



كسب و كار بدون مرز

3

آنچه باید پیش از خرید یک کسب و کار بدانید
بخش سوم: تصمیم گیری بین خرید یا ایجاد کسب و کار

Alliance Leman

Allianceleman.com



خرید یا ایجاد: تصمیمی کلیدی در فرآیند خرید کسب و کار

این سومین مقاله از سری مقالات "آنچه باید پیش از خرید یک کسب و کار بدانید" است. در بخش اول، به بررسی کلی ملاحظات خرید کسب و کار پرداختیم، و در بخش دوم نحوه ارزیابی جذابیت تجاری بازار را تحلیل کردیم. اکنون، به یکی از مهم ترین سؤالاتی می پردازیم که با آن روبه رو خواهید شد: آیا باید یک کسب و کار موجود را بخرید یا کسب و کار خود را از صفر ایجاد کنید؟ این تصمیم حیاتی که اغلب به عنوان "دوراهی خرید یا ایجاد" شناخته می شود، مسیر موفقیت شما را تعیین کرده و به اهداف، منابع و میزان تحمل ریسک شما بستگی دارد.

برای مهاجران یا کارآفرینان تازه کار، این انتخاب حتی پیچیده تر می شود. خرید یک کسب و کار موجود دسترسی سریع به بازار و یک پایه آماده را فراهم می کند، در حالی که ایجاد کسب و کار آزادی خلاقانه و کنترل بیشتری ارائه می دهد. در این مقاله، مزایا و چالش های هر دو گزینه را بررسی کرده و به شما کمک می کنیم مسیری را انتخاب کنید که با شرایط منحصر به فرد شما همخوانی داشته باشد.

خرید یک کسب و کار موجود: میانبری برای دسترسی سریع به بازار

یکی از جذاب ترین جنبه های خرید یک کسب و کار، توانایی آن برای تسریع ورود شما به بازار است. با خرید یک کسب و کار موجود، ساختارها، عملیات و روابط مشتریان فعلی را به ارث می برید. این گزینه می تواند به ویژه در بازارهای پایدار یا بالغ بسیار سودمند باشد. در ادامه، مزایای کلیدی این گزینه را بررسی می کنیم:

- **دسترسی فوری به بازار:** با خرید یک کسب و کار موجود، بدون نیاز به شروع از صفر، به پایگاه مشتریان و جایگاه بازار دست پیدا می کنید.
- **جریان های درآمدی تثبیت شده:** بسیاری از کسب و کارهای موجود دارای جریان های نقدی قابل پیش بینی هستند که عدم قطعیت های مربوط به کسب و کارهای جدید را کاهش می دهد.
- **سیستم های عملیاتی آماده:** از زنجیره های تأمین تا فرآیندهای اثبات شده، خرید یک کسب و کار این امکان را به شما می دهد که در فضایی با سیستم های از پیش تعریف شده فعالیت خود را آغاز کنید.

با این حال، خرید یک کسب و کار نیز بدون چالش نیست، از جمله:

- **هزینه های اولیه بالا:** خرید کسب و کار معمولاً به سرمایه قابل توجهی در ابتدا نیاز دارد و ممکن است مسئولیت های پنهان یا بدهی های احتمالی را نیز به همراه داشته باشد.
- **انطباق فرهنگی و عملیاتی:** تطبیق کسب و کار با دیدگاه شما یا هماهنگی آن با هنجارهای محلی می تواند چالش برانگیز باشد، به ویژه برای مهاجران.
- **انعطاف پذیری محدود:** مدل تجاری موجود ممکن است توانایی شما را در نوآوری یا اجرای تغییرات اساسی محدود کند.

مثال: یک کارآفرین فرانسوی زنجیره ای از کافه های محلی در پاریس را خریداری کرد و بلافاصله به یک پایگاه مشتری وفادار دست یافت. با مدرن سازی عملیات و معرفی آیتم های جدید در منو، او توانست بهره وری و سودآوری این زنجیره را افزایش دهد.

در صنایع بالغ یا بازارهای اشباع شده، جایی که نوآوری ممکن است عامل اصلی موفقیت نباشد، خرید یک کسب و کار اغلب گزینه ای ترجیحی است. با این حال، این تصمیم به همخوانی بازار با استراتژی کلی شما بستگی دارد—مفهومی که در بخش دوم این مجموعه بررسی کردیم.

ایجاد کسب و کار از صفر: آزادی برای نوآوری

اگر کنترل خلاقانه و توانایی نوآوری برای شما اولویت دارد، ایجاد یک کسب و کار از صفر ممکن است انتخاب بهتری باشد. این رویکرد به شما اجازه می دهد تمام جنبه های کسب و کار خود را مطابق با دیدگاهتان طراحی کنید.

در اینجا مزایای اصلی گزینه ساخت آمده است:

- **کنترل کامل:** شما اختیار کامل بر مدل کسب و کار، برندینگ و عملیات خواهید داشت.
- **سفارشی سازی:** محصولات، خدمات و هویت برند خود را مطابق با ارزش ها و نیازهای بازار خود تنظیم کنید.
- **موقعیت یابی منحصر به فرد در بازار:** ایجاد از صفر به شما اجازه می دهد یک جایگاه ویژه ایجاد کرده و مزیت رقابتی منحصر به فردی به دست آورید.

اما ایجاد کسب و کار چالش ها و ریسک های مهمی به همراه دارد:

- **ورود کند به بازار:** تأسیس کسب و کار زمان بر است، به ویژه زمانی که با رقابتی تثبیت شده روبه رو هستید.
- **ریسک بالا:** موفقیت نامشخص است، زیرا شما باید ایده خود را تأیید کنید، مشتری جذب کنید و جریان درآمدی بسازید.
- **نیاز به منابع فراوان:** شروع از صفر به سرمایه مالی، تلاش و زمان زیادی نیاز دارد. مهاجران ممکن است با چالش هایی مانند پیمایش قوانین محلی، تأمین مالی یا ایجاد شبکه روبه رو شوند.

مثال: یک کارآفرین کانادایی یک پلتفرم SaaS با تمرکز بر راهکارهای سازگار با محیط زیست راه اندازی کرد. اگرچه سال ها طول کشید تا پایگاه مشتری ایجاد شود، اما این پیشنهاد منحصر به فرد توانست به روندهای پایداری محیط زیست متصل شود و در نهایت به موفقیتی بزرگ در بازار رقابتی فناوری تبدیل شد.

ایجاد کسب و کار به ویژه برای صنایع پویا مانند فناوری که نوآوری موتور رشد آنهاست، یا بازارهای نوظهور که فرصت های جدید در آنها فراوان است، بسیار مناسب است.

چارچوب تصمیم گیری خرید یا ایجاد کسب و کار

تصمیم گیری بین خرید یا ایجاد یک کسب و کار جدید می تواند چالش برانگیز باشد. استفاده از رویکردی ساختارمند، مانند ماتریس مزایا و معایب (Pro/Con Matrix)، می تواند به شما کمک کند تا گزینه ها را به صورت عینی بررسی کنید. در زیر مقایسه ای از عوامل کلیدی هر دو رویکرد آورده شده است:

عامل	خرید کسب و کار موجود	ایجاد کسب و کار از صفر
دسترسی به بازار	ورود فوری به بازاری تثبیت شده.	نیاز به ایجاد حضور در بازار به صورت مستقل.
جریان های درآمدی	درآمد تثبیت شده و جریان نقدی پیش بینی پذیر.	درآمد در مراحل اولیه نامشخص است.
سیستم های عملیاتی	سیستم ها و فرآیندهای موجود به ارث می رسند.	نیاز به طراحی سیستم ها از ابتدا.
نوآوری و کنترل	توانایی محدود برای نوآوری یا سفارشی سازی.	کنترل کامل بر نوآوری و جهت گیری کسب و کار.
سطح ریسک	ریسک عملیاتی کمتر در صورت سالم بودن کسب و کار.	ریسک بیشتر به دلیل عدم قطعیت و رقابت بالا.
سرمایه گذاری مالی	نیاز به سرمایه اولیه قابل توجه.	هزینه های اولیه کمتر، اما نیاز به منابع مداوم بیشتر.
دانش محلی	نیاز به درک متوسط از بازار محلی.	نیازمند شناخت عمیق تر از قوانین و ترجیحات محلی.

با استفاده از این چارچوب، می توانید اولویت ها، اهداف و دسترس خود را ارزیابی کرده و تصمیم بگیرید که کدام مسیر—خرید یا ایجاد—برای شما مناسب تر است.

برای مهاجران، تصمیم خرید یا ساخت کسب و کار شامل ملاحظات اضافی است:

- **خرید:** این گزینه ورود آسان تری به بازار فراهم می آورد زیرا کسب و کارهای موجود دارای عملیات و پایگاه مشتری تثبیت شده ای هستند. با این حال، شما باید تفاوت های فرهنگی را مدیریت کرده و کسب و کار را با دیدگاه خود هماهنگ کنید.
 - **ساخت:** این گزینه کنترل بیشتری را ارائه می دهد، اما نیاز به درک عمیق تری از قوانین محلی، ترجیحات بازار و شبکه ها دارد.
- مثال:** یک مهاجر که کسب و کار خریداری می کند، ممکن است بر ادغام بینش های فرهنگی خود برای بهبود تجربه مشتری تمرکز کند، در حالی که ایجاد کسب و کار به او این امکان را می دهد که از ابتدا کسب و کاری طراحی کند که ارزش های او را منعکس کند.
- تصمیم شما باید با توجه به پیشینه، تخصص و دسترسی به منابعتان اتخاذ شود. به عنوان مثال، اگر وارد صنعتی با رقابت بالا و دانش محلی محدود می شوید، خرید ممکن است مسیر سریع تر و ایمن تری برای موفقیت باشد.

مثال خرید در مقابل ساخت در عمل

- **خرید:** یک کارآفرین در صنعت فناوری، یک شرکت خدمات IT کوچک را با پایگاه مشتری تثبیت شده خریداری کرد. با ساده سازی عملیات و معرفی فناوری های به روز، او کسب و کار را گسترش داد و در عین حال هزینه های سربار را کاهش داد.
 - **ساخت:** یک رستوران دار در نیویورک یک مفهوم رستوران با غذاهای گیاهی را از صفر راه اندازی کرد و از تقاضای روزافزون برای گزینه های غذایی پایدار بهره برد. برای ایجاد حرکت و رونق، چندین سال زمان برد، اما این پیشنهاد منحصر به فرد در نهایت موفق به جذب یک پایگاه مشتری وفادار شد.
- هر دو مثال نشان می دهند که تصمیم به خرید یا ساخت بستگی به اهداف شما و پویایی های خاص بازار دارد.

کلام آخر: تصمیم گیری برای خرید یا ساخت

تصمیم گیری برای خرید یا ساخت یکی از مهم ترین انتخاب هایی است که در مسیر کارآفرینی خود خواهید داشت. خرید کسب و کار، دسترسی فوری به بازار را فراهم می کند و برخی از ریسک ها را کاهش می دهد، در حالی که ساخت کسب و کار آزادی بیشتری برای نوآوری و ایجاد چیزی منحصر به فرد به شما می دهد.

در نهایت، انتخاب درست بستگی به منابع، تحمل ریسک و اهداف بلندمدت شما دارد. همانطور که در قسمت دوم این سری بررسی کردیم، درک پویایی های بازار برای اتخاذ این تصمیم بسیار حیاتی است. در قسمت بعدی، به نحوه ساختاردهی به قرارداد خرید و اطمینان از انتقال روان خواهیم پرداخت، چه تصمیم به خرید بگیرید و چه به ساخت. همراه ما باشید!