

استارت آپ، پیدایش و پرورش

مؤلفین:

دکتر پیمان اخوان

(استاد دانشگاه صنعتی مالک اشتر)

دکتر محمد رضا زاهدی

(استادیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر)



سرشناسه	:	اخوان، پیمان، ۱۳۵۲ -
عنوان و نام پدیدآور	:	استارت‌آپ، پیدایش و پرورش / مولفین پیمان اخوان، محمدرضا زاهدی؛ [به سفارش] انجمن علمی مدیریت دانش ایران.
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات مدیریت دانش، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	:	۳۷۸ ص: جدول.
شابک	:	978-622-953472-4
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیا
یادداشت	:	واژه‌نامه.
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۲۹۰ - ۳۳۱.
موضوع	:	شرکت‌های اقتصادی جدید ، New business enterprises
موضوع	:	کارآفرینی ، Entrepreneurship
موضوع	:	موفقیت در کسب و کار ، Success in business
شناسه افزوده	:	زاهدی، محمدرضا، ۱۳۵۷ -
شناسه افزوده	:	انجمن علمی مدیریت دانش ایران
رده‌بندی کنگره	:	۵/۶۲P
رده‌بندی دیویی	:	۱۱/۸۵۱
شماره کتابشناسی ملی	:	۶۰۴۷۷۱



انجمن علمی مدیریت دانش ایران



انتشارات مدیریت دانش

- ◀ عنوان کتاب: استارت‌آپ، پیدایش و پرورش
- ◀ تألیف: پیمان اخوان، محمدرضا زاهدی
- ◀ ناشر: مدیریت دانش
- ◀ چاپ و صحافی: سرونگار
- ◀ طراح جلد:
- ◀ ویراست و صفحه‌آرا: شایان نقدی خنچاچ
- ◀ نوبت چاپ: اول
- ◀ قطع: وزیری
- ◀ تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
- ◀ قیمت: ۴۸۰۰۰۰ ریال
- ◀ شابک: 978-622-953472-4

انتشارات مدیریت دانش

کلیه حقوق قانونی و مادی و معنوی برای مؤلف و ناشر محفوظ است.
هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق تکثیر تمام یا قسمتی از این مجموعه را ندارد، در صورت مشاهده تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرد.

پیشگفتار

تحولات پیچیده و سریع چند دهه اخیر و نیز شتاب گیری روند جهانی شدن موجب شده است تا جوامع گوناگون تلاش کنند تا بیش از پیش خود را برای پذیرش تحول آماده کنند. روند سریع فن آوری موجب شده تا ابتکارات بدیع و سرمایه گذاری های خطرپذیر رشد کرده و سازمان ها به فکر ایده های خلاق و نوآور باشند. دنیای امروز، دنیای کارآفرینان است، دنیای افراد خوش فکر با دیدگاه های منحصر به فرد، انرژی و پشتکار زیاد و عزم جدی که می خواهند از طریق اجرایی کردن ایده های نوآورانه شان، دنیا را به چیزی بهتر از آنچه هست تغییر دهند. این کارآفرینان به فضای فیزیکی، فکری و فرهنگی برای پرورش و حمایت از استارت آپ های نوآورانه شان از روزهای اولیه شکل گیری شان تا رسیدن به اهداف و برنامه های شان در کوتاه مدت و همچنین کمک به تبدیل آن ها به شرکت های بزرگ و تعیین کنند، در بازارهای شان در بلندمدت، نیاز دارند. در این مسیر طولانی و پرپیچ و خم، کارآفرینان با موانع و مشکلات بسیاری روبرو خواهند شد و اغلب به هدف نهایی خود نمی رسند. کارآفرینی دولتی به سمت کارآفرینی خصوصی متمایل شده و بخش خصوصی نیز باید به فکر رشد و توسعه باشد و شرکت های ناشی خود را زیر پرورش گرفته و حمایت کند. به این ترتیب، مفهوم و ساختار جدیدی شکل می گیرد که در آن کسب و کارهای نوپا که شرایط خاصی وارد شراکت با دیگران بخصوص بخش خصوصی می شوند تا چابک تر، هوشمندانه تر و با شتاب بیشتر مسیر رشد خود را طی کنند. آنچه تا چند دهه پیش به عنوان یک امتیاز اقتصادی تلقی می شد، عبارت بود از برپایی و فعال نگه داشتن شرکت های بزرگ و چنین استدلال می شد که هرچه این شرکت ها بزرگ تر باشند، اقتصاد آن ها پویاتر و قدرتمندتر می گردد. اگرچه این تفکر طی چندین دهه رونق گرفت و بر پایه آن شرکت های غول پیکری هم پدیدار شدند؛ ولی تحولات اخیر و به ویژه فشارهای جمعیتی، نوآوری های لحظه به لحظه، پیچیده تر شدن فرآیندهای مدیریتی و کلیدی، نیاز به تصمیم گیری های آنی و ضروری و تجارب حاصل از فعالیت های بنگاه های خرد و متوسط اهمیت این بنگاه ها را بیشتر نمایان ساخته است. در این

کتاب ضمن بیان توضیحات مبسوط در خصوص کسب و کارهای نوپا، ضرورت وجودی آنها تشریح شده و دلایل موفقیت و شکست آنها بیان می‌گردد. همچنین روش‌های خلاقانه و نوآور و نیز تکنیک‌های نوین در حوزه کسب و کارهای نوپا بیان می‌گردد. امید است که این کتاب رهیافت‌های مناسبی را جهت فعالان عرصه کارآفرینی و استارت‌آپ ارائه نماید.

اخوان - زاهدی

www.ketab.ir

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: مفهوم کارآفرینی	۱
۱-۱- مقدمه	۳
۱-۲- مفهوم و تعریف کارآفرینی	۳
۱-۳- اهمیت کارآفرینی	۵
۱-۴- نقش کارآفرینی در توسعه صنعتی و اقتصادی	۸
۱-۵- داستان خودکار بیک	۱۰
۱-۶- پیامدهای کارآفرینی	۱۲
۱-۷- ویژگی‌های شخصیتی فرد کارآفرین	۱۳
۱-۸- مردی که با طرح‌های ساده مبل‌مان میلیاردر شد	۲۸
۱-۹- جمع‌بندی فصل	۳۰
فصل دوم: کسب و کارهای نوپا	۳۱
۲-۱- مقدمه	۳۳
۲-۲- تعاریف، اصول و مبانی نظری	۳۴
۲-۲-۱- نوپا چیست؟	۳۴
۲-۲-۲- اهمیت شرکت‌های نوپا	۳۶
۲-۳- پیدایش استارت‌آپ‌ها	۳۷

- ۴۰-۴-۲ اهمیت اکوسیستم استارت‌آپ..... ۴۰
- ۴۱-۵-۲ منابع مالی مراحل اولیه..... ۴۱
- ۴۲-۶-۲ سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر..... ۴۲
- ۴۴-۱-۶-۲ قالب و شیوه‌های سرمایه‌گذاری در ریسک‌پذیرها..... ۴۴
- ۴۵-۲-۶-۲ مراحل سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ..... ۴۵
- ۴۵-۳-۶-۲ پشتیبان اول: سرمایه‌گذار مرحله‌ی کشت ایده..... ۴۵
- ۴۵-۴-۶-۲ پشتیبان دوم: سرمایه‌گذار فرشته..... ۴۵
- ۴۶-۵-۶-۲ پشتیبان سوم: سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر..... ۴۶
- ۵۲-۷-۲ شاخص‌های کلیدی استارت‌آپ‌ها و عوامل موفقیت راه‌اندازی کسب‌وکار..... ۵۲
- ۵۷-۸-۲ استارت‌آپ‌های موفق جهان..... ۵۷
- ۶۴-۹-۲ نمونه‌هایی از استارت‌آپ‌های موفق ایران..... ۶۴
- ۶۶-۱۰-۲ علل عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها در جهان..... ۶۶
- ۷۳-۱۱-۲ موانع موفقیت استارت‌آپ‌های در ایران..... ۷۳
- ۷۸-۱۲-۲ جمع‌بندی فصل..... ۷۸
- ۷۹- فصل سوم: انکباتور و ویژگی‌های آن‌ها..... ۷۹
- ۸۱-۱-۳ مقدمه..... ۸۱
- ۸۲-۱-۱-۳ مراکز رشد و پارک‌های علمی..... ۸۲
- ۸۲-۲-۱-۳ مراکز رشد و پارک‌های فناوری..... ۸۲
- ۸۳-۳-۱-۳ انکوباتورهای مجازی..... ۸۳
- ۸۳-۴-۱-۳ انکوباتورهای بین‌المللی..... ۸۳
- ۸۵-۲-۳ شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار..... ۸۵

۸۹	۳-۲-۱- مربی‌ها
۹۲	۳-۲-۲- عملکرد شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار
۹۳	۳-۲-۳- پنج‌المان مؤثر برای طبقه‌بندی شتاب‌دهنده‌ها
۹۵	۳-۲-۴- مراحل کاری شتاب‌دهنده در جهت حمایت، رشد و ثبات استارت‌آپ
۹۹	۳-۲-۵- شتاب‌دهنده‌ها در مقابل مراکز رشد
۱۰۲	۳-۳- مع‌بندی فصل
۱۰۳	فصل چهارم: خلاقیت
۱۰۵	۴-۱- مقدمه
۱۰۶	۴-۲- تعاریف خلاقیت
۱۱۴	۴-۳- فرآیند خلاقیت
۱۱۷	۴-۴- طبقه‌بندی خلاقیت
۱۲۰	۴-۵- انواع خلاقیت
۱۲۰	۴-۵-۱- خلاقیت علمی
۱۲۰	۴-۵-۱- خلاقیت فناورانه
۱۲۱	۴-۵-۲- خلاقیت صنعتی
۱۲۲	۴-۵-۳- خلاقیت و نوآوری بنیادی
۱۲۲	۴-۵-۴- خلاقیت و نوآوری فرآیندی
۱۲۲	۴-۵-۵- خلاقیت و نوآوری فرآورده‌ای
۱۲۲	۷-۵-۶- خلاقیت و نوآوری در بازاریابی
۱۲۴	۴-۶- تکنیک‌ها و روش‌های خلاقیت و نوآوری

- ۱۲۵ ۴-۶-۱- تکنیک تعمیق
- ۱۲۵ ۴-۶-۲- تکنیک توهم اخلاق
- ۱۲۵ ۴-۶-۳- تکنیک حل مسئله ناخودآگاه
- ۱۲۶ ۴-۶-۴- تکنیک رویای خلاقیت
- ۱۲۶ ۴-۶-۵- تکنیک دفترچه یادداشت
- ۱۲۷ ۴-۶-۶- تکنیک DO IT
- ۱۲۷ ۴-۶-۷- تکنیک رسم علائم
- ۱۲۷ ۴-۶-۸- تکنیک شقوق مختلف (APC)
- ۱۲۸ ۴-۶-۹- تکنیک نگاه با چشم دهن
- ۱۲۸ ۴-۶-۱۰- تکنیک نمودار استخوان سی (نمودار علت و معلول)
- ۱۲۹ ۴-۶-۱۱- چک لیست اسپورن (یا روش استفاده از سؤال های ایده برانگیز)
- ۱۳۰ ۴-۷- تفکر موازی
- ۱۳۲ ۴-۸- روش طوفان ذهنی یا هم اندیشی مستقیم
- ۱۳۳ ۴-۸-۱- تفاوت های طوفان ذهنی فردی و گروهی
- ۱۳۳ ۴-۸-۲- تکنیک دلفی
- ۱۳۴ ۴-۹- فن سینکتیکس
- ۱۳۴ ۴-۱۰- تکنیک آینه مورینو
- ۱۳۴ ۴-۱۱- گردش تخیلی
- ۱۳۵ ۴-۱۲- روش تحلیل معطوف به هدف
- ۱۳۵ ۴-۱۳- تکنیک گروه اسمی (NGT)
- ۱۳۶ ۴-۱۴- تکنیک رویکرد جدلی

- ۱۵-۴- تکنیک جابه‌جایی مرزها ۱۳۶
- ۱۶-۴- تکنیک شش کلاه تفکر ۱۳۷
- ۱۷-۴- تکنیک‌های خلاقیت فردی - گروهی ۱۳۹
- ۱۸-۴- تکنیک اسکمپر ۱۴۰
- ۱۹-۴- تکنیک تجزیه و تحلیل مورفولوژیک ۱۴۱
- ۲۰-۴- تکنیک "چه می‌شود اگر...؟" (What If ...?) ۱۴۱
- ۲۱-۴- تکنیک "چرا؟" (Why?) ۱۴۱
- ۲۲-۴- تکنیک در هر یکستن مفروضات ۱۴۲
- ۲۳-۴- تکنیک شکوفه دیافانمایی ۱۴۲
- ۲۴-۴- تکنیک گوردون ۱۴۳
- ۲۵-۴- تکنیک بازگشت به مشرق ۱۴۳
- ۲۶-۴- تریز ۱۴۴
- ۲۶-۴- ۱- سیر تطور تریز ۱۴۶
- ۲۶-۴- ۲- مراحل فرآیند حل مسئله در تریز ۱۴۹
- ۲۶-۴- ۳- اجزاء اصلی تریز ۱۵۱
- ۲۶-۴- ۴- ابزارهای تریز ۱۵۲
- ۲۶-۴- ۵- فواید و کاربردهای تریز ۱۵۵
- ۲۶-۴- ۶- چهل اصل نوآوری تریز ۱۵۵
- ۲۷-۴- تعاریف نوآوری ۱۷۲

۱۷۹	فصل پنجم: منابع نوآوری
۱۸۱	۵-۱- مقدمه
۱۸۱	۵-۲- منابع نوآوری
۱۸۳	۵-۳- نکات کلیدی در خصوص منابع نوآوری
۱۸۶	۵-۵- نسل‌های فرایندهای نوآوری
۱۸۷	۵-۵-۱- نسل اول: مدل فشار فناوری
۱۸۸	۵-۵-۲- نسل دوم، مدل کشش بازار
۱۸۹	۵-۵-۳- نسل سوم، مدل تعاملی
۱۹۰	۵-۵-۴- نسل چهارم، نسل‌های یکپارچه
۱۹۱	۵-۵-۵- نسل پنجم، مدل سیستم‌های یکپارچه و شبکه‌ای
۱۹۳	۵-۶- مقایسه نسل‌های فرایندی مدیریت نوآوری
۱۹۵	۵-۷- رویکردها و روند تغییرات تحقیقات نوآوری
۲۰۲	۵-۸- نوآوری و رشد
۲۰۲	۵-۹- نوآوری و خلاقیت
۲۰۳	۵-۱۰- نوآوری و طراحی
۲۰۳	۵-۱۱- نوآوری و بهره‌برداری
۲۰۴	۵-۱۲- نوآوری و تغییر
۲۰۵	۵-۱۳- نوآوری و شکست
۲۰۵	۵-۱۴- نوآوری و کارآفرینی
۲۰۶	۵-۱۵- نوآوری و مشتریان
۲۰۶	۵-۱۶- نوآوری و دانش

- ۲۰۷ ۱۷-۵- نوآوری و اجتماع
- ۲۰۸ ۱۸-۵- محرک‌ها و منابع نوآوری
- ۲۰۹ ۱۹-۵- سازمان نوآور
- ۲۰۹ ۱-۱۹-۵- مشخصات و ویژگی‌های کلی سازمان نوآور
- ۲۱۱ ۲۰-۵- ظرفیت جذب ایده
- ۲۱۷ فصل ششم: ابزارها و تکنیک‌های نوین
- ۲۱۹ ۱-۶- مقدمه
- ۲۲۱ ۲-۶- ساختار لاکچر
- ۲۲۱ ۱-۲-۶- بلوک
- ۲۲۳ ۲-۲-۶- زنجیره
- ۲۲۴ ۳-۲-۶- شبکه
- ۲۲۴ ۳-۶- انواع بلاکچین
- ۲۲۵ ۴-۶- بلاک چین در پرونده پزشکی
- ۲۲۶ ۵-۶- انتقال پول، یکی از کاربردهای بلاکچین
- ۲۲۷ ۶-۶- قهوه با طعم بلاک چین
- ۲۲۹ ۷-۶- بلاکچین و صنعت پوشاک
- ۲۳۱ ۸-۶- بلاکچین و تولیدکنندگان بزرگ نفتی
- ۲۳۲ ۹-۶- بلاک چین در صنعت لجستیک
- ۲۳۴ ۱۰-۶- کاربرد بلاکچین در کشاورزی ارگانیک
- ۲۳۷ ۱۱-۶- کاربرد بلاکچین در صنعت گردشگری
- ۲۳۸ ۱۲-۶- تشخیص هویت افراد بدون نیاز به کنترل بیومتر و پاسپورت

۲۳۸	۱۳-۶- شناسایی سلايق مشتريان و سفارشی‌سازی خدمات بر مبنای آن
۲۳۹	۱۴-۶- بهینه‌سازی حمل‌ونقل هوایی و پروازهای خالی
۲۴۰	۱۵-۶- اینترنت اشیا
۲۴۱	۱۶-۶- کاربردهای اینترنت اشیا (IoT)
۲۴۲	۱۷-۶- روشنایی هوشمند
۲۴۳	۱۸-۶- خود رهای هوشمند
۲۴۳	۱۹-۶- محافظت از محیط زیست
۲۴۳	۲۰-۶- اینترنت اشیا و سلامت
۲۴۴	۲۱-۶- کلان داده
۲۴۴	۲۲-۶- تولید
۲۴۴	۲۳-۶- کشاورزی
۲۴۵	۲۴-۶- امنیت اینترنت اشیا و خطرات مرتبط
۲۴۶	۲۵-۶- چشم‌انداز اینترنت اشیا
۲۴۶	۲۶-۶- رایانش ابری و مزایا
۲۴۷	۲۷-۶- رایانش ابری و مزایا
۲۴۷	۲۷-۶-۱- رایانش ابری
۲۴۷	۲۷-۶-۲- تصویر مفهومی رایانش ابری
۲۴۸	۲۷-۶-۳- بارش اطلاعات حاصل از رایانش ابری بر سر همه مردم
۲۵۲	۲۸-۶- مدل‌های پیاده‌سازی
۲۵۲	۲۸-۶-۱- تکنولوژی واقعیت افزوده
۲۵۳	۲۸-۶-۲- واقعیت داده تاریخچه