



شوق کار آفرینی

ماهنامه الکترونیکی علمی و ترویجی دفتر توسعه کار آفرینی دانشگاه‌ها/ شماره هشتم/ تیر ماه ۱۳۹۲
صاحب امتیاز: دفتر توسعه کار آفرینی دانشگاه‌ها - سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران
مدیر مسئول: علیرضا اللهیاری
سردبیر: ناهید مهریزی
همکاران: فرحناز کی کلادوز، آمنه برنگی
طراح لوگو و صفحه آرایی: محمد نعیم آبادی و عباسعلی امانی (روابط عمومی)

نشانی: بزرگراه آزادگان - مسیر شمال به جنوب - احمدآباد مستوفی - بعد از میدان پارسا - انتهای خیابان انقلاب - خیابان شهید احسانی راد - سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران
صندوق پستی: ۳۳۵۳۵۱۱۱
تلفکس: ۰۲۱-۵۶۲۷۶۳۳۴
رایانامه: shogheka@irost.org
وبگاه: http://karad.irost.org

فهرست مطالب

- ۲..... فرارسیدن ماه رمضان مبارک
- ۳..... کار آفرینی و تفکر جانبی
- ۴..... مرکز کار آفرینی دانشگاه صنعتی شریف
- ۶..... معرفی شرکت‌های دانش بنیان: شرکت سیماریان
- ۸..... فراخوان جشنواره خوارزمی
- گوگل ونچر، نمونه شاخص سرمایه گذاری خطرپذیر روی
- ۹..... ایده‌های نو
- ۱۳..... معرفی کتاب

یاد

واوست آن خدایی که بعد از نومیدیشان باران می فرستد

و رحمت خود را به همه جا منتشر می کند

واوست کار ساز شهودنی

(سوره شوری - آیه: ۲۸)



فرا رسیدن
ماه رمضان ماه تلاشی برای
بندگی مبارک باه

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ



کارآفرینی و تفکر جانبی

بسیاری از پژوهشگران می‌گویند همان‌طوری که انقلاب صنعتی به عنوان فعالیت اقتصادی مسلط، جایگزین اقتصاد کشاورزی شد، خلاقیت هم جایگزین عصر اطلاعات گردیده است. استفاده ماهرانه از اطلاعات باعث ایجاد سرمایه فکری و در نهایت تولید محصولات و خدماتی می‌شود که دارای ارزش‌های جدیدی هستند و شکل اقتصاد و جامعه را تغییر می‌دهند. در این فرآیند شرکت‌ها و جوامع برای توسعه ساختارها و روش‌های جدید انجام کارها به چالش کشیده می‌شوند.

یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی که افراد برای خلاقیت و به عنوان یک کارآفرین نیاز دارند، توانایی تفکر بیرون از چهارچوب‌هاست. هر فرد باید این شیوه تفکر را از آغاز کار اتخاذ نماید و بداند که مجبور نیست به همان شیوه و الگوی زندگی که توسط جامعه، مدرسه و خانواده طراحی شده است، محدود بماند و می‌تواند حصارها را بشکند. به همین لحاظ و به منظور شناخت مشکلات و دستیابی به راه حل‌های منحصر بفرد و خلاقانه نیاز به تفکر جانبی دارد. **تفکر افقی یا تفکر جانبی (LATERAL THINKING)** عبارتی است که نخستین بار ادوارد دوبونو برای توصیف یک شیوه فکر کردن به کار برد.

تفکر، موضوع اصلی مطالعات دوبونو است. او می‌گوید در طول سال‌های آموزش، آگاهی‌ها و اطلاعات زیادی به یک دانش‌آموز یا دانشجو عرضه می‌گردد، ولی می‌توان گفت که درباره اصول فکر کردن، هیچ آموزش مستقیمی به او ارائه نمی‌شود. دوبونو در آثارش تفکر را به عنوان یک مهارت، آموزش می‌دهد.

او مدعی است که در روش تفکر جانبی هر مسأله با رویکردی خلاقانه و غیر مستقیم حل می‌شود. منطقی که در این رویکرد به کار می‌رود، در ابتدا چندان بدیهی به نظر نمی‌آید و با روش سنتی فکر کردن گام به گام تفاوت دارد و وی آن را در برابر تفکر عمودی به کار می‌برد.

در روش مورد بحث، فرد برای پرهیز از رجوع خودکار مغز به تصورات از پیش موجود منطقی که تنها به تجزیه و تحلیل موضوع منجر می‌شود و راه را بر ایده‌های نو می‌بندد، به شکلی هدفمند در مسأله اختلال ایجاد می‌کند، به این معنا که دآوری‌هایش را موقتاً کنار می‌گذارد، پیش‌فرض‌ها را به چالش می‌کشد و به انگیزش‌های آتی و تصادفی میدان می‌دهد تا با شکستن ساختار موجود، امکان از نو ساختن آن فراهم شود.

از طرفی برخی از صاحب‌نظران می‌گویند از آنجایی که ذهن فقط ایده‌هایی را می‌پذیرد که یک چهارچوب ارجاع با دانش موجود دارد و هر عکس‌العمل دیگری را رد می‌کند، اگر فعالیت به طور کارکردی روی موضوعی متمرکز شود، ذهن به روی ایده‌های جدید باز می‌شود و هیچ نقطه نظری تلف نخواهد شد، بلکه فوراً با دانش موجود مرتبط و باعث گسترش روحیه، انرژی، خلاقیت و کارآفرینی می‌شود. این شیوه مانند نگاه کردن به مسایل از زاویه‌ای متفاوت است و فعالیت ذهنی مربوط به آن، بررسی سؤالات به روشی متفاوت و سپس چهارچوب بندی آن است. ضمناً این شیوه جایگزین تفکر عمودی نیست، بلکه مکمل

آن محسوب می‌شود.

به کارگیری تفکر جانبی ضمن انبساط ذهن به گسترش فعالیت نیز منجر خواهد شد. برای کارآفرینی در این بستر ویژگی‌های مختلفی را بر می‌شمرند. از جمله:

خلاقیت: ایجاد ایده‌های جدید، ارزیابی مؤثر و کارآمد آنها و کار بر روی این ایده‌ها برای تبدیل به محصولات و خدمات جدید

تشریک مساعی: ارتباط و تعامل با شرکاء، مشتریان و دیگر بخش‌های شبکه تعاملات اجتماعی به عنوان نیروهای کاری بالقوه و بالفعل موجود و برای دستیابی به ایده‌های جدید

بهبود عملیات: توسعه و اصلاح عملیات با بررسی آن از چشم‌اندازها و دیدگاه‌های دیگر

شناخت فرصت‌ها: شناسایی فرصت‌ها در بازار و استفاده از مهارت‌های کسب و کار برای تبدیل ایده‌ها به سود و محصول

آشنایی با فرایندهای رایج غیر محسوس: شناخت قواعد ثبت مالکیت فکری، علامت تجاری، حق مؤلف، اختراعات و ... به منظور بهره برداری از تمام ظرفیت ایده‌ها

در مجموع تفکر جانبی یک نوع دگر اندیشی است و این امر جوهره کارآفرینی نیز می‌باشد.

این مطلب با استناد به منابع زیر تهیه شده است:

سردبیر

-THE UNDERLYING RELATIONSHIP BETWEEN CREATIVITY, INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP/ LW. FERNALD JR. THE JOURNAL OF CREATIVE BEHAVIOR, VOL.22 No.3, 1988

-GREAT INNOVATORS THINK Laterally. HARVARD BUSINESS REVIEW. APRIL 2013



توسعه‌ای متمرکز نموده است. از مهمترین فعالیت‌های این مرکز در ۴ بخش کلی فوق‌الذکر می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:



ترویج:

- چاپ مجموعه کتاب‌های سی کارآفرین به صورت سالیانه (چاپ ۵ جلد تاکنون و آماده‌سازی جلد ششم)
- ترجمه و چاپ کتاب «ای کاش وقتی بیست ساله بودم، می‌دانستم...» نوشته‌ی خانم پروفسور تینا سیلیگ
- تدوین و چاپ کتاب‌های «دانشگاه کارآفرین» و «راه روشن» و اهدا به دانشجویان جدیدالورود دانشگاه صنعتی شریف
- برگزاری جلسات سخنرانی کارآفرینان موفق دانشگاه به صورت ماهانه به دو شکل تک‌نفره و چندنفره (برنامه‌ی مسیر آینده‌ی

محور تمرکز این فعالیت‌ها از توجه صرف به دانشجوی به عنوان فرد کارآفرین به شرکت‌های دانشگاهی به عنوان گروه‌های متشکل دانشجویی و در پی آن فرد دانشجوی با هدف و اراده‌ی کارآفرینانه صورت گرفت.

از مهرماه ۱۳۸۶، مدیریت این مرکز با مهندس دهبیدی‌پور است که با مدیریت مرکز رشد نیز ادغام شده است. ارتباط نزدیک با دانشجویان و حمایت واقعی از طرح‌ها و پژوهش‌های دانشجویی با هدف پایدارسازی هسته‌های دانشجویی موفق، ارتباط نزدیک و مؤثر بین مرکز رشد و مرکز کارآفرینی به عنوان دو حلقه مهم و تأثیرگذار در زنجیره ارزش آفرینی از یافته‌های تحقیقاتی دانشگاه و تلاش برای برون‌سپاری اموری که توسط فارغ‌التحصیلان و دانشجویان دانشگاه قابل انجام است از سیاست‌های کلیدی حاکم بر مرکز در شرایط کنونی است.

این مرکز از زمان تأسیس، فعالیت‌های مختلفی را به صورت تحقیقاتی، توسعه سرمایه‌های انسانی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی و برنامه‌های ترویجی متنوع در دانشگاه صنعتی شریف در حوزه کارآفرینی انجام داده است. رسالت اصلی مرکز، افزایش روحیه کارآفرینی در دانشجویان، اساتید و نیز فارغ‌التحصیلان دانشگاه و افزایش سطح معلومات عمومی و تخصصی کسب و کار و استفاده بهینه از قابلیت‌ها و توانمندی‌های اعضای جامعه دانشگاه صنعتی شریف جهت توسعه کسب و کار دانش‌بنیان است.

برنامه‌ها

مرکز کارآفرینی شریف، در راستای نیل به اهداف مورد نظر، عمده فعالیت خود را در ۴ گروه آموزش، ترویج، پژوهش و

به منظور معرفی تلاش‌های مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها، نشریه به معرفی مراکزی می‌پردازد که در نیل به اهداف، مأموریت و چشم‌انداز آیین نامه توسعه کارآفرینی، گام‌های مؤثری برداشته‌اند و فعالیت‌شان می‌تواند الگویی برای دیگر مراکز باشد. این شماره:

مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف

<http://karafarini.sharif.ir>

* با تشکر از آقای مهندس مجید دهبیدی پور رئیس محترم مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف و کارشناسان محترم مرکز برای ارائه این گزارش

تاریخچه

مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف در سال ۱۳۷۹ با همکاری دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه و با مدیریت دکتر سیدعلیرضا فیض‌بخش به عنوان اولین مرکز کارآفرینی در کشور، فعالیت خود را آغاز نمود.

در مهرماه سال ۱۳۸۴ مدیریت مرکز کارآفرینی تغییر یافت و دکتر مهدی فاتح‌راد مسئولیت اداره مرکز را بر عهده گرفت. با توجه به اهمیت ارتباط مؤثر صنعت و دانشگاه، به عنوان زیرساخت اصلی تحقق دانشگاه کارآفرین و نیاز به تغییر ساختار و محتوای مرکز جهت فعال‌تر شدن در این زمینه با هم‌فکری شورای مدیران، ساختار مرکز دستخوش تغییراتی گردید. این تغییرات در راستای هدفمند کردن فعالیت‌های مرکز و تغییر



همکاری نزدیک با سایر نهادهای فعال در حوزه کسب و کارهای دانش‌بنیان از ویژگی‌های این مرکز است که به عنوان یک حلقه از زنجیره خلق ارزش و توسعه فعالیت‌های فناورانه ایفای نقش می‌نماید. در ارتباط با سایر حلقه‌های این زنجیره که در طول این مرکز قرار می‌گیرند، می‌توان به مرکز رشد، مجتمع‌های فناوری، صندوق پژوهش و فناوری و ... اشاره کرد.

ماهانه

- همکاری با نشریه شریف در معرفی مرکز و اطلاع‌رسانی مناسب از مجموعه فعالیت‌ها

- حمایت از رویدادها، جشنواره‌ها و مسابقات نوآورانه و ایده‌پردازی مرتبط با کارآفرینی، از جمله نادکاپ شریف، ایده‌های حمل و نقل و ...
آموزش:

- برگزاری دوره‌های آموزشی متنوع مرتبط با کارآفرینی و توسعه کسب و کار به صورت منظم (تقریباً دو دوره در هر ماه) ویژه دانشجویان دانشگاه (۹۵۰۰ نفر ساعت در سال‌های ۱۳۹۱-۱۳۹۲)
- برگزاری جلسات آموزشی «هم‌فزایی» در موضوعات مختلف توسط خود دانشجویان برای افزایش توانایی‌های سخنوری و نیز افزایش سطح آگاهی جمعی

پژوهش:

- تدوین و طراحی چندین عنوان پروژه پژوهشی در حوزه کارآفرینی و توسعه کسب و کار و دانشگاه کارآفرین
توسعه‌ای:

- برگزاری چهار دوره جشنواره کارآفرینی و توسعه کسب و کار شریف

- طراحی پورتال کاربری با هدف ارائه توانمندی‌های دانش‌آموختگان دانشگاه شریف به متقاضیان نیروی کار متخصص تربیت یافته توسط دانشگاه

- طراحی و راه‌اندازی هسته‌های دانشجویی دانش‌بنیان

(من)

- تشکیل گروه دانشجویی جهت انجام بازدیدهای علمی از صنایع و دستاوردهای کارآفرینان بزرگ در رشته‌های مختلف (دوبازدید در ماه)

- حمایت از چاپ مجموعه یکصد جلدی «زندگی‌نامه کارآفرینان بزرگ ایرانی» (چاپ ۱۰۰ جلد)

- تدوین کتب تخصصی مرتبط در حوزه کارآفرینی

- راه‌اندازی کتابخانه تخصصی کارآفرینی

- همکاری و مشارکت فعال در برگزاری سالانه «تمایشگاه کار» دانشگاه شریف

- چاپ نشریه تخصصی دانشجویی «رشد و کارآفرینی» به صورت





نوآوری عامل حیات شرکت‌های دانش بنیان

شبکه‌های تلویزیونی به صورت زنده و آرشیویی از طریق وب (تلوبین) در اختیار مخاطبان که عمدتاً ایرانیان خارج از کشور هستند، قرار گیرد. روال کار هم به این ترتیب است که ضمن ذخیره برنامه‌های تلویزیونی، آرشیو ساعتی و محتوایی نیز ایجاد شده است که امکان جستجو روی برنامه، بازیگران، کارگردان و دیگر گزینه‌ها و عوامل را می‌دهد. در کنار این فعالیت، تبلیغات وب ویدیویی نیز در پاسخ به نیازهای منطقه‌ای صورت می‌گیرد.

این شرکت دو سال است که در حال فعالیت است، اما کار رسمی پروژه طی قرارداد با صدا و سیما از نه ماه پیش آغاز شده است.

سرمایه‌گذاری شرکت به چه ترتیبی بوده است: بخشی از سرمایه‌گذاری شخصی و بخشی از آن نیز از طریق قراردادهای با صدا و سیما تأمین شده است. چه فرصت‌ها و امکاناتی برای آغاز کار در اختیار داشتید و مشکلات کار چه بوده است؟

آغاز کار در شرایط بدون رقیب و یا به عبارتی در موقعیتی که دیگر فعالیت‌های انجام شده در این

ضمناً از سال ۱۳۹۰ تا کنون مدیریت کل روابط عمومی دانشگاه را نیز بر عهده دارم.

در باره فعالیت‌های شرکت توضیح دهید:
عمده فعالیت شرکت بر این محور است که برنامه‌های تمام



معرفی شرکت دانش بنیان سیما یاران
در مصاحبه با آقای دکتر محمد شریف خانی
عضو هیأت علمی دانشکده مهندسی برق
دانشگاه صنعتی شریف و مدیر عامل شرکت
www.telewebion.com

*توزیع محتوای برنامه‌های آرشیویی و زنده تلویزیونی بر بستر وب اساس فعالیت شرکت سیما یاران است که یکی از اعضای هیأت علمی دانشگاه صنعتی شریف هدایت آن را بر عهده دارد. در این شماره اطلاعاتی در خصوص فعالیت‌های این شرکت ارائه می‌گردد.

آقای دکتر شریف خانی لطفاً سوابق تحصیلی و شغلی خود را بیان بفرمایید.

من مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد رشته مهندسی برق و کامپیوتر را در دانشگاه تهران گذراندم و دکترای رشته الکترونیک را از دانشگاه واترلو کانادا اخذ کردم. سال ۱۳۸۶ به ایران بازگشتم و در دانشگاه فردوسی مشهد مشغول فعالیت شدم. سال ۱۳۸۷ در پژوهشکده میکروالکترونیک بوم و از همان سال عضو هیأت علمی دانشکده مهندسی برق دانشگاه صنعتی شریف شدم



جمعی از دانشجویان توانمند که ضمن پیشبرد کار شرکت از مهاجرت آنها نیز ممانعت کرده است.

برنامه آینده شرکت برای گسترش فعالیت‌ها چیست؟
هماهنگ سازی و گسترش کاربرد این فناوری برای سینما، تلویزیون خانگی و دیگر رسانه ها

با سپاس از شما به خاطر وقتی که در اختیار ما گذاشتید.

بخش عمده مخاطبان هدف را شکل می دهند. دومین بخش مشتریان، ایرانیان داخل کشور هستند که برای دیدن آرشیو صدا و سیما گزینه ای در اختیار ندارند و دستاوردهای پروژه، موانع دسترسی به این برنامه ها را از بین می برد.

بازاریابی فعالیت ها به چه ترتیب است؟

کار ما در حال حاضر حالت آزمایشی دارد. اما در همین مرحله هم تعداد قابل ملاحظه ای بازدید کننده از پورتال تلویزیون داشته ایم. بخشی از بازاریابی را در فیس بوک آغاز کرده ایم و حدود ۱۴ هزار نفر صفحه ما در این شبکه را برای بازدید و مرور، انتخاب (لایک) کرده اند.

آیا شرکت برنامه ثبت اختراع داشته است؟

دو ثبت اختراع در برنامه کار قرار دارد: یک مورد در زمینه پردازش سیگنال که ضبط برنامه های مجزا از کل پخش زنده را امکان پذیر می سازد.

یک مورد هم در خصوص رمزگذاری روی تصاویر است به گونه ای که امکان نسخه برداری از برنامه های ویدیویی را محدود می کند.

عوامل مؤثر در پیشرفت فعالیت ها را چه می دانید؟

ابتدا توکل به خدا، اعتقاد به اهداف کار و جذب و اشتغال

خصوص به لحاظ کیفی قابل رقابت نبوده است، بهترین فرصت کاری محسوب می شود. از طرفی عدم اطمینان روی پهنای باند ملی کشور که بستر نا امنی را برای کار بوجود می آورد و آشنا نبودن تولیدکنندگان محتواهای ویدئویی با فناوری کار که مسئله تعامل کاری را دشوار می کند، مشکلات عمده ما در کار است.

ارتباط شرکت با دانشگاه به چه ترتیب است؟

انجام کار از قبیل رمزگذاری، پردازش تصویر و ... احتیاج به پشتوانه ریاضی دارد که بالطبع برخاسته از فعالیت دانشگاهی است و شرکت این امکان را دارد که از دانش فارغ التحصیلان دانشگاه شریف بهره ببرد.

مشتریان شرکت چه بخش هایی هستند؟

مشتریان دو بخش هستند. ۱. ایرانیان خارج از کشور که دارای چند ویژگی هستند: آنها بعد از تحریم به بسیاری از شبکه های داخلی دسترسی ندارند. اینترنت در دسترس این مخاطبان سرعت بالایی دارد و آنها از قدرت خرید مناسبی برخوردارند، بنابر این اشتراک برای ایشان امکان پذیرتر است. از طرفی با استفاده این فناوری مشکل عدم تطبیق که در فاصله زمانی نمودار می شود، از بین می رود. به همین لحاظ آنها

امام علی (ع):

مرد با ایمان خود را در زحمت و رنج قرار می دهد و مردم در پرتو تلاش وی در آسایش و راحتی به سر می برند.

الحديث، جلد ۳، ص ۲۲۴





وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

فراخوان



15th Khwarizmi
Young Award Call for Participation

پانزدهمین جشنواره جوان خوارزمی



(بخش دانشجویی - آزاد و دوره‌های کاردانی)

اهداف:

- تشویق و حمایت و پرورش استعدادها در زمینه‌های مختلف علمی و صنعتی
- آشنایی با نظام نوآوری و مهارت‌افزایی و توانایی و توان جوانان کشور
- فراهم آوردن بستری مناسب برای همکاری‌های علمی و فناوری
- تقویت روحیه علمی و علمی‌گرا در میان جوانان

زمینه‌های علمی مورد پذیرش:

<ul style="list-style-type: none"> • زمین‌شناسی، جغرافیا، محیط زیست و علوم وابسته • فضا و راه • مهندسی • مهندسی صنایع و مهندسی فناوری • کشاورزی و منابع طبیعی • هنر و معماری 	<ul style="list-style-type: none"> • برق و کامپیوتر • مخابرات • مهندسی پزشکی • مهندسی نوآوری و فناوری اطلاعات • مواد و انرژی و انرژی‌های نو • صنایع غذایی
--	---

مجموعه‌های پژوهشی:

- پژوهش‌های بنیادی
- پژوهش‌های کاربردی
- پژوهش‌های توسعه‌ای
- فراوانی و نوآوری

نوع ارائه آثار:

- مقالات، جداگانه و مشترک
- پایان‌نامه‌های کارشناسی، کارشناسی ارشد، دکتری و دکترا

نهیست ثبت‌نام الکترونیکی و ارسال طرح به دبیرخانه:

از تاریخ ۱۳۹۲ تا پایان خرداد ماه ۱۳۹۳ (۱۳۹۲/۰۳/۳۱)

توجه: این فراخوان به منظور اطلاع‌رسانی و دعوت به شرکت در این جشنواره می‌باشد. جهت اطلاع بیشتر از شرایط و ضوابط شرکت در این جشنواره، لطفاً به وبسایت www.khwarizmi.ac.ir مراجعه کنید.

دبیر جشنواره: khwarizmi@sharif.edu | دبیر اجرایی: khwarizmi@sharif.edu | دبیر فنی: khwarizmi@sharif.edu

[illegible]



گوگل ونچر، نمونه شاخص سرمایه‌گذاری خطرپذیر روی ایده‌های نو

مروری اجمالی بر تاریخچه و ماهیت گوگل ونچر، بازوی سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر شرکت گوگل

سیدهاشم شریفی. SHARIFI@HZRCGROUP.COM

دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشکده کارآفرینی
دانشگاه تهران

زمانی که گوگل فعالیت خود را در سال ۱۹۹۸ آغاز نمود، کمتر کسی جایگاه و گسترش فعالیت‌های آن را در فاصله‌ای نه چندان دور تصور می‌کرد. هم اکنون گوگل مجموعه‌ای است عظیم که تنها ارزش علامت تجاری آن میلیاردها دلار برآورد شده است.

اگر چه گوگل در فضای اینترنتی با فاصله‌ای فراوان رقبای خود را پشت سر گذاشته است، اما باید دانست که ارزش و اهمیت این مجموعه بزرگ تنها در گرو فعالیت‌های اینترنتی نیست و اجزای پویای دیگری نیز در این پیکره وجود دارند که موجبات رشد و توسعه آن را فراهم آورده است. یکی از این اجزاء که در واقع بازوی سرمایه‌گذاری خطرپذیر گوگل می‌باشد، تشکیلات گوگل ونچر (GOOGLE VENTURE) است که در جهت جذب منابع مالی و سرمایه‌گذاری در زمینه ایده‌های فنی و سود آور تلاش می‌کند.



برای آشنایی اجمالی با زمینه‌های متنوعی که گوگل ونچر در آن فعالیت می‌کند، در ادامه فهرستی که مشتمل بر اسامی تعدادی از شرکت‌های تحت پوشش گوگل ونچر، حوزه فعالیت و تاریخ تأسیس آنها است، ارائه می‌شود.

سایت تکنولوژی سبز مورخ شنبه چهارم آوریل ۲۰۰۹ گفتگوی یکی از صاحب‌نظران اقتصادی به نام اریک شائفلد (ERICK SHONFELD) را در بدو تأسیس گوگل ونچر با مدیران آن به نحوی بیان می‌کند که حاکی از نوعی شک و دودلی از عملکرد گوگل ونچر در برخورد با شرکت‌های نوپاست و از آن به عنوان "وجهه گول زنده گوگل ونچر" (CHEAT SHEET) یاد می‌کند. مروری بر آن تا حدودی در تبیین استراتژی گوگل در ورود به عرصه گوگل ونچر مفید می‌باشد.

گوگل ونچر به دنبال سرمایه‌گذاری در شرکت‌های نوپا در زمینه‌های مختلف از اینترنت، نرم افزار و سخت افزار گرفته تا تکنولوژی‌های پاک، بیوتکنولوژی و مراقبت‌های بهداشتی است. این گروه در تاریخ ۳۱ مارس ۲۰۰۹ و با سرمایه‌ای به مبلغ یکصد میلیون دلار تأسیس شد و به عنوان بازوی اصلی گوگل برای ورود به سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر معرفی می‌شود.

شرکای گوگل عبارتند از ولسلی چان، جو کروزر، کوین روز، بیل ماریس، کریم فاریس، کریشنا شیوانت و ریچ ماینر - و دفاتر آن در شهرهای کالیفرنیا، نیویورک سیتی، کمبریج و ماساچوست فعال می‌باشد.

مطابق نظر نیویورک پست (تاپ نیوز ۱۵ فوریه ۲۰۱۳) در حال حاضر گوگل ونچر فعال‌ترین شرکت سرمایه‌گذاری در ایالات متحده آمریکا می‌باشد.

زمینه‌های فعالیت گوگل ونچر بسیار گسترده است به نحوی که تا کنون در یک‌صد و پنجاه شرکت سرمایه‌گذاری نموده که هر کدام از آنها می‌تواند مورد مطالعه و ارزیابی قرار گیرد.



شرکت‌های تحت پوشش گوگل ونچر

ردیف	شرکت	زمینه فعالیت	تاریخ تأسیس
۱	پیکسازا	تبلیغات تصویری در شبکه	مارس ۲۰۰۹
۲	شبکه های سیلوراسپرینگ	تکنولوژی شبکه های هوشمند	مارس ۲۰۰۹
۳	ویگلینک	لینکهای وابسته شبکه	ژوئن ۲۰۰۹
۴	وی وهیکل	وسایل نقلیه سبز	آگوست ۲۰۰۹
۵	آدیمپ	بیوتکنولوژی	اکتبر ۲۰۰۹
۶	انگلش سنترال	آموزش زبان انگلیسی	اکتبر ۲۰۰۹
۷	اسونگر	بسترهای استقرار بازی در گوشیهای موبایل	دسامبر ۲۰۰۹
۸	اوپن کندی	تبلیغات نرم افزاری	آوریل ۲۰۰۹
۹	کوردورو	خدمات پرداخت	مه ۲۰۰۹
۱۰	میزو	تلویزیون اجتماعی	مه ۲۰۰۹
۱۱	رکورد فیوچر	روند های شبکه	مه ۲۰۰۹
۱۲	تراوا	تبلیغات پرداخت به ازای کلیک	جولای ۲۰۰۹
۱۳	ایبیرین	بیوتکنولوژی	سپتامبر ۲۰۱۰
۱۴	میزو مدیا	آموزش موسیقی	دسامبر ۲۰۱۰
۱۵	لاوپوت	خدمات آنلاین حقوقی	ژانویه ۲۰۱۱
۱۶	داسینت	امنیت اینترنت	فوریه ۲۰۱۱
۱۷	راکت لایر	خدمات حقوقی اینترنت	آگوست ۲۰۱۱
۱۸	کلینپاور فایننس	تأمین مالی سیستمهای خورشیدی منازل	سپتامبر ۲۰۱۲
۱۹	یسوبر	ورودیهای ایمیل	سپتامبر ۲۰۱۱
۲۰	تریپتروتینگ	ارائه خدمات محلی و میزبانی به مسافران	مه ۲۰۱۲
۲۱	وانگل	تبلیغات ویدیویی	مه ۲۰۱۲
۲۲	داکوساین	امضای دیجیتال در اسناد الکترونیکی	سپتامبر ۲۰۱۲
۲۳	رالی اورگ	افزایش سرمایه	سپتامبر ۲۰۱۲
۲۴	کلور	آموزش	اکتبر ۲۰۱۲



اریک شانفلد می‌نویسد: در هفته اخیر سرانجام گوگل تشکیل یک بازوی جدید خطر پذیر به نام گوگل ونچر را اعلام نمود. جایی که تمامی سرمایه‌گذاری‌های خرد خطرپذیر در آن شکل خواهد گرفت. من در روز اعلام این خبر، تلفنی با بیل ماریس و ریچارد ماینر، دو مدیر اجرایی گوگل که مدیریت سرمایه را برعهده دارند، صحبت کردم و هدفم این بود که بدانم آنها دقیقاً به چه چیز توجه دارند و چگونه سرمایه را در بخش‌های خطرپذیر فعال می‌نمایند.

او می‌گوید: بعد از این مکالمه برای من روشن شد که آنها تصمیم دارند تا در هر زمینه‌ای از اینترنت و روش‌های محاسباتی انبوه داده‌ها گرفته تا مراقبت‌های پزشکی و موبایل سرمایه‌گذاری کنند. او برای اثبات مدعایش می‌نویسد: ماینر گفت: "ما نمی‌خواهیم خود را به طور تصنعی محدود کنیم" از او پرسیدم مثلاً در خصوص آسانسورهای فضایی هم سرمایه‌گذاری می‌کنید؟ ماریس پاسخ داد: "نمونه‌ای را که کار می‌کند، به من نشان دهید، مطمئناً در آن سرمایه‌گذاری خواهیم کرد."

شانفلد در ادامه می‌گوید: من از مکالمات چنین برداشت کردم که هر دوی آن مدیران، قبلاً سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر انجام داده‌اند. در گوگل ونچر نیز خودشان مدیریت سرمایه را برعهده خواهند داشت و در صورت لزوم از اعضای گوگل هم

بر حسب نیازهای تخصصی در شرکت‌های نوپا بهره خواهند جست. برخی از مراکزی هم که آنها قبلاً در آن سرمایه‌گذاری خطرپذیر انجام داده‌اند، عبارت است از سرمایه‌گذاری ماریس در شرکت هلدینگ سوئدی AB و سرمایه‌گذاری ماینر در اورنج ونچر. شانفلد در ادامه مباحثات خود با این دو مدیر تأکید می‌کند که از دید وی برپایی یک بازوی خطرپذیر، عقیده خوبی برای

گوگل نیست زیرا راه‌های بهتری برای گوگل وجود دارد که بتواند سرمایه خود را افزایش دهد و دغدغه خود را مبنی بر اینکه گوگل نوعاً به دلایل استراتژیک سرمایه‌گذاری می‌کند و نه صرفاً عوامل اقتصادی، به ایشان ابراز می‌نماید. اما در پاسخ شانفلد، ماریس و ماینر تأکید می‌کنند که گوگل همیشه معتقد بوده که پیشگامان اولیه دارای قدرت

گوگل ونچر در یک نگاه

- گروه گوگل ونچر در ۳۱ مارس ۲۰۰۹ تأسیس گردید.
- از جمله ویژگی‌های گوگل ونچر که به عنوان بازوی جدید خطرپذیر گوگل معرفی می‌شود، محدود نکردن زمینه فعالیت است و تمامی سرمایه‌گذاری‌های خرد خطرپذیر در هر زمینه‌ای از اینترنت و روش‌های محاسباتی انبوه داده‌ها گرفته تا مراقبت‌های پزشکی و موبایل در آن انجام می‌شود.
- مدیران این گروه قبلاً سرمایه‌گذاری خطرپذیر انجام داده بودند و در گوگل ونچر نیز خودشان مدیریت سرمایه را برعهده گرفتند اعضای گوگل هم بر حسب نیازهای تخصصی در شرکت‌های نوپا بهره گرفتند.
- سقف سرمایه به کار گرفته شده در گوگل ونچر دارای انعطاف بالایی است.
- در این گروه بر روی تأسیس و زود بازدهی هر صنعتی تمرکز می‌شود.
- ملاک برجسته در سرمایه‌گذاری‌های گوگل ونچر، نرخ بازدهی سرمایه است.
- این گروه حق نظارت بر مدیریت شرکت‌هایی را که در آن سرمایه‌گذاری نموده برای خود محفوظ دانسته و آنها را مورد سؤال و ارزیابی قرار می‌دهد و در عین حال در سیاست‌های اجرایی خود پاسخگوی شرکت‌های سرمایه‌پذیر نخواهد بود.
- در حال حاضر گوگل ونچر فعال‌ترین شرکت سرمایه‌گذاری در ایالات متحده امریکا است.



خیره‌کننده‌ای در انجام امور هستند. به همین دلیل گوگل همیشه مشوق سرمایه‌گذاری‌های نسبتاً خرد شامل سقف یکصد میلیون دلاری خواهد بود و توضیح می‌دهند که اگرچه استراتژی‌ها دارای ابعاد چند گانه‌ای هستند اما سقف سرمایه‌ای که در پروژه‌های گوگل ونچر به کار گرفته می‌شود، دارای انعطاف‌پذیری بالایی است و می‌تواند در زمینه‌های مختلف بروز کرده و تغییر جهت داشته باشد. برای مثال اگر شما پولی را از کسی به قصد سرمایه‌گذاری دریافت کنید و به او تأکید نمایید که می‌خواهم کار معینی را انجام دهم، از آنجایی که زمینه کار را دقیقاً مشخص کرده‌اید، قطعاً برای حرکت بعدی و تغییر در زمینه جدید سرمایه‌گذاری، برای شما محدودیت ایجاد خواهد شد. ما از این محدودیت پرهیز نموده و روی تأسیس و زود بازدهی هر صنعتی متمرکز خواهیم شد. سرمایه‌گذاری‌های استراتژیک بزرگ در مقیاس صدها میلیون دلار یا بلیون دلار کماکان توسط تیمی خاص صورت خواهد پذیرفت. بدین معنی که ملاحظات سرمایه‌گذاری استراتژیک نادیده گرفته نمی‌شود و اگر شرکتی به گوگل مراجعه کند که به نظر می‌رسد گوگل را در دستیابی به اهداف کلان خود یاری خواهد داد، قطعاً آن مجموعه را به بخش توسعه گوگل هدایت می‌نماییم.

ماریس و ماینر همچنین تأکید دارند که ملاک برجسته در

سرمایه‌گذاری‌های گوگل ونچر نرخ بازدهی سرمایه (ROI) خواهد بود و نه انگیزه‌های استراتژیک. برای گوگل ونچر این حق محفوظ خواهد بود که بر مدیریت شرکت‌هایی که در آن سرمایه‌گذاری نموده، نظارت داشته و آنها را مورد سؤال و ارزیابی قرار دهد و در عین حال مانند یک آینه یک‌طرفه در سیاست‌های اجرایی خود پاسخگوی شرکت‌های سرمایه‌پذیر نخواهد بود.

آنچه شانفلد آن را "وجهه گول زننده گوگل ونچر" (CHEAT SHEET) می‌خواند، در واقع همین نکته است که با توجه به این سیاست آینه یک‌طرفه گوگل ونچر، چگونه شرکت‌های نوپا می‌توانند واقعاً به این سرمایه‌گذاری گوگل ونچر در مجموعه‌های خود اعتماد کرده و به صورت یک‌طرفه اختیار را به آنها بسپارند؟ و توصیه می‌کند شرکت‌های نوپا باید قبل از شروع همکاری و مشارکت با گوگل ونچر خصوصاً در زمینه‌های اینترنتی، موتورهای جستجو و یا تبلیغات در شبکه بسیار محتاط عمل نمایند.

البته در پاسخ به این نکته سؤال برانگیز شانفلد، ماریس و ماینر تأکید می‌کنند که ما تصمیم نداریم گروهی از مردم را مخاطب خود قرار دهیم که علاقه‌ای به تعامل با ما ندارند. بنابراین مطمئن هستیم تعداد بی‌شماری از علاقمندان برای جلب مشارکت در سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر به گوگل ونچر

مراجعه خواهند کرد.

شاید خالی از لطف نباشد که در خاتمه به عنوان شاهد مثال بر مدعای ماریس و ماینر به سرمایه‌گذاری عجیب گوگل ونچر در شرکت ریکورد فیوچر در سال ۲۰۱۰ اشاره کنیم که با توجه به خطرپذیری فوق العاده این زمینه نشریه‌ها نیز در گوشه و کنار آمریکا تحلیل‌های متفاوتی از کار گوگل ونچر داشتند. دیلی نیوز سه شنبه مورخ چهارم مه ۲۰۱۰ می‌نویسد "گوگل ونچر در شرکت ریکورد فیوچر که سعی بر پیش‌گویی آینده دارد، سرمایه‌گذاری می‌کند."

اینکه در برنامه‌ریزی‌های گوگل چگونه موضوع پیش‌گویی آینده امری ممکن، موفقیت آمیز و سود آور تشخیص داده شده و مبلغ یکصد میلیون دلار بر روی آن سرمایه‌گذاری می‌کند از جمله کارکردهای گوگل ونچر است که دال بر وجود زمینه‌هایی است که به هر تقدیر علیرغم همخوانی عوامل استراتژیک برای سرمایه‌گذاری و با وجود مخاطره بالا در رویکرد عموم برای هزینه کردن در آن، مورد توجه گوگل ونچر واقع شده و شجاعانه وارد آن می‌شود.



معرفی کتاب

کمتر امکان ارائه فعالیت‌ها را دارند. در این کتاب یک مدل مناسب برای تحلیل فرآیند کارآفرینی ارائه شده است که اساس آن، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده AJZEN و مدل سازماندهی رخداده کارآفرینی SOKOL و SHAPERO می‌باشد. این مطالعه متغیرهایی را در تشریح مقاصد کارآفرینی دانشجویان و اهداف آنها از دنبال کردن این برنامه‌ها مشخص می‌کند.



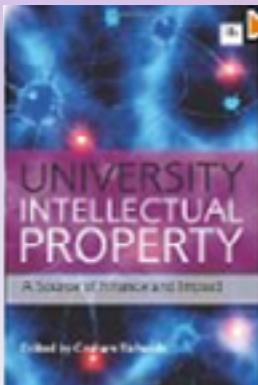
Creating Competitiveness: Entrepreneurship and Innovation Policies for Growth/ David Audretsch , Mary Walshok. 2013. Publisher: Edward Elgar Pub. ISBN: 9781781954041

ایجاد رقابت: سیاست‌های

کارآفرینی و نوآوری برای رشد

اگرچه رقابت به طور شاخص با فعالیت شرکت‌ها پیوند خورده است، اما آنها تنها واحدهایی نیستند که عملکردشان وابسته به رقابت است. نقطه تمرکز کتاب این مسئله است که عملکرد اقتصادی متفاوت شهرها، مناطق مختلف و همچنین تمام کشورها در طول دوران رکود اقتصادی

بزرگ نیاز به رقابت را به چه ترتیب نشان می‌دهد. شهرها و مناطق رقابتی از عملکرد اقتصادی والاتر بهره می‌برند. در حالی که همتایان کمتر رقابتی آنها رشد اقتصادی ضعیف‌تر و افزایش بیکاری را تجربه می‌کنند. این نوشتار، مطالعات موردی در باره رقابت مراکز را در یک بافت بین المللی گردآوری نموده و سیاست‌های ویژه در زمینه ارتقای رقابت را مشخص و تحلیل می‌کند. در معرفی کتاب آمده است کارشناسان اقتصاد منطقه‌ای، شهری، برنامه‌ریزی شهری و سیاست‌های عمومی و همچنین سیاست‌گذاران، اطلاعات ارزشمند و گسترده‌ای در این کتاب پیدا خواهند کرد.



University Intellectual Property: A Source of Finance and Impact /Graham Richards . 2012. Publisher: Harriman House. ISBN: 9780857192325

مالکیت فکری دانشگاه: یک

منبع مالی و تأثیر گذاری

نقش سنتی دانشگاه آموزش و هدایت تحقیقات مبداء است. اما این موقعیت در حال تغییر است، همان‌طور که دولت‌ها دانشگاه‌ها را بر مبنای ضوابط جدید داوری می‌کنند- از



Enhancing Entrepreneurship: University Student's Vision on Entrepreneurship and their Intention to Follow Entrepreneurship Education /Maxime Bragard. 2011. Publisher: LAP LAMBERT Academic Publishing.

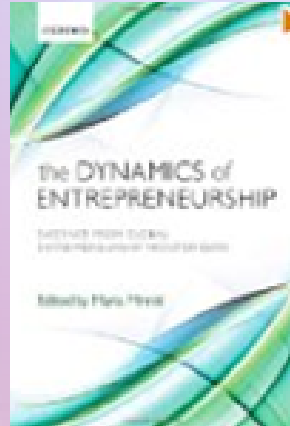
ISBN: 9783844307337

ارتقای کارآفرینی: دیدگاه دانشجویان دانشگاه در مورد کارآفرینی و قصد آنها از دنبال کردن آموزش کارآفرینی

کارآفرینی به طور روزافزون به عنوان ابزار اساسی ارتقای زندگی و رفاه اقتصادی هر جامعه در نظر گرفته می‌شود و منجر به نوآوری، سرمایه‌گذاری، ایجاد شغل و بازارهای جدید و نهایتاً رشد اقتصادی می‌گردد و استاندارد زندگی را در تمام سطوح اجتماع افزایش می‌دهد. با علم به این موارد، یک سؤال به ذهن می‌آید: چگونه کارآفرینی را به جریان بباندازیم؟ این کتاب با تحقیق در باره دیدگاه دانشجویان در زمینه کارآفرینی و اهدافشان از دنبال نمودن برنامه آموزشی کارآفرینی، به بررسی این مسئله می‌پردازد. تحقیق حاضر با توجه ویژه به جنسیت هدایت می‌شود، چون زنان کارآفرین در مقایسه با همتایان مرد



کارآفرینی رشد‌گرا، رشد اقتصادی و سیاست‌های کارآفرینی منطقه‌ای است. کتاب با خلاصه کردن سهم خود در متون موجود و با توجه خاص به مفهوم سیاست و بحث‌های جاری در مورد کارآفرینی به نتیجه‌گیری می‌پردازد.



• The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data/Maria Minniti. 2013. Publisher: Oxford University Press, USA . ISBN: 9780199672448

جمله در باره تأثیرات آنها- و دانشگاه‌ها به جستجوی منابع مالی جدید می‌پردازند. رهبران دانشگاه‌ها به طور روزافزون در جستجوی مالکیت فکری ایجاد شده توسط محققان خود هستند تا به این تأثیرگذاری و درآمدزایی کمک کنند. این کار چگونه صورت می‌گیرد و آیا اصلاً باید انجام شود. این موضوع محور بیشتر مذاکرات است. مسایل کلیدی این موارد هستند: مالکیت فکری شامل چه مواردی می‌شود؟ آیا دانشگاه‌ها صاحب مالکیت فکری هستند؟ آیا تجاری سازی تأثیرات مالکیت فکری دانشگاهی آزاد است؟ بهترین بهره‌برداری از مالکیت فکری چگونه صورت می‌پذیرد و پاداش‌ها به چه فرد یا مرجعی تعلق می‌گیرد؟ دولت و دیگر دستگاه‌ها قادر به ارائه چه کمک‌هایی در این زمینه هستند؟ کتاب این مسئله را هم بررسی می‌کند که آیا نقش مؤسسات آموزش عالی تغییر کرده است؟ دانشگاه‌ها چه کاری باید انجام بدهند؟ و انتقال کدامیک از انواع فناوری کارآمدتر است؟ در بخش نتیجه‌گیری، به بحث اخلاق نیز توجه می‌شود. این کتاب به خوانندگان کمک خواهد کرد در باره جنبه‌های مهم دانشگاه و کسب و کار بیشتر بدانند

پویایی کارآفرینی: شواهدی از داده‌های دیده بان جهانی کارآفرینی

آشنایی با کارآفرینی برای درک مسیر تغییر و پیشرفت اقتصادی، پیامدهای گسترده‌ای دارد. زمانی که دولت‌ها در تمام دنیا، کارآفرینی را به عنوان راهی برای افزایش دارایی و بقای کشور خود در نظر می‌گیرند، این کتاب دلایل تفاوت گرایش‌های کارآفرینی در بین افراد، انواع کارآفرینی در سطح انبوه و پیامدهای اقتصاد کلان کارآفرینی را مرور می‌کند.

کتاب با استفاده از داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی، سهم محققان برجسته را که منجر به ایجاد متون و ادبیات فعلی در زمینه فعالیت کارآفرینی شده است، نشان می‌دهد. محورهای بحث شده شامل انگیزه کارآفرینی، جنسیت، مهاجرت، مسایل مالی کارآفرینی، کارآفرینی شهری،

**یک رهبر موفق به
استقبال تهدیدها رفته و
از دل آنها فرصت‌های
ناب را کشف می‌کند.**