

فهرست
نشریه علمی تخصصی انجمن علمی کار آفرینی دانشگاه سمنان
آذر ماه ۹۸ - شماره ۵

فهرست

آنچه در این نسخه میخوانید

کسب و کارهای داخلی و خارجی
دره سیلیکون دانشگاه شریف
کسب و کارهای مشهور
آنچه پشت دیوار است
دره سیلیکون در ایران



بهاء : ۶،۰۰۰ تومان

فهرست

سخن سردبیر

۳

سر مقاله

۴

کار آفرینان در نزدیک شما

۵

کسب و کار های مشهور

۷

اوبر

ebay company

۱۰

آنچه پشت دیوار است

۱۲

پژوهش (مقالات دانشجویی)

بررسی پتانسیل های ایجاد دره سیلیکون

درايران

چکیده

مقدمه

متن مقاله

اکوسیستم دره سیلیکون

دره سیلیکون در ايران

ناحیه نوآوری شریف(دره سیلیکون دانشگاه

شریف)

نتیجه گیری

۱۸

منابع

مدیرمسئول نشریه: فاطمه رونق

سردبیر: پویا افشین

اعضای تحریریه: یاسمن مناف پور،مرجان جوری ،امیر بندرآبادی

کبری الادوقوی،پویا افشین،فاطمه رونق

صفحه آرایي : صادق محمدی ، محمد خالق زاده



سخن سردبیر:

منت خدای را عزوجل که طاعتش موجب قربت است و بشکر اندرش مزید نعمت. در این برهه‌ای از تاریخ که بیش از پیش پاشنه‌ی اراده‌ی طبیعت بر روی گلویمان احساس میشود، ما به جلو خواهیم رفت تا به آرزوی کهنه‌ی فرانسیس بیکن بر غلبه بر طبیعت دست پیدا کنیم. طبیعتی که امروزه با یک دگردیسی نوین، خود را با جامه‌ی پوشالی جنگ، فقر و قحطی و استعمار پنهان ساخته و ما برای صلح و آرامش با ابزار دانش خواهیم جنگید.

پویا افشین (مدیریت بازرگانی ۹۶)

سرمقاله:

با نام و یاد و شکر خداوند این نسخه از گاهنامه‌ی نشریه فرصت رو آغاز میکنیم. اول از همه به تمام ورودی‌های سال ۹۸ کار آفرینی تبریک عرض میکنم و هم به اونایی که چند سالیه که در این رشته‌ی جذاب و دوست‌داشتنی فعالیت میکنند خسته نباشید میگم برای همتون آرزوی موفقیت میکنم.

اصولا انجمن‌های علمی بدون فعالیت اعضا هیچ معنای خاصی نداشته و نخواهد داشت، این نشریه هم بخشی از فعالیت‌های انجمن علمی کار آفرینی محسوب میشه و معمولا از دانشجویها انتظار میره که حداقل برای بالا بردن سطح علمی خودشون هم که شده تو این انجمن‌ها فعال باشن... در کنارش هم کلی محاسن دیگه هست که تا وارد نشید نمیتونید درکش کنید... من تضمین میکنم اگه با برنامه باشید (چیزی که در آینده هم به دردتون خواهد خورد) لطمه‌ای به درستون وارد نخواهد شد که هیچ بلکه جز برترین‌های کنکور هم خواهید شد ...

اگر کسی به فعالیت در نشریه علاقمند شده میتونه به راه‌های ارتباطی که آخر این مطلب میذاریم پیام بده تا با هم بتونیم دست به دست هم قبلیت‌های بی نظیر و فوق‌العاده‌ی شما رو به تمام دنیا نشون بدیم.

اگر زبانتون خوبه، اگر وبگردی دوست دارید اگر صفحه آرایی بلدین یا دوست دارین یاد بگیرین، اگر تکنیک‌های مقاله‌نویسی بلدین یا میخواین یاد بگیرین، اگر مصاحبه کردن رو دوست دارید ما از شما استقبال میکنیم، بیاید به این باور برسیم که موندن یعنی مرداب شدن، یعنی فراموشی شدن ... برای موندگار شدن باید کاری کرد... این درسا رو سالانه چند هزار نفر پاس میکنن و فارغ‌التحصیل میشن و تمام! اون چیزی که شما رو متمایز میکنه سابقه‌ی درخشان شما خواهد بود.

و اما درباره‌ی این نشریه، این نشریه نتایج تلاش شبانه‌روزی بچه‌های کارآفرینی بوده که دست تنها تو این انجمن بودن. البته یه تشکر ویژه هم از دکتر مدرسی عزیز داریم که سرپناه بچه‌های کارآفرینی بودن راهنمایی‌ها لطف ایشون مارو به اینجا رسونده، داریم

این نشریه مطمئنا ایرادات و اشکالاتی داره که ما از شما میخوایم بهمون بگید، علاوه بر این اگر پیشنهاد هم دارید با ما با این ایدی و ایمیلی که پایین قرار میدم در ارتباط باشید. ایدی تلگرام:

@iampouyaafshinn

ایمیل:

@tarmaafshin@gmail.com

پویا افشین. (مدیریت بازرگانی ۹۶)

در این نسخه:

در این نسخه برآن شدیم تا شما با کسب و کارهای داخلی و خارجی بیشتر آشنا کنیم تا بدانیم کسب و کارهایی که اکنون بر قله‌ها ایستاده‌اند چگونه راه خودشان را پیدا کرده‌اند. به عبارت ساده تر برای قله شدن ابتدا باید قله‌ها را پیمود.

کارآفرینان در نزدیکی شما

فاطمه رونق (مدیریت کسب و کار۹۷)

در این نسخه از نشریه فرصت بر آن شدیم تا محدوده ی دانش اندوزی‌هایمان را فراتر از دانش دانشگاهی ببریم و بدین منظور به سراغ کار آفرین برتر استان سمنان، جناب آقای حافظی، مدیرعامل شرکت حامی پرداز کومش رفتیم تا از ایشان پرسیدیم تا نگاهی تازه تر به کسب و کارها داشته باشیم:

کسب و کارتون رو چجوری آغاز کردید و اصلا چگونه به فکر ایجاد چنین کسب و کاری افتادید؟

موبوقانون یک زیست بوم خدمات حقوقی قضایی دیجیتال است. ما با توجه به این نکته که کشور در استارتاپ های دیجیتالی در زمینه حقوقی

بسیار نوپاست، و ما با توجه به پتانسیل های حقوقی موجود در این شهر در صدد ثبت ایده موبوقانون برآمدیم. ما در موبوقانون به سمت ارائه محتوای حقوقی به صورت هوشمند میپردازیم. ما قوانین را به صورت بسیار ساده تر و گویا تر ارائه میدهیم به طوری که قوانین برای همگان قابل دسترسی باشد.

تحصیلات شما در چه زمینه ای بود؟

بنده لیسانس نرم افزار و کارشناسی ارشد کسب و کار گرایش فناوری دارم.

چطور به حوزه کارآفرینی وارد شدید؟ و آیا پیش از این تجربه

کسب و کار مستقل، بازاریابی یا فروش داشتید؟

علاقه مند شدن به حوزه کسب وکار برای ما منوط بر احساس نیازی بود که در با توجه به شرایط جامعه در ما احساس میشد و علاقه ذاتی ما به مدیریت و اداره کردن هم مزید بر علت بود و هم اینکه این امر در دستگاه های دولتی کمتر قابل اجراست ما به سمت کارآفرینی آمدیم. چراکه میتوانستیم ظرفیت های درونی خودمان را به نحو احسن شکوفا کنیم.

شما برای انتخاب افراد چه ویژگی ها و چه شاخص هایی مد نظرتان بود؟

در ابتدا روحیه کار تیمی و مسئولیت پذیری بالا اولویت بالاتری برای انتخاب دارد و پس از آن تخصص. به طوریکه بنده معتقدم که اگر فردی این دو ویژگی را داشته باشد، و تنها ۵۰ درصد تخصص داشته باشد، قطعا به سمت رشد و شکوفایی می رود.

-چرا وارد پارک علم و فناوری سمنان شدید؟

انگیزه ما از ورود به پارک علم وفناوری چند دلیل دارد. حوزه کاری ما در زمینه دانش بود و ما را در لبه دانش دانشگاهی قرار میداد و ارتباط ما با دانشگاه به ما کمک میکرد تا موانع دانشی را از سر راه برداریم. دلیل دوم این است که بودن در پارک علم و فناوری سمنان برند است، و این به ما کمک میکرد تا بتوانیم سریع تر رشد کنیم.

-شما به تازگی وارد مرکز نوآوری دانشگاه شریف شدید چه چیزی باعث شد که وارد مرکز نوآوری دانشگاه شریف شوید؟

انگیزه ما چیزی جز انتفاع نیست این واقعیتی است که باید آنرا بپذیریم و ما در آنجا به یک انتفاع بهتر میرسیدیم. مضاف بر آنکه ما در آنجا بر روی یک شتاب دهنده کار میکنیم که در زمینه منتور کردن محصولات فعالیت دارد که این موضوع کمک میکند که ما راه را اشتباه نرویم. علاوه بر این فضای آنجا بسیار به فضای کسب و کار نزدیک است و میتواند مفید باشد. چراکه تمام کسانی که در آنجا حضور دارند در حوزه خودشان بسیار افراد توانمندی هستند. شما زمانی که از یک برکه به دریا میرسید، بهتر میتوانید رشد کنید و به فعالیت بپردازید.

-نظر شما راجع به دره سیلیکون چیست و اگر بخواهیم آن را در ایران ایجاد کنیم به چه پتانسیل هایی نیاز داریم؟

دره سیلیکون اگر در حوزه اقتصاد دیجیتال باشد سختی هایی به همراه دارد. چراکه همانگونه که فضای تولید تغییر میکند، فضای کارآفرینی هم تغییر میکند. حالا بنده این نکته

را نیز اضافه میکنم که بازار فناوری بازار بسیار عجیبی است. چراکه بازاری غیر محدود و با سرمایه های میلیاردی دارد. ازین رو حداقل میتوانیم در منطقه خودمان یک دره خوب باشیم. اما مشکلات خاصی وجود دارد که مسئولین باید بر روی آن فکر کنند. اگر ما بخواهیم در حوزه اقتصاد دیجیتالی به صورت فرا مرزی عمل کنیم، وجود مشکلات سیاسی که به اقتصاد گره خورده، میتواند مانعی برای این امر باشد.

-آیا این پتانسیل در جوانان ایرانی وجود دارد یا خیر؟

من به شدت به جوانان ایرانی در همه حوزه ها اعتقاد دارم. مثلا در حوزه برنامه نویسی، برنامه نویسان ما به گونه ای فعالیت میکنند که مارا در لبه برنامه نویسی در سطح جهانی قرار میدهد. همچنین مدیران ما، مدیران جوان و به روزی هستند که به حوزه کاری خودشان آشنا هستند. و مجموع این مؤلفه ها باعث میشوند فضای مناسبی ایجاد شود. ما چیزی از کشورهای منطقه کم نداریم و میتوانیم به این مهم دست پیدا کنیم.

-فکر میکنید خودتان را کی بازنشسته کنید؟

بنده به بازنشستگی اعتقاد ندارم و فکر میکنم باید تا ۸۰ سالگی کار کنم. چراکه این فرصت محدودی است که در اختیار ما قرار گرفته است و ما باید ازان استفاده کنیم تا حداقل در زمینه خودمان تأثیر گذار باشیم.

-چه توصیه ای برای کسانی که در زمینه کارآفرینی نوپا هستند دارید؟

افرادی که در زمینه کارآفرینی فعالیت میکنند باید چند نکته را در ذهنشان به یاد داشته باشند.

به شدت واقع بین باشند، احساسی عمل نکنند، و به دنبال رسیدن سریع به نتیجه نباشند. آن ها باید بدانند که در حال سرمایه گذاری هستند. آن ها نه تنها بخشی از عمر خودشان، بلکه بخشی از عمر تیمی که با آن کار میکنند را نیز در این زمینه سرمایه گذاری میکنند. باز هم تاکید میکنم که توقع رسیدن به نتیجه در کوتاه مدت را از ذهنشان دور کنند. بسیار پیگیر و به اصطلاح دونده باشند و دانششان را باید همیشه به روز کنند. دانش به روز به آنها کمک میکند که همیشه رو به جلو و در مسیر درست حرکت کنند.

+ با تشکر از شما بابت وقتی که گذاشتید

کسب و کارهای مشهور

از Uber تا evrythng

اوبر

کبری الادوقوی (مدیریت کسب و کار ۹۶)



در روز سال نو میلادی بعد از اینکه کمپ و دوستانش برای استخدام یک راننده شخصی ۸۰۰ دلار هزینه کردند، کمپ تصمیم گرفت که روشی پیدا کند که هزینه حمل و نقل را کاهش دهد. به نظر کمپ تقسیم هزینه حمل و نقل بین مسافران باعث کاهش چشمگیر آن می‌شود و تفکر او به راه اندازی اوبر انجامید.

چند سال پیش، شرکتی به نام UberCab با هدف فراهم نمودن امکان کرایه کردن تاکسی از طریق تلفن همراه در سانفرانسیسکو راه اندازی شد و سر و صدای زیادی را در این منطقه برپا کرد.

از آن زمان تا کنون، این شرکت که حالا با نام اوبر شناخته می‌شود همچون نوعی ویروس در حال گسترش به اقصی نقاط دنیاست و هم اکنون در ۵۸ کشور دنیا فعالیت می‌کند و ارزشی بالغ بر ۵۰ میلیارد دلار دارد.

اما مسیر پیش روی مدیران این شرکت چندان هم ساده نبوده است و اوبر با رقبا و قانون‌گذاران آمریکا جنگید تا از یک شرکت تاکسی رانی به یک کمپانی لجستیکی تبدیل شود که برای محقق نمودن ایده به کار گیری خودروهای خودران می‌جنگد.

اوبر پرارزش ترین استارتاپ در آمریکا و سراسر جهان است، و از ارزش گذاری رقیب اصلی اش یعنی «دیدي چوکسینگ» تقریباً ۲۰ میلیارد دلار پیشی گرفته است.

این استارتاپ کرایه تاکسی چندین میلیارد دلار در سال های اخیر سرمایه جذب کرده، از جمله سرمایه ای ۳/۵ میلیارد دلاری از عربستان سعودی و ۲ میلیارد دلار به صورت وام. اوبر

در ماه می ۲۰۱۷ اعلام کرد که ۷۰۸ میلیون دلار در سه ماهه اول ۲۰۱۷ ضرر کرده بود، ضرری کمتر از ۹۹۱ میلیون دلار که در سه ماهه پیش از آن دچار شده بود. هیات مدیره شرکت Uber، دارا خسروشاهی، مدیرعامل ۴۸ ساله شرکت مسافرتی "اکسپیدیا" در آمریکا را به مدیرعاملی این شرکت انتخاب کرد.

به گفته برخی منابع آگاه، خسروشاهی با توجه به موفقیت‌های اخیر خود در شرکت اکسپیدیا، بهترین گزینه ای است که می‌تواند به شرکت اوبر در این شرایط مالی سخت کمک کند.

خسروشاهی جایگزین تراویس کالانیک، یکی از دو بنیان‌گذار اوبر، می‌شود که پس از گذراندن چند ماه جنجالی در این شرکت نهایتاً در ماه ژوئن از مدیرعاملی این آژانس موبایلی بین‌المللی استعفا کرد.

مدیرعامل جدید ایرانی اوبر که سابقه ۱۲ سال مدیریت در شرکت اکسپیدیا را دارد، با کنار زدن گزینه‌های معروفی مانند «جف ایملت» رئیس هیات مدیره جنرال الکتریک به این مقام دست یافت.

گفتنی است شرکت اوبر به عنوان بزرگترین سامانه موبایلی درخواست خودرو در جهان، در شهر سانفرانسیسکو آمریکا مستقر است و در بیش از ۶۰ کشور جهان فعالیت دارد. علاوه بر این، اوبر در زمینه حمل و نقل کالا نیز دارای فعالیت است.

دارا خسروشاهی متولد ۱۳۴۸ در تهران دارای مدرک مهندسی الکترونیک از دانشگاه براون در رودآیلند آمریکاست. او در سال ۲۰۱۵ با درآمد سالیانه بیش از ۹۴ میلیون دلار در صدر فهرست مدیران پردرآمد آمریکا قرار گرفت.

شرکت مسافرتی اکسپدیا تحت مدیریت خسروشاهی توانست از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ درآمد سالانه خود را با دو برابر افزایش به ۸/۸ میلیارد دلار برساند.

اوبر؛ شرکتی مبتنی بر تلفن همراه

رانندگان شرکت اوبر گواهی‌نامه یا مدارک خاصی از این شرکت ندارند؛ آنها فقط از خودرو خود و با حمایت شرکت اوبر برای ارائه خدمات مسافربری با کرایه‌ای ارزان‌تر استفاده می‌کنند. تمام سازوکار این شرکت براساس اینترنت و با تلفن همراه هوشمند، از طریق اپلیکیشن اوبر قابل‌اجراست. این یعنی لزومی ندارد کرایه‌ی راننده را نقدا پرداخت کنید یا حتی انعام بدهید.

فرایند کار با اوبر

استفاده از اوبر نسبت به تاکسی‌های عادی بسیار بیشتر است، چون:

با نصب اپلیکیشن اوبر روی تلفن هوشمند خود و ایجاد حساب کاربری می‌توانید به سادگی از آن استفاده کنید. تمام فرایند پرداخت هم از طریق کارت‌های اعتباری انجام می‌شود. لازم نیست با خود پول نقد جابه‌جا کنید. برای سفارش سرویس لازم نیست حتما از طریق اپلیکیشن عمل کنید؛ شناسایی موقعیت مکانی و سفارش مسیر با GPS از راه وب سایت یا پیامک هم مقدور است. اوبر به شما اطلاع می‌دهد که برای رسیدن سرویس، چقدر باید در انتظار باشید. این مدت زمان در مراکز اصلی شهرها، معمولا ۳ تا ۱۰ دقیقه است. اوبر بعد از رسیدن سرویس به شما اطلاع رسانی می‌کند و مشخصات خودرو و صاحب آن را به همراه تصویر برایتان ارسال می‌کند. پس از سوارشدن، می‌

توانید کرایه را به‌طور اختیاری با کاربر دیگری که هم‌مسیر شماست، به صورت اشتراکی بپردازید. لازم نیست پول نقدی به راننده پرداخت کنید؛ همه چیز از طریق کارت‌های بانکی پیش می‌رود. بعد از رسیدن به مقصد می‌توانید به مواردی چون ادب راننده و همچنین ایمنی و تمیزی خودرو امتیاز بدهید. این امتیازبندی از اتاه است. آنچه شرکت اوبر در نظر دارد، ارائه‌ی خدمات به مشتری و تأمین آسایش اوست. البته توجه به واکنش مشتریان و پیگیری موارد مرتبط با آن هم در دستور کار شرکت است.

چگونگی بازاریابی استارت‌آپ اوبر

تقسیم‌بندی بازار، مقدمه‌ای بر بازار هدف

تقسیم‌بندی بازار فرایندی است که شرکت اوبر برای شناخت مشتریان، تفکیک آنها و در نهایت قیمت‌گذاری انجام می‌دهد، به این معنا که با مطالعه بازارهای مختلف بر اساس ویژگی‌های جغرافیایی و جمعیت‌شناختی، می‌تواند آنها را به گروه‌هایی همگن تقسیم کرده و در نهایت ارائه خدمات و قیمت‌گذاری خود را مطابق با اطلاعات به دست آمده، تنظیم کند. بنابراین می‌توان گفت جغرافیا و جمعیت دو عنصر مهم برای اوبر در شناخت بازار و تقسیم‌بندی همگن آن است.

خدمات VIP برای مشتریان وفادار

شناخت مشتریان وفادار و ارائه خدمات ویژه به آنان، از جمله نکات مثبتی است که در روند بازاریابی استارت‌آپ اوبر به چشم می‌خورد. این شرکت به‌خوبی به

این نکته واقف است که بازگشت یک مشتری حتی اگر به دفعات نیز صورت بگیرد، به معنای وفاداری همیشگی او نخواهد بود، چه بسا که با ارائه خدماتی که از شرکت‌های مشابه دریافت می‌کند، اپلیکیشن جدیدتری را روی گوشی خود نصب کند! به همین دلیل یکی از استراتژی‌های اساسی شرکت اوبر، شناسایی مشتریان وفادار و قرار دادن آنها در لیست VIP اوبر است که شامل خدمات ویژه‌ای خواهد بود.

هیجان‌انگیز سفر کنید

از جمله نکات قابل‌توجهی که در فرایند بازاریابی استارت‌آپ اوبر به چشم می‌خورد، هیجان‌انگیز بودن آن است، به این معنا که این شرکت دریافته است که فرستادن سرویس‌های موردنیاز مشتریان در کوتاه‌ترین زمان ممکن به آنها، یک ویژگی عمده و مناسب در زمینه خدمات تاکسیرانی است، اما ارائه برنامه‌های هیجان‌انگیز نیز می‌تواند یک زنگ تفریح هم برای رانندگان و هم برای مشتریان باشد، بر این اساس یکی از نکات مهمی که در فرایند بازاریابی این شرکت دیده می‌شود، برنامه ریزی‌های هیجان‌انگیز است. مثلا تخصیص سرویس‌های مخصوص بچه‌گربه‌ها و یا امکان سفرکردن با برخی اتومبیل‌های معروف جهانی برای مشتریان، از جمله خدمات هیجان‌انگیزی هستند که در سیستم حمل‌ونقل این کمپانی دیده می‌شوند.

تنوع در خدمات

جدای از فعالیت بازاریابی استارت‌آپ اوبر که در فضای دیجیتال اتفاق می‌افتد و بسیاری از سایت‌ها، برنامه‌های



مشارکت مشتری در امتیازدهی با اوبر به مقصد برسید!

سیستم امتیازدهی به رانندگان که برای مشتریان امکان‌پذیر است، از جمله نکات قابل‌توجهی است که در ارتباط با برند اوبر وجود دارد. ارائه چنین ویژگی‌هایی در دو جهت می‌تواند باعث ارتقای نام تجاری اوبر باشد: هم باعث بالاتر رفتن اعتماد مشتریان می‌شود و هم تمرکز بیشتر رانندگان را جهت یک رانندگی ایمن به دنبال دارد. بنابراین می‌توان گفت گنجاندن این ویژگی در سیستم‌عامل اوبر، یک برگ برنده در روند بازاریابی این کمپانی به شمار می‌رود که به این شرکت مثبت‌تر خواهد کرد. از طرفی امتیازدادن به رانندگان، یک سری ویژگی‌ها و یا محدودیت‌ها را نیز برای رانندگان فراهم کرده و از این نظر هر راننده‌ای، ناظر بر شیوه رانندگی خود بوده و سعی می‌کند که همیشه بیشترین امتیاز را چه از نظر نحوه رانندگی و چه از نظر تعامل با مسافران به دست آورد که این امر نیز در نهایت رضایت بیشتر مشتریان را به همراه خواهد داشت.

مشارکت مشتری در امتیازدهی

برنامه‌ریزی‌های بازاریابی استارت‌آپ اوبر در فضای دیجیتال برای شرکتی مانند اوبر که خود ماهیتی آنلاین دارد، امری بدیهی است و این شرکت در کنار تبلیغات گسترده خود در زمینه ارائه محصولات، قیمت‌گذاری و ... روند بازاریابی خود را در فضای دیجیتال ادامه داده و با راه اندازی کمپین‌های مختلف در این زمینه نیز فعالیت دارد. از جمله کمپین‌های موفق این شرکت کمپینی موسوم به «رسیدن با اوبر» است که با استفاده از رانندگان و مسافران واقعی شکل گرفته و شامل عکس‌ها و مصاحبه‌هایی است که این افراد در ارتباط با اوبر بیان می‌کنند. در میان گذاشتن تجربه مشتری که رانندگان و مسافران در تاکسی‌های اوبر دارند، مهم‌ترین خصیصه این کمپین است و باعث جلب اعتماد بیشتر مخاطبان به این برند می‌شود، چراکه این افراد از تجربه زیسته خود در استفاده از اوبر می‌گویند.

سیستم امتیازدهی به رانندگان که برای مشتریان امکان‌پذیر است، از جمله نکات قابل‌توجهی است که در ارتباط با برند اوبر وجود دارد. ارائه چنین ویژگی‌هایی در دو جهت می‌تواند باعث ارتقای نام تجاری اوبر باشد: هم باعث بالاتر رفتن اعتماد مشتریان می‌شود و هم تمرکز بیشتر رانندگان را جهت یک رانندگی ایمن به دنبال دارد. بنابراین می‌توان گفت گنجاندن این ویژگی در سیستم‌عامل اوبر، یک برگ برنده در روند بازاریابی این کمپانی به شمار می‌رود که به این شرکت مثبت‌تر خواهد کرد. از طرفی امتیازدادن به رانندگان، یک سری ویژگی‌ها و یا محدودیت‌ها را نیز برای رانندگان فراهم کرده و از این نظر هر راننده‌ای، ناظر بر شیوه رانندگی خود بوده و سعی می‌کند که همیشه بیشترین امتیاز را چه از نظر نحوه رانندگی و چه از نظر تعامل با مسافران به دست آورد که این امر نیز در نهایت رضایت بیشتر مشتریان را به همراه خواهد داشت.



eBay company

یاسمین مناف پور (مدیریت کسب و کار ۹۶)

ای بی یا ئی بی (eBay) یک شرکت تجارت الکترونیک چند ملیتی آمریکایی می باشد، که اولین سایت مزایده آنلاین است و در حال حاضر بزرگترین شرکت در جهان در زمینه مزایده های آنلاین می باشد. در ۳ سپتامبر سال ۱۹۹۵ میلادی، ای بی توسط پیر امیدیار در شهر سن خوزه (San Jose)، ایلات کالیفرنیا (ایلات متحده امریکا) تاسیس شد. ای بی یکی از بزرگترین بازارهای آنلاین در جهان است که طبق آمار در آغاز سال ۲۰۱۸ میلادی بیش از ۱۷۱ میلیون کاربر فعال داشت و همچنین در سال ۲۰۱۷ میلادی درآمد سالیانه ۹۷ میلیارد دلار را به خود اختصاص داده بود. بازار آنلاین مانند ای بی خود معمولاً اجناسی یا محصولی را ارائه نمی دهد، بلکه مکانی را جهت خرید و فروش بدون واسطه فراهم می کنند که البته هر بازار آنلاین می توانند روش خرید و فروش خاص خود و همچنین قانون مختص خود را داشته باشد، در بازار آنلاین ای بی این روش به صورت برگزاری مزایده (حراجی) که محبوب ترین روش فروش از دیرباز در تاریخ بشریت می باشد صورت می گیرد.

ای بی امروزه در سراسر جهان فرآیند خرید و فروش از طریق خرید مستقیم (بدون واسطه) را تسهیل و سرعت بخشید.

بیوگرافی پیر امیدیار:

در کودکی نام او پرویز بود که پس از مهاجرت به آمریکا به پی تغییرش داد. علاقه اش به رایانه در دبیرستان سنت اندروی مریلند و در کلاس نهم شروع شد. اولین برنامه رایانه‌پیش را در ۱۴ سالگی و در کتاب خانه همین مدرسه نوشت. سر کلاس‌های مدرسه حاضر نمی‌شد و برای کار با رایانه به آزمایشگاه می‌رفت بارها هم به دلیل غیبت جریمه شد. مدیر مدرسه که علاقه پیر به رایانه و برنامه‌نویسی را دید به جای مقابله با آن تصمیم گرفت در این مسیر هدایتش کند. او از پیر خواست برای کتاب خانه مدرسه برنامه ای بنویسد که خودش کارت‌های راهنمای کتاب را چاپ کند در عوض بابت کارش ساعتی ۶ دلار هم دستمزد بگیرد هرچند مبلغ زیادی نمی‌شد ولی همین انگیزه ای شد برای تلاش هدفمند در این زمینه. امیدیار پس از دیپلم تحصیلات دانشگاهی را در تافتس (tufts) ماساچوست گذراند و در رشته علوم کامپیوتر لیسانس گرفت.

چگونه ای بی تاسیس شد:

در سال ۱۹۹۵ میلادی، پیر امیدیار در سن ۲۸ سالگی شروع به نوشتن برنامه ی کامپیوتی کرد، که ایجاد یک فضائی (سایت) آنلاین به صورت بازار آنلاین برای

مزایده اجناس کلکسیونی بی واسطه باشد. او یک نمونه اولیه ساده در وب سایت شخصی خود ایجاد کرد و در تاریخ دوشنبه ۳ سپتامبر ۱۹۹۵ میلادی، یک سرویس آنلاین به نام آکشن وب (Auction Web) را راه اندازی نمود، که در نهایت تبدیل به سایت مزاید ای بی شد.

اولین فروش سایت ای بی:

در سال ۱۹۹۵ میلادی، پیر امیدیار برای آزمایش ایده خود (حراجی آنلاین ای بی) یک اشاره گیر لیزری (Laser pointer) شکسته، که قصد دور انداختن آن را داشت، برای فروش به صورت مزایده در سایت خود گذاشت و سپس شخصی برای خرید این کالا متقاضی شد. پیر امیدیار از اینکه چه کسی حاضر می باشد تا برای خرید یک دستگاه شکسته پول بپردازد بسیار متعجب شده بود. او بوسیله ایمیل با این خریدار ارتباط بر قرار نمود تا اطمینان نماید که خریدار متوجه شکسته بودن کالا می باشد! ولی خریدار جواب داد، که او یک کلکسیونر اشاره‌گر لیزری شکسته است. در نهایت این کالا به قیمت ۱۴/۸۳ دلار فروخته شد، که به عنوان اولین فروش سایت ای بی در جهان مشهور است. این شرکت در سال ۲۰۱۶ میلادی ۸/۹۷۹ میلیارد دلار در آمد سالیانه داشت، که این در آمد به ۹/۵۶۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ میلادی افزایش یافت.

روند خرید و فروش در ای بی چگونه می باشد

فروشنندگان می توانند اجناس و محصولات خود با برگزاری مزایده در ای بی به فروش رسانند که مدت زمان مزایده ها در ای بی به

صورت ۳، ۵، ۷ و ۱۰ روزه می باشد، که در طول این مدت افراد برای خرید این کالا می توانند در مزایده های ای بی شرکت نمایند و شرکت کنندگان (خریداران) برای خرید پیشنهاد های خود ارائه می دهند و خریداران تا پایان زمان مزایده جهت خرید کالا با هم به رقابت می پردازند. در اتمام زمان مزایده خریداری که بالاترین (بیشترین) قیمت را برای خرید ارائه داده، برنده مزایده خواهد شد و کالا مد نظر به او فروخته می شود.

از جمله تعدادی از اجناسی که شما نمی توانید در ای بی بفروشید به شرح زیر می باشند: _فروش لیست های احتمالی همچون قرعه کشی _فروش سلاح گرم و سلاح های دیگر _مواد توهین آمیز (مواد منفجره و نقض نژادی / نژادی)

موفقیت‌های تجاری و بازرگانی:

در پایان سال ۱۹۹۸، eBay بیش از ۲/۱ میلیون عضو و درآمد سالانه ای معادل ۷۵۰ میلیون دلار داشت.

در سال ۲۰۰۵، eBay بخش جدیدی برای خریدوفروش ماشین و دستگاه‌های صنعتی به سایت خود اضافه کرد. در حال حاضر بسیاری از شرکت‌های بزرگ دنیا برای قیمت‌گذاری کالاها و خدمات خود از سایت eBay استفاده می‌کنند.

در سال ۲۰۱۶ درآمد خالص سالانه این سایت در بازار جهانی بیش از ۸/۵ میلیارد دلار بود.

جالب‌ترین اقلام به فروش رفته در eBay:

تابستان سال ۲۰۰۰، قدیمی‌ترین شلوار مارک Levi's به مبلغ ۴۶ هزار دلار فروخته شد که در

تاریخچه مد و فشن یک رکورد محسوب می‌شد.

پاییز سال ۲۰۰۱ یک هواپیمای جت به مبلغ ۴/۹ میلیون دلار خریدوفروش شد که بیشترین مبلغ مبادله در تاریخ eBay محسوب می‌شد.

در سال ۲۰۱۳، نام پیر امیدیار در لیست ۴۲ فرد ثروتمند آمریکا دیده می‌شد. او همچنین پنجمین میلیاردر فرانسه و ثروتمندترین ایرانی حال حاضر دنیا است. مجله فوربز اعلام کرده است که خالص ثروت پیر امیدیار تا ماه مه ۲۰۱۷، بالغ بر ۸/۷ میلیارد دلار است.

آنچه پیش رویار است

امیر بندرآبادی (مدیریت کسب و کار ۹۷)

دیوار یکی از استارت‌آپ‌های موفق ایرانی است که از وقتی شروع به فعالیت کرده تا به حال بدون هیچ رقیب جدی، باقی‌مانده است در واقع فاصله رقبا تا رسیدن به دیوار، بسیار زیاد است. می‌خواهیم ماجرای سایت دیوار را از ابتدا تا به حال دنبال کنیم و ببینیم داستان از کجا شروع شد.

آقای حسام آرمندهی به عنوان اصلی‌ترین بنیان گذار استارت‌آپ دیوار معرفی می‌شود. او در سال ۱۳۸۸ از دانشگاه شریف در رشته کامپیوتر در مقطع کارشناسی، فارغ التحصیل شد. پس از این او به کشور سوئد رفت تا در رشته مورد علاقه خود یعنی کار آفرینی و کسب و کار مشغول تحصیل شود. وقتی برای تعطیلات سال نو میلادی به ایران بازگشت به پروژه‌های که دوستانش در دانشگاه شریف در آن فعالیت می‌کردند، علاقه‌مند شد. این پروژه فارسی تل نام داشت و هدف آن این بود که اپ‌های اندروید را برای فارسی‌زبانان در کشور ایران، بومی سازی کند.

این پروژه از نظر آقای آرمندهی بسیار ارزشمند بود و چنین شد که به جای بازگشت به کشور سوئد در ایران ماند و در فارسی تل به فعالیت پرداخت. او و دوستانش روی فارسی تل کار کردند و

برای همکاری به شرکت ایرانسل و سونی، پیشنهاد همکاری دادند، به‌رحال جریان به آن شکلی که اعضای فارسی تل فکر می‌کردند پیش نرفت و پروژه منحل شد. این تازه شروع کار بود به جای اینکه گروه آرمندهی و دوستانش کار را به کلی رها کنند به فکر ایده جدیدی افتادند. این اولین جرعه‌های بوجود آمدن کافه بازار بود. بله! بنیان گذاران سایت دیوار در سابقه کاری خود، کافه بازار را دارند. درست بود که فارسی تل به جایی نرسیده بود ولی کافه بازار به هدف خود رسید و از یک شرکت کوچک که با همکاری چند دوست، تشکیل شده بود حالا به شرکتی بزرگ تبدیل شده که میلیون‌ها نفر از خدمات آن استفاده می‌کنند.

همان طور که می‌دانید کافه بازار اپلیکیشنی است که مانند گوگل پلی عمل می‌کند یعنی می‌توانید کافه بازار را نصب کرده و از اپ‌هایی که ارائه می‌دهد، استفاده کنید. نکته مهمی که درباره اپ‌های کافه بازار وجود دارد این است که کافه بازار تمام اپ‌های بومی سازی شده و فارسی زبان را ارائه می‌دهد.

وقتی از آقای آرمندهی درباره چگونگی بوجود آمدن دیوار سؤال شد، او از تجربه خود در

کشور سوئد صحبت کرد. درباره سایتی که در این کشور وجود داشت و کاربران می‌توانستند آگهی‌های خود را در آن درج کنند و برای مثال وسایلی که نیاز ندارند را بفروشند یا به دنبال این وسایل در این سایت بگردند. آقای آرمندهی خود نیز تجربه‌ای از کار با این سایت داشته و همیشه به فکر ایجاد یک سایت مشابه در ایران بود. نهایتاً در تابستان سال ۱۳۹۱ بود که اپ دیوار به عنوان یک اپلیکیشن اندرویدی در کافه بازار قرار گرفت و به دلیل آسان بودن آپلود تصاویر و درج آگهی، در بین کاربران به محبوبیت رسید.

در حال حاضر به صورت روزانه ۶۰ هزار آگهی بر روی دیوار قرار می‌گیرد این تعداد از کاربران حدود ۱ هزارم کل کاربران ایرانی را شامل می‌شود که برای آمار استفاده از یک اپ ایرانی، بسیار مناسب و قابل توجه است.

تحلیل سایت دیوار

یکی از دلایل مهمی که باعث موفقیت دیوار شده است، الگویی می‌باشد که دیوار با رویکرد به آن توانسته بین کاربران محبوب باشد. این دلیل، امکان درج آگهی به صورت رایگان است. چه در روش‌های سنتی و نسخه‌های

چاپی و چه در انواع نیازمندی‌ها آنلاین، برای اینکه بتوانید آگهی خود را درج کنید باید مبلغی به سایت یا شرکت بپردازید و بر حسب هزینه‌ای که پرداخت می‌کنید، آگهی شما در اندازه‌ای بزرگ تر درج می‌شود و یا تا مدت طولانی‌تری در صدر آگهی‌ها باقی می‌ماند. در حالی که برای درج آگهی و آپلود تصاویر در دیوار نیاز نیست که مبلغی پرداخت کنید یا حتی در سایت دیوار عضو شوید. این الگو در پیشبرد سایت دیوار، به عنوان آگهی نیازمندی‌ها، مانند الگوهای در آمریکای شمالی و اروپا است. یعنی زمانی که این اپلیکیشن‌ها در کشورهای پیشرفته داشتند رشد می‌کردند، دیوار در ایران بوجود آمد و تا به امروز از محبوبیت آن کاسته نشده است.

دلیل بعدی که باعث موفقیت دیوار شده، رابط کاربری بالای آن است. اگر با اپ یا سایت دیوار کار کرده باشید می‌دانید که انجام جستجوهای پیشرفته در این اپ بسیار آسان است و برای هر فردی با هر دانشی از کار با اینترنت این امکان را فراهم می‌کند که با دیوار ارتباط برقرار کرده و نیازهای خود را برطرف کند. همچنین کارهای دیگری از جمله درج آگهی و آپلود تصاویر مورد نظر در دیوار بسیار آسان است و همه افراد می‌توانند بدون نیاز به کمک، این کار را انجام دهند.

دلیل سوم که برای موفقیت دیوار می‌توانیم نام ببریم، Mobile's user friendly بودن آن است. به عبارتی اپ دیوار بر روی گوشی‌های همراه به خوبی کار می‌کند و حتی سایت دیوار به عنوان یک سایت ریسپانسیو به شکل قابل قبولی روی تمام دستگاه‌ها از جمله موبایل، تبلت و ... نمایش داده می‌شود. پس مجموعه سایت و اپلیکیشن دیوار سرمایه‌گذاری زیادی روی کاربران موبایل

داشته‌اند. از طرفی می‌دانیم که ۷۰ درصد کاربران اینترنت از گوشی‌های همراه استفاده می‌کنند و این چنین است که این سرمایه‌گذاری دیوار، باعث موفقیت بیشتر او شده است. یک نکته مهم دیگر وجود دارد که در این میان نباید فراموش کنیم اینکه اپ دیوار یک اپ تعاملی است به این معنی که کاربران هم می‌توانند اطلاعات آن را بخوانند و هم می‌توانند اطلاعات جدید روی آن درج کنند. این نکته مهم هم از خصوصیات دیوار است که بالطبع کاربران زیادی را به خود جذب می‌کند.

درآمد سایت دیوار از کجاست؟

گفتیم که برای درج آگهی در دیوار نیاز نیست که در آن ثبت نام کنید همچنین به صورت رایگان می‌توانید آگهی خود را درج نمایید. پس درآمد سایت دیوار از کجاست؟ دیوار از راه‌های **نردبان** ، **فوری** ، **تمدید** ، **درج سایت** کسب در آمد می‌کند که در پایین آن‌ها را توضیح می‌دهیم

نردبان

وقتی آگهی خود را در دیوار درج کردید آگهی شما همراه با یک تاریخ ایجاد، درج می‌شود و بر اساس تاریخ، آگهی‌ها مرتب شده و به کاربران نمایش داده می‌شوند، پس افرادی که بعد از شما آگهی درج می‌کنند، بالاتر از آگهی شما قرار می‌گیرند. برای اینکه بتوانید آگهی خود را صرف نظر از تاریخ ایجاد، در صدر لیست آگهی‌ها نمایش دهید باید از امکان نردبان استفاده کنید. برای استفاده از نردبان باید مبلغی به دیوار پرداخت کنید تا آگهی شما بالاتر از بقیه نمایش داده شود. ممکن است یک راه حل برای این مورد پیدا کرده باشید که بدون

پرداخت هزینه، در صدر قرار بگیرید برای مثال آگهی را حذف کرده و دوباره ایجاد کنید. باید بگوییم این راه حل عملی نیست زیرا هر آگهی که در دیوار درج می‌کنید در سرورهای دیوار قرار می‌گیرد اگر آن را حذف کنید، آگهی همچنان در سرور می‌ماند و اگر دوباره بخواهید آگهی پاک شده را درج کنید، دیوار مانع خواهد شد و از این کار جلوگیری می‌کند پس تنها راه حل استفاده از نردبان است.

فوری

برای اینکه آگهی شما دارای برچسب فوری باشد می‌توانید مبلغی به دیوار پرداخت کنید. این امکان تنها یک برچسب فوری به رنگ قرمز به آگهی شما اضافه می‌کند و به مدت ۳ روز آگهی شما، در جایگاه ویژه قرار می‌گیرد تا توسط کاربران بیشتری دیده شود.

تمدید

هر آگهی که در دیوار درج می‌کنید به مدت یک ماه در آن باقی می‌ماند و پس از آن حذف می‌شود برای اینکه آگهی شما بعد از یک ماه پاک نشود می‌توانید مبلغی به دیوار پرداخت کرده و آگهی خود را تمدید نمایید. توجه داشته باشید که تمدید شدن آگهی شما در سایت دیوار باعث می‌شود که آگهی بعد از مدتی در گوگل ایندکس شده و در لیست نتایج جستجوی کاربران گوگل نیز نمایش داده شود.

درج سایت

به صورت پیش‌فرض سایت دیوار اجازه نمی‌دهد که لینکی به عنوان وب سایت خود در آگهی درج کنید برای اینکه این امکان برای شما فعال شود می‌توانید

مبلغی به دیوار پرداخت نموده و لینک وب سایت خود را در زیر آگهی قرار دهید. به این ترتیب با یک تیر دو نشان می‌زنید هم آگهی شما در دیوار توسط کاربران دیده می‌شود و هم احتمال بالا رفتن ترافیک وب سایت شما بوجود می‌آید.

نمونه خارجی سایت دیوار

نمونه‌های خارجی سایت دیوار بسیار زیادند ولی اگر بخواهیم به اولین سایت‌های شبیه دیوار بپردازیم قطعاً چند نام پر رنگ تر از بقیه خواهند بود. برای مثال سایت eBay یکی از اولین و موفق‌ترین سایت‌هایی است که در ابتدا برای خرید و فروش وسایل دست دوم، ایجاد شد. سایت‌های دیگری هم وجود داشتند که در ابتدا همین مسیر را دنبال می‌کردند ولی تغییر رویه دادند، برای مثال سایت آمازون در ابتدا کتاب‌های دست دوم را خرید و فروش می‌کرد ولی حالا این وب سایت بسیار گسترده شده و هر نوع کالایی را می‌توانید در آن پیدا کنید که دست دوم نیستند.

نمونه سایت خارجی که به دیوار شباهت زیادی دارد سایت Craigslist است که در سال ۱۹۹۵ بوجود آمد. این سایت شبیه‌ترین نمونه خارجی به دیوار است زیرا فعالیت اصلی آن، درج آگهی نیازمندی‌ها توسط کاربران است.

چند نمونه سایت خارجی دیگر که شبیه به دیوار هستند:

let go -
OfferUp -
sell.com -
poshmark -
و ...



مشکل سایت دیوار چیست؟

بر اساس نظرات کاربران مشکل خاصی با سایت دیوار بوجود نیامده است که در این مطلب به آن بپردازیم. تنها مشکلی که درباره سایت دیوار و سایت‌های مشابه آن وجود دارد این است که کاربران باید به هشدارهای امنیتی موجود در سایت توجه کنند و به هیچ وجه برای هیچ کالا یا خدماتی بدون حصول اطمینان، بیعانه پرداخت نکنند. بهر حال اگر برای کاربران مشکلاتی بوجود بیاید می‌توانند از طریق پلیس فتا شکایات خود را پیگیری کنند.

در آخر

سایت دیوار در حال حاضر بسیار محبوب است و هر روز کاربران بیشتری اپ دیوار را دانلود کرده و از آن استفاده می‌کنند. نمونه اپ های ایرانی که مشابه دیوار هستند، از نظر کیفیت همچنان به پای دیوار نمی‌رسند و یا علی‌رغم خصوصیت بهتر، به اندازه دیوار محبوب نیستند. توصیه ما به شما این است هنگام استفاده از دیوار یا اپ‌های مشابه دیگر حتماً به نکات امنیتی دقت کنید

پژوهش (مقالات دانشجویی)

بسمه تعالی

بررسی پتانسیل های ایجاد دره سیلیکون در ایران Studying potential of creation silicone valley

نویسندگان: فاطمه رونق، دانشجوی کارشناسی مدیریت کسب و کارهای کوچک دانشگاه سمنان.

چکیده: دره سیلیکون، تا نیمه دهه ۱۹۵۰ دره سانتاکلارا در ناحیه جنوبی خلیج سانفرانسیسکو در کالیفرنیا شمالی، مرکز توسعه فناوری های نوآورانه است که دانشگاه استنفورد و استادان فارغ التحصیلان آن در این امر نقش ویژه ای داشته اند. در اواخر دهه ۱۹۳۰ فردریک ترمین، استاد و رییس دانشکده مهندسی دانشگاه استنفورد، استادان و فارغ التحصیلان استنفورد را به راه اندازی شرکت هایی در زمینه توسعه فناوری های پیشرفته کردند. اولین شرکتی که در دره سیلیکون تاسیس شد شرکت اچ پی بود که دو تن از فارغ التحصیلان مهندسی برق در استنفورد به نام های ویلیوم هیولیت و دیوید پاکارد در سال ۱۹۳۹ این شرکت را تاسیس کردند. واقع شده است.

در کشورمان جوانان زیادی داریم که می توانند در همین مرز و بوم به نوآوری و کارآفرینی بپردازند. وجود دره سیلیکون علاوه بر تاثیرات اقتصادی تاثیرات فوق العاده بالای معنوی و اجتماعی در جامعه می گذارد و از مهم ترین تاثیرات آن جلوگیری از پدیده فرار مغزها است. طبیعتاً وقتی جوانان ما ببینند که میتوانند در کشور خودشان کارآفرینی کنند و استعدادات خود را بروز دهند کمتر به فکر رفتن از ایران برای رسیدن به رویاها و اهداف خود می افتند. پس باید ببینیم که چگونه میتوانیم دره سیلیکون را در کشور خودمان

بوجود بیاوریم؟ تشویق کرد و مورد حمایت قرار داد. در ایران در جهت تاسیس چنین منطقه ای تلاش هایی شده است از جمله مهم ترین این تلاش ها تاسیس ناحیه نوآوری شریف (دره سیلیکون ایران) بوده است.

طبق سایت دانشگاه شریف این ناحیه با نام ناحیه نوآوری شریف، بین خیابان آزادی و سه بزرگراه شیخ فضل الله نوری، یادگار امام و جناح قرار گرفته و حدود ۲۵۰ هکتار وسعت دارد. تا کنون بیش از ۴۵۰ شرکت این منطقه را به عنوان محل استقرار خود انتخاب کرده اند. پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف به عنوان یک پارک دانشگاهی در نظر دارد تا با ایجاد تعامل دوطرفه و سازنده با بدنه علمی دانشگاه و بخش خصوصی توانمند، به بروز استعدادها و شایستگی های دانشجویان کمک کند و به یک الگوی ملی در زمینه توسعه پایدار و ارزش آفرینی در سطح جامعه تبدیل شود.

حال میخواهیم به بررسی پتانسیل های این ناحیه بپردازیم

بررسی پتانسیل های ایجاد دره سیلیکون در ایران

Studying potential of creation silicone valley

نویسندگان: فاطمه رونق، دانشجوی
کارشناسی مدیریت کسب وکارهای کوچک دانشگاه سمنان.

مقدمه

در این مقاله سعی من بر این بوده است که پتانسیل کشورمان ایران برای ایجاد یک دره سیلیکون بررسی شود. این مسئله از آن جهت مهم است که در کشور ما پدیده فرار مغزها زیاد است. یکی از دلایل این اتفاق این است که جوانان مستعد و نخبه در کشورمان پس از فارغ التحصیلی مکانی برای بروز استعداد های خود پیدا نمی کنند. و ناچار برای بروز خلاقیت ها و استعداد های خود به ممالک غربی سفر می کنند تا در آنجا مکانی برای بروز استعداد های خود و کارآفرینی پیدا کنند. حال سوال اینجاست چرا ما مکانی مانند آنجا ایجاد نکنیم تا جوانانمان به جای سفر به آنجا در همین جا کارآفرینی کنند... یکی از مهم ترین این اماکن دره سیلیکون می باشد. دره سیلیکون که در جنوب سانفرانسیسکو، جنب دانشگاه استنفورد ایجاد شده است مرکز کارآفرینی

متن مقاله

برای بررسی پتانسیل ها و ظرفیت های ایران برای ایجاد یک دره سیلیکون لازم است که ابتدا با مفهوم دره سیلیکون و تاریخچه ایجاد آن در امریکا آشنا شد. دره سیلیکون، تا نیمه دهه ۱۹۵۰ دره سانتا کلارا در ناحیه جنوبی خلیج سانفرانسیسکو در کالیفرنیا ی شمالی بیشتر با باغ های شمالی پوشیده بود. جایی که اکنون پایگاه شرکت های معتبر در زمینه های مختلف فناوری های پیشرفته است و در واقع دره سانتا کلارا را به دره سیلیکون تبدیل کرده است. اصطلاح دره سیلیکون از آنجا ناشی میشود که این ناحیه به مرکز نوآوری و تولید تراشه های سیلیکونی تبدیل شد. ولی بعدها دره سیلیکون مصداقی از نوآوری و کارآفرینی شد و پایگاه هزاران شرکت بزرگ ونوپا.

جهان است و بهترین اکوسیستم کارآفرینی در جهان را دارد. و جوانان زیادی را از اقصاد نقاط جهان از جمله ایران جذب کرده است. بزرگترین شرکت های جهان از جمله اپل، گوگل و... در آنجا شروع به کار کردند. مهم ترین عامل این جذب استعداد ها حضور این مکان در کنار دانشگاه استنفورد و جذب استعدادهای جوان فارغ التحصیل از این دانشگاه به درون این دره است. حال می خواهیم ببینیم ظرفیت کشورمان برای ایجاد همچنین مکانی که میتواند به این شدت جذب سرمایه مادی و معنوی داشته باشد چقدر است؟ مهم ترین انگیزه من برای نوشتن این مقاله به عنوان یک دانشجوی مدیریت دیدن پتانسیل های بالا جوانان و دانشجویان برای نوآوری است و عدم وجود مکانی برای بروز این استعدادهای بوده است.

تاریخچه دره سیلیکون، دره سیلیکون مرکز توسعه فناوری های نوآورانه است که دانشگاه استنفورد و استادان فارغ التحصیلان آن در این امر نقش ویژه ای داشته اند. در اواخر دهه ۱۹۳۰ فردریک ترمن. استاد و رییس دانشکده مهندسی دانشگاه استنفورد، استادان و فارغ التحصیلان استنفورد را به راه اندازی شرکت هایی در زمینه توسعه فناوری های پیشرفته تشویق کرد و مورد حمایت قرار داد. اولین شرکتی که در دره سیلیکون تاسیس شد شرکت اچ پی بود که دوتن از فارغ التحصیلان مهندسی برق در استنفورد به نام های ویلیوم هیولیت و دیوید پاکارد در سال ۱۹۳۹ این شرکت را تاسیس کردند.

سرمایه اولیه شرکت بیش از چند صد دلار نبود که ترمن در اختیار آنان قرار داد. شرکت درگاراژ خانه پدری دیوید پاکارد در پالواتو در نزدیکی دانشگاه استنفورد شروع به کار کرد.

این گاراژ در حال حاضر نماد دره سیلیکون می باشد.

اکوسیستم دره سیلیکون

اکوسیستم دره سیلیکون از ایده پردازی در دانشگاه ها و مراکز پژوهشی و یا تلاش استعداد های درخشان در گوشه و کنار شروع میشود و با سرمایه گذاری هسته اولیه و ایجاد شرکت نوپا به تولید فناوری یا محصول اولیه ای می انجامد که اگر محصول مناسبی باشد و جهت گیری مناسبی نسبت به بازار داشته باشد مورد توجه سرمایه گذاران خطرپذیر قرار میگیرد تا با سرمایه گذاری مناسب و توسعه محصول به توسعه بازار ورشد شرکت بینجامد. بالاخره شرکت های موفق یا جذب شرکت های بزرگ می شوند و یا خود به اندازه کافی رشد می کنند و به عنوان شرکت سهامی عام وارد بورس خواهند شد.

از مهم ترین دلایل موفقیت دره سیلیکون وجود روحیه اعتماد بین همه افراد، وجود سرمایه گذاران خطرپذیر، وجود روحیه تیمی بین افراد، سیستم حقوقی و قضایی مناسب، مالکیت معنوی....

شرکت های تاسیس شده در دره سیلیکون:
اپل ، اچ پی ، ادوبی سیستمز ، انویدیا ، الکترونیک ، آرتس ، اوراکل ، ای ام دی ، ای بی ، اینتل ، اینتویت ، آلفابت ، تسلا موتورز ، زایلینکس ، ژونیپر ، نتورکس ، سیسکو سیستمز ، سیمنتک ، فیسبوک ، نت اپ ، نت فلیکس ، وسترن دیجیتال ، ویزا کارت
دره سیلیکون در ایران

همه این هارا گفتیم تا ببینیم ما کجای خطیم و ما چقدر می توانیم اکوسیستمی شبیه به اکوسیستم دره سیلیکون ایجاد کنیم؟

ما در کشورمان جوانان زیادی داریم که می توانند در همین مرز و بوم به نوآوری و کارآفرینی بپردازند. وجود دره سیلیکون علاوه بر تاثیرات اقتصادی تاثیرات فوق العاده بالای معنوی و اجتماعی در جامعه می گذارد و از مهم ترین تاثیرات آن جلوگیری از پدیده فرار مغزها است. طبیعتا وقتی جوانان ما ببینند که میتوانند در کشور خودشان کارآفرینی کنند و استعدادات خود را بروز دهند کمتر به فکر رفتن از ایران برای رسیدن به رویاها و اهداف خود می افتند. پس باید ببینیم که چگونه میتوانیم دره سیلیکون را در کشور خودمان بوجود بیاوریم؟

اکنون معدودی از کشورهای عرب بهره مند از ثروت

نفت در پی آن هستند که سیلیکون های مشابهی در کشورهای خود تاسیس کنند. برای مثال در شهرهای بیروت، قاهره، دبي و ریاض در سال های اخیر تلاش های مختلفی در این زمینه صورت گرفته که گزارش منابع خبری حاکی از آن است که هر چند کشورهای عربی از نظر میزان استفاده از اینترنت در مقایسه با کشورهای پیشرفته اروپایی و آمریکایی در جایگاه پایین تري قرار دارند، اما در میان کشورهای منطقه خاورمیانه روند رشد سریعی را در این زمینه تجربه می کنند.

کارشناسان معتقدند که افزایش میزان استفاده کاربران کشورهای عربی از گوشی های هوشمند و فعال شدن تجارت الکترونیک در این کشورها تاثیر قابل توجهی بر افزایش ضریب نفوذ اینترنت در این کشورها داشته است.

مهم ترین اتفاق در صنعت تکنولوژی و اینترنت جهان عرب در سال ۲۰۰۹ اتفاق افتاد. در این زمان شرکت اینترنتی Yahoo، پورتال اینترنتی اردن به نام «مکتوب» را به قیمت ۱۷۵ میلیون دلار خرید. کارشناسان پیش بینی کردند اردن با این اقدام در تلاش است تا به یک قطب فناوری اطلاعات در منطقه خاورمیانه تبدیل شود و کشورهای عربی را نیز در این زمینه با خود همراه سازد

واما جایگاه ایران در این نوآوری کجاست؟!

ناحیه نوآوری شریف(دره سیلیکون دانشگاه شریف)

طبق سایت دانشگاه شریف این ناحیه با نام ناحیه ی نوآوری شریف، بین خیابان آزادی و سه بزرگراه شیخ فضل الله نوری، یادگار امام و جناح قرار گرفته و حدود ۲۵۰ هکتار وسعت دارد. تا کنون بیش از ۴۵۰ شرکت این منطقه را به عنوان محل استقرار خود انتخاب کرده اند. پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف به عنوان یک پارک دانشگاهی در نظر دارد تا با ایجاد تعامل دوطرفه و سازنده با بدنه ی علمی دانشگاه و بخش خصوصی توانمند، به بروز استعدادهای و شایستگی های دانشگاهیان کمک کند و به یک الگوی ملی در زمینه ی توسعه ی پایدار و ارزش آفرینی در سطح جامعه تبدیل شود. دانشگاه شریف با این طرح سعی در ایجاد دره سیلیکون در ایران دارد. همچنین مشخص است که دانشگاه شریف نیت و قصد و رسالت دره سیلیکون را به خوبی دریافت کرده است. زیرا گزارشات حاکی از آن است که دانشگاه شریف با دانشگاه هایی از جمله دانشگاه بجنورد برای ایجاد استارت اپ میکند و ترویج کارآفرینی همکاری های زیادی کرده است.

همچنین بسیاری از شرکت ها به راه اندازی شعبه در ناحیه نواوری شریف پرداخته اند که یکی از انها شرکت حامیان پردازکومش است که به گفته مدیرعامل این شرکت با بوجود آوردن شعبه در این ناحیه با استقبال زیادی مواجه شد و از ظرفیت ها و پتانسیل های زیاد این منطقه به خصوص جوانان دانشجو دانشگاه شریف بهره مند شدند. به گزارش فرادید به نقل از الجزیره، ایران نزدیک به ۷۸ میلیون نفر جمعیت دارد که ۳۲ میلیون نفر آن را جوانان ۲۰ تا ۳۲ ساله تشکیل می‌دهد. بنا به گزارش وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران، ضریب نفوذ اینترنت در این کشور تا ماه مارس سال ۲۰۱۷ به ۶۵ درصد خواهد رسید.

تلفن همراه نخستین روش دسترسی کاربران ایرانی به اینترنت است. جوانان ایرانی در سه سال گذشته و به لطف وجود اینترنت ۴G توانسته‌اند شرکت‌های نوپایی را تاسیس کنند و به شکل خیره کننده‌ای هم موفق عمل کنند.

پس از امضای توافق هسته‌ای میان ایران و غرب، ایرانی‌ها حالا چشم به لغو تحریم‌ها بسته‌اند. میزان سرمایه گذاری‌های داخلی و خارجی نیز در این کشور به تدریج در حال افزایش است. علاوه بر آن، نوآوری موجود در اکوسیستم بین شرکت‌های نوپا، مراکز رشد یا انکوباتورها و همچنین سرمایه گذاری‌های خطرپذیر (کارآفرینی) نیز آماده تامین مالی ایده‌های جدید است.

کاربران ایرانی در حال حاضر از داشتن خدمات کاربران اینترنتی سایر کشورها مانند اوبر (Uber)، پیپال و آمازون محروم‌اند؛ در عوض، اپلیکیشن های دیگر مانند اسنپ و Tap۳۰ همان خدمات اوبر در اروپا را به ایرانی‌ها ارائه می‌دهند؛ زرین‌پال، نسخه ایرانی پیپال؛ دیجی کالا، نسخه محلی آمازون و غیره.

برخی از جوانان ایرانی به "سیلیکون ولی"، قطب تکنولوژی آمریکا در کالیفرنیا رفته و پس از کسب تجارب کافی به خانه بازمی‌گردند. از این رو، یک "پارک علم و فناوری" گشایش یافته است که در ورودی آن نوشته شده: «سیلیکون ولی ایران»>

هم اکنون ۴ شتابدهنده و ۵ کارآفرین خطر پذیر در ناحیه نواوری شریف وجود دارند که برای توسعه این ناحیه باید میزان شتابدهنده ها و کارآفرینان خطر پذیر بیشتر شود که نیازمند زمان و تبلیغات و اطلاع رسانی بیشتر راجب این ناحیه است.

اما به گفته مدیرعامل شرکت حامیان پرداز کومش، آقای حافظی، که یکی از شعب شرکت خود را در ناحیه نواوری شریف تاسیس کرده است

، ناحیه نواوری شریف به شدت در زمینه منتورینگ و منتور کردن محصولات قوی عمل کرده و فضای همکاری و تعاملی قوی در انجا وجود دارد به طوری که ایشان می گویند روز اول که به مجموعه پیوستند تمامی استارتاپ ها در انجا وجود داشتند و یک جلسه تعاملی باهم تشکیل دادند و ازهمان روز اول فضا تعاملی بوده است و همه در حرفه خودشان متخصص هستند. همچنین ایشان بیان داشتند که فضا بشدت تعاملی و کسب و کاری بوده است. ایشان اظهار داشتند که ما می توانیم دره سیلیکون خوبی در منطقه باشیم اگر مسائل سیاسی که به مسائل اقتصادی گره خورده است را حل کنیم و این مهم فقط بوسیله دولت حل میشود ولی ما نیروی انسانی خوبی داریم اما این دولت است که باید راه را برای استارتاپ ها تسهیل کند.

نتیجه گیری:

برای رسیدن به یک دره سیلیکون در ایران باید دولت تجدید نظری در قوانین بکند و مسیر را برای استارتاپ ها تسهیل بکند. همچنین نیاز است که زمان بگذرد و ناحیه نواوری شریف بزرگتر و پخته تر شود همان گونه که دره سیلیکون از روز اول به این نبوغ نرسید... با گذشت زمان باید فضای تعاملی ناحیه نواوری شریف بیشتر شود و سعی کند که دانشجویان مستعد برای کارآفرینی را از همه دانشگاه های کشور جذب کند و فقط به دانشجویان خود دانشگاه شریف اکتفا نکند. باید سعی شود که از شتاب دهنده ها و سرمایه گذاران خطر پذیر بیشتری استفاده شود. همچنین مسئله خیلی مهم که من از صحبت با چندین کارآفرین دریافت کردم عدم وجود قوانین و سیاست های حمایت کننده قوی از استارتاپ ها در ایران است. چیزی که در امریکا به شدت قوی وجود دارد و مسئولین دولتی ما نیز باید به فکر راه اندازی یک سیستم حقوقی و قضایی قوی باشند تا کارآفرینان با خیالی راحت و مطمئن پا به این عرصه بگذارند....

به امید روزی که شاهد دره سیلیکون در ایران باشیم.

منابع:

techpark.sharif.ir سایت دانشگاه شریف

faradeed.ir سایت

کتاب شناخت دره سیلیکون از یحیی تابش، محمد مروتی، محمد

اکبرپور از انتشارات علمی دانشگاه صنعت شریف

مصاحبه با آقای حافظی، مدیر عامل شرکت حامیان پرداز کومش

میلتون فرید من

اگر دولت را مسئول صحرای آفریقا کنید ظرف ۵ سال کمبود
در شن بروز خواهد کرد

