



البداية وتحديد الأهداف

بدايتك لإطلاق مشروع ناجحاً ومبتكراً

إذا كنت مبتكرًا، وتود إطلاق مشروعك الخاص، إذن فهذا الدليل بوسعه مساعدتك. يقدم دليل «كيف تطلق مشروعًا ناجحًا ومبتكرًا؟» إطارًا عمليًا لاستكشاف فكرتك، وابتكار نموذج عمل يتناسب مع تطلعاتك.

البداية :

يحتوي هذا القسم على:

- لمن هذا الدليل؟
- كيف يختلف هذا الدليل عن باقي أدلة الأعمال التجارية؟
- كيف يساعدك هذا الدليل؟
- ما المخرجات المتوقعة؟

تحديد الأهداف:

يحتوي هذا القسم على:

- نوع الشركة التي تود تأسيسها.
- روابط لمنظمات تفيدك في الانتقال إلى المراحل التالية.

لمن هذا الدليل؟

في كتيبات دليل «كيف تطلق مشروعًا ناجحًا ومبتكرًا؟»، ستجد معلومات ونصائح مصحوبة بسلسلة من التمارين والأنشطة التي قمنا بإعدادها لمساعدة المبتكرين على استكشاف وتطوير أفكارهم التجارية، وكذلك وصف «القصة» وراء أعمالهم. وبنهاية هذا الدليل، **سيمكنك الإجابة عن الأسئلة التالية:**

- ما ينبغي عليّ فعله لإنجاح مشروع عي؟
- ما الذي سيجذب اهتمام العملاء، وكيف يستفيدون من المشروع؟
- كيف أجنبي المال لضمان استدامة المشروع؟

لكي تتمكن من تنفيذ فكرة مشروعك، عليك تحمل المخاطر، وحل المشكلات، وتطبيق الأفكار على أرض الواقع. وكما يصفه نيكسون (٢٠٠٤)، العمل هو بالفعل «تحديد الفرص، وخلق أفكار جديدة، وتوافر الثقة والامكانيات اللازمة لتحويل تلك الأفكار إلى حقائق عملية».

قد يكون إطلاق الأعمال التجارية شاقًا جدًا، ولكن الالمام بلغة الأعمال وإجراءاتها سيساعدك ويمنحك ثقة أكبر لشرح ومناقشة أفكارك مع الشركاء والموردين والعملاء، وكذلك مع وكالات دعم الأعمال التجارية.

تتضمن الطرق التقليدية لتطوير الأعمال التجارية التعامل مع مديري البنوك، ووكالات دعم الأعمال التجارية، والأهل والأصدقاء. وقد يطالبوك جميعًا بتطوير خطة عمل، خاصة قبل الاستثمار في فكرتك

لماذا يبدو هذا الدليل مختلفاً؟

قد يكون تخطيط الأعمال منفراً بعض الشيء نظراً لجمود أدواته المستخدمة في تعريف المشروع ووصفه. لكننا في هذا الدليل تناولنا الأمر بشكل مختلف؛ فقد جمعنا به مجموعة متنوعة من أساليب تخطيط الأعمال التي تعتمد على مهاراتك الإبداعية بما يساعد في تصميم مشروعك. **وهو يقوم على أربعة عناصر رئيسية:**

١. كتيبات عملية

يوجد ثلاثة كتيبات عملية أخرى بالإضافة إلى هذا الكتيب التمهيدي هدفها مساعدتك على وصف مشروعك، واستكشاف مسار عمله، وتطوير نموذج عمل يتناسب مع تطلعاتك.

٢. أوراق العمل

يحتوي كل كتيب على أوراق عمل مرفق معها ملصقات تساعدك على استكشاف القضايا الرئيسية في مشروعك من خلال صياغة النماذج.

٣. دراسات الحالة

وهي دراسات حالة لرواد أعمال من صميم الواقع قد سبقوا واستخدموا أوراق العمل والتمارين هذه في رسم مشروعاتهم بنجاح.

٤. دليل المعلم

وهو دليل موجه للمعلمين الذين يستخدمون المادة كأداة تعليمية للطلاب والخريجين.

«ما أصعب شيء في بدء مشروعك الخاص

وإدارته؟... كل شيء.»
كاثرين هامنيت؛ مصممة أزياء.



لماذا يبدو هذا الدليل مختلفًا؟

الكتيبات العملية

فيما يلي نبذة عن محتوى الكتيبات التي نوصي باستخدامها بنفس ترتيب العرض؛ وعبرها سيقودك الدليل في مسار منطقي من مرحلة تحديد نطاق فكرة المشروع، حتى الاعتبارات العملية للتسويق والتمويل.

يساعدك الكتيب الثاني «نقطة الانطلاق: كيف

تبدأ مشروعك المبتكر» على تحديد القيم التي تود تجسيدها في مشروعك، وإعداد الرسالة الخاصة به. وبالتالي، تتبلور فكرتك للمشروع بما يمكنك من بحث إمكانية تحقيقها عمليًا، وتحديد العملاء المحتملين.

في الكتيب الثالث «حدد مسارك: ما تحتاجه

لإنجاح مشروعك»، ستتمكن من تحديد الأشخاص الذين تحتاج التواصل معهم وتوطيد العلاقات بهم. ستنظر إلى مختلف جوانب المشروع الخاص بك، وكيفية توافيقها معًا، إلى جانب مواضع الحاجة إلى العلاقات من أجل تفعيل هذه الجوانب.

أما الكتيب الرابع «كن مستعدًا طوال الرحلة: التواصل مع العملاء واستمرارية المشروع»، فيعرض لك طرق مختلفة للتحدث مع العملاء وتحقيق المبيعات، كما يريك كيفية إدارة التدفق النقدي لجلب الإيرادات.

«أدركت أن مشروعني ليس فقط لجلب المال، وإنما هو جزء مني،

فأنا لا أريد أن أكون أو أفعل شيء آخر... ببساطة لا أستطيع!»

كاري آن بلاك؛ تاجرة مجوهرات معاصرة.



أوراق العمل

صياغة النماذج هي تمثيل الأشياء بصريًا، وتصويرها واقعيًا من خلال رسم بياني، أو صورة، أو مجسم، أو تمثيل جِسابي. لذا، يصاحب كل كتيب أوراق العمل صُممت لمساعدتك على تطوير نماذج تبحث الجوانب المختلفة للمشروع، مما يؤدي إلى فهم وتوصيف وتوقع طرق إنجازه بصورة أفضل. وتساعدك أوراق العمل أيضًا على استكشاف الأنشطة التي تحول أفكارك إلى منتجات وخدمات يريدها الجميع، واستكشاف ما يمكنك تقديمه، والفئات المستهدفة، وكيفية جذبها لتدر الأموال على مشروعك.

ستتمكن من خلال تلك الأوراق استكشاف الجوانب التالية حول المشروع:

- لقيم الخاصة بك.
- صياغة الأدلة التي توضح مدى تأثير مشروعك على العالم في المستقبل.
- عملائك المستهدفين.
- صياغة المخطط التفصيلي الذي يضع تصورًا لمسار عمل المشروع.
- صياغة العلاقات التي ستحتاجها تحقيقها لتنفيذ المشروع.
- مزيج التسويق.
- مهام التسويق.



لماذا يبدو هذا الدليل مختلفاً؟

تساعدك كل ورقة عمل على وضع أسئلة هامة تتعلق بمشروعك، واستخدامها يعد بمثابة تمرين على كيفية بناء صورة مقنعة لنفسك وللآخرين من أجل مشروعك المستقبلي. ويمكنك استخدامها وحدك، أو مع الأصدقاء والشركاء؛ فهي مصممة بطريقة تسمح بنسخها وإعادة استخدامها وتغيير ما بها مع مرور الوقت. بالطبع يمكنك التدوين بها مباشرة، لكن الملصقات تحافظ عليها للاستخدام مرة أخرى.

«لقد جعلني التمرين أفكر في خطتي طويلة المدى، وفي الفكرة الأساسية للمشروع. ففي اللحظة التي سأشعر فيها بعدم الاستمتاع بما أقوم به، سأصبح أقل رغبة في تكريس أوقات طويلة للعمل.»

نادية يوسف؛ مصممة أزياء لملابس الزفاف والسهرة.

دراسات الحالة

تروي دراسات الحالة قصص رواد أعمال حقيقيين سبق لهم استخدام أوراق العمل والتمارين في هذا الدليل، لبناء مشروعات ناجحة بمجالات عدة، منها الأزياء، والمجوهرات، والتكنولوجيا، وتصميم المنتجات.

لابد وأن يمر كل من يريد تحويل فكرته إلى مشروع حقيقي ببعض المراحل، وهي:

مرحلة الخيال: كلنا مررنا بتلك اللحظات عند اكتشافنا شيء لا يعمل بالصورة التي يجب أن يكون عليها، أو عند التفكير في كيفية تطوير الحياة من حولنا. تلك اللحظات التي نقول فيها «لأن يكون عظيماً أن...»، أو «لدي فكرة من أجل...»، أو «أليس من الأفضل لو...». في مرحلة الخيال هذه، يكون لدينا فكرة نلناها تستحق البحث وربما التطوير فيما بعد.

مرحلة الرؤية: في هذه المرحلة، يكون لديك تصور أفضل لما تطمح لتحقيقه، وما سيقدمه مشروعك، ومن هم المنتفعون منه، وطريقة توصيل المنتج لهم. ولذا، قد تحتاج إلى مزيد من البحث حول طرق إنجاح الفكرة، بما في ذلك سوق العرض والطلب.

مرحلة التجسيد: وهي مرحلة اختبار الفكرة ومدى قدرتها على بناء عمل مستدام، تخطط فيها كيفية الوصول إلى العملاء وعلاقات الشراكة أو التعاون اللازمة لتحقيق هدفك، وكيف ستدفع ثمن كل ذلك، وإن كانت قيمة المنتج أو الخدمة ستوفر الربح الكاف لإنشاء عمل تجاري مستدام.

«في البداية كان المشروع مجرد فكرة، ثم تطورت فكرتي وثقتي تدريجياً، حتى صرت الآن أشعر بالقدرة على المضي في عملي بنجاح.»

آن ستاتفيلد؛ مصممة منتجات.



كيف يساعدك هذا

الدليل؟

مرحلة التشغيل: في هذه المرحلة سيكون تركيزك على الجانب التجاري وكيفية نقل المشروع إلى مستوى عملي، وستقوم باختبار الجوانب المختلفة للمشروع لضمان ربحيته ومن ثم قدرته على الاستدامة.

مرحلة التحديث: بعد فترة من تشغيل المشروع، ستصبح قادرًا على قياس أداء العمل. على سبيل المثال، يمكنك تحديد الخطوة التالية من خلال بحثك للقيمة التي تقدمها لعملائك والربح العائد من العمل. لكن التطور المستمر لأفكارك والبيئة حولك سيدفعك لتحديث أفكارك الأولية حول العملاء، والمشروع، والنماذج المالية.

تطوير فكرة مشروعك وتحسينها عملية متكررة. وعلى الرغم أن رؤيتك عادة ما تبقى ثابتة نسبيًا، فعليك من وقت لآخر التحقق من جدوى عمليات التجسيد والتشغيل ومواكبتها لتغيرات السوق وبيئة العمل.

ما المخرجات

المتوقعة من

الدليل

يهدف الدليل بكتيباته العملية الثلاثة التالية إلى دعمك أثناء مراحل الرؤية والتجسيد، وإعدادك لمرحلة التشغيل. ولكل كتيب مخرجاته العملية، كما هو موضح فيما يلي.

مخرجات الكتيب الثاني «نقطة الانطلاق»

تتعرف في هذا الكتيب على الأسس التي تساعدك على رسم أساسيات مشروعك الخاص، وتأتي المخرجات المتوقعة منه كالتالي:

- استخدام أهم الحقائق التجارية للتأكد من مدى صلاحية تحويل فكرتك لعمل تجاري.
- التعرف على طريقة تحديد ملكيتك الفكرية وحمايتها واستغلالها.

– تحديد القيم التي تعزز العمل الذي ما تقوم به. تلك القيم الممزوجة بطموحك وطاقاتك، هي التي تميز عملك عن غيره في الأسواق. وتحقيق التوازن بين العاطفة والموهبة والدافع الاقتصادي يعزز من فرص نجاح عملك واستدامته.

– كتابة بيان الرسالة التي تلخص تأثير مشروعك وأهميته.

– صياغة الأدلة الحالية والمستقبلية لوضع تصور مبدئي للمشروع، ومعنى النجاح بالنسبة لك.

– استخدام التحليل الرباعي (SWOT) في بحث الوضع الاستراتيجي لشركتك، وتحديد نقاط الضعف والمخاطر المحتملة لتجنبها، وكذلك نقاط القوة والفرص المحتملة لاستغلالها.

مخرجات الكتيب الثالث «حدد مسارك»

تبدأ في هذا الكتيب، بعد رسم ملامح فكرة المشروع وتحديد الأسس الخاصة بتطويرها، تحديد عملائك واستكشاف الجوانب المترابطة في مشروعك، وكذلك العلاقات المختلفة التي عليك تطويرها لمساعدتك في المضي قدمًا، وتوفير المنتج أو الخدمة الخاصة بك. **ومن أهم**

المخرجات:

– تحديد قاعدة عملائك، والتحقق من قدر الحاجة إلى المنتج أو الخدمة التي تسعى لتوفيرها، وبذلك تضمن وجود عدد كاف من العملاء مستعدين لدفع المبالغ المالية المطلوبة مقابل ما توفره.

– فهم العلاقة المتبادلة بين رؤية المشروع وتطلعات العملاء وجودة المنتج أو الخدمة المقدمة، ومدى أهميتها في تحقيق أنشطة المشروع.

ما المخرجات

المتوقعة بعد

العملية؟

– صياغة المخطط التفصيلي ودوره في تطوير خطة تشغيلية أكثر تفصيلاً، وتحديد الجوانب التي تحتاج خبرات وموارد خارجية تساعدك على توصيل المنتج أو الخدمة إلى العملاء.

– صياغة العلاقات والتي تقدم أربعة مناحي أساسية للنشاط التجاري؛ هي التكوين، والتحقق، والتوزيع، والاستهلاك. وستقوم بتحديد أنواع العلاقات المختلفة التي تحتاجها لتطوير المنتج أو الخدمة لعملائك.

مخرجات الكتيب الرابع «كن مستعداً طوال الرحلة»

أنت في حاجة إلى توصيل رسالتك إلى العملاء وتحقيق إيرادات مقبولة تجاريًا. لذا، يُعرفك هذا الكتيب بإجراءات التسويق والتمويل، **ومن أهم مخرجاته:**

– توفير المزيج التسويقي لإطار عمل يوضح العناصر السبعة الرئيسية للتسويق اللازمة للتواصل مع العملاء؛ وهي المنتج، والمكان، والسعر، والترويج، والجمهور، والعملية، والبيئة المحيطة.

– توفير المزيج التسويقي لإطار عمل يوضح العناصر الأساسية اللازمة عند التخطيط لأنشطة التواصل.

– الحصول على هيكل وصيغة يساعدان على وضع خطة تسويقية واستراتيجية للتواصل، وذلك لرفع تأثير المعلومات المقدمة على العملاء إلى أقصى حد.

– صياغة الخطة المالية، ودورها الفعال في تدبير الموارد المالية مما يتيح لك التحكم في الأنشطة التجارية الخاصة بمشروعك، وهو من أهم ما تحتاجه لتوقع المشاكل التي قد تحدث، وضمان عدم الخسارة المادية.

– استيعاب أهمية النقدي، وكيفية تدفق الأموال من المشروع وإليه، وبذلك تتحكم فعلياً في الشؤون المالية الخاصة بمشروعك لضمان صحته واستدامته بما يتماشى مع تطلعاتك.

من هنا تبدأ رحلتك بعد أن أصبحت تملك الأدوات الرئيسية لرسم مشروعك وتحديده ووصفه والتحكم به، وما عليك الآن سوى تفعيلها.

وتجد بنهاية القسم التالي لتحديد الأهداف قائمة بأسماء المنظمات التي قد تساعدك على بدء مشروعك الخاص.



**تحديد الأهداف
إلى أين تريد الوصول بمشروعك؟**
بمجرد إتمام رحلتك مع الكتيبات الثلاثة
والتمارين وأوراق العمل، ستصبح لديك الأسس
اللازمة لتحقيق فكرتك على أرض الواقع،
وذلك بتطوير الفكرة المشروع وتحويلها إلى
عمل تجاري مجزي.
ولا بد أن تكون قادرًا على وصف «قصة»
مشروعك، وشرح مسار عمله بوضوح.

عليك أن تكون قادرًا على الإجابة بثقة عن تلك الأسئلة

في بداية هذه الرحلة:

- ماذا ينبغي أن أفعل لإنجاح مشروعي؟
- ما الذي سيجذب اهتمام العملاء وكيف يستفيدون؟
- كيف أجنبي المال لضمان استدامة المشروع؟

لكن هذا كله مجرد البداية، وما اجتزته بالفعل سوى المرحلة الأولى فقط من رحلة بناء المشروع. وبتابعك العمليات المذكورة بدليل «كيف تطلق مشروعًا ناجحًا ومبتكرًا؟»، يجب أن تصبح قادرًا على المضي قدمًا من صاحب فكرة مجردة إلى صاحب فكرة مشروع تجاري حقيقي، إضافة إلى قدرتك على الإجابة عن أي أسئلة توجهها لك جهات الدعم.

لكن قد تصعب الإجابة عن بعض الأسئلة، ولذا عليك أن تسألها لنفسك أولاً قبل بدء مشروعك. وبالفعل عند قيامك بهذه العملية، ستكون أسئلتك أكثر من الأجوبة. ستحتاج تحدد ما إذا كنت قادرًا على الالتزام باستثمار وقتك وطاقتك وعاطفتك لنجاح مشروعك، وإن كان الوقت مناسبًا لبداية مشروعك، ولماذا تفضل الأعمال الحرة أو تأسيس شركتك المستقلة على عملك كموظف.

قد يكون أمامك طريق طويل من البحث والتطوير قبل أن تجد نفسك قادرًا على إطلاق مشروع خاص بك، لكن تذكر أنه هناك دعم لرواد الأعمال الجدد، وأكثره دعم مجاني. لذا، عليك تحديد الأكثر قيمة بالنسبة إليك، وتحقيق أعلى استفادة منه. وستجد في نهاية هذا الكتيب قائمة بأسماء وكالات الدعم، لكنها ليست شاملة وستتغير بمرور الوقت، لذلك ستكون متابعة التغييرات من خلال التواصل زملائك أمرًا مفيدًا لك.

إلى أين تريد الوصول

بمشروعك؟

تذكر أنه من المفيد أن تعود مرة أخرى إلى النماذج والتمارين التي قيمت باستخدامها من قبل. ويجب مراجعة خطط العمل والتسويق وتعديلها دوريًا وفقًا لمستوى الأداء، وذلك لضمان تحقيق أهداف قصيرة وطويلة المدى. وأثناء تطوير خطة المشروع، ستجدها تتحول وتتغير لامحالة، ولذلك يفضل مراجعة الأسس من حين لآخر حتى تضمن أنك تسير في الاتجاه الصحيح.

ما نوع الشركة التي

تود تأسيسها؟

من المهم تحديد نوع الشركة التي ستقيمها، وفيما يلي

ملخص بأهم أنواع الشركات:

التاجر الوحيد

إذا كنت التاجر الوحيد، ستعمل لحسابك بشكل مستقل ولك كل الأرباح. ومن السهل إقامة المشروع وإدارته، لكن ستقع عليك مسؤولية غير محدودة، وستكون مسئولاً بشكل شخصي عن أي ديون تتراكم أثناء إدارتك للعمل.

الشراكة

الشراكة تقوم عندما يشترك شخصان أو أكثر في تأسيس مشروع، وبذلك يستفيد العمل من مختلف مهارات الشركاء وخبراتهم. لكن عدم الاتفاق بينهم قد يسبب المشاكل. وفي هذا النوع من المشروعات، تكون المسؤولية غير محدودة يتقاسم فيها الشركاء التكاليف والأرباح وكذلك الديون.

الشراكة ذات المسؤولية المحدودة

الشراكة ذات المسؤولية المحدودة لها مرونة الشراكة مع فوائد المسؤولية المحدودة؛ حيث تقتصر المخاطر المالية الشخصية على قدر استثمارك في العمل، وأي ضمانات قدمتها للحصول على التمويل.

هذا النوع من الشركات يلتزم بواجبات قانونية؛ بما فيها صيانة السجلات العامة للشركة، مثل الشركات المحدودة.

الشركة ذات المسؤولية المحدودة

تعتبر الشركة ذات المسؤولية المحدودة كيان قانوني مستقل ومسجل. وتقتصر المخاطر المالية للمساهمين (الأعضاء والمالكين) على قيمة الأسهم التي يملكونها أو الضمانات التي يلتزمون بها.

ولهذا النوع من الشركات مهام قانونية تتجاوز تلك الخاصة بالتاجر الوحيد أو الشراكة. وينبغي للشركة حفظ تقاريرها وعوائدها السنوية بسجلات «دار الشركات» التابع للحكومة، مع إضافة كلمة «المحدودة» لاسمها.

المشروعات الاجتماعية

هذا النوع من المشروعات يقوم لأغراض اجتماعية. وعادة ما يتم إعادة استثمار الأرباح أو فائض الإنتاج في الشركة نفسها، أو في المجتمع بدلاً من توزيعها على المساهمين أو أصحاب العمل. ويمكن إقامة هذه الشركات كجمعيات خيرية يُخفف عليها العبء الضريبي، إلا أن ذلك يزيد القيود عليها.

المشروعات التعاونية

المشروعات التعاونية هي شركات يملكها ويديرها عمالها و/أو مستهلكيها؛ حيث يكون لكل عضو فيها رأي. يتشارك الأعضاء المالكين بالتساوي في إدارة المشروع، ويكزن استثمارهم في صورة أسهم لتوفير رأس المال. يكمن الفرق الرئيسي بين هذا النوع من الشركات والأنواع الأخرى في قيامه على المنفعة المتبادلة؛ حيث يتساوى الأعضاء في حق الإدارة والانتفاع من العمل.

شكر وتقدير

أعد هذا الدليل لجمهور المملكة المتحدة على وجه الخصوص، إلا أننا نعتقد أنه يناسب أيضاً المشروعات المبتكرة بجميع أنحاء العالم.

محتوى الدليل من تصميم فريق الإبداع الاقتصادي بمؤسسة نيستا (Nesta)؛ ليصاحب مجموعة البرامج الخاصة بالمؤسسة، وهي Insight Outو، Creative Pioneers' Academy، و Starter for ٧.

تمت مراجعة المحتوى وتحديثه وفقاً لآراء المتدربين والمشاركين؛ أما النماذج والتدريبات والأفكار، فهي مقتبسة من مصادر أخرى، وفيما يلي قائمة ببعضها:

– استندت التعريفات ونماذج العمل إلى أعمال ألكساندر أوستروالدر^(١).

– الرسم التوضيحي «العاطفة والموهبة والمحرك الاقتصادي» مأخوذ من الدوائر الثلاثة لمفهوم القنفذ من كتاب «من الجيد للأفضل» لجيم كولنز، الصادر عن دار نشر راندوم هاوس.

– محتوى ورقة العمل (القيم)، ومنهجها من إعداد وتقديم جوانا ودفور؛ مدربة ومستشارة تجارية.

– محتوى ورقة العمل (العملاء) من إعداد مكتب المؤسسة الثقافية.

– محتوى ورقة عمل (صياغة الأدلة) مأخوذ من النموذج الرباعي الخاص بمارشال مكلوهان^(٢)، والذي تتعدهبه شركة Live الخدمية للابتكار والتصميم^(٣).

– محتوى ورقة عمل (نمذجة العلاقات) مأخوذ من فكرة أعدها ديزاينربلوك^(٤).

– محتوى ورقة عمل (صياغة المخطط التفصيلي) مستوحى من بعض أفكار بيل وجيليان هويلز في كتابهما «على مدى الألف: تخطيط منتج اليوم لنجاح الغد»، الصادر عن دار نشر جون وايلي وأولاده.

– محتوى ورقة عمل (المزيج التسويقي ومهام التسويق) قدمته منظمة ذا فالبو إنوفيتورز المحدودة^(٥). – محتوى ورقة عمل (صياغة المالية) من إعداد أندي تشابمان، والذي صرح لمؤسسة نيستا باستخدامه.

قائمة المساهمين

تود مؤسسة نيستا التوجه بالشكر للأشخاص والمنظمات التالية لمساهماتهم بدعم محتوى هذا الدليل وإعداده.

– مكتب المؤسسة الثقافية، وخاصة فيونا بيلجريم^(٦).

– جيني روتر؛ مستشارة أعمال رقمية وإبداعية.

– جوان وودفورد؛ مدربة ومستشارة أعمال.

– كاثرين دوتشيري^(٧).

– كولن بيرنز^(٨).

– منظمة أون إت^(٩).

– منظمة بيرسي إيميت^(١٠).

– منظمة ذا فالبو إنوفيتورز المحدودة^(١١).

– شركة ذا بيج بكتشر^(١٢).

قائمة المنظمات ذات الصلة

– منظمة Business Gateway؛ وموقعها الإلكتروني: www.bgateway.com.

– منظمة Business Link؛ وموقعها الإلكتروني: www.businesslink.gov.uk.

– منظمة Coach in a Box؛ وموقعها الإلكتروني: www.coachinabox.co.uk.

– منظمة Cobweb Information for Business؛ وموقعها الإلكتروني: www.cobwebinfo.com.

– منظمة Intellectual Property Office؛ وموقعها الإلكتروني: www.ipo.gov.uk.

– منظمة Invest Northern Ireland؛ وموقعها الإلكتروني: www.investni.com.

– منظمة Own-it؛ وموقعها الإلكتروني: www.own-it.org.

– منظمة Welsh Assembly Government؛ وموقعها الإلكتروني: www.business-support-wales.gov.uk.

يمكنك الإطلاع على الدليل كاملاً عبر الرابط التالي:

www.nesta.org.uk/enterprise-toolkit

٦- www.culturalenterpriseoffice.org.uk

٧- مؤسسة جوري أسوسيتس؛ www.journeyassociates.com

٨- وكالة مارتاتش Martach.

٩- www.own-it.org

١٠- www.percyemmett.com

١١- www.big-picture.co.uk

١- <http://business-model.design.blogspot.com>

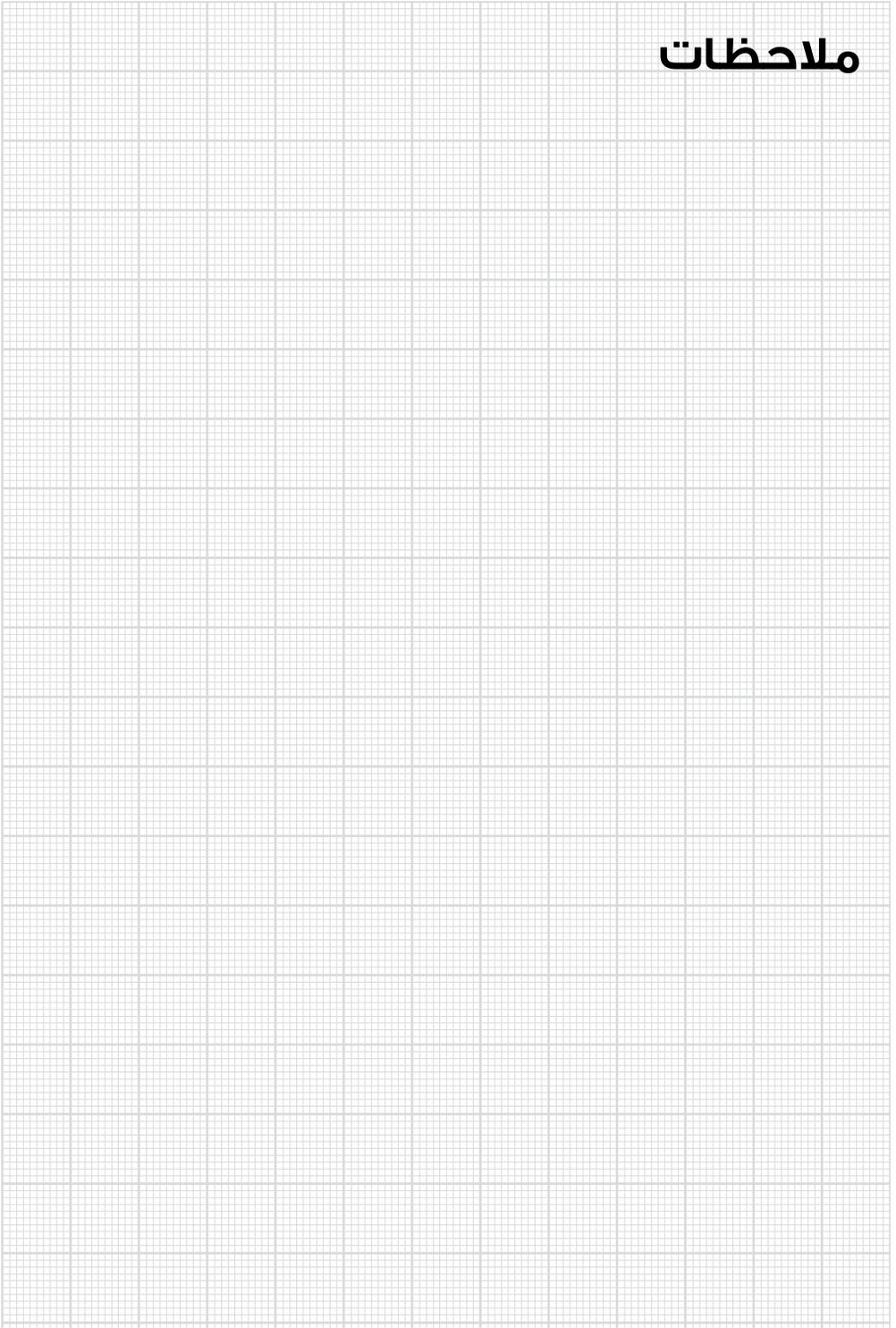
٢- www.marshallmcluhan.com

٣- www.livework.co.uk

٤- www.designersblock.org.uk

٥- www.tvi-ltd.com

ملاحظات





This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-commercial Share Alike (3.0 Unported). Uses are thus permitted without any further permission from the copyright owner. Permissions beyond the scope of this license are administered by NESTA.



Except where otherwise noted, this work is licensed under <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0>

