



مجموعه فناوری اطلاعات و ارتباطات برای همه - ۳

استارت‌آپ: بیم‌ها و امیدهای یک کسب‌وکار نوپا

Startups: Hopes and Fears

امیرشهاب شاهمیری

کانون نشر علوم



نشر علوم

www.nashreoloom.com

سرشناسه: شاهمیری، امیرشهاب، ۱۳۵۳ -
عنوان و نام پدیدآور: استارت‌آپ: بیم‌ها و امیدهای یک کسب و کار نوپا/ امیرشهاب شاهمیری.
مشخصات نشر: تهران: کانون نشر علوم، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری: ۴۰ ص: مصور.
فروست: مجموعه فناوری اطلاعات و ارتباطات برای همه: ۳.
شابک: ۹۷۸۹۶۴۳۲۷۲۵۳۱
وضعیت فهرست‌نویسی: فیا
عنوان دیگر: بیم‌ها و امیدهای یک کسب و کار نوپا.
موضوع: شرکت‌های اقتصادی جدید
موضوع: New business enterprises
موضوع: کارآفرینی
موضوع: Entrepreneurship
موضوع: موفقیت در کسب و کار
موضوع: Success in business
رده‌بندی کنگره: HD۶۴/۵
رده‌بندی دیوبی: ۶۵۸/۱۱
شماره کتابشناسی ملی: ۵۹۸۳۶۱۱

نام کتاب: استارت‌آپ: بیم‌ها و امیدهای یک کسب و کار نوپا
ناشر: کانون نشر علوم
تألیف: امیرشهاب شاهمیری
طرح جلد: زهرا سلطان‌آبادی
چاپ اول: ۱۳۹۹
تیراژ: ۲۰۰
چاپ و صحافی: کانون نشر علوم
قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸۹۶۴۳۲۷۲۵۳۱

دفتر مرکزی پخش: خیابان انقلاب، خیابان فخررازی، خیابان وحید نظری شرقی، پلاک ۶۵، واحد ۱

تلفن: ۶۶۹۶۱۵۶۸-۶۶۴۹۴۹۱۱



مقدمه نویسنده

مجموعه فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) برای همه، همان گونه که از نامش پیداست به توضیح و معرفی فناوری‌ها، دانش‌ها و مفاهیم نوین برگرفته از فاوا، به‌زبانی ساده و شیوه‌ای مختصر و مفید می‌پردازد.

هدف از گردآوری این مجموعه آشنایی خوانندگان ارجمند با مباحث پیشرفته حوزه فاوا است تا اطلاعات عمومی لازم در آن موضوع را به‌دست آورند و در صورت نیاز به کسب اطلاعات تخصصی‌تر، سرنخ‌های کافی را برای یافتن منابع مناسب در دست داشته باشند.

امید است که این مجموعه برای شما خوانندگان گرامی سودمند باشد و ما را با آگاهی از نظرات ارزشمند خویش در ویرایش این کتاب و نگارش عناوین و موضوعات دیگر یاری رسانید.

امیرشهاب شاهمیری

پاییز ۱۳۹۸

amir@shahmiri.ir

صفحه

فهرست مطالب

- ۱- پیش گفتار ۵
- ۲- چرا استارتاپ‌ها؟ ۶
- ۳- تاریخچه ۱۰
- ۴- تعاریف ۱۲
- ۵- روند تکامل شرکت‌های استارتاپی ۱۶
- ۶- زیست‌بوم استارتاپی ۲۱
- ۶-۱- رهبران ۲۱
- ۶-۲- کارآفرینان و نوآوران ۲۴
- ۶-۳- شتاب‌دهنده‌ها ۲۷
- ۶-۴- سرمایه‌گذاران ۲۹
- ۶-۵- مربیان ۳۲
- ۶-۶- دیگر خدمات‌دهندگان ۳۳
- ۷- مشکلات استارتاپ‌ها ۳۳
- ۸- جمع‌بندی ۳۸
- پیوست ۱: برخی شتاب‌دهنده‌های ایرانی ۳۹
- پیوست ۲: برخی مراکز نوآوری ایرانی ۴۰

۱- پیش‌گفتار

در طول تاریخ، تمدن بشری را انبوه «آغاز به کارها» شکل داده است. طبیعت بیشتر انسان‌ها چنان است که میل به پیشرفت و آزمودن تجربیات تازه دارند. بسیاری از این تجربیات و آغازها در همان نخستین گام‌ها به شکست می‌انجامد و انبوهی دیگر نیز پس از چندی به بن‌بست می‌رسند، اما همان اندک کارهای موفقیت‌آمیز، تمدن، فرهنگ، هنر، دانش، صنعت و فناوری را پیش برده و به جایگاه امروزی رسانیده‌اند.

البته هرچند روشن است که شکست بخشی از پیروزی است و هرگز نمی‌توان در همه کارها به موفقیت دست یافت، اما می‌توان با بهره‌گیری از دانش و تجربه خردمندان و افراد دنیادیده و برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب، احتمال شکست را کاهش داد و گام‌های پیشرفت را سریع‌تر پیمود.

با وجود آن‌که پیدایش یک کسب‌وکار نوپا پدیده‌ی جدیدی نیست و پیشینه‌ای هزاران ساله دارد، اما اصطلاح استارتاپ که به‌تازگی رایج شده، تعریف و تدوین نوینی از فرایند شکل‌گیری، رشد، آموزش، بازاریابی، جذب سرمایه و در مجموع مدیریت کسب‌وکار

تا رسیدن به موفقیت ارایه کرده است و چارچوبی را فراهم آورده تا نوآوران، سرمایه‌گذاران، صاحبان صنایع و بازار بتوانند در تعاملی مثبت و فرایندی برد-برد به بازدهی بیشتر و سودی منصفانه‌تر از روش‌های گذشته دست یابند. این فرایند تاکنون توانسته است ابتکارات پرشماری را در سراسر جهان به کالا یا خدمات مورد نیاز جامعه تبدیل کند و انتظار می‌رود تا پیدایش تعریفی بهتر و کامل‌تر سال‌های بسیار دیگری نیز برگرفته شود.

۲- چرا استارت‌آپ‌ها؟

برای آن‌که یک ایده مبتنی بر علم به کالا یا خدمات فناورانه تبدیل شود و جامعه آن را بپذیرد و مصرف کند، نیاز است که بخش‌های گوناگونی از یک جامعه به‌درستی با یکدیگر کار کنند.

نخست باید آموزش‌دهندگان جامعه - از خانواده و مدارس تا آموزشکده‌ها و دانشگاه‌ها - به‌گونه‌ای عمل کنند که قوه خلاقیت و ابتکار را در افراد پرورش دهند و افزون بر آن شیوه ارایه عملی یک ایده را همراه با کار گروهی به وی آموزش دهند. سپس باید نوآوری‌های این افراد در قالبی استاندارد و مصون از سوءاستفاده به سرمایه‌گذاران و شرکت‌های تجاری معرفی شود تا آنها بتوانند بهترین