



فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	بخش اول:
	نوآفرین و مفاهیم آن
۱۷.....	فصل اول: تاریخچه فعالیت‌های نوآفرینی
۱۸.....	مقدمه
۲۱.....	تاریخچه کارآفرینی
۲۴.....	کارآفرینی
۲۶.....	انواع کارآفرینان
۲۹.....	نوآفرین و تعاریف مربوطه به آن
۴۲.....	تاریخچه نوآفرین
۴۷.....	انواع مختلف کارآفرینی و نوآفرین
۴۹.....	طرز فکر نوآفرینی
۵۰.....	چرخه عمر نوآفرین
۵۲.....	مدل مراحل سرمایه‌گذاری
۵۴.....	مدل توسعه مشتری (Customer Development Model)

۵۶.....	مدل مراحل ژنوم مارمر (Genome's Marmer Stages)
۵۹.....	نمونه‌هایی از نوآفرین‌ها
۶۱.....	اصول بقای نوآفرین‌ها
۶۵.....	عوامل موفقیت نوآفرین‌ها
۷۰.....	دلایل شکست نوآفرین‌ها
۷۶.....	اشتباهات رایج در شروع کسب و کارهای جدید و نوآفرین‌ها
۷۹.....	گام به گام با نوآفرین
۸۰.....	ایده
۸۱.....	نوآفرین ویکند (Startup Weekend)
۸۳.....	انتخاب نام برای نوآفرین
۸۷.....	فصل دوم: نظام مدیریت و تأمین مالی در نوآفرین‌ها
۸۸.....	مقدمه
۸۸.....	تشکیل تیم
۹۲.....	طرح کسب و کار (BP)
۹۵.....	بوم مدل کسب و کار (BMC)
۱۰۳.....	بوم مدل کسب و کار نوین برای نوآفرین‌ها
۱۰۳.....	سرمایه‌گذاری و تأمین مالی نوآفرین‌ها
۱۰۶.....	سرمایه‌گذاری جهانی در نوآفرین
۱۱۰.....	سرمایه‌گذاری کشورها در نوآفرین‌ها
۱۱۳.....	چالش سرمایه‌گذاری در نوآفرین‌ها
۱۱۵.....	مراحل سرمایه‌گذاری در نوآفرین
۱۲۰.....	روش‌های سرمایه‌گذاری و تأمین مالی نوآفرین‌ها
۱۲۰.....	تأمین مالی از طریق سرمایه و یا اعتبار شخصی و خودگردانی
۱۲۱.....	تأمین مالی از طریق خانواده و دوستان

تأمین مالی از طریق فروشندگان	۱۲۲
تأمین مالی مبتنی بر دارایی و سفارش خرید	۱۲۲
تأمین مالی بر مبنای درآمد	۱۲۳
بدهی ریسک‌پذیر	۱۲۳
سرمایه‌گذاری جمعی	۱۲۴
شتاب‌دهنده‌ها	۱۲۷
سرمایه‌گذاران فرشته‌خو	۱۲۹
سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر (VCs)	۱۳۱
رشد نوآفرین‌ها	۱۳۳
هکر رشد (Growth Hacker)	۱۳۵
مرحله بلوغ	۱۳۶
نوآفرین ناب	۱۳۷
آشنایی با نوآفرین ناب	۱۳۷
بوم ناب	۱۴۲
کمینه محصول پذیرفتنی (MVP)	۱۴۸
چرخش	۱۴۹
نظام مدیریت نوآفرین‌ها در ایران	۱۵۰
فضای نوآفرینی در ایران	۱۵۰
دلایل شکست مدیریتی نوآفرین‌ها در ایران	۱۵۱
فصل سوم: مفاهیم و مسائل مرتبط با بازاریابی و فروش در	
شرکت‌های نوآفرین	۱۵۹
نوآفرین و ایده‌های نو	۱۶۰
راهکارهای بازاریابی برای شرکت‌های نوآفرین	۱۶۰
پنج استراتژی کمپین تبلیغاتی در راستای بازاریابی و مارکتینگ تاثیرگذار	

بر شرکت ها نوآفرین	۱۶۲
توسعه شرکت های نوآفرین از منظر برنامه های بازاریابی و مارکتینگ ..	۱۶۵
مدل کسب و کار با توجه به برنامه های بازاریابی و فروش	۱۶۷
آمیخته بازاریابی در توسعه استراتژی بازاریابی و فروش	۱۶۸
ویژگی استراتژی بازاریابی موفق در جهت رشد و نمو شرکت های نوآفرین	۱۷۱
استفاده از اهداف اسمارت	۱۷۲
تعیین مشتری اصلی و پرسونا کسب و کار	۱۷۳
طراحی پیام های شفاف و گیرا	۱۷۴
تدوین استراتژی بازاریابی محتوایی به منظور جذب سرنخ	۱۷۵
توزیع محتوا	۱۷۶
تبلیغ، روشی کارآمد برای دریافت سریع نتیجه	۱۷۶
تدوین استراتژی بازاریابی آنلاین برای معرفی کسب و کار	۱۷۷
سنجش و بهبود طول عمر مشتری - CIV	۱۷۸
داشتن اعتبار بواسطه رضایت مشتری	۱۷۹
ایجاد سیستم معرف	۱۷۹
برنامه استراتژی های بازاریابی و مارکتینگ در شرکت ها نوآفرین	۱۸۰
جمع بندی	۱۸۶
فصل چهارم: قوانین و مقررات موجود در نوآفرین ها	۱۸۹
بررسی ابعاد و چالش های حقوقی تاسیس شرکت های نوآفرینی در پرتو قوانین	۱۹۰
نظام حقوقی حمایت از روش های کسب و کار؛ آموزه هایی برای نوآفرین ها	۲۰۵
تفاوت بین روش کسب و کار به عنوان یک اثر فکری قابل حمایت با یک	

۲۰۸.....	شیوه علمی غیر قابل حمایت
۲۱۰.....	ضرورت حمایت از روش‌های کسب و کار
۲۱۳.....	نظام‌های پیشنهادی برای حمایت از روش‌های کسب و کار
۲۱۵.....	حمایت از روش‌های کسب و کار در قالب نظام اسرار تجاری
۲۱۸.....	حمایت از روش‌های کسب و کار در قالب نظام اختراعات
۲۲۰.....	رویکرد نظام‌های حقوقی مختلف در مورد روش‌های کسب و کار
۲۲۳.....	جایگاه روش‌های کسب و کار در مقررات ملی
۲۳۲.....	حمایت از روش‌های کسب و کار از منظر قوانین جمهوری اسلامی ایران
۲۳۴.....	نتیجه‌گیری و ملاحظات

بخش دوم:

ارزش‌گذاری نوآفرین‌ها

فصل اول: تعاریف و مفروضات اولیه ارزش‌گذاری در نوآفرین‌ها ۲۴۱

۲۴۲.....	مقدمه
۲۴۳.....	اهمیت ارزش‌گذاری نوآفرین‌ها
۲۴۴.....	برخی عوامل مؤثر بر ارزش‌گذاری نوآفرین‌ها
۲۴۷.....	ارزش‌گذاری نوآفرین‌ها از دیدگاه‌های مختلف
۲۵۰.....	ارزش‌گذاری در مرحله جذب سرمایه اولیه
۲۵۲.....	تفاوت بین ارزش‌گذاری پیش از سرمایه‌گذاری و پس از آن
۲۵۳.....	مقدمات ارزش‌گذاری نوآفرین‌ها
۲۵۳.....	اصول اولیه ارزش‌گذاری نوآفرین‌ها
۲۵۴.....	اصطلاحات مهم در ارزش‌گذاری نوآفرین‌ها
۲۵۶.....	افزایش ارزش نوآفرین
۲۵۸.....	ارزش قبل از پرداخت سرمایه (Pre-money Valuation)

فصل دوم: روش های ارزش گذاری شرکت های نوآفرینی به همراه

موردکاوی	۲۶۱
روش های ارزش گذاری نوآفرین ها	۲۶۲
روش برکس (Berkus method)	۲۶۳
روش تجميع عوامل ريسک (Risk Factor Summation method) ...	۲۶۵
روش کارت امتیازی (Scorecard method)	۲۶۷
روش هزینه کپی سازی (Cost-to-Duplicate method)	۲۷۰
روش مرحله ای (Stage-based method)	۲۷۱
روش مقایسه ای (Comparables method)	۲۷۲
روش کاهش ريسک (Risk mitigation method)	۲۷۴
روش سرمایه خطرپذیر (Venture Capital or VC method)	۲۷۹
روش تکثر درآمد (Revenue or Earning multiple method)	۲۸۳
روش تنزیل جریان نقدی (DCF method)	۲۸۶
روش شیکاگو (First Chicago method)	۲۸۸
روش ارزش دفتری (Book Value method)	۲۹۱
روش ارزش تسویه (Liquidation Value method)	۲۹۱
روش ارزش جایگزینی (Replacement or All-in Value method) ..	۲۹۲
روش اختیارات واقعی (Real Option method)	۲۹۲
ارزش گذاری نوآفرین ها از روش تنزیل جریان نقد	۲۹۴
طرح کسب و کار	۲۹۴
مفروضات اساسی در ارزش گذاری نوآفرین ها	۲۹۸
درآمدها	۳۱۳
هزینه ها	۳۲۰
جریانان نقدی	۳۲۴

بخش سوم:

فضای کسب و کار نوآفرینی فین تک و پردازش اطلاعات مالی در بازار سرمایه ایران

فصل اول: جایگاه نوآفرین‌های فین تک در جهان و ایران ۳۵۳

مقدمه ۳۵۴

فناوری مالی (فین‌تک) ۳۵۴

فناوری بازار سرمایه (ولت‌تک) ۳۵۶

فناوری بازار سرمایه در بازارهای جهانی ۳۵۷

اکوسیستم فناوری بازار سرمایه ایران ۳۶۱

شرکت‌های پردازش اطلاعات مالی ۳۶۱

شرکت‌های OMS ۳۶۳

فروشگاه آنلاین محصولات مالی ۳۶۹

شبکه‌های اجتماعی تخصصی بورس ۳۷۲

پرتال‌های تحلیلی بورس ۳۷۴

سامانه‌های معاملات الگوریتمی ۳۷۶

استودیوی نوآفرین‌های پردازش اطلاعات مالی ۳۷۸

عملیات در نوآفرین استودیو ۳۷۹

ریسک در نوآفرین استودیو ۳۸۱

توسعه نوآفرین استودیو ۳۸۲

فصل دوم: محصولات، خدمات و فعالیت‌های قابل ارائه در

شرکت‌های پردازش اطلاعات مالی ۳۸۹

محصولات و خدمات پردازش اطلاعات مالی ۳۹۰

موضوع کلی خدمات ۳۹۰

سامانه اطلاعات فاندمنتال ۳۹۲

۳۹۵.....	سامانه اطلاعات تکنیکال
۳۹۶.....	سامانه اطلاعات بازار
۳۹۷.....	پلتفرم تحلیلی
۳۹۸.....	پلتفرم معاملات الگوریتمی
۴۱۰.....	پلتفرم وب سرویس ها
۴۱۵.....	فروشگاه محصولات مالی
۴۱۵.....	آکادمی
۴۱۶.....	سامانه صندوق سرمایه گذاری
۴۲۰.....	سامانه سبدگردان
۴۲۴.....	سامانه بازارگردانی
۴۲۹.....	فرایند و سازمان در شرکت های نوآفرینی
۴۲۹.....	چشم انداز، مأموریت و ارزش ها
	فرایندهای کاری در شرکت های نوآفرینی و پردازش اطلاعات مالی در بازار
۴۳۱.....	سرمایه ایران
	عوامل مؤثر بر فعالیت و عملیات شرکت های نوآفرینی و شرکت پردازش
۴۳۷.....	اطلاعات مالی در ایران
۴۴۳.....	تحلیل پردازش اطلاعات مالی بر مبنای SWOT
	پیوست اول: مفاهیم بین المللی و سرمایه گذاری جهت تبادلات
۴۴۷.....	ارزی در شرکت های نوآفرین
۴۴۸.....	مقدمه
۴۴۹.....	نرخ ارز
۴۶۲.....	رابطه برابری نرخ بهره پوشش داده شده
۴۷۹.....	نتیجه گیری

فهرست شکل‌ها

صفحه

عنوان

شکل ۱: شمای کلی از تعریف نوآفرین	۳۰
شکل ۲: کسب و کار مقیاس‌ناپذیر	۳۱
شکل ۳: کسب و کار مقیاس‌پذیر	۳۱
شکل ۴: تفاوت جایگاه یک کسب و کار کوچک و یک نوآفرین از لحاظ رویه رشد	۳۲
شکل ۵: شمایی از ایجاد ارزش در طول دوران مختلف زندگی انسان ..	۴۶
شکل ۶: شمای کلی از چرخه عمر یک کسب و کار	۵۱
شکل ۷: نمونه اول از چرخه عمر نوآفرین	۵۸
شکل ۸: نمونه دوم از چرخه عمر نوآفرین	۵۹
شکل ۹: نمونه سوم از چرخه عمر نوآفرین	۵۹
شکل ۱۰: ۲۰ دلیل عمده شکست نوآفرین‌ها	۷۶
شکل ۱۱: شمای کلی بوم مدل کسب و کار	۱۰۳
شکل ۱۲: آمار فصلی سرمایه‌گذاری جهانی از فصل سوم سال ۲۰۱۱ میلادی را در بازه زمانی ۵ ساله	۱۱۰
شکل ۱۳: مراحل سرمایه‌گذاری در یک نوآفرین را در طول چرخه عمر خود	۱۱۹
شکل ۱۴: مراحل رشد نوآفرین	۱۳۴
شکل ۱۵: نمایش ساده مسیر یک نوآفرین	۱۳۶
شکل ۱۶: شمای کلی بوم ناب مدل کسب و کار	۱۴۷
شکل ۱۷: افزایش ارزش نوآفرین و کاهش مالکیت بنیان‌گذاران با گذشت زمان	۲۵۷
شکل ۱۸: ضرایب درآمدی نوآفرین‌های معروف در زمینه‌های تجاری مختلف در سال ۲۰۱۶ میلادی	۲۸۵

- شکل ۱۹: عملکرد روش شیکاگو بر اساس سه سناریو ۲۹۰
- شکل ۲۰: منحنی فعالیت پروژه‌های نوآفرینی ۳۱۳
- شکل ۲۱: انتخاب توزیع در نرم افزار @Risk ۳۱۵
- شکل ۲۲: انتخاب تابع در نرم افزار @Risk برای متغیر جامعه هدف ۳۱۶
- شکل ۲۳: انتخاب تابع در نرم افزار @Risk برای متغیر نرخ جذب ... ۳۱۷
- شکل ۲۴: انتخاب تابع در نرم افزار @Risk برای متغیر نرخ ارائه
کارمزد ۳۱۸
- شکل ۲۵: انتخاب تابع در نرم افزار @Risk برای متغیر هزینه
اپلیکیشن ۳۲۲
- شکل ۲۶: انتخاب تابع در نرم افزار @Risk برای متغیر هزینه اداری ۳۲۳
- شکل ۲۷: نحوه انتخاب risk output در نرم افزار @Risk ۳۲۸
- شکل ۲۸: نحوه انتخاب شبیه سازی در نرم افزار @Risk ۳۲۹

فهرست جدول‌ها

عنوان	صفحه
جدول ۱: رتبه‌بندی ۲۰ نوآفرین برتر تاریخ.....	۴۶
جدول ۲: آمار فصلی سرمایه‌گذاری جهانی از فصل سوم سال ۲۰۱۱ میلادی	
در بازه زمانی ۵ ساله.....	۱۰۹
جدول ۳: تفاوت‌های رویکرد سنتی و رویکرد ناب.....	۱۴۰
جدول ۴: نمونه‌ای از مراحل مختلف تغییر ارزش در نوآفرین.....	۲۵۸
جدول ۵: مقادیر ارزش‌گذاری روش برکس.....	۲۶۴
جدول ۶: سطوح امتیازی روش تجميع عوامل ريسک.....	۲۶۶
جدول ۷: فاکتورهای کارت امتیازی.....	۲۶۸
جدول ۸: نحوه عملکرد روش کارت امتیازی.....	۲۶۹
جدول ۹: گام‌های ارزش‌گذاری روش مرحله‌ای.....	۲۷۱
جدول ۱۰: فاکتورهای روش ارزش‌گذاری گام به گام افزایشی.....	۲۷۳
جدول ۱۱: ۴ عامل اساسی ريسک و جنبه‌های مربوط از دید سرمایه‌گذاران	
در روش ارزش‌گذاری کاهش ريسک.....	۲۷۵
جدول ۱۲: مفاهيم مورد استفاده در اختيار واقعی.....	۲۹۳
جدول ۱۳: طرح کسب و کار نوآفرین.....	۲۹۸
جدول ۱۴: بتای اهرمی و غیر اهرمی صنایع مختلف.....	۳۰۰
جدول ۱۵: رتبه‌بندی شرکت‌ها.....	۳۰۵
جدول ۱۶: درآمد پروژه نوآفرینی مورد نظر.....	۳۱۹
جدول ۱۷: نرخ رشد متغیرهای درآمدی در پروژه نوآفرینی مورد نظر.....	۳۱۹
جدول ۱۸: مبلغ درآمدی در پروژه نوآفرینی مورد نظر.....	۳۱۹
جدول ۱۹: مبلغ هزینه پروژه نوآفرینی مورد نظر.....	۳۲۰
جدول ۲۰: جریانات نقدی پروژه نوآفرینی.....	۳۲۵
جدول ۲۱: ارزش بعد از سرمایه‌گذاری با توجه به نرخ‌های تنزیل	

متفاوت.....	۳۲۶
جدول ۲۲: اطلاعات خلاصه از ارزش بعد از سرمایه گذاری	۳۳۰
جدول ۲۳: آمار تحلیلی ارزش بعد از سرمایه گذاری	۳۳۱
جدول ۲۴: اطلاعات از رتبه تاثیرگذاری بر ارزش بعد از سرمایه گذاری	۳۳۲
جدول ۲۵: اطلاعات خلاصه از سرمایه گذاری مورد نیاز	۳۳۳
جدول ۲۶: آمار تحلیلی از سرمایه گذاری مورد نیاز	۳۳۴
جدول ۲۷: اطلاعات از رتبه تاثیرگذاری بر سرمایه گذاری مورد نیاز	۳۳۵
جدول ۲۸: تحلیل حساسیت از پروژه نوآفرینی مورد بررسی	۳۳۶
جدول ۲۹: شرکتهای دارای مجوز پردازش اطلاعات مالی شرکت های OMS	۳۶۳
جدول ۳۰: شرکتهای دارای مجوز OMS	۳۶۶
جدول ۳۱: فروشگاه های آنلاین محصولات مالی	۳۷۰
جدول ۳۲: پرتال های تحلیلی بورس	۳۷۴
جدول ۳۳: سامانه های معاملات الگوریتمی	۳۷۷
جدول ۳۴: ارزشهای شرکت های نوآفرینی در بازار سرمایه ایران	۴۳۰
جدول ۳۵: تحلیل نقاط قوت و ضعف براساس SWOT	۴۴۵