

کار آفرینی

راه اندازی موفقیت آمیز یک کسب و کار

تألیف

بروس. ر. برینجر - ر. دِوین آیرلند

ترجمه

دکتر محمود احمدپور داریانی

(دانشیار دانشگاه تهران)

دکتر آصف کریمی

(استادیار دانشگاه تهران)

زاهده ابرقوی زاده



شماره مسلسل ۱۰۲۶۶

شماره انتشار ۴۱۳۳

انتشارات دانشگاه تهران

Barringer, Bruce R	: برینجر، بروس ر.	سرشناسه
: کارآفرینی؛ راه‌اندازی موفقیت‌آمیز یک کسب‌وکار/ تألیف بروس ر. برینجر، ر. دوین آیرلند؛ ترجمه محمود احمدپور داریانی، آصف کریمی، زاهده ابرقوی‌زاده.	: عنوان و نام پدیدآور	
: تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۸.	: مشخصات نشر	
: ۸۶۶ص: مصور، جدول.	: مشخصات ظاهری	
: انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۴۱۳۳.	: فروست	
: 978-964-03-7390-3	: شابک	
: فیبا	: وضعیت فهرست‌نویسی	
Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, Fifth Edition, [2016].	: یادداشت	
: کتابنامه.	: یادداشت	
: راه‌اندازی موفقیت‌آمیز یک کسب و کار.	: عنوان دیگر	
Entrepreneurship	: موضوع	
New Business Enterprises	: موضوع	
Ireland, R. Duane	: آیرلند، ر. دوین، ۱۹۴۷-م.	: شناسه افزوده
	: احمدپور، محمود، ۱۳۳۵- مترجم	: شناسه افزوده
	: کریمی، آصف، ۱۳۶۰- مترجم	: شناسه افزوده
	: ابرقوی‌زاده، زاهده، ۱۳۶۴- مترجم	: شناسه افزوده
University of Tehran. Press	: دانشگاه تهران. مؤسسه انتشارات.	: شناسه افزوده
HB۶۱۵ ۱۳۹۸		: رده‌بندی کنگره
۶۵۸/۱۱		: رده‌بندی دیویی
۵۹۳۰۸۰۷		: شماره کتابشناسی ملی

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود و تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.
(این کتاب با کاغذ حمایتی به چاپ رسیده است.)



عنوان: کارآفرینی؛ راه‌اندازی موفقیت‌آمیز یک کسب‌وکار

تألیف: بروس ر. برینجر - ر. دوین آیرلند

ترجمه: دکتر محمود احمدپور داریانی - دکتر آصف کریمی - زاهده ابرقوی‌زاده

ویرایش ادبی: فاطمه شیخ‌لو

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۸

شمارگان: ۲۰۰ نسخه

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مترجمان است»

بها: ۱۱۰۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرشی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: http://press.ut.ac.ir

پخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

فهرست مطالب

مقدمه مترجمان	۴۱
واژه‌شناسی	۴۳
بخش اول - تصمیم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین	۴۵
فصل اول: آشنایی با کارآفرینی	۴۷
اهداف آموزشی	۴۷
درآمدی بر موضوع	۴۷
یک داستان کارآفرینانه قدیمی	۴۷
آشنایی با کارآفرینی	۵۰
کارآفرینی چیست و چرا اهمیت دارد؟	۵۱
هدف آموزشی ۱	۵۱
چرا افراد کارآفرین می‌شوند؟	۵۴
هدف آموزشی ۲	۵۴
رئیس خود بودن	۵۴
دنبال کردن ایده‌های خود	۵۵
دستیابی به منافع مالی	۵۶
ویژگی‌های کارآفرینان موفق	۵۶
هدف آموزشی ۳	۵۶
اشتقاق برای کسب‌وکار	۵۷
اشکال کار کجا بود؟	۵۹
چگونه نبود اشتقاق می‌تواند کسب‌وکار را نابود کند؟	۵۹
سؤالاتی برای تفکر نقادانه	۶۰
تمرکز بر محصول/مشتری	۶۱
سرسختی علی‌رغم شکست	۶۲
هوش اجرایی	۶۳
شرکت کارآفرینانه دانا	۶۴

۶۴	پاندورا: وقتی همه شرکت «سرسختی» دارند، چه کاری امکان‌پذیر است؟
۶۵	سوالاتی برای تفکر نقادانه
۶۶	افسانه‌های رایج در مورد کارآفرینان
۶۶	هدف آموزشی ۴
۶۷	افسانه شماره ۱: کارآفرین‌ها متولد می‌شوند، ساخته نمی‌شوند
۶۸	افسانه شماره ۲: کارآفرینان قمار می‌کنند
۶۸	افسانه شماره ۳: کارآفرینان به وسیله پول برانگیخته می‌شوند
۶۹	افسانه شماره ۴: کارآفرینان باید جوان و بانرژی باشند
۶۹	افسانه شماره ۵: کارآفرینان عاشق دیده شدن هستند
۷۰	انواع شرکت‌های استارت‌آپی
۷۰	هدف آموزشی ۵
۷۲	همکاری، زمینه موفقیت
۷۲	انکوباتورها و شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپ: راه جدید برای دستیابی به مربی، شرکا، ...
۷۴	سوالاتی برای تفکر نقادانه
۷۵	تغییر جمعیت‌شناختی کارآفرینان
۷۵	هدف آموزشی ۶
۷۵	زنان کارآفرین
۷۶	کارآفرینان اقلیت
۷۷	کارآفرینان سالمند
۷۷	کارآفرینان جوان
۷۹	تأثیرات مثبت کارآفرینی و شرکت‌های کارآفرینانه
۷۹	هدف آموزشی ۷
۷۹	تأثیر اقتصادی شرکت‌های کارآفرینانه
۸۱	تأثیر شرکت‌های کارآفرینانه بر جامعه
۸۱	تأثیر شرکت‌های کارآفرینانه بر شرکت‌های بزرگ‌تر
۸۲	فرایند کارآفرینانه
۸۲	هدف آموزشی ۸
۸۲	تصمیم برای کارآفرین شدن (فصل ۱)
۸۳	توسعه ایده‌های موفق کسب‌وکار (فصل ۲ تا ۶)
۸۳	حرکت از یک ایده به یک شرکت کارآفرینانه (فصل ۷ تا ۱۰)

۸۳.....	مدیریت و رشد یک شرکت کارآفرینانه (فصل ۱۱ تا ۱۵)
۸۵.....	خلاصه فصل
۸۷.....	واژگان کلیدی
۸۷.....	سؤالات مروری
۸۸.....	سؤالات کاربردی
۸۹.....	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱-۱. شرکت: ولو
۹۰.....	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱-۲. شرکت: برین‌سنتری
۹۲.....	مورد مطالعه ۱-۱
۹۲.....	گوپرو: یک حکایت کلاسیک کارآفرینانه
۹۲.....	نیک وودمن
۹۳.....	نمونه اولیه و اولین فروش
۹۴.....	سال‌های رشد
۹۵.....	نفوذ رسانه‌های اجتماعی
۹۶.....	راه پیش‌رو
۹۷.....	سؤالاتی برای بحث
۹۷.....	مورد مطالعه ۱-۲
۹۷.....	پیشنش‌لایکمی: اجازه به افراد دارای بیماری خاص به برقراری ارتباط با یکدیگر و ...
۹۷.....	مقدمه
۹۸.....	ارزش پیشنهادی
۹۹.....	پیشران‌های درآمدی
۱۰۰.....	چالش‌های پیش‌رو
۱۰۱.....	سؤالاتی برای بحث
۱۰۳.....	بخش دوم - توسعه یک ایده کسب و کاری موفق
۱۰۵.....	فصل دوم: تشخیص فرصت‌ها و تولید ایده‌ها
۱۰۵.....	اهداف آموزشی
۱۰۵.....	درآمدی بر موضوع
۱۰۵.....	حل یک مشکل و ایجاد کسب‌وکار در یک صنعت در حال انفجار
۱۰۸.....	تفاوت فرصت‌ها و ایده‌ها

۱۰۸	هدف آموزشی ۱
۱۱۰	سه رویکرد برای شناسایی فرصت‌ها
۱۱۰	هدف آموزشی ۲
۱۱۰	مشاهده روندها
۱۱۷	شرکت کارآفرینانه دانا
۱۱۷	چگونه می‌توان با استفاده مؤثر از رسانه‌های اجتماعی درباره روندهای نوظهور یاد گرفت؟
۱۱۹	رفع یک مشکل
۱۲۳	یافتن شکاف در بازار
۱۲۵	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین
۱۲۵	هدف آموزشی ۳
۱۲۶	اشکال کار کجا بود؟
۱۲۶	چرا شرکتی که مشکلی را با یک محصول عالی رفع می‌کرد، از کسب‌وکار بیرون رفت؟
۱۲۷	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۱۲۸	تجربه پیشین
۱۲۹	عوامل شناختی
۱۲۹	شبکه‌های اجتماعی
۱۳۰	خلاقیت
۱۳۲	تکنیک‌های تولید ایده
۱۳۲	هدف آموزشی ۴
۱۳۲	طوفان فکری
۱۳۵	گروه‌های کانونی
۱۳۶	تحقیقات اینترنتی و کتابخانه‌ای
۱۳۷	سایر تکنیک‌ها
۱۳۷	تشویق توسعه ایده‌های جدید
۱۳۷	هدف آموزشی ۵
۱۳۸	ایجاد نقطه کانونی برای ایده‌ها
۱۳۸	تشویق خلاقیت در سطح یک شرکت
۱۳۹	همکاری، زمینه موفقیت
۱۳۹	آیا تمایل دارید ایده کسب‌وکار را به‌درستی تنظیم کنید؟ یک مربی پیدا کنید
۱۴۰	سؤالاتی برای تفکر نقادانه

۱۴۱	خلاصه فصل
۱۴۲	واژگان کلیدی
۱۴۳	سؤالات مروری
۱۴۴	سؤالات کاربردی
۱۴۵	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱-۲. شرکت: نیچرباکس
۱۴۷	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۲-۲. شرکت: پارکینگ پاندا
۱۴۸	مورد مطالعه ۱-۲
۱۴۸	درآپ‌باکس: رفع یک مشکل سخت به روش نرم
۱۴۸	مقدمه
۱۴۹	درو هوستون
۱۴۹	محصولی با ارزش حداقلی و رفع مشکلی که مردم از آن آگاه نبودند
۱۵۰	تأسیس یک شرکت
۱۵۱	ماهیت قانع‌کننده خدمات
۱۵۲	پدید آمدن گوشی‌های هوشمند
۱۵۲	چالش‌های پیش‌رو
۱۵۳	سؤالاتی برای بحث
۱۵۳	مورد مطالعه ۲-۲
۱۵۳	Rover.com: نخند، این یک ایده کسب‌وکار فوق‌العاده است!
۱۵۳	مقدمه
۱۵۴	یک تجربه بد از یک مرکز نگهداری سگ، منجر به یک ایده کسب‌وکار می‌شود
۱۵۴	راور چطور کار می‌کند؟
۱۵۶	مفرح نمودن چیزها
۱۵۶	برنامه رشد و VC
۱۵۷	سؤالاتی برای بحث
۱۵۹	فصل سوم: تحلیل امکانسنجی
۱۵۹	اهداف آموزشی
۱۵۹	درآمدی بر موضوع
۱۵۹	ارزش اعتبارسنجی ایده کسب‌وکار

۱۶۲	تحلیل امکانسنجی
۱۶۲	هدف آموزشی ۱
۱۶۵	تحلیل امکانسنجی محصول/خدمت
۱۶۵	هدف آموزشی ۲
۱۶۵	مطلوبیت محصول/خدمت
۱۶۸	محصول
۱۶۸	بازار هدف
۱۶۸	چرا شرکت فیتنس درینکس؟
۱۶۸	ویژگی خاص: هیچ رستوران دیگری این کار را انجام نمی‌دهد
۱۶۸	تیم مدیریت
۱۷۱	تقاضای محصول/خدمت
۱۷۳	تحقیقات کتابخانه‌ای، اینترنتی و میدانی
۱۷۵	تحلیل امکانسنجی بازار هدف/صنعت
۱۷۵	هدف آموزشی ۳
۱۷۵	شرکت کارآفرینانه دانا
۱۷۵	چگونه یاد گرفتن از مشتریان سبب چرخش ۱۸۰ درجه‌ای یک شرکت موفق در ...
۱۷۷	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۱۷۸	جذابیت صنعت
۱۷۹	جذابیت بازار هدف
۱۸۱	تحلیل امکانسنجی سازمانی
۱۸۱	هدف آموزشی ۴
۱۸۱	قدرت مدیریت
۱۸۲	کفایت منابع
۱۸۲	اشکال کار کجا بود؟
۱۸۲	استنداوت‌جایز از ابتدا چقدر امکان داشت؟
۱۸۴	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۱۸۵	همکاری، زمینه موفقیت
۱۸۵	یافتن شریک کسب‌وکار مناسب
۱۸۶	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۱۸۷	تحلیل امکانسنجی مالی

۱۸۷	هدف آموزشی ۵
۱۸۷	نقدینگی کلی مورد نیاز استارت‌آپ
۱۸۸	عملکرد مالی کسب‌وکارهای مشابه
۱۹۰	جذابیت کلی مالی ونچر پیشنهادی
۱۹۱	یک قالب تحلیل امکانسنجی
۱۹۱	هدف آموزشی ۶
۱۹۲	خلاصه فصل
۱۹۳	واژگان کلیدی
۱۹۴	سؤالات مروری
۱۹۴	سؤالات کاربردی
۱۹۶	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱-۳. شرکت: آگوست اسمارت لاک
۱۹۷	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۲-۳. شرکت: بلوآپرون
۱۹۹	مورد مطالعه ۱-۳
۱۹۹	چگونه «گوش دادن به مشتریان» مودیفای‌واچز را شکل داد؟
۱۹۹	مقدمه
۱۹۹	استفاده از منطق رایز و بلانک
۲۰۰	راه‌اندازی شرکت
۲۰۱	مودیفای‌واچز
۲۰۲	کیک‌استارتر
۲۰۲	تمایزی که گوش دادن به مشتریان ایجاد می‌کند
۲۰۳	سؤالاتی برای بحث
۲۰۴	مورد مطالعه ۲-۳
۲۰۴	امبریس اینفنت‌وارمر: گاهی شروع کسب‌وکار دلیل مرگ و زندگی است
۲۰۴	مقدمه
۲۰۵	نمونه اولیه
۲۰۵	امبریس اینفنت‌وارمر
۲۰۶	کسب انرژی برای پیشروی
۲۰۷	امبریس امروز
۲۰۷	سؤالاتی برای بحث
۲۰۸	پیوست ۱-۳ اولین صفحه

۲۰۸	قسمت اول: قدرت ایده کسب‌وکار
۲۰۸	قسمت دوم: موارد مرتبط با صنعت
۲۰۹	قسمت سوم: موارد مرتبط با مشتری و بازار هدف
۲۰۹	قسمت چهارم: موارد مرتبط با مؤسس (یا مؤسسان)
۲۰۹	قسمت پنجم: موارد مالی
۲۱۰	پتانسیل کلی
۲۱۰	خلاصه
۲۱۰	پیوست ۲-۳ جدول منابع اینترنتی

فصل چهارم: توسعه یک مدل کسب‌وکار کارآمد ۲۱۳

۲۱۳	اهداف آموزشی
۲۱۳	درآمدی بر موضوع
۲۱۳	توسعه براساس مدل کسب‌وکار موجود و آماده شدن برای آینده
۲۱۷	مدل‌های کسب‌وکار و اهمیت آنها
۲۱۷	هدف آموزشی ۱
۲۱۷	شرکت کارآفرینانه دانا
۲۱۷	کوئیرکی: چگونه یک شرکت برای سهامدارانش، ارزش تولید می‌کند؟
۲۱۹	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۲۲۰	دسته‌بندی کلی مدل‌های کسب‌وکار
۲۲۰	هدف آموزشی ۲
۲۲۰	مدل‌های کسب‌وکار استاندارد
۲۲۳	اشکال کار کجا بود؟
۲۲۳	مدل‌های کسب‌وکار یک به یک: مناسب برای برخی و نامناسب برای برخی دیگر
۲۲۵	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۲۲۵	مدل کسب‌وکار متحولانه
۲۲۸	قالب مدل کسب‌وکار بارینگر/آیرلند
۲۲۸	هدف آموزشی ۳
۲۲۹	راهبرد اصلی
۲۳۳	منابع

۲۳۶ امور مالی
۲۴۰ عملیات
۲۴۴ همکاری، زمینه موفقیت
۲۴۴ ادسک، الانس و گورو: پلتفرم‌هایی برای تسهیل شکل‌گیری شراکت با آزادکاران
۲۴۶ سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۲۴۶ خلاصه فصل
۲۴۸ واژگان کلیدی
۲۴۹ سؤالات مروری
۲۴۹ سؤالات کاربردی
۲۵۱ سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۴-۱: شرکت زاگستر
۲۵۲ سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۴-۲: شرکت مانگوهلس
۲۵۴ مورد مطالعه ۴-۱
۲۵۴ تجزیه یک مدل کسب‌وکار: اتسی
۲۵۴ مقدمه
۲۵۴ تاریخچه
۲۵۵ اتسی چگونه کار می‌کند؟
۲۵۵ تجزیه مدل کسب‌وکار
۲۵۶ راهبرد اصلی
۲۵۷ منابع
۲۶۰ اتسی: قالب مدل کسب‌وکار بارینگر/آیرلند
۲۶۰ امور مالی
۲۶۰ عملیات
۲۶۱ چالش‌های پیش‌رو
۲۶۲ سؤالاتی برای بحث
۲۶۲ مورد مطالعه ۴-۲
۲۶۲ مدل کسب‌وکار یکی برای یکی تام: آیا این مدل برای آینده پایدار است؟
۲۶۲ مقدمه
۲۶۴ مدل کسب‌وکار تامز
۲۶۴ راهبرد اصلی
۲۶۷ تامز: قالب مدل کسب‌وکار بارینگر/آیرلند

۲۶۷	منابع
۲۶۸	امور مالی
۲۶۹	عملیات
۲۶۹	انتقادات وارده بر تامز
۲۷۰	آیا مدل کسب‌وکار تامز پایدار است؟
۲۷۰	سؤالاتی برای بحث
۲۷۱	پیوست ۱
۲۷۱	قالب مدل کسب‌وکار بارینگر/آیرلند
۲۷۲	قالب مدل کسب‌وکار بارینگر/آیرلند

۲۷۳	فصل پنجم: تحلیل صنعت و رقبا
۲۷۳	اهداف آموزشی
۲۷۳	درآمدی بر موضوع
۲۷۳	اشغال موقعیتی منحصربه‌فرد در یک صنعت رو به تحول و پررونق
۲۷۶	تحلیل صنعت
۲۷۶	هدف آموزشی ۱
۲۷۸	بررسی روندهای صنعت
۲۷۹	همکاری، زمینه موفقیت
۲۷۹	سه T که برای فعال شدن در یک صنعت مهم هستند: انجمن‌های تجاری
۲۷۹	انجمن‌های تجاری (Trade Associations)
۲۸۰	نمایشگاه‌های تجاری
۲۸۰	مجلات تجاری
۲۸۱	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۲۸۲	مدل نیروهای پنجگانه پورتر
۲۸۲	هدف آموزشی ۲
۲۸۳	تهدید جایگزین‌ها
۲۸۴	تهدید تازه‌واردان
۲۸۷	رقابت بین شرکت‌های موجود
۲۸۸	قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان

۲۸۹	قدرت چانه‌زنی خریداران
۲۹۱	ارزش مدل نیروهای پنجگانه
۲۹۱	هدف آموزشی ۳
۲۹۲	سؤال (۱) آیا این صنعت جایی واقع‌بینانه برای ونچر جدید ما است؟
۲۹۲	سؤال (۲) آیا شرکت ما در صورت ورود به صنعت می‌تواند در مقایسه با کل صنعت،
۲۹۳	سؤال (۳) آیا در صنعت مورد نظر، موقعیتی خاص وجود دارد که بتوان تهدیدات ناشی از
۲۹۳	سؤال (۴) آیا مدل کسب‌وکار بهتری وجود دارد که تقلید از آن برای فعالان در صنعت سخت باشد؟
۲۹۴	انواع صنایع و فرصت‌های پیشنهادی آنان
۲۹۴	هدف آموزشی ۴
۲۹۶	صنایع نوظهور
۲۹۶	صنایع بخش‌بندی‌شده
۲۹۶	صنایع بالغ
۲۹۷	صنایع در حال افول
۲۹۸	صنایع جهانی
۲۹۸	تحلیل رقیب
۲۹۸	هدف آموزشی ۵
۲۹۹	شناسایی رقبا
۳۰۱	منابع هوش رقابتی
۳۰۱	شرکت کارآفرینانه دانا
۳۰۲	هیپ‌مانک
۳۰۳	المنت‌بارز
۳۰۳	بنچ‌پرپ
۳۰۴	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۳۰۴	تکمیل شبکه تحلیل رقابتی
۳۰۶	اشکال کار کجا بود؟
۳۰۶	دیگ: استارت‌آپی که راهش را گم کرد و جایگاهش در صنعت را از دست داد
۳۰۸	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۳۰۸	خلاصه فصل
۳۱۰	واژگان کلیدی
۳۱۱	سؤالات مروری

۳۱۲	سؤالات کاربردی
۳۱۳	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۵-۱: شرکت بیوندمیت
۳۱۴	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۵-۲: شرکت اوبرسنس
۳۱۶	مورد مطالعه ۵-۱
۳۱۶	نان پانرا: کسب جایگاه مطلوب در صنعت پرقابث
۳۱۶	مقدمه
۳۱۶	تغییر سلیقه مصرف‌کننده
۳۱۷	شکل‌گیری فست‌کژال
۳۱۷	نسخه فست‌کژال پانرا
۳۱۸	جایگاه فعلی و اهداف آتی
۳۱۸	سؤالاتی برای بحث
۳۱۹	مورد مطالعه ۵-۲
۳۱۹	چگونه واری پارکر موانع ورود قابل تنظیم را شکست و صنعت عینک را تخریب کرد؟
۳۱۹	مقدمه
۳۲۰	تحلیل صنعت
۳۲۰	شرکت واری پارکر
۳۲۲	نمونه عینک‌های مردانه واری پارکر
۳۲۲	مأموریت اجتماعی
۳۲۲	مسیر پیش‌رو
۳۲۳	سؤالاتی برای بحث

۳۲۵	فصل ششم: نگارش طرح کسب‌وکار
۳۲۵	اهداف آموزشی
۳۲۵	درآمدی بر موضوع
۳۲۵	اقدام بر مبنای قدرت طرح کسب‌وکار برنده
۳۲۸	طرح کسب‌وکار
۳۲۸	هدف آموزشی ۱
۳۲۸	دلایل نگارش طرح کسب‌وکار
۳۳۱	چه کسانی طرح کسب‌وکار را می‌خوانند و به دنبال چه چیزی هستند؟

۳۳۱	هدف آموزشی ۲
۳۳۱	کارکنان یک شرکت
۳۳۱	سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان خارجی
۳۳۳	راهکارهایی برای نگارش طرح کسب‌وکار
۳۳۳	هدف آموزشی ۳
۳۳۳	ساختار طرح کسب‌وکار
۳۳۴	محتوای طرح کسب‌وکار
۳۳۷	رئوس کلی طرح کسب‌وکار
۳۳۷	هدف آموزشی ۴
۳۳۹	تشریح هر بخش از طرح کسب‌وکار
۳۴۰	شرکت کارآفرینانه دانا
۳۴۰	زمانی که با چیزی درگیر شوی، از آن یاد می‌گیری
۳۴۱	سانگ‌کیک - هیچ تغییری نیاز نبود
۳۴۱	گروپ‌هاب - تغییر اندکی نیاز بود
۳۴۲	اینستاگرام - تغییرات عمده نیاز بود
۳۴۲	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۳۴۵	همکاری، زمینه موفقیت
۳۴۵	انواع همکاری‌های رایج در طرح‌های کسب‌وکار
۳۴۶	شرکت‌های کوچک‌تر با شرکت‌های بزرگ‌تر مشارکت می‌کنند تا محصولات خود را
۳۴۶	شرکت‌های کوچک‌تر با شرکت‌های بزرگ‌تر مشارکت می‌کنند تا محصولات خود را
۳۴۷	شرکت‌های کوچک‌تر وظایف مدیریت منابع انسانی را برون‌سپاری می‌کنند
۳۴۷	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۳۵۷	اشکال کار کجا بود؟
۳۵۷	اونتوو با بهای سنگینی، درباره ایجاد فرضیات آموخت
۳۵۸	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۳۵۹	ارائه طرح کسب‌وکار به سرمایه‌گذاران
۳۵۹	هدف آموزشی ۵
۳۵۹	ارائه شفاهی طرح کسب‌وکار
۳۶۱	سؤالات و بازخورد مورد انتظار از سرمایه‌گذاران
۳۶۱	خلاصه فصل

۳۶۳	واژگان کلیدی.....
۳۶۴	سؤالات مروری.....
۳۶۵	سؤالات کاربردی.....
۳۶۷	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۶-۱: شرکت باوزی.....
۳۶۸	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۶-۲: شرکت فلینگزبینز.....
۳۶۹	مورد مطالعه ۶-۱.....
۳۶۹	برچ‌باکس : اهرم تجربه دانشگاهی برای نگارش طرح کسب‌وکار و اجرای یک استارت‌آپ موفق ...
۳۶۹	مقدمه.....
۳۶۹	تجربه دانشگاه.....
۳۷۰	ترم آخر هاروارد - زمینه تست برچ‌باکس.....
۳۷۱	برچ‌باکس امروزی.....
۳۷۲	چالش‌های پیش‌رو.....
۳۷۲	سؤالاتی برای بحث.....
۳۷۳	مورد مطالعه ۶-۲.....
۳۷۳	دیپلایت: چگونه طرح کسب‌وکار برای شروع دوباره زندگی به یاری زندگی اجتماعی می‌آید؟ ...
۳۷۳	مقدمه.....
۳۷۳	سم گلدمن و منشأ دیپلایت.....
۳۷۴	طراحی و توزیع.....
۳۷۵	مسابقات طرح کسب‌وکار و ارائه به سرمایه‌گذاران.....
۳۷۶	شش دلیل اصلی موفقیت دیپلایت در مسابقات طرح کسب‌وکار.....
۳۷۷	دیپلایت امروزی.....
۳۷۷	تأثیر اجتماعی دیپلایت.....
۳۷۸	چالش‌های پیش‌رو.....
۳۷۹	سؤالاتی برای بحث.....
۳۸۱	بخش سوم: حرکت از یک ایده به یک شرکت کارآفرینانه.....
۳۸۳	فصل هفتم: استقرار مبانی اخلاقی و حقوقی مناسب.....
۳۸۳	اهداف آموزشی.....
۳۸۳	درآمدی بر موضوع.....

۳۸۳ اقدام براساس مبانی حقوقی
۳۸۶ استقرار فرهنگ قوی اخلاقی برای یک شرکت
۳۸۶ هدف آموزشی ۱
۳۸۷ هدایت با نمونه بودن
۳۸۸ استقرار یک کد رفتاری
۳۹۰ پیاده‌سازی برنامه‌های آموزش اخلاق
۳۹۱ رویارویی مناسب با موارد حقوقی
۳۹۱ هدف آموزشی ۲
۳۹۱ انتخاب یک وکیل برای شرکت
۳۹۲ اشکال کار کجا بود؟
۳۹۲ محصول جدید فیت‌بیت: آیا فیت‌بیت با سرعت کافی، واکنش نشان داد؟
۳۹۴ سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۳۹۵ پیش‌نویس توافقنامه بنیانگذاران
۳۹۵ اجتناب از اختلافات حقوقی
۳۹۶ شرکت کارآفرینانه دانا
۳۹۶ مالکیت در سهام شرکت: راهبردی مناسب برای استارت‌آپ‌ها
۳۹۷ سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۳۹۸ انواع راهکارهای اجتناب از مشکلات حقوقی و قانونی
۴۰۱ همکاری، زمینه موفقیت
۴۰۱ پاتاگونیا و کارگاه یک خرس بسازید: انتخاب شرکای قابل اعتماد
۴۰۱ پاتاگونیا
۴۰۲ کارگاه یک خرس بسازید
۴۰۲ سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۴۰۳ کسب مجوز و پروانه‌های مرتبط با کسب‌وکار
۴۰۳ هدف آموزشی ۳
۴۰۴ انتخاب شکل کسب‌وکار
۴۰۴ هدف آموزشی ۴
۴۰۵ مالکیت انفرادی
۴۰۶ مزایای مالکیت انفرادی
۴۰۶ معایب مالکیت انفرادی

۴۰۷ شراکت
۴۰۸ مزایای شراکت تضامنی
۴۰۹ معایب شراکت تضامنی
۴۰۹ شرکت
۴۱۲ مزایای شرکت نوع C
۴۱۲ معایب شرکت نوع C
۴۱۳ شرکت با مسئولیت محدود
۴۱۴ مزایای یک شرکت با مسئولیت محدود
۴۱۴ معایب یک شرکت با مسئولیت محدود
۴۱۴ خلاصه فصل
۴۱۶ واژگان کلیدی
۴۱۷ سؤالات مروری
۴۱۸ سؤالات کاربردی
۴۲۰ سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۷-۱. شرکت: گیوفوروارد
۴۲۲ سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۷-۲. شرکت: پیلپک
۴۲۳ مورد مطالعه ۷-۱
۴۲۳ آماده‌سازی زیربنای قانونی مناسب: یک داستان استارت‌آپی
۴۲۳ مقدمه
۴۲۴ تحلیل امکان‌سنجی و طرح کسب‌وکار
۴۲۵ سرمایه استارت‌آپ
۴۲۵ آماده شدن برای ملاقات با وکیل
۴۲۶ درخواست‌های جک و سارا
۴۲۷ روز موعود فرامی‌رسد
۴۲۷ سؤالاتی برای بحث
۴۲۷ مورد مطالعه ۷-۲
۴۲۷ کوچ‌آپ و چاریتی: آب: چگونه استارت‌آپ‌های انتفاعی و غیرانتفاعی، اعتبار و اعتماد ایجاد می‌کنند؟
۴۲۷ مقدمه
۴۲۸ چگونه شرکت‌ها و سازمان‌ها، اعتبار و اعتماد ایجاد می‌کنند؟
۴۲۹ کوچ‌آپ
۴۳۱ چاریتی: آب

۴۳۳	سؤالاتی برای بحث
۴۳۳	پیوست ۷-۱
۴۳۳	چه چیزی در نام کسب و کار وجود دارد؟ مشکلات بسیاری که اگر مراقب نباشید، رخ می‌دهد ..
۴۳۳	مقدمه
۴۳۴	راهبردهایی برای نامگذاری کسب و کار
۴۳۴	شرکت‌های مصرف‌کننده محور
۴۳۴	شرکت‌های محصول/خدمت محور
۴۳۴	شرکت‌های صنعت محور
۴۳۵	شرکت‌های شخصیت یا تصویر محور
۴۳۶	موضوعات قانونی در نامگذاری کسب و کار
۴۳۷	نام دامنه اینترنتی

فصل هشتم: ارزیابی اعتبار و قدرت مالی یک ونچر

۴۳۹	اهداف آموزشی
۴۳۹	درآمدی بر موضوع
۴۳۹	مدیریت عاقلانه مالی
۴۴۲	مقدمه‌ای بر مدیریت مالی
۴۴۲	هدف آموزشی ۱
۴۴۳	اهداف مالی شرکت
۴۴۳	هدف آموزشی ۲
۴۴۴	فرایند مدیریت مالی
۴۴۴	هدف آموزشی ۳
۴۴۶	همکاری، زمینه موفقیت
۴۴۶	سازماندهی گروه‌های خرید برای شکستن قیمت‌ها و رقابت‌پذیر ماندن
۴۴۷	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۴۴۸	صورت‌های مالی
۴۴۸	هدف آموزشی ۴
۴۴۹	صورت‌های مالی تاریخی
۴۴۹	هدف آموزشی ۵

۴۵۲	شرکت کارآفرینانه دانا
۴۵۲	درک حقایق پشت اعداد
۴۵۳	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۴۵۸	مقایسه نتایج مالی یک شرکت با نرم صنعت
۴۵۹	پیش‌بینی
۴۵۹	هدف آموزشی ۶
۴۵۹	پیش‌بینی فروش
۴۶۱	پیش‌بینی هزینه فروش و سایر موارد
۴۶۴	صورت‌های مالی پروفورما
۴۶۴	هدف آموزشی ۷
۴۶۵	صورت درآمدی پروفورما
۴۶۶	اشکال کار کجا بود؟
۴۶۶	مراقب باشید چه چیزی آرزو می‌کنید: چگونه رشد بسیار سریع، نقدینگی یک شرکت را
۴۶۷	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۴۶۸	ترازنامه پروفورما
۴۶۹	صورت پروفورمای جریان نقدینگی
۴۷۱	تحلیل نسبت
۴۷۲	خلاصه فصل
۴۷۴	واژگان کلیدی
۴۷۵	سؤالات مروری
۴۷۶	سؤالات کاربردی
۴۷۸	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۸-۱: شرکت اسپیندریفت سودا
۴۷۹	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۸-۲: شرکت هاودویورول (چگونه می‌پیچید؟)
۴۸۰	مورد مطالعه ۸-۱
۴۸۰	فاندباکس: کمک به کسب‌وکارهای کوچک در حداقل کردن کمبود جریان نقدینگی
۴۸۰	مقدمه
۴۸۱	مشکل
۴۸۱	فاندباکس
۴۸۲	همکاری با شرکت‌های حسابداری
۴۸۲	بازیگران B2B

۴۸۲	آینده فاندباکس
۴۸۳	سؤالاتی برای بحث
۴۸۴	مورد مطالعه ۸-۲
۴۸۴	دل: چگونه مدل کسب و کار شرکت، صورتهای مالی آن را جذاب می کند؟
۴۸۴	مقدمه
۴۸۴	رهیافت فروش ترکیبی دل (ترکیبی از فروش مستقیم و خردهفروشی)
۴۸۵	زنجیره تأمین و راهبرد تولید دل
۴۸۵	مزایای مالی حاصل از رهیافت فروش ترکیبی، زنجیره تأمین و راهبرد تولید شرکت دل
۴۸۶	معایب تأکید بیش از حد بر صرفه جویی در هزینه
۴۸۷	سؤالاتی برای بحث

فصل نهم: ساختن یک تیم ونچر جدید ۴۸۹

۴۸۹	اهداف آموزشی
۴۸۹	درآمدی بر موضوع
۴۸۹	شروع و پیشروی با سرعت و اشتیاق فراوان
۴۹۲	دردسر بی تجربگی به عنوان یک چالش
۴۹۲	هدف آموزشی ۱
۴۹۳	ایجاد تیم ونچر جدید
۴۹۳	هدف آموزشی ۲
۴۹۴	مؤسس یا مؤسسان
۴۹۵	همکاری، زمینه موفقیت
۴۹۵	برای غلبه بر دردسر بی تجربگی، به یک شتاب دهنده استارتاپی بپیوندید
۴۹۷	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۵۰۱	اشکال کار کجا بود؟
۵۰۱	دور: چگونه اشتباه در تشکیل و مدیریت تیم ونچر جدید می تواند یک استارتاپ را نابود کند؟
۵۰۳	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۵۰۳	تیم مدیریت و کارکنان کلیدی
۵۰۴	شرکت کارآفرینانه دانا
۵۰۴	غلبه بر نداشتن تجربه کسب و کار

استفاده از مشاور و دستیار در کسب‌وکار.....	۵۰۴
مشارکت در انجمن‌های آنلاین و وبسایت‌های پرسش و پاسخ.....	۵۰۵
نوعی از کسب‌وکار را انتخاب کنید که کمترین نیاز را به تجربه قبلی داشته باشد.....	۵۰۵
سؤالاتی برای تفکر نقادانه.....	۵۰۶
نقش‌های هیئت مدیره.....	۵۱۰
پیرامون تیم: نقش مشاوران حرفه‌ای.....	۵۱۳
هدف آموزشی ۳.....	۵۱۳
هیئت مشاوران.....	۵۱۳
وام‌دهندگان و سرمایه‌گذاران.....	۵۱۵
سایر متخصصان.....	۵۱۷
هدف آموزشی ۴.....	۵۱۷
مشاوران.....	۵۱۷
خلاصه فصل.....	۵۱۹
واژگان کلیدی.....	۵۲۰
سؤالات مروری.....	۵۲۱
سؤالات کاربردی.....	۵۲۲
سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۹-۱. شرکت: میوس.....	۵۲۴
سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۹-۲. شرکت: سوما.....	۵۲۶
مورد مطالعه ۹-۱.....	۵۲۷
جاستین: اهمیت یک تیم ونچر جدید قوی در موفقیت استارت‌آپ غذایی.....	۵۲۷
مقدمه.....	۵۲۷
مجموعه‌ای از محصولات جاستین.....	۵۲۸
شروع یک کسب‌وکار.....	۵۲۸
رشد یک کسب‌وکار نیازمند یک تیم باصلاحیت است.....	۵۲۹
رشد کسب‌وکار و گسترش تیم.....	۵۳۰
کار در شرکت جاستین.....	۵۳۱
ادغام با شرکای VMG.....	۵۳۱
سؤالاتی برای بحث.....	۵۳۲
مورد مطالعه ۹-۲.....	۵۳۲
زاپس: ایجاد منابع انسانی، کلیدی برای ارائه خدمات به مشتریان.....	۵۳۲

۵۳۲	مقدمه
۵۳۳	چرا کفش؟
۵۳۳	خدمات مشتری
۵۳۴	تونی هسیه
۵۳۵	منابع انسانی
۵۳۵	۱۰ ارزش اصلی زاپس
۵۳۶	رسانه اجتماعی
۵۳۶	ابتکارات جدید
۵۳۷	آنچه در گذشته نهفته است
۵۳۸	سؤالاتی برای بحث

فصل دهم: دریافت سرمایه یا تأمین مالی ۵۳۹

۵۳۹	اهداف آموزشی
۵۳۹	درآمدی بر موضوع
۵۳۹	افزایش پول با دقت و برنامه‌ریزی
۵۴۲	اهمیت کسب سرمایه یا تأمین مالی
۵۴۲	هدف آموزشی ۱
۵۴۲	هدف آموزشی ۲
۵۴۳	چالش‌های جریان نقدینگی
۵۴۴	سرمایه‌گذاری مالی
۵۴۴	چرخه‌های بلندمدت توسعه محصول
۵۴۵	همکاری، زمینه موفقیت
۵۴۵	استارت‌آپ و یک‌یک: یک مکان مناسب برای ملاقات با هم‌بنیانگذاران کسب‌وکار
۵۴۶	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۵۴۷	منابع تأمین مالی شخصی
۵۴۷	هدف آموزشی ۳
۵۴۷	منابع مالی شخصی
۵۴۷	دوستان و خانواده
۵۴۹	خود راه‌اندازی

۵۵۰	آماده شدن برای استقراض یا سهام
۵۵۰	هدف آموزشی ۴
۵۵۴	منابع تأمین مالی از طریق سهام
۵۵۴	هدف آموزشی ۵
۵۵۴	فرشتگان کسب‌وکار
۵۵۶	سرمایه خطرپذیر (VC)
۵۵۹	عرضه اولیه عمومی سهام
۵۶۰	اشکال کار کجا بود؟
۵۶۰	چگونه یک استارت‌آپ، توجه VCها را به خود جلب کرده، به ۲۵ هزار کاربر ...
۵۶۲	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۵۶۴	منابع استقراض
۵۶۴	هدف آموزشی ۶
۵۶۵	بانک‌های تجاری
۵۶۶	سایر منابع تأمین مالی از طریق استقراض
۵۶۷	منابع خلاقانه تأمین مالی و سرمایه‌گذاری
۵۶۷	هدف آموزشی ۷
۵۶۸	جمع‌سپاری
۵۶۹	لیزینگ
۵۷۰	شرکت کارآفرینانه دانا
۵۷۰	کار کردن با یکدیگر: چگونه شرکت‌های بیوتکنولوژی و شرکت‌های بزرگ دارویی، ...
۵۷۱	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۵۷۱	شرکای راهبردی
۵۷۲	خلاصه فصل
۵۷۴	واژگان کلیدی
۵۷۵	سؤالات مروری
۵۷۶	سؤالات کاربردی
۵۷۸	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۰-۱. شرکت: کرلینکس
۵۸۰	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۰-۲. شرکت: پلج‌موزیک
۵۸۱	مورد مطالعه ۱۰-۱
۵۸۱	ریولایت: استفاده از منابع چندگانه تأمین مالی برای آوردن سیستم روشنایی دوچرخه ...

۵۸۱	مقدمه
۵۸۳	گام‌های بعدی
۵۸۴	مسیر تأمین مالی
۵۸۵	راه پیش‌رو
۵۸۶	سؤالاتی برای بحث
۵۸۷	مورد مطالعه ۱۰-۲
۵۸۷	کیک‌استارتر: انجمنی برای افزایش سرمایه اولیه با اهمیت روزافزون
۵۸۷	مقدمه
۵۸۷	کیک‌استارتر چگونه کار می‌کند؟
۵۸۹	پروژه معمولی کیک‌استارتر
۵۹۱	چگونه یک کمپین موفق کیک‌استارتر برگزار کنیم؟
۵۹۱	چه چیزی پیش‌رو است؟
۵۹۲	سؤالاتی برای بحث

بخش چهارم: مدیریت و رشد یک شرکت کارآفرینانه ۵۹۳

فصل یازدهم: مسائل منحصر به فرد بازاریابی ۵۹۵

۵۹۵	اهداف آموزشی
۵۹۵	درآمدی بر موضوع
۵۹۵	ایجاد یک برند جدید در صنعت آرایشی
۵۹۹	انتخاب یک بازار و ایجاد یک موقعیت
۵۹۹	هدف آموزشی ۱
۵۹۹	بخش‌بندی بازار
۶۰۱	انتخاب یک بازار هدف
۶۰۲	ایجاد یک موقعیت منحصر به فرد در بازار
۶۰۴	برندسازی
۶۰۴	هدف آموزشی ۲
۶۰۸	آمیخته بازاریابی (4p) برای ونچرهای جدید
۶۰۸	هدف آموزشی ۳
۶۰۹	محصول

۶۱۱	همکاری، زمینه موفقیت.....
۶۱۱	چگونه هم‌آفرینی برند، نقاط قوت دو برند موفق موجود را ترکیب می‌کند؟.....
۶۱۳	سؤالاتی برای تفکر نقادانه.....
۶۱۳	قیمت.....
۶۱۶	ترفیع.....
۶۱۶	اشکال کار کجا بود؟.....
۶۱۶	آنچه استارت‌آپ‌ها می‌توانند در مورد بازاریابی از اشتباهات جی‌سی‌پنی یاد بگیرند.....
۶۱۹	سؤالاتی برای تفکر نقادانه.....
۶۲۵	شرکت کارآفرینانه دانا.....
۶۲۵	چگونه ایربی‌ان‌بی از وبلاگ‌ها به‌عنوان سکویی برای تولید مهمه‌اساسی در مورد ...
۶۲۷	سؤالاتی برای تفکر نقادانه.....
۶۳۰	مکان (یا توزیع).....
۶۳۳	فرایند فروش و مسائل مرتبط با آن.....
۶۳۳	هدف آموزشی ۴.....
۶۳۶	خلاصه فصل.....
۶۳۸	واژگان کلیدی.....
۶۳۹	سؤالات مروری.....
۶۴۰	سؤالات کاربردی.....
۶۴۲	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۱-۱. شرکت: زینپک.....
۶۴۳	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۱-۲. شرکت: کولست.....
۶۴۴	مورد مطالعه ۱۱-۱.....
۶۴۴	مدکلات: آمیخته بازاریابی یک خرده‌فروشی آنلاین لباس موفق.....
۶۴۴	مقدمه.....
۶۴۶	محصول.....
۶۴۷	قیمت.....
۶۴۷	ترفیعات.....
۶۴۹	مکان (یا توزیع).....
۶۵۰	چالش‌های پیش‌رو.....
۶۵۰	سؤالاتی برای بحث.....
۶۵۱	مورد مطالعه ۱۱-۲.....

۶۵۱ پرواکتیو: چگونه سه تصمیم حیاتی بازاریابی، آینده یک ونچر جدید را شکل داد؟
۶۵۱ مقدمه
۶۵۱ چگونه آغاز شد؟
۶۵۲ حقایق مهم
۶۵۳ تصمیمات بازاریابی حیاتی که آینده این شرکت را شکل داد
۶۵۳ تصمیم بازاریابی حیاتی ۱: ما یک شرکت مراقبت از پوست هستیم
۶۵۳ تصمیم حیاتی بازاریابی ۲: نام ما پرواکتیو است
۶۵۴ تصمیم حیاتی بازاریابی ۳: آگهی‌های تبلیغاتی تلویزیونی
۶۵۴ چرا آگهی‌های تبلیغاتی تلویزیونی برای پرواکتیو مفید بود
۶۵۵ گائی‌رنکر
۶۵۵ پرواکتیو امروز
۶۵۵ سؤالاتی برای بحث

فصل دوازدهم: اهمیت مالکیت فکری ۶۵۷

۶۵۷ اهداف آموزشی
۶۵۷ درآمدی بر موضوع
۶۵۷ نقش کلیدی مالکیت فکری در اوایل عمر شرکت و تداوم موفقیت‌ها
۶۶۰ اهمیت مالکیت فکری
۶۶۰ هدف آموزشی ۱
۶۶۳ تعیین اینکه کدام مالکیت فکری نیاز به محافظت قانونی دارد
۶۶۴ چهار شکل کلیدی مالکیت فکری
۶۶۵ پتنت‌ها
۶۶۵ هدف آموزشی ۲
۶۶۷ انواع پتنت
۶۶۹ موضوع کاربرد پتنت فارغ از اینکه اختراع، طراحی یا روش کسب‌وکار است باید ...
۶۶۹ چه کسی می‌تواند برای پتنت درخواست نماید؟
۶۷۰ فرایند کسب یک پتنت
۶۷۳ نقض پتنت
۶۷۴ علائم تجاری

- هدف آموزشی ۳ ۶۷۴
- شرکت کارآفرینانه دانا ۶۷۵
- آگاهی از فراز و فرودهای تشکیل پرونده درخواست پتنت موقت ۶۷۵
- سؤالاتی برای تفکر نقادانه ۶۷۷
- چهار نوع از علائم تجاری ۶۷۸
- همکاری، زمینه موفقیت ۶۷۹
- مخترعان مستقل و شرکت‌های بزرگ: همکاری برای عرضه محصولات جدید به بازار ۶۷۹
- سؤالاتی برای تفکر نقادانه ۶۸۰
- چه چیزی تحت قانون علامت تجاری محافظت می‌شود؟ ۶۸۱
- موارد منع شده از حفاظت تحت علامت تجاری ۶۸۲
- فرایند کسب یک علامت تجاری ۶۸۳
- کپی‌رایت ۶۸۶
- هدف آموزشی ۴ ۶۸۶
- چه چیزی تحت قانون کپی‌رایت محافظت می‌شود؟ ۶۸۶
- موارد منع شده از حفاظت تحت قانون کپی‌رایت ۶۸۸
- چگونه یک کپی‌رایت به دست می‌آید؟ ۶۸۸
- نقض کپی‌رایت ۶۸۹
- کپی‌رایت و اینترنت ۶۹۱
- اشکال کار کجا بود؟ ۶۹۲
- گلدی بلاکس در مقابل بیستی‌بویز: نوعی از مبارزه که هیچ استارت‌آپی دوست ندارد در آن باشد ۶۹۲
- سؤالاتی برای تفکر نقادانه ۶۹۴
- اسرار تجاری ۶۹۴
- هدف آموزشی ۵ ۶۹۴
- چه شرایطی برای محافظت تحت اسرار تجاری لازم است؟ ۶۹۵
- اختلافات اسرار تجاری ۶۹۶
- روش‌های حفاظت از اسرار تجاری ۶۹۷
- اجرای ممیزی مالکیت فکری ۶۹۸
- هدف آموزشی ۶ ۶۹۸
- چرا ممیزی مالکیت فکری؟ ۶۹۹
- فرایند انجام یک ممیزی مالکیت فکری ۶۹۹

۷۰۰	خلاصه فصل
۷۰۲	واژگان کلیدی
۷۰۳	سؤالات مروری
۷۰۴	سؤالات کاربردی
۷۰۶	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۲-۱. شرکت: کازامبالانس‌بایک
۷۰۷	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۲-۲. شرکت: اپلیتیز
۷۰۹	مورد مطالعه ۱۲-۱
۷۰۹	شما تماس گرفتید: آیا یک شرکت می‌تواند پتنت چگونگی ساخت ساندویچ مربا و ...
۷۰۹	مقدمه
۷۱۰	مرحله ۱: غذاهای اسماکر در مقابل غذاهای آلبی
۷۱۰	مرحله ۲: اسماکر و دفتر پتنت
۷۱۰	مرحله ۳: درخواست اسماکر
۷۱۱	مباحث گسترده‌تر
۷۱۱	حکم دادگاه
۷۱۱	سؤالاتی برای بحث
۷۱۳	فصل سیزدهم: آماده شدن و ارزیابی چالش‌های رشد
۷۱۳	اهداف آموزشی
۷۱۳	درآمدی بر موضوع
۷۱۳	رشد محتاطانه و در عین حال آگاهانه
۷۱۶	آماده شدن برای رشد
۷۱۶	هدف آموزشی ۱
۷۱۷	درک ماهیت رشد کسب‌وکار
۷۱۸	همکاری، زمینه موفقیت
۷۱۸	تریدلس چگونه از طریق همکاری با یک متخصص در زمینه عملیات Back-end از ...
۷۲۰	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۷۲۰	متعهد ماندن به یک راهبرد اصلی
۷۲۲	برنامه‌ریزی برای رشد
۷۲۴	دلایل رشد

۷۲۴	هدف آموزشی ۲
۷۲۴	رسیدن به صرفه‌جویی ناشی از مقیاس
۷۲۵	رسیدن به صرفه‌جویی ناشی از فضا
۷۲۵	رهبری بازار
۷۲۶	نفوذ، قدرت و بقا
۷۲۶	نیاز به تطبیق با رشد مشتریان کلیدی
۷۲۶	توانایی جذب و حفظ کارکنان با استعداد
۷۲۷	مدیریت رشد
۷۲۷	هدف آموزشی ۳
۷۲۸	درک و مدیریت مراحل رشد
۷۳۲	شرکت کارآفرینانه دانا
۷۳۲	شکاف عظیم شرکت سیلفرس
۷۳۳	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۷۳۴	چالش‌های رشد
۷۳۴	هدف آموزشی ۴
۷۳۴	ظرفیت مدیریتی
۷۳۶	چالش‌های روزانه رشد یک شرکت
۷۴۰	اشکال کار کجا بود؟
۷۴۰	چگونه تلاش برای ایجاد قابلیت‌های شخصی در حوزه‌های کلیدی در ...
۷۴۰	اشکال کار کجا بود؟
۷۴۱	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۷۴۲	خلاصه فصل
۷۴۳	واژگان کلیدی
۷۴۴	سؤالات مروری
۷۴۵	سؤالات کاربردی
۷۴۸	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۳-۱. شرکت: دلارشیو کلاب
۷۴۹	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۳-۲. شرکت: کلاس دوجو
۷۵۰	مورد مطالعه ۱۳-۱
۷۵۰	سرکنسینگتن: پیگیری یک مسیر سنجیده و امیدوارکننده رشد
۷۵۱	رشد اولیه

۷۵۳	عبور از پرتگاه
۷۵۴	سرکنسینگتن امروز
۷۵۵	سؤالاتی برای بحث
۷۵۶	مورد مطالعه ۱۳-۲
۷۵۶	یوشیپ: رشد از طریق کمک به افراد و حمل‌کنندگان برای حمل کارآمدتر اجناس
۷۵۶	مقدمه
۷۵۷	یوشیپ
۷۵۸	مراحل رشد و معمای مرغ و تخم‌مرغ
۷۵۸	مرحله اول: خودراه‌اندازی
۷۵۹	مرحله دوم: رشد سریع
۷۶۰	مرحله سوم: رشد پایدار
۷۶۰	آینده یوشیپ
۷۶۱	سؤالاتی برای بحث

فصل چهاردهم: راهبردهایی برای رشد شرکت ۷۶۳

۷۶۳	اهداف آموزشی
۷۶۳	درآمدی بر موضوع
۷۶۳	تداوم راهبردهای پایدار برای رشد
۷۶۶	راهبرد رشد داخلی
۷۶۶	هدف آموزشی ۱
۷۶۷	شرکت کارآفرینانه دانا
۷۶۷	سوئیچ‌فلاپس: چگونه راه‌هایی برای رشد در آینده بسازیم؟
۷۶۸	سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۷۶۹	توسعه محصول جدید
۷۷۱	سایر راهبردهای رشد داخلی مرتبط با محصول
۷۷۱	هدف آموزشی ۲
۷۷۱	بهبود محصول یا خدمت موجود
۷۷۲	افزایش نفوذ در بازار با یک محصول یا خدمت موجود
۷۷۲	توسعه خطوط محصولات

۷۷۳ گسترش جغرافیایی
۷۷۴ توسعه بین‌المللی
۷۷۴ هدف آموزشی ۳
۷۷۵ اشکال کار کجا بود؟
۷۷۵ درس‌هایی از شکست نان‌فروشی کرامیز برای استارت‌آپ‌های در فکر رشد
۷۷۷ سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۷۷۷ ارزیابی شایستگی یک شرکت برای رشد در بازارهای بین‌المللی
۷۷۸ راهبردهای ورود به بازار خارجی
۷۷۹ فروش فرامرزی
۷۸۰ راهبردهای رشد خارجی
۷۸۰ هدف آموزشی ۴
۷۸۲ ادغام و تملک
۷۸۲ یافتن کاندید مناسب جهت تملک
۷۸۵ اعطای مجوز
۷۸۷ اتحاد راهبردی و سرمایه‌گذاری مشترک
۷۹۰ همکاری، زمینه موفقیت
۷۹۰ سه مرحله برای موفقیت اتحادها
۷۹۱ انتخاب یک شریک
۷۹۱ شکلگیری معامله
۷۹۲ عملی ساختن اتحاد
۷۹۲ سؤالاتی برای تفکر نقادانه
۷۹۳ خلاصه فصل
۷۹۵ واژگان کلیدی
۷۹۶ سؤالات مروری
۷۹۷ سؤالات کاربردی
۷۹۸ سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۴-۱: شرکت بارنانا
۷۹۹ سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۴-۲: شرکت دابل روباتیکس
۸۰۱ مورد مطالعه ۱۴-۱
۸۰۱ اوبر: آیا رشد سریع آن ادامه خواهد داشت؟
۸۰۱ مقدمه

مشکل و راه‌حل	۸۰۱
اوبر	۸۰۲
برنامه‌های رشد پیش‌روی اوبر	۸۰۴
چالش‌های پیش‌رو	۸۰۶
سؤالاتی برای بحث	۸۰۶
مورد مطالعه ۱۴-۲	۸۰۷
چگونه مینت در عرض ۲۴ ماه پس از راه‌اندازی، به مبلغ ۱۷۰ میلیون دلار خریداری شد؟	۸۰۷
مقدمه	۸۰۷
آیرون پاتزر	۸۰۷
قبل از راه‌اندازی - مارس سال ۲۰۰۶ تا سپتامبر سال ۲۰۰۷	۸۰۸
دو سال به‌عنوان یک شرکت مستقل - سپتامبر سال ۲۰۰۷ تا سپتامبر سال ۲۰۰۹	۸۱۰
تملك توسط اینتوئیت - سپتامبر سال ۲۰۰۹	۸۱۰
سؤالاتی برای بحث	۸۱۱

فصل پانزدهم: فرانچایزینگ ۸۱۳

اهداف آموزشی	۸۱۳
درآمدی بر موضوع	۸۱۳
فرانچایزینگ، شکلی از مالکیت و رشد کسب‌وکار	۸۱۳
فرانچایزینگ چیست و چگونه کار میکند؟	۸۱۸
هدف آموزشی ۱	۸۱۸
فرانچایزینگ چیست؟	۸۱۸
فرانچایزینگ چگونه کار میکند؟	۸۱۹
استقرار یک سیستم فرانچایز	۸۲۲
هدف آموزشی ۲	۸۲۲
چه زمانی به فرانچایز روی آوریم؟	۸۲۴
مراحل فرانچایزینگ یک کسب‌وکار	۸۲۵
شرکت کارآفرینانه دانا	۸۲۷
واهوزفیشتاکو: یک سازمان فرانچایز با رشد معتدل اما بسیار موفق	۸۲۷
سؤالاتی برای تفکر نقادانه	۸۲۸

انتخاب و تقویت پذیرندگان کارآمد	۸۲۹
مزایا و معایب استقرار یک سیستم فرانچایز	۸۳۰
هدف آموزشی ۳	۸۳۰
خرید یک فرانچایز	۸۳۳
هدف آموزشی ۴	۸۳۳
آیا فرانچایزینگ برای شما مناسب است؟	۸۳۴
اشکال کار کجا بود؟	۸۳۶
دردسر در کروز اینترنتشال	۸۳۶
سؤالاتی برای تفکر نقادانه	۸۳۷
هزینه یک فرانچایز	۸۳۸
یافتن یک فرانچایز	۸۴۰
همکاری، زمینه موفقیت	۸۴۱
استفاده از هم‌آفرینی برند به‌منظور کاهش هزینه‌ها و تقویت فروش	۸۴۱
دو فرانچایز در کنار یکدیگر	۸۴۱
دو فرانچایز که دقیقاً در یک فضا هستند	۸۴۲
نکات مهم	۸۴۲
سؤالاتی برای تفکر نقادانه	۸۴۳
مزایا و معایب خرید یک فرانچایز	۸۴۳
مراحل خریدن یک فرانچایز	۸۴۵
هدف آموزشی ۵	۸۴۵
مراقب باشید! سوءبرداشتهای متداول از فرانچایزینگ	۸۴۷
ابعاد قانونی روابط فرانچایز	۸۴۸
هدف آموزشی ۶	۸۴۸
اطلاعات بیشتر درباره فرانچایزینگ	۸۵۱
هدف آموزشی ۷	۸۵۱
اصول اخلاقی فرانچایز	۸۵۱
فرانچایزینگ بین‌المللی	۸۵۲
آینده فرانچایزینگ	۸۵۳
خلاصه فصل	۸۵۴
واژگان کلیدی	۸۵۶

۸۵۷	سؤالات مروری
۸۵۸	سؤالات کاربردی
۸۵۹	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۵-۱. شرکت: آیسبورن
۸۶۱	سرمایه‌گذار خطرپذیر باشید ۱۵-۲. شرکت: مهندسی برای کودکان
۸۶۲	مورد مطالعه ۱-۱۵
۸۶۲	مدرسه راک: پر کردن شکافی در آموزش موسیقی و رشد از طریق فرانچایزینگ
۸۶۲	مقدمه
۸۶۳	رشد اولیه
۸۶۳	چگونه کار میکنند؟
۸۶۴	فرانچایزینگ
۸۶۵	برنامه‌های جدید
۸۶۵	آینده مدرسه راک
۸۶۶	سؤالاتی برای بحث
۸۶۶	مورد مطالعه ۲-۱۵
۸۶۶	گیمتراک: آوردن بازی‌های چندنفره به خانه‌های مشتریان
۸۶۶	مقدمه
۸۶۷	اسکات نویس
۸۶۸	راه‌اندازی فرانچایز و پیشنهاد گیمتراک
۸۶۹	چالش‌های پیش‌رو
۸۷۰	سؤالاتی برای بحث

فهرست جداول

جدول ۱-۱	نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه تازه کار (از سن ۱۸ تا ۶۴ سال)..... ۵۱
جدول ۲-۱	پنج علت اصلی اهمیت اشتیاق در راه‌اندازی موفق یک سازمان کارآفرینانه..... ۵۸
جدول ۳-۱	ویژگی‌ها و خصوصیات رایج کارآفرینان..... ۶۷
جدول ۴-۱	توزیع سنی صاحبان کسب‌وکار..... ۷۰
جدول ۵-۱	سازمان‌هایی که به دانش‌آموزان کالج کمک می‌کنند تا دربارهٔ ... ۸۰
جدول ۱-۲	نمونه‌هایی از فرصت‌های در حال گشایش محصول و کسب‌وکار ناشی از ۱۱۷
جدول ۲-۲	کسب‌وکارهای ایجادشده برای رفع یک مشکل..... ۱۲۲
جدول ۳-۲	کسب‌وکارهای ایجادشده برای پر کردن شکافی در بازار..... ۱۲۴
جدول ۴-۲	قوانین یک جلسهٔ رسمی طوفان فکری..... ۱۳۴
جدول ۵-۲	اقدامات و رفتارهایی که خلاقیت را ترغیب یا تضعیف می‌کند..... ۱۳۸
جدول ۱-۳	تحلیل امکانسنجی..... ۱۶۴
جدول ۲-۳	ابزارهای آنلاین در دسترس برای تکمیل تحلیل امکانسنجی..... ۱۶۹
جدول ۳-۳	دسته‌بندی افرادی که با آنها به‌عنوان قسمتی از تحلیل امکانسنجی ۱۷۲
جدول ۴-۳	ویژگی‌های صنایع جذاب..... ۱۷۹
جدول ۵-۳	انواع منابع غیرمالی که برای موفقیت بسیاری از استارت‌آپ‌ها حیاتی است..... ۱۸۸
جدول ۶-۳	امکانسنجی مالی..... ۱۹۰
جدول ۱-۴	مدل‌های کسب‌وکار استاندارد..... ۲۲۱
جدول ۲-۴	چهار مدل کسب‌وکار متحولانه..... ۲۲۷
جدول ۳-۴	جریان‌های درآمدی رایج..... ۲۳۸
جدول ۴-۴	رایج‌ترین انواع شراکت تجاری..... ۲۴۴
جدول ۱-۵	موانع ورود غیرسنتی..... ۲۸۸
جدول ۲-۵	شناسایی جذابیت صنعت با استفاده از مدل نیروهای پنجگانهٔ پورتر..... ۲۹۱
جدول ۳-۵	ساختار صنعت و فرصت‌ها..... ۲۹۵
جدول ۴-۵	منابع هوش رقابتی..... ۳۰۵
جدول ۵-۵	شبکهٔ تحلیل رقابتی شرکت گرین‌ولوپ..... ۳۰۶
جدول ۱-۶	خطوط قرمز در طرح کسب‌وکار..... ۳۳۳

۳۳۸.....	جدول ۲-۶	رئوس کلی طرح کسب و کار
۳۴۹.....	جدول ۳-۶	چهار روش برای تخمین فروش اولیه یک شرکت جدید
۳۵۹.....	جدول ۴-۶	۱۰ سؤال مهمی که طرح کسب و کار باید پاسخ دهد
۳۶۰.....	جدول ۵-۶	۱۲ اسلاید برای ارائه به سرمایه‌گذار
۳۸۷.....	جدول ۱-۷	درصدی از نیروی کار آمریکا که اشکال خاصی از رفتارهای سوء یا ...
۳۸۸.....	جدول ۲-۷	محتوای کدهای رفتاری گوگل
۳۹۲.....	جدول ۳-۷	چگونگی انتخاب یک وکیل
۳۹۶.....	جدول ۴-۷	بندهای موجود در توافقنامه بنیانگذاران (یا سهامداران)
۴۰۶.....	جدول ۵-۷	مقایسه اشکال مالکیت کسب و کار
۴۵۰.....	جدول ۱-۸	صورت درآمدی تلفیقی برای شرکت فیتنس درینکز
۴۵۵.....	جدول ۲-۸	ترازنامه تلفیقی شرکت فیتنس درینکز
۴۵۷.....	جدول ۳-۸	صورت تلفیقی جریان نقدینگی برای فیتنس درینکز
۴۵۸.....	جدول ۴-۸	تحلیل نسبت برای فیتنس درینکز
۴۶۳.....	جدول ۵-۸	پیش‌بینی‌های مورد استفاده در تهیه صورت مالی پروفورما برای ...
۴۶۸.....	جدول ۶-۸	صورت درآمدی پروفورما برای فیتنس درینکز
۴۷۰.....	جدول ۷-۸	ترازنامه پروفورما برای شرکت فیتنس درینکز
۴۷۱.....	جدول ۸-۸	صورت پروفورمای جریان نقدینگی شرکت فیتنس درینکز
۴۷۲.....	جدول ۹-۸	تحلیل نسبت صورت‌های مالی تاریخی و پروفورما برای شرکت فیتنس درینکز ...
۴۹۵.....	جدول ۱-۹	اشتباهات رایج در تشکیل تیم ونچر جدید
۵۰۴.....	جدول ۲-۹	مشخصه‌های مرجح مؤسس یا مؤسسان یک ونچر کارآفرینانه
۵۰۷.....	جدول ۳-۹	منابع نیروی کار که ونچرهای جدید از آن استفاده می‌کنند
۵۱۲.....	جدول ۴-۹	مشخصه‌های هیئت مدیره و اعضای کارآمد آن
۵۱۷.....	جدول ۵-۹	فراتر از تأمین مالی و سرمایه: راه‌هایی که وام‌دهندگان و ...
۵۵۰.....	جدول ۱-۱۰	مثال‌هایی از روش‌های خودراه‌اندازی
۵۵۳.....	جدول ۲-۱۰	انطباق ویژگی‌های ونچر کارآفرینانه با شکل مناسب تأمین مالی
۵۵۴.....	جدول ۳-۱۰	راهنمای آمادگی برای گفتمان آسانسوری
۵۵۸.....	جدول ۴-۱۰	مراحل (یا دوره‌های) کسب سرمایه از طریق VC

جدول ۱-۱۱	شرکت را به شعارش وصل کنید.....	۶۰۴
جدول ۲-۱۱	برند چیست؟ روش‌های مختلف برای تفکر در مورد معنی یک برند	۶۰۶
جدول ۳-۱۱	تشریح برنامه‌های Adwords و Adsense گوگل برای تبلیغ‌کنندگان و	۶۲۰
جدول ۴-۱۱	تکنیک‌های روابط عمومی	۶۲۴
جدول ۵-۱۱	فرایند فروش برای شرکت پرایم‌ادالت‌فیتنس	۶۳۵
جدول ۱-۱۲	نمونه‌هایی از مالکیت فکری که معمولاً درون بخش‌های شرکت‌های	۶۶۳
جدول ۲-۱۲	رشد در درخواست پتنت در آمریکا.....	۶۶۶
جدول ۳-۱۲	خلاصه‌ای از سه شکل محافظت از پتنت، انواع اختراعات	۶۷۰
جدول ۴-۱۲	تخمین هزینه وکیل برای کسب یک پتنت	۶۷۱
جدول ۵-۱۲	خلاصه‌ای از چهار شکل حفاظت از علائم تجاری، نوع علائم	۶۷۹
جدول ۶-۱۲	انواع سؤالاتی که هنگام حسابرسی مالکیت فکری پرسیده می‌شود	۷۰۰
جدول ۱-۱۳	۱۰ علامت هشداردهنده برای کسب‌وکاری که به سرعت در حال رشد است	۷۲۱
جدول ۱-۱۴	مزایا و معایب راهبرد رشد داخلی	۷۶۷
جدول ۲-۱۴	پنج دلیل اصلی شکست محصولات جدید	۷۷۱
جدول ۳-۱۴	ارزیابی شایستگی کلی یک شرکت برای رشد از طریق بازارهای بین‌المللی	۷۷۸
جدول ۴-۱۴	مزایا و معایب اصلی راهبردهای مختلف ورود به بازارهای خارجی	۷۷۹
جدول ۵-۱۴	مزایا و معایب راهبردهای رشد خارجی	۷۸۱
جدول ۶-۱۴	مزایا و معایب شرکت در یک سرمایه‌گذاری مشترک یا اتحاد راهبردی	۷۸۸
جدول ۱-۱۵	ده صنعتی که فرانچایز شکل کسب‌وکار در آن غالب است.....	۸۲۱
جدول ۲-۱۵	انتخاب و توسعه کارآمد پذیرندگان.....	۸۲۹
جدول ۳-۱۵	مزایا و معایب فرانچایزینگ به‌عنوان یک روش گسترش کسب‌وکار	۸۳۲
جدول ۴-۱۵	سؤالاتی که باید پیش از خرید یک فرانچایز پرسیده شوند.....	۸۴۱
جدول ۵-۱۵	مزایا و معایب خرید یک فرانچایز	۸۴۴
جدول ۶-۱۵	اطلاعات موجود در سند افشای فرانچایز (FDD) به همراه تشریح معانی آنها ..	۸۴۹

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱-۱ چهار ویژگی اصلی کارآفرینان موفق ۵۷
- شکل ۲-۱ انواع شرکت‌های استارت‌آپی ۷۲
- شکل ۳-۱ مدل پایه فرایند کارآفرینانه ۸۴
- شکل ۱-۲ چهار ویژگی اساسی یک فرصت ۱۰۹
- شکل ۲-۲ سه رویکرد شناسایی یک فرصت ۱۱۱
- شکل ۳-۲ روندهای محیطی پیشنهادکننده شکاف فرصت مرتبط با محصول یا کسب‌وکار .. ۱۱۱
- شکل ۴-۲ پنج مرحله برای تولید ایده‌های خلاقانه ۱۳۰
- شکل ۵-۲ فرایند تشخیص فرصت ۱۳۲
- شکل ۱-۳ نقش تحلیل امکانسنجی در توسعه موفق ایده‌های کسب‌وکار ۱۶۳
- شکل ۲-۳ بیانیه مفهوم شرکت نیونچرفیتنس درینکس ۱۶۸
- شکل ۱-۴ زمان مناسب برای تعیین یک مدل کسب‌وکار ۲۱۷
- شکل ۲-۴ قالب مدل کسب‌وکار بارینگر/آیرلند ۲۲۹
- شکل ۱-۵ نیروهای پنجگانه تعیین‌کننده سودآوری صنعت ۲۸۳
- شکل ۲-۵ استفاده از مدل نیروهای پنجگانه پورتر در پاسخ به سؤالاتی برای ۲۹۴
- شکل ۳-۵ انواع رقبای یک شرکت تازه‌تأسیس ۲۹۹
- شکل ۱-۶ دو دلیل اصلی برای نگارش طرح کسب‌وکار ۳۲۹
- شکل ۲-۶ انواع طرح‌های کسب‌وکار ۳۳۶
- شکل ۱-۷ مزایای بالقوه استقرار فرهنگ اخلاقی قوی ۳۹۱
- شکل ۲-۷ نمونه‌ای از توافقنامه عدم رقابت و عدم افشاگری ۴۰۰
- شکل ۳-۷ عوامل حیاتی در انتخاب شکل سازمانی برای کسب‌وکار ۴۰۵
- شکل ۱-۸ اهداف مالی شرکت‌های کارآفرینانه ۴۴۴
- شکل ۲-۸ فرایند مدیریت مالی ۴۴۶
- شکل ۳-۸ پیش‌بینی فروش سالانه فیتنس‌درینکز ۴۶۱
- شکل ۱-۹ عناصر تیم ونچر جدید ۴۹۴
- شکل ۲-۹ پروفایل مهارت‌ها برای ونچر جدید فیتنس‌درینکز ۵۰۷
- شکل ۱-۱۰ سه دلیل نیاز استارت‌آپ‌ها به تأمین مالی ۵۴۳

۵۴۸	شکل ۲-۱۰ منابع مالی شخصی
۵۵۱	شکل ۳-۱۰ آماده شدن برای استقراض یا سهام
۶۰۰	شکل ۱-۱۱ فرایند انتخاب بازار هدف و راهبرد موقعیت‌یابی
۶۰۳	شکل ۲-۱۱ نقشه ویژگی محصول برای اسنپ‌فیتنس
۶۲۳	شکل ۳-۱۱ مراحل تولید یک تبلیغ
۶۳۱	شکل ۴-۱۱ فروش مستقیم در برابر فروش از طریق واسطه
۶۳۴	شکل ۵-۱۱ فرایند فروش
۶۶۲	شکل ۱-۱۲ اشتباهات رایج شرکت‌ها در رابطه با مالکیت فکری
۶۶۹	شکل ۲-۱۲ سه شرط اصلی برای یک پتنت
۶۷۱	شکل ۳-۱۲ فرایند کسب پتنت
۶۸۴	شکل ۴-۱۲ فرایند کسب علامت تجاری
۷۲۴	شکل ۱-۱۳ دلایل اصلی برای رشد شرکت
۷۲۸	شکل ۲-۱۳ چرخه عمر سازمانی
۷۳۶	شکل ۳-۱۳ مدل مبنای رشد شرکت
۷۳۷	شکل ۴-۱۳ تأثیر ظرفیت مدیریتی
۷۵۲	شکل ۵-۱۳ چرخه عمر پذیرش تکنولوژی
۷۶۵	شکل ۱-۱۴ راهبردهای رشد داخلی و خارجی
۷۸۵	شکل ۲-۱۴ فرایند تکمیل تملک یک شرکت
۸۲۳	شکل ۱-۱۵ انواع مختلف سیستم فرانچایز
۸۲۷	شکل ۲-۱۵ نه مرحله در استقرار یک سیستم فرانچایز
۸۴۶	شکل ۳-۱۵ هفت مرحله در خرید یک فرانچایز

مقدمه مترجمان

نبود کتاب‌هایی که منحصرأ به موضوع فعالیت‌های کارآفرینانه و راه‌اندازی کسب‌وکارهای موفق بپردازند و لزوم توجه به این بحث، ما را بر آن داشت تا به ترجمه کتابی در این حوزه بپردازیم. کتاب حاضر ترجمه‌ای است از کتاب *کارآفرینی: راه‌اندازی موفقیت‌آمیز و چهرهای جدید*^۱، اثر نویسندگان و نظریه‌پردازان معروف حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار، یعنی بروس بارینگر و دوان آیرلند^۲، که مشتمل بر چهار بخش و پانزده فصل می‌شود.

کتاب حاضر، که یکی از منابع جامع و معتبر عملی و آموزشی در سطح جهانی در حوزه‌های علوم کارآفرینی و کسب‌وکار است، در نهایت دقت و شکیبایی به زبان فارسی برگردانده شده است و در این زمینه علی‌رغم شیوه نگارش و به‌کار بردن واژه‌ها و اصطلاحات خاص و گاهی نامأنوس، مترجمان به دقت و رعایت امانت در کار ترجمه، آسان‌فهمی و روشنی متن توجه داشته‌اند. مؤلف، در هر فصل و صفحه‌ای از متن کتاب، مطلب و موضوع تازه و بدیعی را بیان و دیدگاه‌های خود را در ارتباط با مطالب بررسی می‌کند که کاملاً تازگی دارد و در بسیاری از موارد نیز مطالب برای نخستین بار مطرح شده و برای خوانندگان جالب است. اگر در مواردی لازم بوده که اصطلاحات و عبارات دیگری به متن ترجمه کتاب افزوده شود تا روال کار و آسان‌فهمی متن بهتر شود، این کار صورت گرفته و در مواردی حتی عین عبارت، واژه یا اصطلاح در زیرنویس متن ترجمه فارسی هر صفحه از کتاب درج شده است. همچنین، اصل واژه‌ها و اصطلاحات انگلیسی متن اصلی کتاب، عیناً با گزینش و نظر مترجم در پانویس هر صفحه از متن ترجمه فارسی درج شده که به نظر مترجم، سهولت مراجعه به منابع کتابخانه‌ای و حتی اینترنتی را برای انجام تحقیق و بررسی درباره موضوعات مختلف علوم کسب‌وکار و کارآفرینی امکان‌پذیر ساخته است. همچنین، مترجمان بخشی را با عنوان واژه‌شناسی به‌صورت کامل، مستقل، مبتکرانه و آموزنده به بخش پایانی هر فصل کتاب افزوده‌اند. با توجه به بدعت، نوآوری و آموزندگی واژگان مذکور، مترجمان توصیه و تأکید می‌کنند که این بخش نیز با دقت و حوصله فراوان مطالعه شود.

در برخی موارد با توجه به دشواری متن کتاب، به‌ویژه برخی از مطالب و اصطلاحات، و نارسایی و ناهماهنگی شماری از مطالب متن اصلی با موازین و مبانی فرهنگی و آموزشی جامعه دانشگاهی ایران، مترجمان از ترجمه آنها خودداری کرده و در مواردی نیز متن به‌صورت فشرده‌تر ترجمه شده است.

1. Entrepreneurship: Successfully launching new Ventures
2. Bruce R. Barringer and R. Duane Ireland

مطالعه این کتاب تقریباً هیچ پیش‌نیازی ندارد و تنها چیزی که برای آن لازم است، علاقه به راه‌اندازی کسب‌وکار و فعالیت‌های کارآفرینی است. همچنین، دامنه وسیعی از افراد می‌توانند از این کتاب استفاده کنند، زیرا می‌تواند منبع آموزشی بی‌نظیری برای دانشجویان رشته‌های کارآفرینی، مدیریت بازرگانی، مدیریت گردشگری، مدیریت کسب‌وکار، و نیز MBA و DBA باشد. همچنین، این کتاب می‌تواند راهنمایی گام به گام برای تمامی کسانی باشد که به راه‌اندازی کسب‌وکارهای شخصی در حوزه‌های مختلف علاقه‌مندند.

در پایان لازم است مجدداً از زحمات تمامی دست‌اندرکاران و همکاران محترم مدیریت انتشارات دانشگاه تهران، به‌ویژه عوامل اجرایی و ویراستاران ارجمند، قدردانی شود. به‌رغم تلاش‌های فراوانی که برای ترجمه این کتاب به‌عمل آمده، به‌طور حتم خالی از اشکال و خطا نیست. پیشنهادهای انتقادهای شما اساتید، متخصصان و خوانندگان عزیز می‌تواند ما را در ارائه بهتر این کتاب در چاپ‌های بعدی یاری کند. بدیهی است مترجم از راهنمایی‌های ارزنده ارباب نظر برای اعمال اصلاحات احتمالی در چاپ‌های بعدی اثر استقبال می‌کند. در خاتمه، از زحمات سرکار خانم اعظم پوستچی و سایر عزیزانی که ما را در تهیه این اثر یاری کردند، کمال تشکر و سپاسگزاری را داریم.

محمود احمدپور داریانی

آصف کریمی

زاهده ابرقوی‌زاده

واژه‌شناسی

در این کتاب ممکن است از واژگانی استفاده شده باشد که معادل مناسب فارسی ندارند یا ترجمه آنها بیانگر معنای دقیقشان نیست، بنابراین در ادامه این کلمات به همراه تشریح خلاصه‌ای از آنها آمده تا خواننده بتواند مفهوم مطالب را به‌درستی درک کند.

استارت‌آپ: استارت‌آپ که شرکت نوپا نیز معنا می‌شود، شرکت یا کسب‌وکاری است که معمولاً به‌تازگی و در نتیجه کارآفرینی ایجاد شده است، رشد سریعی دارد و در جهت تولید راه‌حل نوآورانه و دوام‌پذیر برای رفع یک نیاز در بازار شکل گرفته است.

ونچر: ونچر، پروژه یا فعالیتی است که جدید و هیجان‌انگیز بوده و به‌دلیل ریسک شکست، دشوار است.

شتاب‌دهنده: شتاب‌دهنده برنامه‌ای منسجم و مشخص است که در آن افراد و تیم‌های دارای طرح نوآورانه و فناوری را انتخاب کرده و در یک دوره چندماهه به آنها خدماتی از قبیل فضای کاری مجهز، آموزش، مشاوره، مربیگری، سرمایه اولیه و ارتباط با شبکه سرمایه‌گذاران را ارائه می‌دهد. هر تیمی که موفق به اتمام دوره شتاب‌دهی شود، تبدیل به شرکتی نوپا می‌شود و شتاب‌دهنده به‌ازای خدمات ارائه‌شده، درصدی از سهام آن شرکت نوپا را از آن خود می‌کند.

انکوباتور: انکوباتور یا مرکز رشد یکی از ابزارهای رشد اقتصادی است که به‌منظور حمایت از کارآفرینان تحصیل‌کرده تأسیس می‌شود و با ارائه امکانات و تسهیلات عمومی، زمینه پا گرفتن شرکت‌های جدید را فراهم می‌کند. استفاده از مراکز رشد، امروزه یکی از ابزارهای پذیرفته‌شده برای تبدیل خلاقیت‌ها و دستاوردهای علمی و تحقیقاتی به محصولات قابل ارائه به بازار و توسعه کارآفرینی است.

آزادکار: وقتی فردی بدون اینکه به یک سازمان یا شرکتی مشخص متعهد شود، فعالیت حرفه‌ای و تخصصی خود را برای مجموعه‌های مختلف انجام می‌دهد و بسته به نیاز و پروژه‌های در دسترس، کارفرمای خود را تغییر می‌دهد، به او آزادکار می‌گویند. در برخی متون دورکار هم معنا شده است.

بازار گوشه (بازار نیچه): بخش حاشیه‌ای کوچکی از بازار که بر نیاز یا کالایی ویژه متمرکز است.

فرشتگان کسب‌وکار (سرمایه‌گذار): سرمایه‌گذاری که سرمایه یک یا چند شرکت نوپا (استارت‌آپ) را فراهم می‌کند، اما برخلاف شراکت، به‌ندرت در مدیریت شرکت دخالت می‌کند.

هم‌بنیانگذار: زمانی که دو یا چند نفر، استارت‌آپ یا شرکتی نوپا را تشکیل دهند، نسبت به یکدیگر هم‌بنیانگذار هستند، جزو مؤسسان به حساب می‌آیند و معمولاً توانایی‌های مکمل دارند تا در زمینه‌های مختلفی به کار آید.

اقتصاد اشتراکی: مفهومی است که در آن افراد، دارایی‌ها و منابع مادی و معنوی بلااستفاده خود را با دیگران به‌اشتراک گذاشته و در ازای این اشتراک‌گذاری، هزینه استفاده از آن دارایی را از طرف مقابل دریافت می‌کنند. این اشتراک‌گذاری شامل منابع مختلفی چون خودرو شخصی، دوچرخه، محل کار، خانه، غذا، پارکینگ و حتی زمان نیز می‌شود. در واقع، این مدل همیشه شامل دو سمت است. سمتی که دارایی خود را به‌اشتراک می‌گذارد، و سمت دیگر که از آن دارایی برای مدتی معلوم استفاده کرده و هزینه این استفاده را به سمت اول برمی‌گرداند. اقتصاد اشتراکی از بستر و ظرفیت‌های اینترنت برای اتصال افراد استفاده می‌کند تا این به‌اشتراک‌گذاری محقق شود.