

هنر شروع کردن

برای هر شخص و هر کسب و کار

گای کاوازاکی

مقدمه و ترجمه:

محمد حسن گلستانه

سرشناسه: کاواساکی، گای، ۱۹۵۴ - م.

Kawasaki, Guy

عنوان و نام پدیدآور: هنر شروع کردن: برای هر شخص و هر کسب و کار/ گای کاوازاکی؛ مقدمه و ترجمه

محمدحسن گلستانه؛ ویراستار حسین یاغچی

مشخصات نشر: تهران: نگاه نوین، ۱۴۰۰.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۱۳-۷۸-۸

یادداشت: عنوان اصلی: The art of the start : the time-tested, battle-hardened guide for

anyone starting anything,

موضوع: شرکت‌های اقتصادی جدید

New business enterprises

کارآفرینی

Entrepreneurship

شناسه افزوده: گلستانه، محمدحسن، ۱۳۵۵-، مترجم

رشته بندی کنگره: HD۶۲/۵

رشته بندی یوبی: ۶۵۸/۱۱

شماره کتابشناسی ملی: ۸۵۶۲۹۱۲

هنر شروع کردن

برای هر شخص و هر کسب و کار

نویسنده: گای کاوازاکی

مقدمه و ترجمه: محمدحسن گلستانه

ویراستار: حسین یاغچی

انتشارات: نگاه نوین

مجموعه کتاب‌های باشگاه استارت آپ

تلفن: ۰۲۱-۹۱۰۱۷۱۴۷

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۱۳-۷۸-۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰

چاپ و صحافی: نینوا

قیمت: ۱۰۰ هزار تومان

۷	پیش‌گفتار مترجم
۱۳	اول، مرا بخوان
۱۷	تصور
۱۹	فصل یک: هنر شروع کردن
۴۱	فعال‌سازی
۴۳	فصل دو: هنر راه‌اندازی
۷۷	فصل سه: هنر رهبری
۹۵	فصل چهار: هنر خودراه‌اندازی
۱۰۹	فصل پنج: هنر تامین سرمایه
۱۴۳	فصل شش: هنر ارائه‌ی ایده
۱۷۵	گسترش‌دادن
۱۷۷	فصل هفت: هنر تشکیل تیم
۱۹۳	فصل هشت: هنر تبلیغ
۲۱۵	فصل نه: هنر اجتماعی‌شدن
۲۴۳	فصل ده: هنر باران‌سازی
۲۵۷	فصل یازده: هنر شراکت
۲۶۹	فصل دوازده: هنر تاب‌آوری
۲۸۷	تعهد
۲۸۹	فصل سیزده: هنر شرافتمندی
۲۹۳	حرف آخر
۲۹۷	کارآفرین‌ها چه می‌کنند؟
۳۰۵	بعد از حرف آخر

پیش‌گفتار مترجم

از سال ۱۳۷۷ که به‌طور جدی و حرفه‌ای وارد حوزه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات شدم و از سال ۱۳۸۲ که کسب‌وکار خودم را در همین حوزه با برند «آدفا» پایه‌گذاری کردم که تا امروز ادامه دارد، در هیچ زمانی تا پیش از خواندن کتاب «هنر شروع کردن» نوشته‌ی «گای کاوازاکی» ضرورت آموختن را چنین حیاتی و اثرگذار احساس نکرده بودم. ترجمه و آماده‌سازی این کتاب برای من یک کلاس درس تمام‌عبار بود که می‌شد از بای بسم‌الله تا تای تمت با نویسنده همراه شد و در هر مرحله پیچیدگی و هزار نکته‌ی باریک‌تر از مورا در فرآیند خلق یک استارت‌آپ و کسب‌وکار نوپا درک کرد و آن را به‌عنوان مرجعی بی‌چون‌وچرا برای کارآفرینی نسل جدید و آماده‌ی ورود به بازار کار شناخت. شاید اگر نسل‌های متولد دهه‌های ۱۳۵۰ و ۱۳۶۰ در شروع فعالیت‌شان چنین کتابی را می‌خواندند و به کار می‌بستند، بسیاری از مشکلاتی را که در حین راه‌اندازی و اداره‌ی یک کسب‌وکار از سر گذرانند، تجربه نمی‌کردند و امروز در حین تماشای پیش‌رفتن کسب‌وکاری که چنین با خون دل و اشک چشم سرپا ایستاده است (تازه اگر به آن مرحله رسیده باشد)، زخم‌هایی درونی را در خود احساس نمی‌کردند که در گذر سالیان شکل گرفته است و بخش عمده‌ای از آن ناشی از اطلاع‌نداشتن نسبت به موضوعات و مضامینی است که حتی اگر به‌صورت اجمالی در موردشان آگاهی به‌دست می‌آمد، جلوی خیلی از اشتباهات گرفته می‌شد و راه طی‌شده هموارتر به‌نظر می‌رسید.

با مرور کارنامه‌ی «گای کاوازاکی» در حوزه‌ی کسب‌وکار به این نتیجه

می‌رسیم که خلق شاهکاری همچون این کتاب با تجربیاتی که او از سر گذرانده است، سخت دارد و طبیعی‌ست که او در پایان چهار دهه فعالیت در خلق و اداره‌ی استارت‌آپ‌های مبنی بر تکنولوژی رده‌بالا، اثری را خلق کند که می‌تواند در طول سالیان آینده، منبعی قابل اتکا برای کارآفرینان استارت‌آپی به‌شمار رود و در مراحل مختلف پیشبرد کسب‌وکار نقشی همچون یک کتاب بالینی داشته باشد.

«کاوازاکی» را هم می‌توان در شمار نسل طلایی نیمه‌ی دوم دهه‌ی ۱۹۷۰ و نیمه‌ی اول دهه‌ی ۱۹۸۰ قلمداد کرد. نسلی که در آن چهره‌هایی همچون «استیو جابز»، «استیو ووزنیاک» و «بیل گیتس» در شمار سرآمدان آن هستند و «گای کاوازاکی» هم تجربیات دست‌اولی از همکاری با این نسل، به‌خصوص «جابز» برای خودش دست‌و‌پا کرده که امروز تبدیل به آموزه‌های بی‌ظیری برای کلاس‌های درس کارآفرینی و بین‌مدیریت و اجرا شده است. همین نسل بود که کامپیوتر را از ابعاد غول‌آسا و دولتی و فرازمانی خود خارج کرد و روی میزهای کار نشانند و از همین‌جا تحولاتی پدید آمد که تا به امروز ادامه دارد و از آن با عنوان عصر دیجیتال یا عصر انفجار اطلاعات و... یاد می‌شود.

«کاوازاکی» استاد خلق محصولاتی‌ست که اهمیتی فراتر از رفع نیاز برای مشتریان پیدا می‌کنند و تبدیل به علاقه و حتی تعصب آن‌ها می‌شوند. نمونه‌ی بارزش کامپیوترهای مکینتاش است که هرچند نقش بی‌بدیل «استیو جابز» را در خلق آن نمی‌توان نادیده گرفت، اما تبدیل آن به محصولی که نسل‌های پی‌درپی متعصبانه دوستش دارند و برای خریدارانش گروه و جمعیت تشکیل داده‌اند، با مدیریت فردی مثل «کاوازاکی» چنین شکوفا و بین نسلی شده است. او در کتابی به‌نام «راه مکینتاش» که سال ۱۹۹۰ آن را منتشر کرده، شیوه‌ی پیشبرد این بازاریابی شبیه جادو را برای این محصول توضیح داده است. در دنیای تجاری، محدود محصولاتی هستند که واجد چنین ویژگی شگفت‌انگیزی می‌شوند و آموختن از کسانی که بانی این خصوصیت بوده‌اند، می‌تواند دست‌یافتن به آن افسونی باشد که راز نهایی موفقیت یک کسب‌وکار را در خود پنهان دارد. به‌گمانم در میان کتاب‌هایی که از این نویسنده و کارآفرین منتشر شده است،