجوی تان به دنبال شرکت سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر یا صندوق مناسب، اول باید با استفاده از تمام منابع اطلاعاتی که در دسترس دارید، پاسخ سوالات زیر را بیابید.

□ آیا سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر، تجربه



مخاطره‌پذیر شما را با سوالاتی مانند موارد زیر بسنجند.

- چرا ما باید در شرکت شما سرمایه‌گذاری کنیم؟
- چرا شما فکر می‌کنید که محصولتان در بازار فروش خواهد داشت؟
- در چه زمانی شما قادر خواهید بود به سود برسید؟

## ۷ گام‌های کلیدی برای بستن قرارداد با یک سرمایه‌گذار خطرپذیر کدامند؟

- ارزیابی اولیه و بررسی طرح کسب‌وکار
- مذاکرات مقدماتی
- برنامه‌ریزی صحیح و دقیق فعالیت‌های شرکت و بررسی عواقب تصمیمات در کسب‌وکار (Due Diligence)
- عقد قرارداد

### ۱.۷ ارزیابی اولیه و بررسی طرح کسب‌وکار

سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز بالقوه با انجام تجزیه و تحلیل اولیه و ارزیابی نامزد سرمایه‌گذاری آغاز خواهد شد که معمولاً با بررسی طرح کسب‌وکار شروع می‌شود. زیرا این سند اگر به درستی فراهم شود، تمامی اطلاعات کلیدی که سرمایه‌گذار بالقوه نیاز دارد را گرد هم می‌آورد.

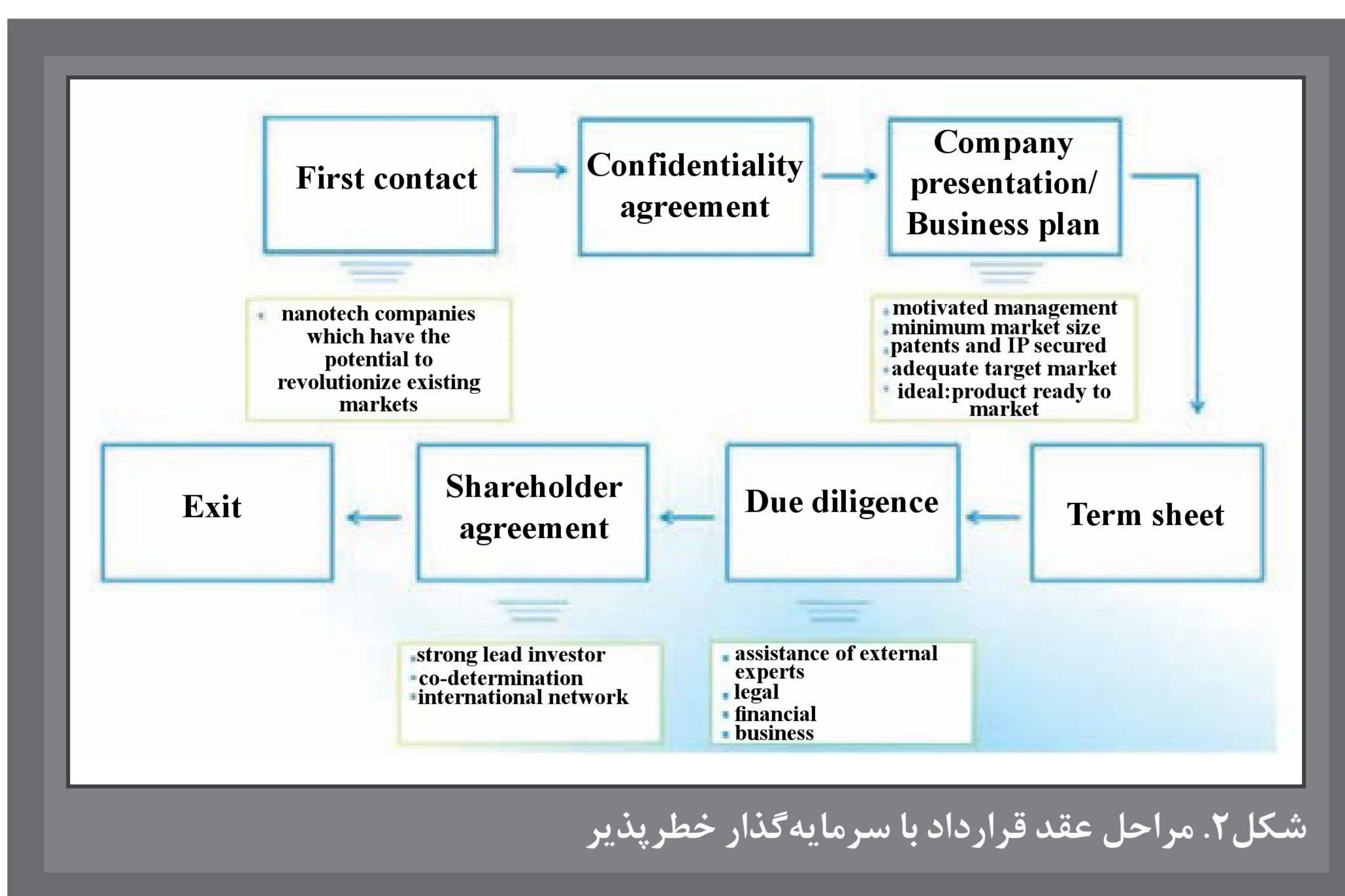
علاوه بر این، سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر بدون استثنا اهمیت زیادی برای شناخت شخصیت تیم مدیریت به منظور ایجاد درکی از توانایی کارآفرینی و مدیریت آن‌ها در نظر می‌گیرند. اولین ملاقات رسمی معمولاً در قالب ارائه شرکت برگزار می‌شود.

عموماً سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر بالقوه از شبکه ارتباطی کارشناسان خود استفاده می‌کند تا اطلاعات بیشتری در مورد نامزد سرمایه‌گذاری کسب کند. این به عنوان قسمتی از تجزیه و تحلیل اولیه، یک برآورد از ارزش شرکت خواهد ساخت. ارزیابی در این مرحله، معمولاً در قالب طیف ارزشیابی از حداقل تا حداکثر ارزش می‌باشد. این طیف ارزشیابی می‌تواند به عنوان اساس مذاکرات بین سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر و شرکت نامزد سرمایه‌گذاری، مورد استفاده قرار گیرد.

### ۲.۷ مذاکرات مقدماتی

اگر ملاقات‌های اولیه و ارزشیابی‌ها به خوبی پیش رود و هر دو طرف مایل به ادامه جلسات باشند، شرایط و ضوابط عمومی معامله مطرح شده در یک تمایل‌نامه - با جزئیات بیشتر در یک term sheet - خلاصه خواهد شد و به امضای طرفین می‌رسد.

تمایل‌نامه، سندی است که به سادگی اعلام می‌کند طرفین قصد انعقاد یک قرارداد



استارت‌آپ تا رسیدن به رهبری بازار آینده می‌باشد یا خیر. آن‌ها انتظار خواهند داشت که حرفه‌ای بودن، تمرکز و توانایی‌های خاص را ببینند. علاوه بر مهارت‌های فنی، آن‌ها به دنبال کار گروهی، مهارت‌های سازمانی، آگاهی به کنترل هزینه، توانایی مدیریت نیروی انسانی و تجارب ایده‌آل در بازاریابی و امور مالی می‌باشند. سوابق کاری با شرکای خارجی نیز ارزش بسیاری دارد.

بنابراین ضروری است که شما از تدوین یک استراتژی جذاب و قانع‌کننده برای کسب‌وکار و بیان آن به شکل واضح و شفاف شروع کنید. ترجیحاً ابتدا از طریق ارائه طرح خود برای شخصی که در صنعت شما نیست تمرین کرده و مهارت ارائه خود را افزایش دهید. شما باید به صورت فعالانه، پیشنهادات و انتقادات سازنده دیگران را برای بهبود عملکردتان درخواست کنید. در حداکثر ۳۰ دقیقه و ۱۰ اسلاید، شما باید قادر به انتقال یک درک درست و ایجاد اشتیاق برای طرح کسب‌وکار خود باشید. شما همچنین باید آمادگی داشته باشید این را حتی در ۱۵ دقیقه هم انجام دهید. مخاطبان را با یک توضیح بسیار کوتاه ولی شفاف از فناوری خود و یک طرح کسب‌وکار خوش‌نام متقاعد کنید. این را روشن کنید که شما می‌دانید طرح چقدر زمان بر است و شما مایلید ساعات زیادی را در هفته، تا موفقیت نهایی خود کار کنید. سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر اهمیت زیادی را برای شخص مناسب و رهبر تیم مدیریت قائل هستند؛ این عامل مهمی برای تصمیم‌گیری آن‌ها برای سرمایه‌گذاری است.

### ۱.۶ نکات عملی

ارائه خود را در مقابل یک مخاطب تمرین کنید و مطمئن باشید که آنان در پایان سوالات دشواری می‌پرسند. حتی در طول ارائه‌تان، غیرمعمول نیست که سرمایه‌گذاران

معناداری در صنعت من دارد؟  
 □ آیا پیشینه اثبات شده موفقیت‌آمیزی دارد؟  
 □ در چه شرکت‌هایی سهام دار است؟ از نظر بازرگانی و سودآوری در چه مرحله‌ای است؟  
 □ معمولاً در چه مرحله‌ای از رشد شرکت، سرمایه‌گذاری می‌کند و چه حجمی از سرمایه‌گذاری را ترجیح می‌دهد؟  
 □ سرمایه‌گذاری در مراحل اولیه قابل بحث است یا تنها در مراحل پایانی و زمانی که تعدادی مشتری بالقوه وجود دارد که محصول یا فرایند را آزموده و علاقه زیادی نشان داده‌اند، سرمایه‌گذاری می‌کند؟  
 شما باید به تمام این نکات فکر کنید. بیشتر این اطلاعات را می‌توان به آسانی در اینترنت جستجو کرد. با مقایسه این نکات با لیست اطلاعات خود، شما باید بتوانید فهرست سرمایه‌گذاران احتمالی را به تعداد کمی از کاندیداهای نوید بخش محدود کنید.

### ۱.۵ نکات عملی

برای بررسی کمی ژرف‌تر، شاید بخواهید برقراری تماس با برخی از شرکت‌های سهامی که متعلق به سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر است را امتحان کنید. شما می‌توانید لیستی از شرکت‌های سهامی که معمولاً در وب سایت سرمایه‌گذار قرار داده می‌شود را پیدا کنید. با صحبت با شرکت‌ها، ممکن است قادر به کسب اطلاعات بیشتری در مورد تجربه‌های واقعی آن‌ها با شرکت‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر خاص باشید.

## ۶ چگونه ایده‌ام را برای یک سرمایه‌گذار خطرپذیر بیان کنم؟

سرمایه‌گذاران خطرپذیر بررسی خواهند کرد تا ببینند آیا تیم مدیریت دارای خصوصیات شخصیتی و صلاحیت‌های حرفه‌ای مورد نیاز برای هدایت موفقیت‌آمیز شرکت از یک





سرمایه‌گذاری دارند، در حالی که term sheet با دقت به جزئیات قابل توجه و تشریح شروط کلیدی و شرایط قرارداد سرمایه‌گذاری آتی می‌پردازد.

چه تفاهم‌نامه اولیه در قالب تمایل‌نامه باشد یا در قالب term sheet، این تفاهم‌نامه اقدامات بعدی برای رسیدن به قرارداد سرمایه‌گذاری نهایی و مبنای ارزش‌گذاری شرکت را ترسیم می‌کند. این سند شامل بندهای محرمانه و احتمالاً دیگر بندهای الزام‌آور از نظر قانونی می‌باشد. همچنین شما ارقام و محاسبات مربوط به قرارداد جدید را دریافت خواهید کرد.

### ۳.۷ برنامه‌ریزی صحیح و دقیق فعالیت‌های شرکت و بررسی عواقب تصمیمات در کسب و کار (Due Diligence)

زمانی که یک تمایل‌نامه یا term sheet امضا شده است، سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر با بررسی فعالیت‌های شرکت و عواقب و پیامدهای تصمیم‌گیری‌ها (Due diligence) تحقیقات را ادامه خواهد داد. از آنجا که این، مستلزم صرف وقت و هزینه قابل توجهی است، تنها موقعی که قرارداد اولیه امضا می‌شود این کار صورت می‌گیرد.

Due diligence شامل یک تجزیه و تحلیل دقیق، با جزئیات زیاد و نظام‌مند از شرکت یا بخشی از آن یا طرح کسب‌وکار با هدف به‌دست آوردن یک تصویر کلی از کسب‌وکار فعلی شرکت، وضعیت مالی، دور‌نمای آینده آن، فرصت‌ها و خطرات خاص پیش روی آن است.

### ۴.۷ عقد قرارداد

هنگامی که بررسی due diligence تکمیل شد سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر گزارش کامل را بررسی خواهد کرد. اگر کمیته سرمایه‌گذاری به یک تصمیم مثبت رسید، قرارداد مسیر مذاکرات نهایی را طی می‌کند و در نهایت زمانی که دو طرف معامله توافق‌نامه رسمی سرمایه‌گذاری را امضا کردند، قرارداد منعقد می‌گردد.

در این مرحله، قرارداد به فاز سرمایه‌گذاری می‌رسد که در آن سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر عملاً سرمایه شرکت را تأمین می‌کند.

### ۸ یک طرح کسب‌وکار خوب چگونه است؟

طرح کسب‌وکار شما باید به گونه‌ای خلاصه شود که بیشتر سؤالات زیر را پاسخ گو باشد. شما باید به آن به عنوان یک فرصت عالی برای مرتب‌سازی افکارتان و جاری کردن آن‌ها بر روی کاغذ، به شکل سازمان یافته‌ای نگاه کنید. در حالی که هیچ راه مشخصی برای سازمان‌دهی کسب‌وکار وجود ندارد، در اینجا ساختاری وجود دارد که ممکن است شما آن را دنبال کنید. در هر مورد، شما باید پاسخ‌های خوبی برای این موضوعات آماده کنید.

چه موضوعی است؟ شما نه تنها باید ایده کسب‌وکارتان را تشریح کنید بلکه باید راه‌ها و ابزارهای پیاده‌سازی آن به صورت یک کسب‌وکار اقتصادی مقرون‌به‌صرفه را مشخص کنید.

استراتژی اجرایی شما باید روشن، جامع و شامل تاریخ نقاط عطف کلیدی باشد.

### ۳.۸ بازار هدف

تحلیل معنا دار بازار هدف برای هر طرح کسب و کاری بسیار ضروری است. شما باید به منظور متقاعد کردن سرمایه‌گذار بالقوه و پیشرفت واقع‌بینانه طرح کسب‌وکار، تحلیلی کلی از صنعت و بازار هدف‌تان، شامل برآوردی موجه از درآمد بالقوه‌تان در آینده داشته باشید. خصوصاً برای استارت‌آپ‌ها، تجزیه و تحلیل ناکافی و ناقص بازار یکی از دلایل اصلی شکست کسب‌وکار است.

تحلیل باید به دقت وسعت بازار، سهم بازار بالقوه موجود و رشد بازار در آینده را در نظر بگیرد. باید همچنین موانع ورود و هرگونه محدودیت بازار را بیان کند. اگر شما همه قوانین و مقرراتی که بر بازار تأثیر می‌گذارد را می‌شناسید، باید مطمئن شوید که آن‌ها را در این بخش ذکر کرده‌اید.

همچنین ضروری است که نشان دهید درک درستی از رقابتان دارید. شما باید یک بررسی اجمالی از محصولات و خدماتی که رقابتان ارائه می‌کنند، همراه با ارزیابی از نقاط ضعف و نقاط قوت‌شان تهیه کنید.

### ۱.۳.۸ نکات عملی

استفاده از یک مطالعه بازار خارجی تضمینی برای موفقیت و حتی صحت اطلاعات نیست. فارغ از در نظر گرفتن صرفه‌جویی قابل توجه در هزینه، کاوش در بازار هدف‌تان می‌تواند برخی منافع مستقیم و غیرمستقیم داشته باشد.

یکی از بزرگترین مزیت‌ها این است که شما

- خلاصه اجرایی و مدیریتی
- مفهوم کسب‌وکار و استراتژی اجرایی
- بازار هدف
- توصیف محصول یا کاربرد (مبتنی بر فناوری نانو)
- برنامه‌ریزی بازرگانی و فروش
- مدیریت، نیروی انسانی و سازماندهی
- فرصت‌ها و خطرات
- برنامه مالی
- پیوست‌ها

### ۱.۸ خلاصه‌ی اجرایی

شما می‌بایست همواره از «خلاصه اجرایی» که دارند همه نکات کلیدی طرح کسب‌وکارتان است، شروع کنید. زمانی که طرح کسب‌وکار خود را اصلاح می‌کنید یا ارتقا می‌دهید، باید مطمئن شوید که «خلاصه اجرایی» به روزرسانی می‌شود.

«خلاصه اجرایی» باید یک نمای کلی مختصر، همراه با موضوعات کلیدی طرح کسب‌وکار را فراهم کند. اهمیت «خلاصه اجرایی» را به سختی می‌توان نادیده گرفت. این خلاصه در حداکثر دو صفحه، باید توضیحات زیر را خلاصه کند.

- ایده کسب‌وکار
- محصول یا کاربرد جدید
- استراتژی کسب‌وکار

### ۱.۱.۸ نکات عملی

سرمایه‌گذاران خطرپذیر موفق در زمینه‌های خاص مانند فناوری نانو ممکن است در یک هفته پرمشغله ۱۵ طرح کسب‌وکار جدید برای بررسی روی میزشان داشته باشند. زمان آن‌ها بسیار محدود است. مطمئن شوید مفهوم کسب‌وکار خود را در چند صفحه نخست بیان کرده‌اید.

### ۲.۸ مفهوم کسب‌وکار و استراتژی اجرایی

در این بخش، شما باید مفهوم کسب‌وکار خود را توضیح دهید. کلیت آن در مورد



به مراتب آگاهی بهتری از بازارتان به دست خواهید آورد و حتی ممکن است چند رابطه تجاری مفید را ایجاد کنید. سعی کنید یک نقشه راه خوب برای خودتان تهیه کنید!

#### ۴.۸ توصیف محصول یا کاربرد (مبتنی بر فناوری نانو)

در این بخش از طرح کسب و کار، شما باید به شرح محصولات یا کاربردهای جدید که اساس سرمایه‌گذاری کسب‌وکارتان هستند را توصیف کنید.

تجربه نشان می‌دهد که محصولات جدید از این نوع، معمولاً تنها زمانی در بازار موفق هستند که بتوانند مزایای رقابتی را به واسطه تفاوتشان از نظر منافع مشتری به دست آورند. معمولاً سرمایه‌گذاران در استارت‌آپ‌های مخاطره‌آمیز، انتظار شنیدن گزاره‌های فروش منحصر به فرد (USP's) که محصول را برای مشتری متقاعد کننده خواهد ساخت، دارند.

#### ۱.۴.۸ نکات عملی

زمانی که محصول یا کاربردها را در طرح کسب‌وکارتان شرح می‌دهید، باید از توضیحات بیش از حد فنی که ممکن است خواننده زمینه‌های فنی و علمی لازم برای درک آن را نداشته باشد، اجتناب کنید. با این حال مطمئن شوید که به همه پتنت‌ها و دیگر حقوق مالکیت فکری را در نظر گرفته‌اید.

#### ۵.۸ برنامه‌ریزی بازرگانی و فروش

شما ایده یک محصول فوق‌العاده را دارید. این خوب و عالی است، اما چگونه آن را خواهید فروخت؟ چگونه شرکت خود را برای مشتریان بالقوه، شناخته شده خواهید ساخت؟ در تشریح استراتژی بازاریابی خود، شما باید این مهم را که ایده‌تان را بر روی تجاری‌سازی موفق بنا نهاده‌اید، اثبات کنید.

اگر شما اطلاعاتی در مورد شیوه‌ها و تخصص‌های سرمایه‌گذار بالقوه‌تان دارید، مطمئن شوید این اطلاعات با دقت در نظر گرفته شوند. شما امیدوارید چه کمک دیگری از طرف آن سرمایه‌گذار دریافت کنید؟

سرمایه‌گذار در چه شرکت‌های نانوفناوری دیگری سهام سرمایه‌گذاری کرده و چگونه این تجربه کسب و کار می‌تواند به شرکت شما کمک کند؟

#### ۱.۵.۸ نکات عملی

فراموش نکنید، فعالیت‌های بازاریابی شما شامل یک جدول زمان‌بندی واقع‌بینانه باشد. این جدول زمانی باید شامل همه گام‌های کلیدی مورد نیاز نه تنها در ماه اول و یا سال اولیه معرفی محصول به بازار، بلکه در مرحله آماده‌سازی باشد.

#### ۶.۸ مدیریت، نیروی انسانی و سازماندهی

این برای شما یک فرصت است که تیم مدیریتی‌تان را معرفی کنید. شما و همکارانتان چه تجربه مرتبطی دارید؟ مدارک تحصیلی تخصصی شما چیست؟ شما باید دیگر موقعیت‌های کلیدی سازمان جدید خود و اشخاصی که متصدی مشاغل آن خواهند بود را معرفی نمایید.

شما باید تأکید داشته باشید که این جنبه‌ها برای موفقیت و اجرای ایده کسب‌وکار شما مهم هستند. سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر به طور خاصی به مهارت‌های صنعتی، سابقه، مهارت‌های نیروی انسانی و تجربه‌های حرفه‌ای شما علاقه نشان خواهد داد.

#### ۷.۸ فرصت‌ها و خطرات

یک تحلیل SWOT (ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) معیاری بسیار خوب برای نشان دادن چالش‌های پیش‌رویتان است. تجزیه و تحلیل صادقانه و بی‌پرده از نقاط ضعف و خطرات پیش‌رویتان بر علیه شما نخواهد بود. در عوض، نشان می‌دهد که شما باید منتقدانه بیاندیشید و به شکلی طولانی و سخت در مورد سرمایه‌گذاری کسب‌وکارتان فکر کنید.

#### ۸.۸ برنامه مالی

یکی از عناصر اصلی هر طرح کسب‌وکاری، یک برنامه مالی همراه با دقت و جزئیات برای کسب‌وکار مخاطره‌آمیز است. در این بخش،

شما باید تمام بررسی‌ها و برنامه‌ریزی‌های بخش‌های قبل را در قالب اعدادی قرار دهید که نشان می‌دهد چه مقدار سرمایه مورد نیاز است و چگونه استفاده خواهد شد.

برنامه مالی عموماً باید برای یک دوره سه تا پنج ساله ارائه شده باشد. همانند دیگر بخش‌های طرح کسب‌وکار، شرایط سخت و محکمی برای چگونگی سازماندهی آن وجود ندارد. از هر چارچوبی که بهتر است استفاده کنید.

#### ۱.۸.۸ نکات عملی

این مهم است که امار و ارقام شما معنی‌دار باشد. شما باید واقعاً روی همه آن‌ها و این که سرمایه‌گذار بالقوه می‌تواند آن‌ها را درک کند فکر کرده باشید. اما آن‌ها را بیش از حد پیچیده نکنید! همانند سایر بخش‌های برنامه کسب‌وکار، این کار - که با جزئیات فنی غیرضروری بار خواننده را افزایش می‌دهد - مفید نخواهد بود.

#### ۹.۸ پیوست‌ها

پیوست‌ها در برنامه کسب و کار فرصتی برای ارائه اطلاعات اضافی مانند رزومه و اسناد شرکت می‌باشد. همچنین جای درستی برای قرار دادن جداول، تصاویر، یا سایر اطلاعات که وجودشان در بخش‌های قبلی مناسب نیست، می‌باشد. به هر حال در اینجا نیز شما باید از افزایش بار مطالب برای خواننده یا ارائه اطلاعات غیر ضروری و یا بیش از حد فنی، خودداری کنید.

در اینجا مثال‌هایی از اطلاعات یا اسناد اضافی که معمولاً می‌توان در پیوست پیدا کرد، وجود دارد:

■ اطلاعات در مورد شخص حقوقی شرکت شامل شکل قانونی، خلاصه ثبت تجاری یا ترکیب اسناد و توافق‌نامه سهام داران؛

■ عکس، گرافیک، تصاویر و یا نمودار سازمانی؛

■ اطلاعات حمایت‌کننده برای برنامه مالی؛

■ پتنت‌ها، جواز کسب‌وکار، گواهینامه‌ها و غیره؛

■ بروشورها، یا دیگر اقلام تبلیغاتی؛ و

■ رزومه‌ها، مدارک تخصصی، منابع و غیره.

#### پی‌نوشت‌ها:

1. Start-Up
2. Unique selling propositions
3. Intellectual Property

#### منبع:

1. www.nanowerk.com