

کارخانه تبدیل فکر به ثروت

ideas-to-wealth.blog.ir

ماهنامه کارآفرینی و خلاقیت - شماره سوم - بهمن ماه ۹۰ - ۱۰۰۰ تومان (Donate)

انکوباتور مجانی و اقتصاد دانش محور

انکوباتور مجازی!!!

وعده دیدار ما، نمایشگاه
۱۵ تا ۱۸ بهمن - مصلی

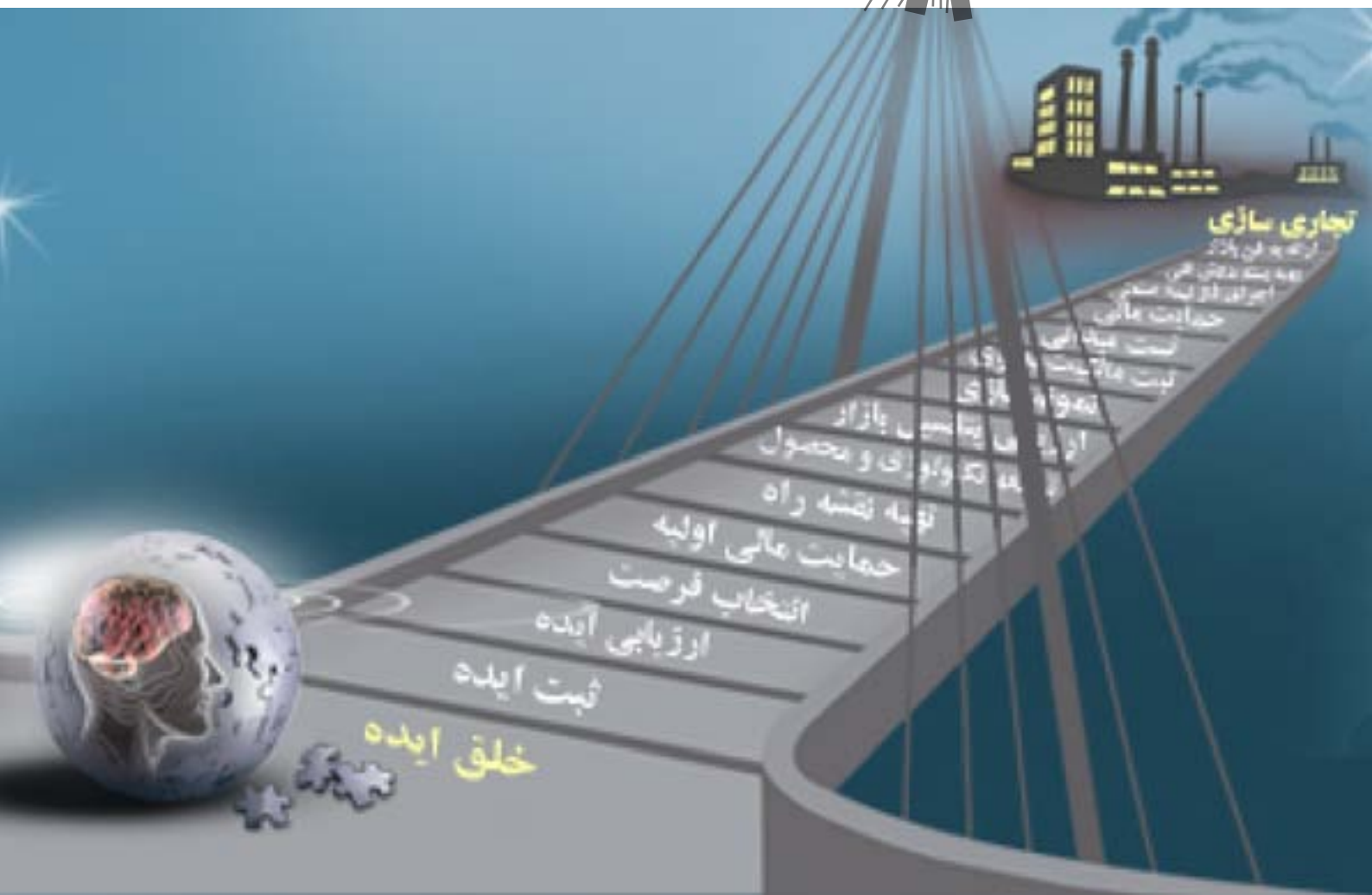
افتتاح انجمن

تحریم = فرصت

اقتصاد دانش محور

شهدای علم و فناوری

پارک فناوری مجازی





شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت

همه چیز از یک رویا شروع شد. رویای ساختن ایرانی ثروتمند و شاد. و سپس ایده ای که در ذهنم شکل گرفت. ایده کارخانه تبدیل فکر به ثروت. هسته ی اصلی کارخانه تبدیل فکر به ثروت، پارک فناوری مجازی است. بستری که این امکان را بوجود می آورد که ۷۵ میلیون ایرانی، در آن ایده های خود را تجاری کنند. برای تحقق این ایده، در تابستان ۹۰، گروه دانش بنیان سلام تشکیل شد. گروهی که بعدها به تفصیل در مورد آن سخن خواهیم گفت. در ابتدا من بادم و یک وبلاگ. اما الان شبکه ای بزرگ در حال شکل گیری است که میلیون ها نفر در آن عضویت خواهند داشت. این شبکه با یک وبلاگ شروع شده، با مجله الکترونیکی رشد پیدا کرده، با انجمن و وب سایت، رسمیت پیدا کرده و همچنان در حال گسترش است. شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت، پشتیبان جوانان خلاق ایرانی خواهد بود تا بار دیگر پرچم ایران در سراسر جهان به احتزاز در آورند. اما این بار کمی متفاوت خواهد بود. پرچم علم و دانش و تکنولوژی، پرچم کسب و کارهای دانش بنیان، پرچم کارآفرینان و ثروت آفرینان ایرانی.

ما می خواهیم یک پارک علم و فناوری مجازی به وسعت تمام ایران تأسیس کنیم و به دنیایی از موفقیت، شگفتی و ثروت سلام کنیم. سلام به دنیای زیبای دیگر. سلام به میلیاردرهای آینده ایران، سلام به کارآفرینان جوان و موفق ایرانی. سلام به انسان های زیبای دیگر.

ثمره ی این پارک علم و فناوری مجازی، میلیاردرها دلار ارز آوری برای کشور، و ایجاد ۲۰ میلیون برند ایرانی قابل رقابت با برندهای خارجی در همه ی عرصه ها و حوزه ها خواهد بود. ساکنان این ۲۰ میلیون برند ایرانی، ۲۰ میلیون کارآفرین جوان خلاق و خوش فکر ایرانی خواهند بود.

شاید این سوال براتون بوجود آمده باشد که منظور از پارک فناوری مجازی دقیقا چیست؟ برای پاسخ به این سوال با ما همراه باشید.

هم اکنون به شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت بپیوندید.

شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت:

مجله الکترونیکی، وبلاگ، انجمن، دفتر کار مجازی، شبکه اجتماعی کارآفرینان، شبکه مناقصه ایده و پروژه، رادیوی اینترنتی، تلویزیون اینترنتی، پارک علم و فناوری مجازی، دانشگاه مجازی، اینترنت فارسی و در نهایت شهر مجازی سلام



کارخانه تبدیل فکر به ثروت

ایده ای برای ثروتمند شدن ایرانیان

ما این امکان هستیم که مردم استعدادهای خود را شکوفا نموده، تبدیل به ثروت و ارزش افزوده نمایند.

چشم انداز ما برای سال ۱۴۰۴

۲۰ میلیون برند ایرانی،

۲۰ میلیون کارآفرین میلیاردر ایرانی

شعار ما

اقتصاد دانش بنیان، خلاقانه و پویا

شماره ۲ - دی ماه ۹۰

ماهنامه و انجمن کارخانه تبدیل فکر به ثروت، یک گروه مردمی و دانش بنیان می باشد و به هیچ گروه و سازمانی وابسته نیست.

صاحب امتیاز: گروه دانش بنیان سلام

مدیر مسئول و سردبیر: علی علی اکبرزاده

هیئت تحریریه:

دکتر کیوان رامین، باور ثروتی، ایده غنی پور، علی علی اکبرزاده

همکاران این شماره:

فرنوش کاشانی راد

طراحی جلد و صفحه آرایی:

ایده غنی پور

تلفن تعاونی: ۷۷۳۹۱۵۱۲ - ۰۲۱

سایت تعاونی: www.knn-co.com

سایت انجمن: forum.ideas-to-wealth.ir

وبلاگ: ideas-to-wealth.blog.ir

پذیرش آگهی در مجله و انجمن:

ali.anzabi@gmail.com

پست الکترونیکی مجله:

Salam.imperial@gmail.com

دوستان و همراهان عزیز مجله، لطفا برای ارتقای کیفیت مجله، انتقادات، پیشنهادات و مطالب خود را برای ما ارسال کنید

۱	سر مقاله
۲	جنبش کارآفرینی
۳	شهادای علم و فناوری
۴	گزارش پارک علم و فناوری مجازی
۴	افتتاح انجمن
۵	رصدخانه فناوری
۷	کارگاه اقتصاد دانش محور
۱۷	درآمد شرکت های دانش بنیان
	ارائه مدل مفهومی اولین مرکز رشد فناوری
۱۸	مجازی در کشور
۲۷	تحریم = فرصت
۲۹	پارک فناوری مجازی :
	بستر ساز کارفرینی نوین در افق ۱۴۰۴
۳۲	پارک فناوری مجازی در ایران : تحلیل SWOT
۳۶	نسل جدید میلیونرهای دنیای تکنولوژی
۳۷	انکوباتور مجازی در حوزه نرم افزار
۳۷	انجمن میلیاردرهای آینده ایران
۳۸	شبکه ایده کده
۳۸	ویوان نیوز

تحریم = فرصت

تحریم = حرکت

تحریم = پیشرفت

تحریم = خودباوری

تحریم = اقتصاد دانایی محور

تحریم = دانستن قدر نعمت های خداوند

تحریم = تجاری سازی ایده های دانش بنیان

تحریم = گسترش برندهای دانش بنیان ایرانی

تحریم = کاهش واردات و رونق تولیدات داخلی

تحریم = استفاده از ثروت هایی که دور می ریزیم

لطفا ما را تحریم کنید .

به دنیایی از شگفتی و ثروت ، سلام کنید .

به ایران دانش بنیان و اقتصاد دانایی محور سلام کنید .

سر مقاله

ما برای بوسیدن خاکستر قله ها چه خطرها کرده ایم
ما برای آنکه ایران گوهری تابان شود خون دل ها خورده ایم
ما برای خواندن این قصه عشق افتخار رنج دوران برده ایم ...
ما برای جاودانه ... ماندن این عشق پاک خون دل ها خورده ایم

به نام خداوند عزیز

برای تحقق رویای ایرانی ثروتمند و شاد ، با یک چالش بزرگ به نام تحریم اقتصادی روبرو هستیم . به عنوان یک ایرانی و به عنوان مدیر کارخانه تبدیل تبدیل فکر به ثروت ، مایلم قدرت و عظمت ایران را در همه ی حوزه ها در سطح جهان ببینم .

چندی پیش رزمایش نیروی دریایی و بستن موقت تنگه هرمز ، نشان داد که نفت ایران و موقعیت نفتی ایران ، چقدر در اقتصاد جهان تأثیرگذار است . به طوری که اگر ایران ، چاه های نفت خود و تنگه هرمز را ببندد ، اقتصاد غرب دچار یک بحران جدی می شود .

۲۰ درصد از کل تجارت جهانی از تنگه هرمز می گذرد . عمده انرژی جهان و بالغ بر ۴۰ درصد صادرات نفت جهان از تنگه هرمز می گذرد . بر اساس آمار اداره اطلاعات انرژی آمریکا، روزانه ۱۶،۵ تا ۱۷ میلیون بشکه نفت خام از منطقه خلیج فارس عمدتاً به مقصد ژاپن، آمریکا، اروپای غربی و دیگر کشورهای آسیایی صادر می شود که تمام آن از تنگه هرمز عبور می کند و این به جز حجم عظیم فرآورده های نفتی، گاز مایع و مایحتاج کشورهای منطقه است که از این تنگه عبور می کند .

در واقع بر اساس آمارهای موجود حداقل ۸۸ درصد نفت عربستان سعودی، ۹۰ درصد نفت ایران، ۹۸ درصد نفت عراق، ۹۹ درصد نفت امارات متحده عربی و ۱۰۰ درصد نفت کشورهای کویت و قطر از تنگه هرمز عبور می کند که در مجموع می توان گفت ۹۰ درصد صادرات نفت تولید کنندگان خلیج فارس توسط تانکرهای نفتی از این مسیر عبور می کند .

«پاتریک کلاوسون» پژوهشگر مسائل خاورمیانه واشنگتن در کمیته نیروهای مسلح مجلس نمایندگان این کشور درباره احتمال بستن تنگه هرمز توسط تهران گفت: اگر تنگه هرمز به مدت طولانی بسته شود، اقتصاد جهانی سقوط خواهد کرد .

من آدم سیاسی نیستم . تخصصی هم در این زمینه ندارم . اما یک ایرانی ام .
به عنوان یک ایرانی ، از تحریم ها ناراحتم .

از اینکه عمده صادرات ایران ، نفت و گاز ، گنبدی های زیر زمینی این کشور باشد ، ناراحتم .
از اینکه با وجود سرمایه های انسانی ، نخبگان و متخصصین ایرانی ، با وجود جوانان خلاق ، خوش فکر و با اراده ی ایرانی ، سهم زیادی از شرکت های دانش بنیان و فناوری دنیا نداریم ، ناراحتم .

از اینکه برخی از جوانان ایرانی ، توانایی ها و قابلیت های خود را باور ندارند ، ناراحتم .
از اینکه برخی از مردم ، خودشان را دست کم گرفته ، دائم در حال غرزدن بوده و منتظرند تا خود به خود ، تغییری در زندگی شان ایجاد شود ، ناراحتم .

چه کار باید کرد ؟

باید حرکت را شروع کرد . این بیهوده نشستن تا به کی ؟

تحریم اقتصادی را باید با تحریم اقتصادی پاسخ داد . برای پاسخ به تحریم های اقتصادی ، ما باید چاه های نفت و تنگه هرمز را به طور کامل ببندیم و زمانی تنگه هرمز را باز کنیم که تمام تحریم ها برداشته شده باشد .

اما چگونه ؟ این موضوع چه زمانی تحقق می یابد ؟

زمانی که تمام درآمدهای کشور ، از طریق صادرات غیر نفتی و جذب گردشگر خارجی تأمین شود و صادرات نفتی به صفر برسد . منظورم از صادرات غیر نفتی ، صادرات دانش بنیان است . صادرات خدمات و محصولات دانش بنیان . اما چگونه می توانیم به این میزان صادرات برسیم ؟
باید ایده ها را تجاری کنیم . باید علم و دانش را تجاری کنیم . باید تکنولوژی های نو ایجاد کنیم و با ایجاد برندهای فراملیتی ، بازارهای جهانی را به دست بگیریم .
کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، یا همان پارک فناوری مجازی ، با هدف افزایش صادرات خدمات و محصولات دانش بنیان بوجود آمده است .

بیا بید عهدی با هم ببندیم :

در این زمان و در این مکان ، با هم عهد می بندیم که پا در مسیر تولید ثروت و تکنولوژی می گذاریم .

ما به کمک هم ۲۰ میلیون برند دانش بنیان ایجاد می کنیم .

هر وقت دچار یأس و ناامیدی شدیم ، هر وقت دچار بیماری «نمیشه ، نمیتونیم» شدیم ، این جمله ی زیبا را به خاطر داشته باشیم :

از تمام داشته هایت که به آن مرناز خدارا جدا کن ، مین چادر سر ؟
بهمه کمبودهایت که از آن مرناز خدارا بیفزا ، مین بی کم دار سر ؟

به دنیایی از شگفتی و ثروت خوش آمدید !!

شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت در حال گسترش است .



چین ، یکی از بزرگترین اقتصادهای دنیا است . یک دانش آموز چینی ، تا سوم راهنمایی می آموزد که چگونه یک کالا را به یک خارجی بفروشد . یعنی در مدارس ، به کودکان چینی ، روش های بازاریابی بین الملل و صادرات کالا آموزش داده می شود .

ما نیز می خواهیم ایران ، بزرگترین ترین اقتصاد دنیا شود . امروز ، اگر ۷۵ میلیون ایرانی ، هر کدام در سال ، یک کالای ایرانی به ارزش ۱۰۰ هزار تومان صادر کند ، حدود ۷,۵ هزار میلیارد تومان ارز وارد کشور می شود . اگر ۷۵ میلیون ایرانی ، ۱۰ محصول دانش بنیان صادر کنند ، علاوه بر گسترش برند ایرانی در جهان ، ۷۵ هزار میلیارد تومان درآمد برای کشور حاصل خواهد شد .

صنعت گردشگری ، یک صنعت چند میلیارد دلاری در جهان است . کشور ایران از نظر جاذبه های گردشگری ، رتبه پنجم جهان را دارد ولی متأسفانه در جذب گردشگر ، رتبه ی چندانی ندارد . طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری ، هر گردشگر به طور متوسط ۱۰۲۵ دلار ارز وارد کشور می کند . اگر ۷۵ میلیون ایرانی ، نفری یک گردشگر خارجی در سال به کشور جذب کنند ، ۷۵ هزار میلیارد تومان درآمد به دست خواهد آمد . کسی که توانایی جذب گردشگر خارجی را دارد ، می تواند در سال ۱۰ گردشگر جذب کند . به این ترتیب سالیانه ۷۵۰ هزار میلیارد تومان ارز وارد کشور می شود . گردشگرانی که وارد کشور می شوند ، باید محصولات دانش بنیان ایرانی را خریداری نموده و به کشور خود ببرند . بنابراین جذب گردشگر و صادرات محصولات ایرانی و گسترش برند ایرانی ، با هم نسبت مستقیم دارند . بنابراین ۷۵ میلیون ایرانی ، اگر اراده کنند ، با تلاش و پشتکار ، می توانند سالیانه ۸۲۵ هزار میلیارد تومان ارز وارد کشور کنند .

براساس آمار سازمان جهانی گردشگری ، به ازای ورود هر گردشگر دو تا شش شغل مستقیم و ۹ تا ۱۵ شغل با احتساب مشاغل بخش های تولیدی و خدماتی ایجاد می شود. این یعنی یک فرصت فوق العاده و بی نظیر برای نیروی انسانی موجود در کشور .

این یک زنجیره است . جذب گردشگر ، باعث رونق تولیدان داخلی و اشتغال زایی می شود . همچنین صادرات محصولات دانش بنیان و گسترش برندهای ایرانی را نتیجه می دهد . جذب گردشگر ، صادرات محصولات دانش بنیان ، برندسازی ، تولید داخلی ، اشتغال زایی ، کارآفرینی ، حلقه های این زنجیره هستند .

اگر ایرانیان دست در دست هم دهند و همه با هم تلاش کنند ، می توانیم چاه های نفت را ببندیم و اقتصاد دانش محور و متکی به مردم داشته باشیم . اقتصادی که دانش ، تکنولوژی ، خلاقیت و کارآفرینی موتور محرک آن است .

حالا باید چیکار کنیم ؟

چگونه می توانیم صادر کننده باشیم ؟ چگونه می توانیم با سرمایه کم صادر کنیم ؟

چگونه می توانیم گردشگر خارجی جذب کنیم ؟

چگونه می توانیم اقتصاد نفتی ایران را به اقتصاد دانایی محور تبدیل کنیم .

ممکن است فکر کنید که شما ، کارمند ، دانشجو ، دانش آموز ، یا خانم خانه دار ، نمی توانید این کار را انجام دهید . سرمایه ای ندارید . توان این کار را ندارید . اما من به شما ثابت می کنم که می توانید . فقط باید آموزش ببینید و خلاق باشید . به زودی در شماره های اختصاصی ، به این دو موضوع یعنی جذب گردشگر خارجی و صادرات دانش بنیان ، به تفصیل خواهیم پرداخت .

حرکت عظیمی در حال شکل گیری است . اقدامات بسیار جالب توجهی از طرف تیم پر تلاش سلام ، در حال انجام است که به لطف خدا در سال ۹۱ به ثمر خواهد نشست .

هدف تیم سلام این است که اقتصاد نفت محور را به اقتصاد دانش محور تبدیل کند . برای رسیدن به این هدف ، ما ایران را به یک مرکز رشد بزرگ تبدیل می کنیم . چگونه ؟

ما در حال طراحی سیستم های Dynamic و پویای انکوباتور مجازی به عنوان پلتفرم هستیم . انعطاف پذیری این سیستم نرم افزاری در حدی است که در همه سازمان ها و با همه ی نیازها قابل انطباق است . یک سیستم مدیریت محتوای فوق العاده قوی و پویا نیز در آن تعبیه شده است . سیستم نرم افزاری پویای انکوباتور مجازی ، تمام امکانات مورد نیاز برای مدیریت ایده ها و نیازها و هدایت آن برای ایجاد کسب و کارها را دارا می باشد . واقعیت این است که ایده های زیادی وجود دارد . این ایده ها سرمایه های فکری ما هستند و نباید از بین بروند . به این ترتیب ظرف مدت کوتاهی به این شعارها جامه عمل می پوشانیم :

« هر اجتماع بالای ۱۰ نفر ، یک مرکز رشد مجازی »

« هر دانشکده ، یک مرکز رشد » ، « هر مدرسه ، یک مرکز رشد » ، « هر فرهنگسرا و خانه فرهنگ ، یک مرکز رشد » ، « هر سازمان یک مرکز رشد » ، « هر شرکت متوسط یک مرکز رشد » ، « اینترنت ، یک مرکز رشد » ، « هر روستا یک مرکز رشد » و ...

در کنار هر مرکز رشد مجازی ، یک تعاونی دانش بنیان تأسیس می شود که به جذب سرمایه و تأمین سرمایه خواهد پرداخت .

به دنیایی از شگفتی و ثروت ، سلام کنید . به ایران دانش بنیان و اقتصاد دانایی محور سلام کنید .

پاسداشت شهدای مظلوم هسته‌ای





مهندس شهید روشن
مصطفی احمدی

شهید مسعود علی محمدی

شهید مجید شهریاری

شهید داریوش رضایی نژاد

سلام بر شهیدان راه علم،
سلام بر آنانی که بر کزانه ازلی و ابدی وجود نشسته‌اند
خوشبحال این ستاره‌های درخشان آسمان انقلاب.....

وبلاگ قرارگاه سایبری
www.Montazerolmahdi.ir

دشمنان بدانند .
اگر در برابر رشد علم و فناوری ایران بایستید ،
در برابر تمام دنیای پوچ و توخالی شما خواهیم ایستاد ...

اگر لازم باشد ، از سرمایه هایمان هزینه می کنیم .
از مال و عمر و جوانی و جانمان هزینه می کنیم .
اگر لازم باشد ، تمام مردم ایران را برای تولید دانش و ثروت بسیج کنیم ،
این کار را انجام می دهیم .
تمام ایران را تبدیل به علی محمدی ، شهریاری ، احمدی ، رضایی نژاد می کنیم .
و ایران را به قله های علم و فناوری ، به قله های عزت و ثروت خواهیم رساند .
انرژی هسته ای ، فناوری نانو ، هوافضا و ... کوچکترین کارهایی است که انجام خواهیم داد .
این درسی که شما خواندید ، جزوه اش را ما نوشتیم .
ما موتور توسعه علم و فناوری طراحی می کنیم . ما کارخانه تبدیل فکر به ثروت طراحی می کنیم .
هر نفسی که می کشید ، به انحطاط و افول تان نزدیک می شوید .
اشتباه بزرگی کردید . رشد علم و فناوری را در ایران سرعت دادید .
هر ثانیه ای که می گذرد ، ما کیلومترها به قله نزدیک می شویم . نزدیک و نزدیک تر می شویم .
دیری نخواهد پایید که ، تمام علم و دانش و تکنولوژی در دستان توانمند جوانان خلاق ایرانی
خواهد بود .
روزی می رسد که در آن روز ، علم و تکنولوژی جدید از طریق جوانان ایرانی در جهان نشر خواهد
یافت .
همه ی دنیا ناچارند برای به روز بودن و پیشرفت کردن ، زبان فارسی را یاد بگیرید .
روزی را می بینم که در برابر جوانان خوش فکر ایرانی زانو زده اید و علم و تکنولوژی را گدایی می
کنید .

ای شهدای علم و فناوری

ای کسانی که قلب تان برای رشد و پیشرفت ایران می تپید ، ای کسانی که در خون تان غلتید
برای آنکه پرچم ایران را در میادین علمی بالا نگه دارید .

گوارایتان باشد شهد شیرین شهادت
و بدانید به یاری خدا ، این راه ، تا پیروزی نهایی ادامه خواهد داشت



forum.ideas-to-wealth.ir

ما سعی داریم در این انجمن ، یک مسیر را ترسیم کنیم . مسیری که از ایده به تجاری سازی ختم می شود . در ابتدای صفحه انجمن ، خانه کارآفرینی به عنوان نقطه شروع کاربران است . تمرکز این قسمت بیشتر به خلاقیت ، ایده پردازی و شناخت نیاز است :

- کانون خلاقیت ، نوآوری و شکوفایی : آموزش تکنیک های خلاقیت

- ایده ها : محلی برای تبادل ایده ، پرورش ایده ، امکان سنجی ایده و ...

- نیازها و فرصت ها : هر نیاز یک فرصت برای ایجاد کسب و کار است . در اینجا فرصت های جدید و بکر کسب و کار معرفی می شود .

- و ...

بعد از اینکه کاربر ، ایده ی مورد نظر خود را پیدا کرد . حالا باید گروهی تشکیل دهد . در قسمت تیم سازی ، افراد در گروه های تخصصی مختلف ، سازماندهی می شوند و برای تجاری سازی ایده ها تیم تشکیل می دهند :

- گروه های تخصصی

- کارگروه های تخصصی

- جذب همکار

- و ...

بعد از مشخص شدن ایده و تشکیل تیم ، افراد وارد مرکز رشد می شوند . در مرکز رشد ، یک دفتر کار مجازی ، به آنها اختصاص داده می شود . آموزش های تخصصی و غیر تخصصی مورد نیاز ، به افراد داده می شود تا بتوانند در قالب کار تیمی ، ایده ی خود را به مرحله پیاده سازی و اجرا برسانند .

اما در مرکز رشد ، سه بخش متفاوت وجود :

- مناقصه ایده و پروژه : به نوعی ایده بازار و فن بازار محسوب می شود .

- ویکی تدوین دانش فنی : محیطی مانند ویکی پدیا برای کسب تکنولوژی و ایجاد دانش فنی .

- کلینیک کسب و کار : مشاوره های تخصصی و غیر تخصصی ، پرسش و پاسخ و ...

وقتی کاربر ایده ی خود را پیاده سازی کرد و یک خروجی قابل ارائه تولید کرد . وارد بخش بعدی ، یعنی مرکز تجاری می شود . در این مرحله کاربر باید ، ثبت مالکیت فکری انجام دهد . مهمترین نکته در این قسمت ، نوشتن طرح کسب و کار (BP) است . BP کمک زیادی به جذب سرمایه گذار و تأمین مالی می کند . سپس بحث های ایجاد برند ، بازار سنجی ، بازاریابی و فروش مد نظر قرار می گیرد .

این موارد حلقه های زنجیره ی تجاری سازی هستند . برای اینکه بتوانید کسب و کار موفق داشته باشید ، باید اطلاعات مناسبی در این موارد پیدا کنید .

کاربر برای پیمودن مسیر از ایده تا محصول و از محصول تا ثروت ، نیاز به انگیزه و انرژی دارد .

بخش های کارآفرینان و چند لحظه انرژی مثبت ، برای این منظور طراحی شده است . در بخش کارآفرینان ، کارآفرینان ایرانی و خارجی ، نوجوان و جوان و پیر معرفی می شود . جشنواره های دانش بنیان برگزار شده در کشور ، بررسی می شوند تا کاربران بدانند که در کشور ، افرادی با شرایط آنها توانستند کارهای بزرگی انجام دهند . همچنین داستان های تأثیر گذار ، جملات تأکیدی مثبت ، تجسم خلاق و تکنولوژی فکر ، انرژی آنها را دو چندان خواهد کرد .

انجمن کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، در روز ۱۵ بهمن ، به طور رسمی افتتاح می شود . لطفاً قبل از ۱۵ بهمن در سایت ثبت نام نفرمایید تا تغییرات لازم انجام شده و ساختار اصلی شکل بگیرد . بعد از ۱۵ بهمن ، بی صبرانه منتظر حضور فعال شما دوست عزیز در انجمن هستیم . انجمن کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، نخستین گام عملی برای تأسیس پارک علم و فناوری مجازی است این انجمن در واقع ، یک نسخه آزمایشی است برای امکان سنجی واقعی و رفع نواقص احتمالی و بهبود عملکرد پارک فناوری مجازی نهایی .

حضور شما و فعالیت مستمر شما در انجمن ، از جهات مختلف حائز اهمیت است :

اول) شما در مسیری قرار می گیرید که به راه اندازی کسب و کار و تولید ثروت ختم می شود .

دوم) برای انجام پروژه ها و پیاده سازی ایده هایتان ، همراه و همکار پیدا می کنید .

سوم) از تجربیات عملی دیگران بهره مند می شوید .

چهارم) یک شبکه پشتیبان روحی و انگیزه ای پیدا می کنید .

پنجم) یک شبکه پشتیبانی فنی و تخصصی پیدا می کنید .

ششم) به یک شبکه خلاقیت پر از ایده ها ، فرصت ها و طرح ها متصل می شود .

هفتم) به یک منبع بزرگ انرژی و انگیزه متصل می شود .

هشتم) امکانات موردنیاز برای راه اندازی کسب و کار و ایجاد برند را پیدا می کنید .

نهم) ما را برای طراحی و راه اندازی پارک فناوری مجازی یاری می دهید .

و ده ها مورد دیگر .

اما مهمترین مورد این است که آموزش می بینید و یاد می گیرید که چگونه یک نیاز را به یک ایده و یک ایده را به یک محصول یا خدمت و سرانجام آن را به پول تبدیل کنید .

تا چند روز دیگر ، چهارمین جشنواره ملی نوآوری و شکوفایی در مصلی تهران برگزار می شود . در این جشنواره شرکت های دانش بنیان زیادی حضور دارند . شرکت هایی که ایده های خود را تجاری نموده و به کسب و کار تبدیل کرده اند . این جشنواره می تواند فرصت مناسبی برای شما باشد .

کارخانه تبدیل فکر به ثروت نیز در این جشنواره حضور دارد . دوستان عزیزی که در تماس های متعدد ، خواستار دیدار و گفتگوی حضوری بودند ، می توانند از ۱۵ تا ۱۸ بهمن ، از غرفه ی ما بازدید کنند .

وعده دیدار ما ، ۱۵ تا ۱۸ بهمن ، مصلی تهران
غرفه کارخانه تبدیل فکر به ثروت
با همکاری تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر .



تهران، مصلی امام خمینی (ره) ۱۵ - ۱۸ بهمن ماه ۱۳۹۰

دیرایش دوم

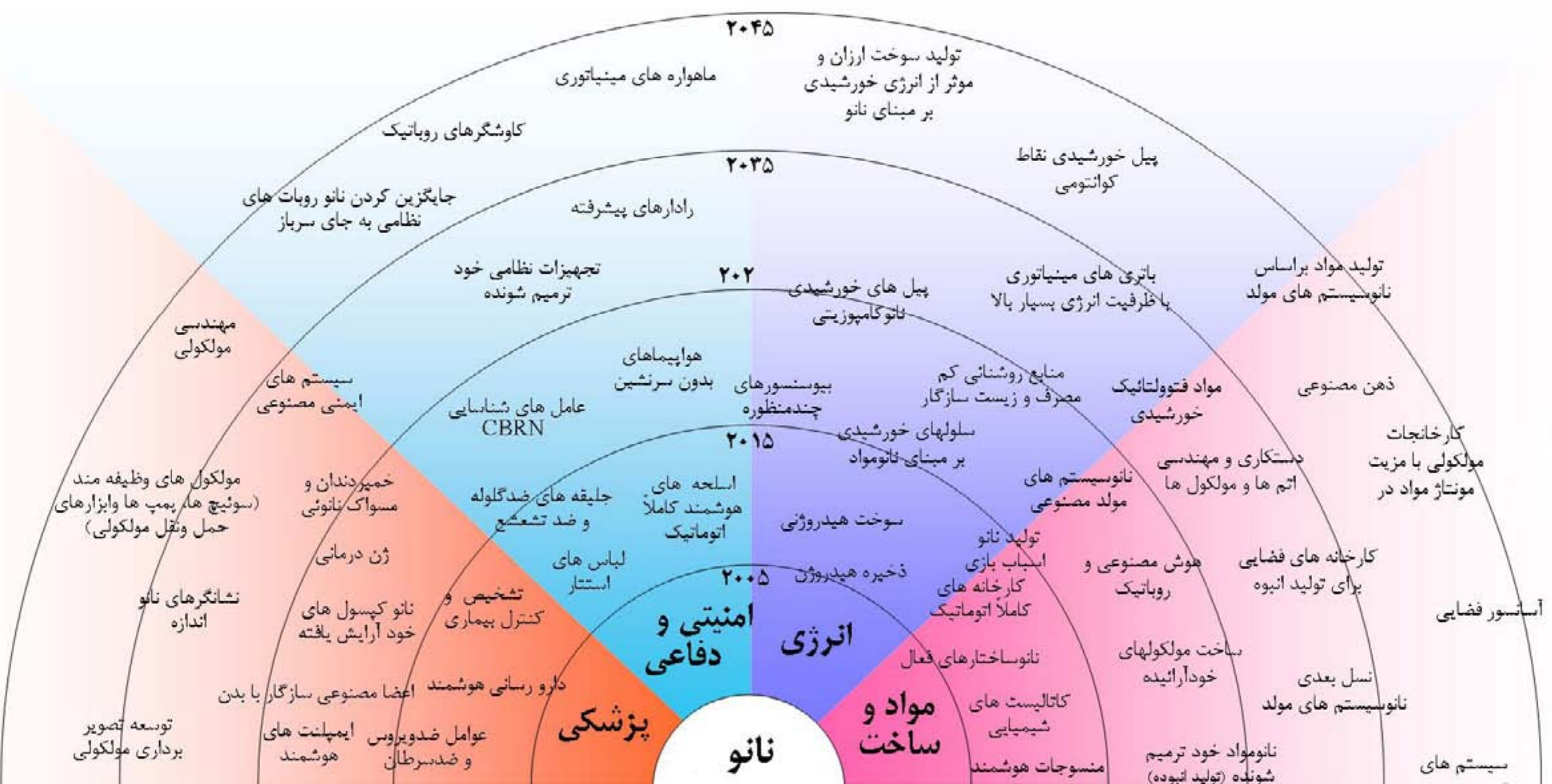
دی ۱۳۸۹

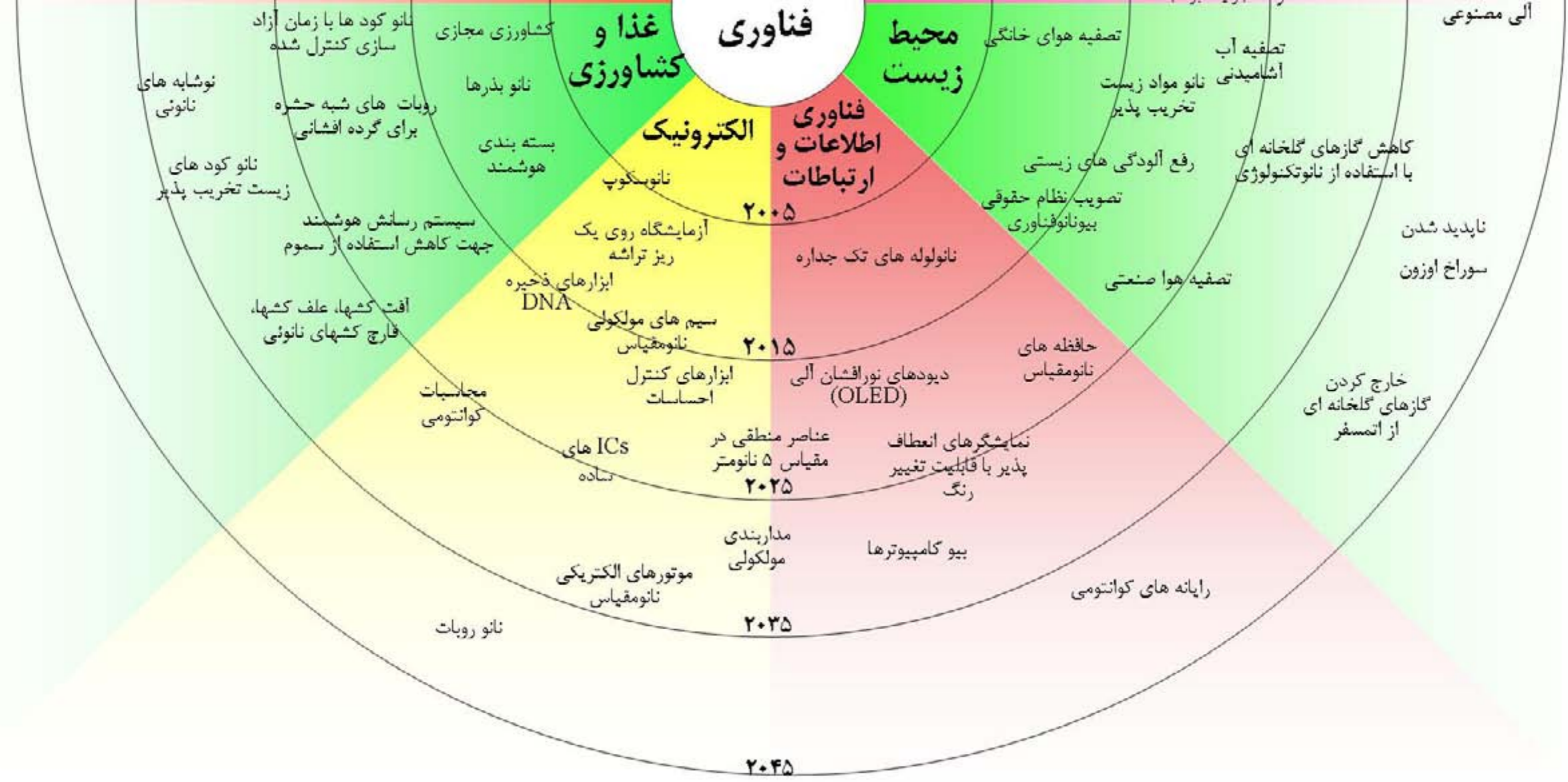
www.utstp.ir

رسدخانه علم و فناوری نقشه آینده نانوفناوری



پارک علم و فناوری دانشگاه تهران
مرکز آینده پژوهی





آینده پژوهی ، نقشه راه را برای ما ترسیم می کند و به حرکت های ما جهت می دهد . باید در زمینه ها و حوزه های مختلف این کار صورت بگیرد . ما نیز به لطف خدا در زمینه ی کارآفرینی ، پارک فناوری مجازی ، شهر مجازی ، فناوری های کلیدی ، آینده پژوهی خواهیم کرد و نتایج اش را در این قسمت منتشر خواهیم نمود . اگر در این زمینه علاقه مند به همکاری هستید ، می توانید با ما تماس بگیرید ، یا نتایج فعالیت های خود را به نشانی ما ارسال کنید .

جایگاه مراکز رشد (Incubator) در اقتصاد دانایی محور



خسرو سلجوقی

عضو هیات علمی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور
و معاون فنی دبیرخانه شورای عالی اطلاع رسانی

www.saljooghi.com
ksaljooghi@yahoo.com

دانایی چیست؟

1. دانایی ترکیبی از « تجربیات، ارزش ها»، اطلاعات موجود و نگرش کارشناسی نظام یافته است.
2. دانایی خاص افراد نیست و سازمان ها هم دارای ذخایری از دانایی هستند.
3. اطلاعات و دانایی، منابع تولید دانایی هستند و برخلاف بسیاری از منابع (مواد اولیه، منابع مالی، منابع انسانی،.....) هنگام مصرف مستهلک نمی شوند، بلکه با مصرف، بیشتر رشد می کنند.



اقتصاد دانایی محور چه نوع اقتصادی است؟ (قسمت اول)

- در این اقتصاد، ارزش افزوده صرفاً ناشی از تولید کالاهای مصرفی نیست بلکه ابزارهای تولید نیز اهمیت خود را از دست داده و ارزش ثانویه پیدا کرده است.

- در این اقتصاد، مهمترین عامل، تولید نیروی کار و سرمایه نمی باشد، بلکه «دانایی» و «فناوری» است.

- نمونه آن تعداد شرکتهای چند میلیارد دلاری جهان نظیر Nike و سیلیکون گرافیک می باشد که نه کارگاهی دارند و نه کارگری و تمام ثروت آنها در جوازهای امتیاز علمی (پتنت ها)یشان ذخیره شده است و روز به روز رو به افزایش است.



اقتصاد دانایی محور چه نوع اقتصادی است؟ (قسمت دوم)

- اقتصاد دانایی، اقتصاد کمیابی منابع نیست بلکه اقتصاد فراوانی منابع است.
- در اقتصاد دانایی، دانایی به کالا تبدیل شده و به فروش می رسد. لذا بازارهای مجازی برای مبادله دانایی در جهان شکل گرفته است.
- این اقتصاد مبتنی بر تولید، توزیع، و مصرف « دانایی» یا همان «اطلاعات» است.
- تولید ثروت در این بازار مبتنی بر مبادله « اطلاعات و دانایی» است.
- در اقتصاد دانایی، دانایی به مصرف می رسد و به صورت فناوری به فروش می رسد.

اقتصاد دانایی محور چه نوع اقتصادی است؟ (قسمت سوم)

- کشورهایی که با عنوان « رهبران فناوری » دنیا معرفی می شوند، بیشترین بهره برداری را از دانایی به عمل آورده و نه تنها آنرا تولید کرده و در اقتصاد به مصرف رسانده اند بلکه نقش عمده ای هم در صادرات آن ایفا می کنند.
- اقتصاد دانایی، اقتصاد بدون وزن است. در این اقتصاد بجای کارخانه های بزرگ و مراکز اداری عظیم، مدارهای پیچیده و کوچک، فکرها (ایده ها) قرار گرفته اند و آنچه ارزش آفرین است از نوع فکری و غیر قابل لمس و بی وزن است.
- در اقتصاد دانایی سهم قابل توجهی از تولید ناخالص ملی و داخلی (GDP, GNP) از رشته فعالیتهای مبتنی بر دانایی نظیر صنایع دارای فناوری عالی و متوسط، خدمات مالی و تجاری مبتنی بر اطلاعات و دانایی، و فعالیت های آموزشی و پژوهشی حاصل می شود.

نشانگرهای اقتصاد دانایی (1)

- جواز امتیاز علمی (پنتت) داده شده به ساکنان (میلیون نفر)
- درآمد حاصل از حق امتیازات و مجوزهای علمی به ازای دلار برای هر یک هزار نفر
- تعداد بهره گیران از اینترنت در هر هزار نفر



چه عواملی دانایی را افزایش می دهد؟

- سرمایه انسانی
- فناوری ارتباطات و اطلاعات
- شکل گیری فرایند نوآوری
 - سرعت عمل در نوآوری
 - تبدیل هر چه سریعتر ایده به محصول و خدمات
 - عرضه آن نه در سطح محل یا منطقه ای، بلکه در سطح جهانی



نشانگرهای اقتصاد دانایی (2)

- سهم صادرات فناوری عالی از کل صادرات صنعتی

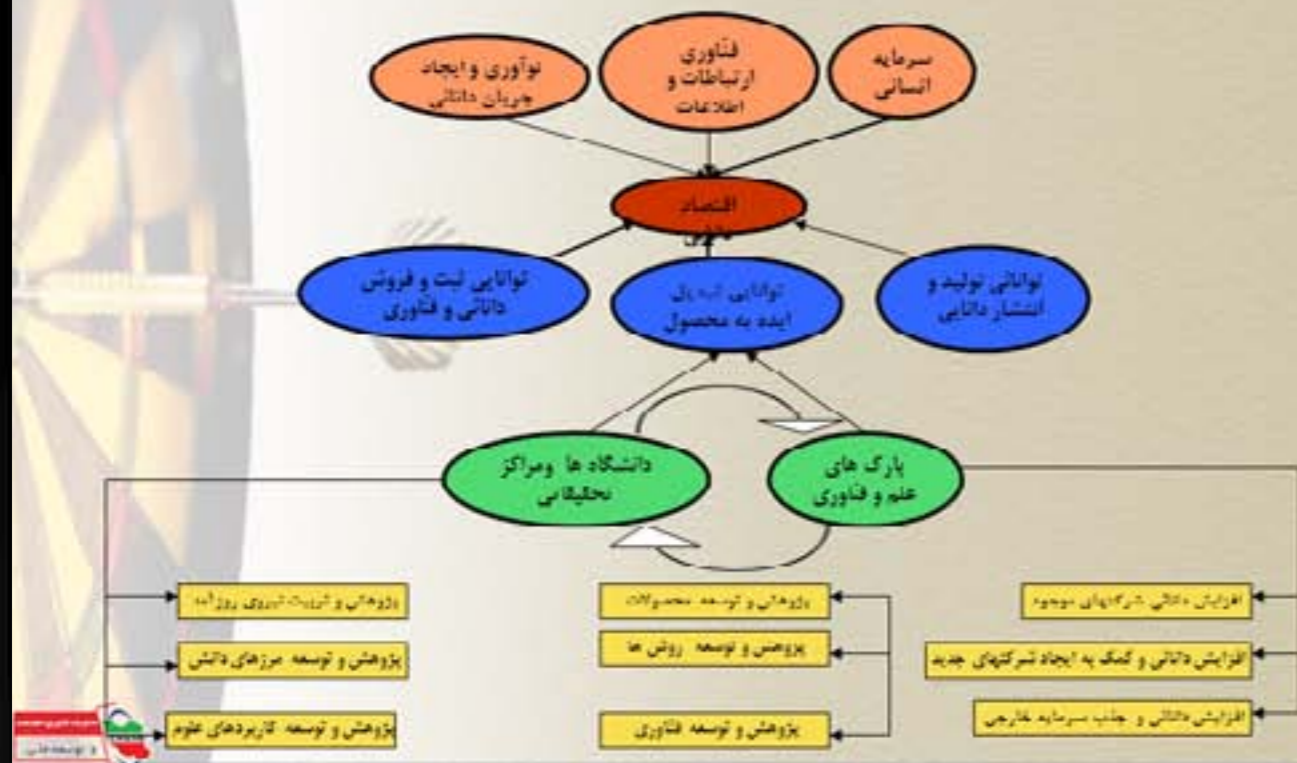
- صنایع فناوری عالی: به صناعی گفته می شود که بیش از 4 درصد از گردش مالی خود را صرف تحقیق و توسعه می کند.

(فناوری ارتباطات و اطلاعات، داروسازی)

- صنایع فناوری متوسط: به صناعی گفته می شود که بین 1 الی 4 درصد از گردش مالی خود را صرف تحقیق و توسعه می کند.

(خودرو، شیمیایی)

نقش مراکز رشد و پارک های علم و فناوری در اقتصاد دانایی



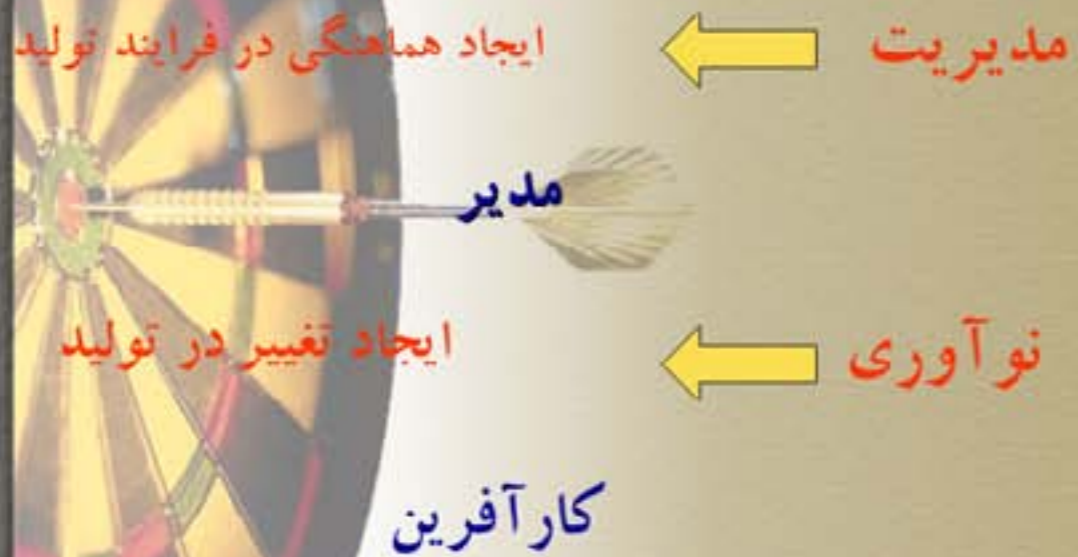
دیدگاه دانایی محور چه نوع دید گاهی است؟

- دیدگاه نفتی:
- جذب اعتبارات از دولت
- استقرار صنایع
- اجرای پروژه های ملی

- دیدگاه جدید:
- جذب سرمایه گذاران
- جذب گردشگر

- دیدگاه آینده:
- جذب منابع انسانی
- جذب دانایی
- جذب فناوری

مشخصات نیروی انسانی مورد نیاز IT



مشخصات نیروی انسانی مورد نیاز IT



اهمیت مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری در توسعه دانایی محور



طبق آمارهای به دست آمده، از بررسی‌های انجام گرفته، 75٪ افراد یک جمعیت، نظاره‌گر بدون ایده و بدون عمل می‌باشند. 12٪ عملگر بدون ایده و فاقد خلاقیت می‌باشند. 12٪ خلاق و مستعد ایده‌دهی ولی عملگر نیستند و فقط حرف می‌زنند و 1٪ جمعیت خلاق و ایده پرداز می‌باشند که در اصل پارک‌ها و مراکز رشد باید سعی کنند تا این 1٪ از جمعیت را جذب نمایند.

نهاد مرکز رشد یا (Incubator) چیست؟

- مرکز رشد ترجمه فارسی انکوباتور می باشد و خارجی ها از واژه انکوباتور استفاده می کنند که این واژه برگرفته از انکوباتورهای پزشکی می باشد و این واژه با توجه به خصوصیات انکوباتورهای پزشکی، مفاهیم مورد نیاز را تامین و تداعی می کند.

کار آفرینی موتور توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات



انکوباتور (Incubator) چیست؟

- محفظه ای شیشه ای که بچه های نارس به هنگام تولد برای مدت کوتاهی برای کسب تطابق با محیط طبیعی در آن نگهداری می شوند

خصوصیات انکوباتور های پزشکی:

- صفر و یک بودن
- زمان کوتاه
- استقلال بچه
- حمایت‌های نوری
- حمایت‌های دمایی
- حمایت‌های دارویی

در مرکز رشد چه خدماتی ارائه می شود؟ (قسمت اول)



- * خدمات پشتیبانی**
(خدمات اسکان، دسترسی به تلفن و دورنگار، مبلمان اولیه فضاها، کاربردازی و خدمات دبیرخانه‌ای، امکان استفاده از اتاق‌های کنفرانس، تجهیزات سمعی و بصری و دستگاه‌های فتوکپی و تکثیر)
- خدمات اطلاع‌رسانی**
(دسترسی به اینترنت، دسترسی به کتابخانه و مراکز اطلاع‌رسانی و نرم‌افزارهای رایانه‌ای)
- * خدمات مشاوره‌ای و آموزشی**
(مشاوره‌های مدیریتی، مالی و بازرگانی، خدمات حسابداری و حقوقی، برگزاری سمینار و یا کارگاه‌های آموزشی مورد نیاز برای شرکت‌های تازه تاسیس)



اهم دستاوردهای مورد انتظار از فعالیتهای پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری



- گسترش واحدهای تحقیقاتی و شرکت‌های خدمات مهندسی و تکمیل چرخه تحقیقات
- توسعه فرهنگ کارآفرینی و ایجاد اشتغال مولد برای فارغ‌التحصیلان جوان
- کاربردی کردن و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات
- نوسازی صنایع موجود از رهگذر جذب و انتقال فناوری
- جذب و حفظ نخبگان علمی کشور در طرح‌های تحقیقاتی و تولیدی با کیفیت بالا (فناوری برتر)

ورودی و خروجی مراکز رشد چیست؟

- **ورودی:** اشخاص حقیقی یا حقوقی دارای ایده
- **خروجی:** اشخاص حقوقی دارای ایده به محصول یا خدمات رسیده قابل عرضه در بازار (تاجر)



در مرکز رشد چه خدماتی ارائه می شود؟ (قسمت دوم)

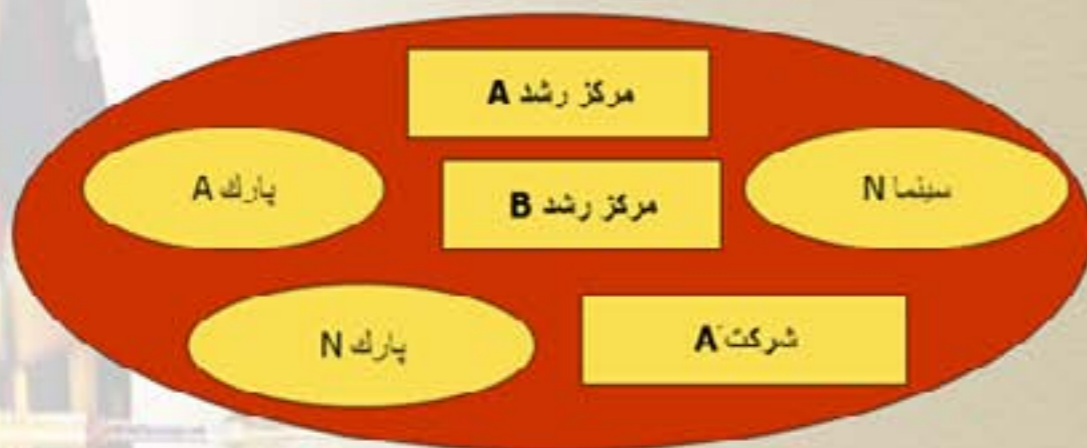
*** خدمات پشتیبانی فنی**

(ارائه خدمات فنی و مهندسی، استفاده از امکانات آزمایشگاهی و کارگاهی)

*** خدمات مالی و اعتباری**

(امکان استفاده از اعتبارات خدماتی و تحقیقاتی، کمک به دسترسی به منابع مالی و جذب سرمایه‌گذاران، تسهیل در جذب طرحها و پروژه‌های تحقیقاتی)

شهرک علمی و تحقیقاتی



پارک علم و فناوری

- پارک های علم و فناوری به عنوان مجموعه هایی که با اراده قوانین حمایتی و خدمات پشتیبانی متمرکز امکان رشد و گسترش سریع واحدهای تحقیقاتی و تکمیل چرخه تحقیقات از دانشگاه ها تا صنایع را فراهم می نمایند، در برگیرنده موسسه ها و شرکت هایی می باشند که در حال حاضر به صورت پراکنده شکل می گیرند و معمولاً نیز به دلیل هزینه های بالا برای ادامه حیات دچار مشکل هستند. پارک های علم و فناوری که در جهان امروز با عناوین مختلف از جمله پارک فناوری، تکنوپولیس، مناطق ویژه تحقیقاتی، شهرک تحقیقاتی و ... شناخته می شوند معمولاً در سه هدف عمده زیر مشترک هستند:

الف - تکمیل چرخه تحقیقات از دانشگاه تا صنایع و تسریع روند انتقال فناوری

ب - حمایت از موسسه ها و شرکت های تحقیقاتی نوپا و کمک به رشد و موفقیت آنها

ج - تجاری سازی نتایج تحقیقات



تاریخچه شهرکهای علمی و تحقیقاتی، پارکهای علم و فناوری - مراکز رشد در دنیا



- با توجه به توسعه اقتصاد از کشاورزی به صنعتی و از صنعتی به دانایی محوری، تمرکز بر ایجاد مراکز فوق نیز در کشورهای توسعه یافته این سیر تطور را طی نموده است.

- مدتی بر شهرک سازی تمرکز شده بود. شهرک مجموعه ای از چندین مرکز رشد، پارک، واحد R&D، دانشگاه، پژوهشگاه، سینما، خانه مسکونی، و کلیه مایحتاج یک زندگی در شهر های معمولی لکن برای گروهی خاص بود.



چرا شهرک سازی از رونق افتاده است ؟

پس از هزینه 15 میلیارد دلاری شهرک تسوکوبا ژاپن و عدم بهره وری اقتصادی، کشورها از تمرکز بر شهرک سازی کاسته و به ساخت پارکهای علم و فناوری متمرکز شدند.



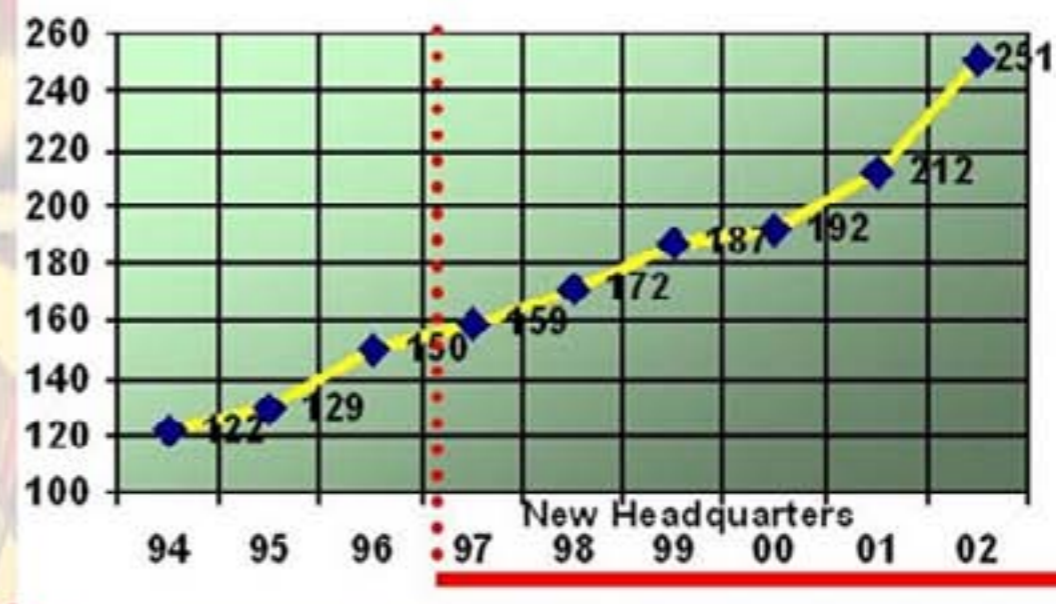
چرا توسعه مراکز رشد رونق یافته است؟

در سالهای اخیر با توجه به بازدهی و تغییر فناوری های متوسط به فناوری های عالی بر ساخت مراکز رشد بیشتر تمرکز شده است.

تعداد پارکهای موجود جهان تا سال 2002

Number of IASP members: evolution (Nov. 2002)

November 2002



تاریخچه شهرکهای علمی و تحقیقاتی - پارک های علم و فناوری - مراکز رشد در ایران

نقشه توزیع شهرک و پارک های علم و فناوری در کشور



اراک	آذربایجان شرقی
اصفهان	تهران
خراسان	فارس
گیلان	سمنان
یزد	

- در ایران شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان بر اساس مصوبه شماره مورخ شورای گسترش آموزش عالی مجوز تاسیس گرفت. لکن بدلیل عدم مطالعه و تامین منابع مناسب در حد یک مصوبه باقی ماند و مدیران باهوش و علاقه مند در شهرک با تغییر و انتخاب راهبرد ایجاد مرکز رشد بجای ایجاد شهرک در فضای استیجاری موجب شد که طرح ایجاد شهرک در برنامه های بلند مدت باقی بماند.
- علاوه بر این شهرک، شهرک کاوش در اتوبان کرج - قزوین و امثالهم نیز در حد تابلو موجود هستند.

خواص مراکز رشد چیست؟

• فارغ التحصیلانی که بدون ورود به مراکز رشد مبادرت به ایجاد شرکت کرده اند:

• درصد نتیجه

• 80 درصد شکست

• 20 درصد موفقیت

• فارغ التحصیلانی که با ورود به مراکز رشد مبادرت به ایجاد شرکت کرده اند:

• درصد نتیجه

• 30 درصد شکست

• 70 درصد موفقیت



لزوم ایجاد مراکز رشد در صنایع خودروسازی

شرکت ایران خودرو با حمایت از قطعه سازها نوعی حرکت راه اندازی مراکز رشد را طی کرد و لیکن بدون توجه به فرایند علمی مراکز رشد موجب شد هم خود شکست بخورد و هم قطعه سازها!



توزیع مراکز رشد واحدهای فناوری سراسری کشور



از سال 1380 تاکنون 10 پارک علم و فناوری و 34 مرکز رشد واحدهای فناوری تاسیس شده است.

13 مرکز رشد دارای مجوز در پارکها مستقر، 14 مرکز رشد واحدهای فناوری، مرکز رشد دانشگاهی بوده و 9 مرکز رشد در سایر وزارتخانه ها و سازمانها تاسیس گردیده اند.

چه گزوهایی می توانند مؤسسين مراکز رشد باشند؟

در کشورهای خارجی بترتیب :

1- شرکت های خصوصی

2- حکومت های محلی

3- مراکز دولتی

در ایران بترتیب :

1- مراکز دولتی (دانشگاه ها ، پارک های علم و فناوری)

2- حکومت های محلی (استانداریها)

3- شرکت های خصوصی



مراکز رشد شرکت های موفق را ایجاد کرده و خطر سرمایه گذاری را کاهش می دهند

- در آمریکا بیش از چهار پنجم مشاغل جدید به وسیله شرکتهای کوچک و خدماتی بوجود می آید.
- سی درصد رشد اقتصادی آمریکا مربوط به شرکت هایی است که بیش از 5 سال از عمرشان نمی گذرد.
- از هر ده سرمایه گذاری، سرمایه گذارهای مخاطره پذیر **نه مورد به شکست** و **یک مورد** به ثمر می نشیند.



مراکز رشد شرکت های موفق را ایجاد کرده و خطر سرمایه گذاری را کاهش می دهند

- مراکز رشد عضو NBIA گزارش داده اند که 87٪ تمام شرکت هایی که از یک مرکز رشد فارغ التحصیل شده اند، هنوز به فعالیت خود ادامه می دهند.
- فروش سالانه شرکت های تازه تاسیس بوسیله مراکز رشد عضو NBIA، در هر سال 240000 دلار افزایش یافته و افزایش شغل تمام و نیمه وقت هر شرکت 7/3 بوده است.



مرکز رشد تجاری یکی از با ارزش ترین توسعه (نمو) اقتصادی است

- طبق بررسیهای به عمل آمده، در ازای هر یک دلار کمک شده توسط نهاد های عمومی به مرکز رشد، واحدهای فناور خارج شده از مراکز رشد عضو NBIA، 45 دلار درآمد مالیات محلی تولید شده است.
- مراکز رشد حمایت شده توسط نهادهای عمومی برای ایجاد یک شغل 1100 دلار هزینه می کنند، در حالیکه سایر نهادهای حمایت شده برای ایجاد یک شغل 10000 دلار هزینه می کنند.
- براساس ارزیابی NBIA، واحدهای فناور خارج شده از مراکز رشد آمریکای شمالی در حدود نیم میلیون شغل از سال 1980 ایجاد کرده اند، که این مقدار فرصت شغلی برای تمامی افرادی که در دنور و کولو زندگی می کنند کافیت.
- طبق آمار به دست آمده، هر 50 شغل ایجاد شده توسط واحدهای فناور مستقر در مرکز رشد، در حدود 25 شغل دیگر در اجتماع تولید می کنند.

صنعت مرکز رشد رو به ترقی می رود

- امروزه در حدود 950 مرکز رشد تجاری در آمریکای شمالی وجود دارد. که از 12 عدد در سال 1980 به 587 در سال 1998 افزایش پیدا کرده است.
- 60٪ مراکز رشد تجاری خود کفا هستند و یا اگر یارانه آنها قطع شود قادر به خودکفایی هستند. در سال 1997 فقط 13٪ بر این باور بودند که بدون یارانه می توانند به روش عادی ادامه دهند.

الگوی مرکز رشد موفق

- مراکز رشد فقط مسئولیت حمایت مالی را عهده دار نیستند همانند حمایت ایران خودرو از قطعه سازها
- تعداد نیروی انسانی مراکز رشد حداکثر 3 یا 4 نفر می باشد و همین موجب حذف بوروکراسی زائد خواهد شد.
- خدمات مراکز رشد از طریق خرید خدمت ارائه می شود.
- شرکت های خارج شده از مرکز رشد، می باید هزینه های انجام شده را با سود و کارمزد زیاد عودت دهند تا مراکز رشد خود گردان شوند.
- مراکز رشد برای یک دوره 3 یا 4 ساله، سالیانه بنابر نوع مرکز رشد از حمایت مالی بلا عوض دولت در حدود 200 الی 300 میلیون تومان برخوردار می شوند.



درآمد شرکت های دانش بنیان

جدول ۵. شرکت های نام آشنا در ایران

رتبه	نام شرکت	کشور	رتبه در ۵۰۰ شرکت دنیا	رتبه در کشور مربوطه	درآمد (فروش) به میلیارد دلار	سود خالص به میلیارد دلار	ارزش فروش (دو عدد)
۱	Wal-Mart Stores	ایالات متحده	۱	۱	۴۰۸	۱۴/۳	۴
۲	Royal Dutch Shell	هلند	۲	۱	۲۸۵	۱۲/۵	۴
۳	Exxon Mobil	ایالات متحده	۳	۲	۲۸۵	۱۹/۳	۷
۴	Toyota Motor	ژاپن	۵	۱	۲۰۴	۲/۳	۱
۵	Total	فرانسه	۱۴	۲	۱۵۶	۱۱/۷	۸
۶	Volkswagen	آلمان	۱۶	۱	۱۴۶	۱/۳	۱
۷	Ford Motor	ایالات متحده	۲۳	۸	۱۱۸	۲/۷	۲
۸	Daimler	آلمان	۳۰	۱	۱۱۰	-۳/۷	-۳
۹	Gazprom	روسیه	۵۰	۱	۹۴	۲۱/۶	۲۶
۱۰	Honda Motor	ژاپن	۵۱	۵	۹۲	۲/۹	۳
۱۱	Nissan Motor	ژاپن	۶۳	۶	۸۱	۰/۵	۱
۱۲	Panasonic	ژاپن	۶۵	۷	۸۰	-۱/۶	-۱
۱۳	LG	کره جنوبی	۶۷	۲	۷۹	۱/۲	۲
۱۴	Sony	ژاپن	۶۹	۸	۷۸	-۰/۴	-۱
۱۵	Hyundai Motor	کره جنوبی	۷۸	۳	۷۲	۲/۳	۳
۱۶	BMW	آلمان	۸۲	۱۰	۷۰	۰/۳	۰
۱۷	Fiat	ایتالیا	۸۵	۱	۷۰	-۱/۲	-۲
۱۸	Toshiba	ژاپن	۸۶	۱۰	۶۹	-۰/۲	۰
۱۹	Peugeot	فرانسه	۹۴	۱۰	۶۷	-۱/۶	-۲
۲۰	Petronas	مالزی	۱۰۷	۱	۶۳	۱۱/۶	۱۹
۲۱	Microsoft	ایالات متحده	۱۱۵	۳۷	۵۸	۱۴/۶	۲۵
۲۲	Nokia	فنلاند	۱۲۰	۱	۵۷	۱/۲	۲
۲۳	Mitsubishi UFJ Financial Group	ژاپن	۱۲۶	۱۳	۵۴	۴/۲	۸
۲۴	Dell	ایالات متحده	۱۳۱	۲۹	۵۳	۱/۴	۳
۲۵	Mitsubishi	ژاپن	۱۴۹	۱۸	۴۹	۲/۹	۹
۲۶	Sysco	ایالات متحده	۱۹۴	۵۷	۳۷	۱/۱	۳
۲۷	Apple	ایالات متحده	۱۹۷	۵۸	۳۷	۵/۷	۱۶
۲۸	Walt Disney	ایالات متحده	۱۹۹	۵۹	۳۶	۳/۳	۹
۲۹	Mitsubishi Electric	ژاپن	۲۰۱	۲۷	۳۶	۰/۳	۱
۳۰	Canon	ژاپن	۲۱۶	۲۹	۳۴	۱/۴	۴
۳۱	Mitsubishi Heavy Industries	ژاپن	۲۳۹	۳۲	۳۲	۰/۲	۰
۳۲	Coca-Cola	ایالات متحده	۲۴۵	۷۴	۳۱	۶/۸	۲۲
۳۳	Sharp	ژاپن	۲۶۴	۲۸	۳۰	۰/۰	۰
۳۴	Volvo	سوئد	۲۷۸	۱	۲۹	-۱/۹	-۷
۳۵	Sabir	عمارتان سعودی	۲۹۳	۱	۲۷	۲/۴	۹
۳۶	Suzuki Motor	ژاپن	۳۰۸	۴۵	۲۷	۰/۳	۱
۳۷	Samsung Life Insurance	کره جنوبی	۳۱۶	۸	۲۶	۰/۸	۳
۳۸	Amazon.com	ایالات متحده	۳۴۰	۱۰۲	۲۵	۰/۹	۴
۳۹	Google	ایالات متحده	۳۵۵	۱۰۴	۲۴	۶/۵	۲۸
۴۰	Mazda Motor	ژاپن	۳۶۴	۴۹	۲۳	-۰/۱	۰
۴۱	Oracle	ایالات متحده	۳۶۶	۱۰۷	۲۳	۵/۶	۲۴
۴۲	Hyundai Heavy Industries	کره جنوبی	۳۷۵	۱۰	۲۳	۱/۷	۷
۴۳	McDonald's	ایالات متحده	۳۷۸	۱۱۰	۲۳	۴/۶	۲۰
۴۴	Motorola	ایالات متحده	۳۹۱	۱۱۳	۲۲	-۰/۱	۰
۴۵	Coca-Cola Enterprises	ایالات متحده	۴۰۴	۱۱۶	۲۲	۰/۷	۳
۴۶	Nike	ایالات متحده	۴۵۳	۱۲۷	۱۹	۱/۵	۸

فورچون (fortune) هر ساله فهرست ۵۰۰ شرکت برتر دنیا از لحاظ درآمد را گزارش می کند. لیست مقابل تعدادی از شرکت های نام آشنا در ایران هستند که در سال ۲۰۰۹ جز لیست فورچون بودند.

هدف از این نگارش، این است که به خودم و شما یادآوری کنم که شرکت های دانش بنیان فراملیتی چه سود خارق العاده ای دارند و ما برای تحقق اهدافمان باید به این سمت حرکت کنیم.

در سال ۲۰۰۹ میلادی ایران قریب به ۷۰ میلیارد دلار فروش نفت داشته است. جالب اینکه فروش شرکت تویوتا در این سال بالغ بر ۱۵۵ میلیارد دلار بوده است. فروش تویوتا در سال ۲۰۰۹ سه برابر فروش نفت ایران بوده است و درآمد دو کمپانی کوکاکولا و مک دونالد در همین سال برابر با فروش نفت ایران و در حدود ۷۵ میلیارد دلار بوده است.

تبلیغات وسیع شرکت های فراملیتی، نماینده گول های بزرگ تجاری دنیا هستند. روزانه بدون آنکه توجه شود، همگان در معرض تشعشعات تبلیغی این ابرشرکت ها قرار دارند. به سادگی برندها را انتخاب کرده و از تولیدات آنها استفاده می شود. پس بد نیست توجه شود برندهای مشهور شده در ایران در سطوح چه ارقامی فعالیت می کنند. به طور نمونه فروش سال ۲۰۰۹ چند شرکت را مرور می شود:

تویوتا ۲۰۴ میلیارد دلار، شرکت نفتی شل ۲۸۵، توتال ۱۵۶ میلیارد دلار، دایملر کرایسلر (بنز) ۱۱۰ میلیارد دلار، شرکت های پاناسونیک ۸۰، ال جی ۷۹، سونی ۷۸ میلیارد دلار، خودروساز هیوندا ۷۲ میلیارد دلار، ورزشی فروش نایکی ۱۹ میلیارد دلار (دو برابر پالایش نفت اصفهان، بزرگ ترین شرکت ایران).

شرکت های بازی ساز نیز از درآمد های خوبی برخوردار هستند: شرکت هنرهای الکترونیکی EA GAME با سالانه بالغ بر ۴،۲ میلیارد دلار، شرکت بزرگ بازی سازی و توزیع کننده ی Activision با سالانه بالغ بر ۳ میلیارد دلار، شرکت توزیع کننده و سازنده ی بازی های رایانه ای UBISOFT با سالانه بالغ بر ۱،۴ میلیارد دلار، شرکت بازی سازی ژاپنی NINTENDO و سازنده ی کنسول بازی Wii با سالانه بالغ بر ۱،۴ میلیارد دلار، شرکت ژاپنی معروف و بزرگ Capcom با بازی هایی چون Resident Evil و Devil May Cry سالانه بالغ بر ۹۰۰ میلیارد دلار، شرکت ژاپنی SEGA سالانه بالغ بر ۶۰۰ میلیارد دلار و ...

جایگاه شرکت های تکنولوژی در میان صد شرکت برتر جهان از نظر کار

نام شرکت	رتبه	درآمد رشد نسبی	درآمد سالانه در سال ۲۰۰۸ (به میلیون دلار)
Google	۱	نامشخص	۲۱/۹۶۵
NetAPP	۷	۰ درصد	۳/۵۳۵
Qualcomm	۹	۳ درصد	۱۱/۱۴۲
Cisco	۱۶	۰ درصد	۳۹/۵۰۰
Adobe Systems	۱۲	۴ - درصد	۳/۵۸۰
Salesforce.com	۱۳	۲۱ درصد	۱/۸۶
Microsoft	۵۱	۲ درصد	۵۸/۴۴۰
Intel	۹۸	۰ درصد	۳۵/۱۲۷

همه ی این اعداد و ارقام را آوردم تا شما را به راه اندازی کسب و کار دانش بنیان، تشویق و ترغیب کنم.

به همت و تلاش جوانان خلاق ایرانی، تا چند سال آینده، باید تعداد زیادی از این لیست ۵۰۰ تایی شرکت های دانش بنیان ایرانی باشد.

سخت است اما ممکن است.

ما با هم و در کنار هم، در انجمن کارخانه تبدیل فکر به ثروت، فکر ها و ایده ها را به برندها و کسب و کار های موفق تبدیل می کنیم.



ارائه مدلی مفهومی جهت اولین مرکز رشد مجازی فناوری در کشور، با تکیه بر نظریه سازمانهای مجازی

کاوه اسدزمانه

کارشناس بنیاد توسعه فردا
asadzamaneh@farda.ir

محمدعلی شفیعا

عضو هیئت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران
shafia@iust.ac.ir

چکیده: مقاله حاضر به بررسی ادبیات مراکز رشد مجازی به عنوان یکی از مدل‌های نوین مطرح در این مراکز پرداخته، در ادامه با تکیه بر نظریه سازمانهای مجازی، اقدام به طراحی مفهومی اولین مرکز رشد مجازی فناوری ایران با توجه به زیرساختهای موجود در کشور می نماید.

کلمات کلیدی: مرکز رشد مجازی - سازمان مجازی - بنگاههای کوچک و متوسط - فناوری

۱- مقدمه

در اقتصاد کهن از ۵ عنصر ثروت، نیروی انسانی، ماشین آلات، مواد و روشهای تولید به عنوان ارکان رشد اقتصادی یاد می‌شد. با ورود به قرن بیست و یکم و طرح نظریه‌های اقتصاد نوین عنصر ششمی هم به این عناصر اضافه شد که می‌توان آن را زیربنای تمامی ۵ عنصر قبلی دانست. این عنصر تفکر و خلاقیت است [۱۵]. امروزه در کشورهای گوناگون توسعه یافته، در حال توسعه و حتی در مواردی کشورهای توسعه نیافته سیاستهای گوناگونی برای حمایت از تفکرهای خلاقانه و کارآفرینان اتخاذ گردیده است. در پی گسترش این سیاستها و از سال ۱۹۵۹ میلادی ایده راه‌اندازی مراکز رشد در ایالات متحده سربرآورد [۳]. در حقیقت مراکز رشد پس از پذیرفتن هسته‌های تحقیقاتی و یا شرکتهای نوپا^۱، در طی یک دوره چند ساله و با در اختیار قرار دادن خدماتی همچون آموزشهای مدیریتی، حقوقی، بازاریابی و غیره و نیز مهیا کردن خدمات مشترک اداری و دفتری و تسهیلات و تجهیزات آزمایشگاهی مشترک با هدف افزایش توان مدیریتی و رقابتی در موسسات کوچک و متوسط و در سایه برنامه‌ای

منظم و از پیش تعیین شده اقدام به رشد و پرورش کارآفرینان می‌نمایند [۱۳].

مراکز رشد غالباً به صورت محلی و یا منطقه‌ای عمل نموده و تنها امکان پوشش بخش اندکی از جامعه محیطی خویش را دارا هستند. از دیگر سو محدودیت‌های فیزیکی، تسهیلاتی و تجهیزاتی و همچنین محدودیت‌های مطرح در زمینه اطلاع‌رسانی بازار و جذب سرمایه از دیگر مشکلات این مراکز هستند.

در سال ۱۹۹۹ تحقیقی مراکز رشد را در ۴ دسته نوین تقسیم‌بندی نمود [۱۱]. این دسته‌ها عبارتند از: مراکز رشد مستقل یا خوداتکا^۲، مراکز رشد وابسته^۳، مراکز رشد شبکه‌ای^۴ و مراکز رشد مجازی^۵. به این ترتیب ساختار نوینی در روش ارائه خدمات مراکز رشد شکل گرفت.

در این مقاله در بخش اول به بررسی ادبیات و ساختار ارائه خدمات مراکز رشد مجازی در جهان پرداخته خواهد شد، سپس نظریه سازمانهای مجازی به عنوان بستر جهت توسعه اولین مرکز رشد مجازی فناوری ایران بررسی می‌گردد و در نهایت مدل مفهومی

² Standalone
³ Embedded
⁴ Networked
⁵ Virtual

¹ Startup

پیشنهادی جهت ایجاد این مرکز در کشور ارائه خواهد گردید.

۲- مرکز رشد مجازی

مرکز رشد مجازی، سازمانی است مجازی و مبتنی بر وب که برخی از خدمات مراکز رشد حقیقی، همچون خدمات مشاوره‌ای، معرفی روش‌های تامین مالی، برخی خدمات اطلاع‌رسانی و غیره را از طریق اینترنت، بدون در نظر گرفتن مرزهای زمانی و مکانی در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهد [۱۴].

با توجه به تعریف بالا مرکز رشد مجازی چیزی به جز یک دروازه^۱ اطلاعاتی که از طریق اینترنت اقدام به ارائه خدمات به مشتریان می‌نمایند نیست.

۲-۱- نظام ارائه خدمات

در بررسی‌های انجام شده در زمینه ۱۰ مورد از مراکز رشد فعال در جهان، خدماتی که در حال حاضر در مراکز رشد مجازی دنیا ارائه می‌گردند به سه دسته خدمات پیش‌انکوباتوری، خدمات آموزشی و مشاوره‌ای و خدمات اطلاع‌رسانی تقسیم می‌گردد.

۲-۱- الف: خدمات پیش انکوباتوری

این خدمات در حقیقت شامل دوره‌هایی برای هسته‌ها و کارآفرینانی است که دارای شخصیت حقوقی نبوده، و یا به مفهوم دیگر هنوز شرکتی احداث نکرده‌اند. خدمات ارائه شده در دوره پیش انکوباتوری در مراکز رشد مجازی دنیا عبارتند از: مشاوره و اطلاع‌رسانی برخط^۲ طریقه تدوین طرح کسب و کار، ایجاد فرمهای اینترنتی راهنمای طرح کسب و کار، اطلاع‌رسانی و مشاوره نحوه تاسیس شرکت و مسائل حقوقی مربوط به آن و اطلاع‌رسانی در زمینه روشهای کسب پشتیبانی مالی از مراکز گوناگون.

۲-۱- ب: خدمات آموزشی و مشاوره‌ای

بخش اعظم خدمات یک مرکز رشد مجازی را خدمات آموزشی و مشاوره‌ای آن تشکیل می‌دهد [۵]. خدمات آموزشی و مشاوره‌ای در مراکز رشد به گونه‌های آموزه‌ها و مشاوره‌های کسب و کار، آموزه‌ها و مشاوره‌های حقوقی و حسابداری و آموزه‌ها و مشاوره‌های تخصصی و فنی تقسیم بندی می‌شوند.

۲-۱- ج: خدمات اطلاع رسانی

این خدمات نیز از فعالیتهای اصلی مرکز رشد مجازی به شمار می‌رود. در این مراکز

عموماً نشریات گوناگونی جهت آشنایی مشتریان و متقاضیان با مراکز اصلی ارائه دهنده خدمات مورد نیاز آنها از طریق اینترنت و پست الکترونیکی و یا پست عادی ارسال می‌گردد. این خدمات معمولاً اطلاعاتی در زمینه دفاتر کار اجاره‌ای، خدمات منشی‌گری و دفتری مشترک، سالن‌های کنفرانس قابل اجاره، روشهای تامین مالی طرحها و مراکز ارائه دهنده وام، مراکز رشد و پارکهای علمی و فناوری در موقعیتهای گوناگون جغرافیایی و غیره را شامل می‌گردند.

۳- سازمان‌های مجازی

با ورود اینترنت به امور تجاری، از اواخر دهه ۸۰ بیشتر نظریه‌پردازان از آن به عنوان موتور پیشرفت در توسعه یک نسل جدید از مدل‌های تجاری استقبال کردند. با توسعه کامپیوتر و فناوری اطلاعات، نوع جدیدی از سازمان مطرح گردید که به آن سازمان مجازی گفته می‌شود [۱۲]. برخی سازمان مجازی گونه‌ای می‌دانند که فعالیت‌های خود را به دیگر سازمان‌ها واگذار کرده و در نتیجه وجود آن قائم به وجود متعلقات دیگر سازمان بوده، خود وجود خارجی ندارد [۸]. سازمان مجازی بر توانمندی‌های محوری خود متمرکز شده و

اغلب فعالیت‌هایی را که غیرمحوری یا غیرراهبردی تلقی می‌کند به سازمان‌های بیرونی واگذار می‌کند. این امر موجب می‌شود که سازمان توان خود را مصروف فعالیت‌هایی کند که در آن زمینه‌ها دارای مزیت رقابتی است و از درگیر شدن در امور جزئی خلاص شود. برخی دیگر سازمان مجازی را الگوی اجتماعی تلقی می‌کنند که افراد و گروه‌های کاری را در اماکن جغرافیایی مختلف به هم پیوند می‌زند و امکان ایجاد ارتباط و تعامل میان آنها را فراهم می‌سازد [۹]. این نویسندگان دو ویژگی دسترسی جهانی و استقلال مکانی را به طور صریح و ضمنی معرف سازمان مجازی قلمداد می‌کنند.

۳-۱- مزایا

دستیابی به حداکثر انعطاف پذیری و توانایی واکنش سریع به تغییرات محیطی هدف کلیدی سازمان مجازی است. این نوع از سازمان مزایای دیگری نیز، برای کارکنان، مدیران و جامعه دارد. برخی از محققان معتقدند که سازمان مجازی بهره‌وری کارکنان را افزایش می‌دهد؛ چرا که کارکنان از انعطاف بیشتر زمان‌بندی و استقلال در کار برخوردار بوده و می‌توانند در مدت زمانی که بیشترین کارایی را

¹ Portal

² Offline

دارند، به کار پردازند [۶]. به علاوه، تله‌کامیونینگ^۱ فشارهای روانی مربوط به سفرهای کاری و تعارضات در سازمان را کاهش می‌دهد [۷].

از جمله دیگر مزایای سازمان مجازی این است که هزینه‌های مربوط به فضای اداری و محدودیت‌های مربوط به آن را کاهش می‌دهد. همچنین شرکت‌ها به گستره وسیعتری از استعدادها دسترسی می‌یابند؛ شرکت‌های مجازی می‌توانند که معلولان حرکتی را نیز به کار گیرند.

علاوه بر این، مزایای زیر را نیز می‌توان برای سازمانهای مجازی برشمرد [۴]:

- در سازمانهای مجازی بعد مسافت و فاصله جغرافیایی مانع از انجام کارها، برگزاری جلسات، کنفرانسها و غیره نخواهد شد.
- آثار و بلاایای فیزیکی از قبیل آتش سوزی، انفجار، زلزله و سایر حوادث بر روی روندکاری به حداقل خواهد رسید.
- باعث افزایش بهره وری و سودآوری می‌شود.
- بیشتر بر جنبه انسانی کارها توجه شده و تاکید کمتر بر اجزاء مکانیکی، تکراری و روتین کارها می‌شود.

- نیازهای بیشتری از مشتریان برآورده می‌شود.

- هزینه‌های مربوط به فضاهای اداری به علت افزایش انعطاف پذیری در کار کاهش می‌یابد.

- وابستگی به سرمایه فکر و اندیشه افراد سازمان افزایش می‌یابد.

- مسائل زیست محیطی به علت تردد کمتر افراد کاهش می‌یابد.

۴- طراحی مفهومی مرکز رشد مجازی فناوری

یکی از موارد بسیار مهم در طراحی مرکز رشد، تعیین نوع و نحوه ارائه خدمات در این مراکز می‌باشد. بسته به نوع مرکز از لحاظ تخصص، سازمان متولی، ساختار اجتماعی محیطی که مرکز در آن واقع شده و غیره، میزان ارائه این خدمات تفاوت خواهد نمود [۱۰]. نکته بسیار مهم در طراحی مرکز رشد مجازی این است که، با افزودن قابلیت مجازی به یک مرکز رشد، بسیاری از مشکلات و محدودیت‌های ارائه خدمات و حمایت‌های گوناگون از بین رفته، و سطح ارائه خدمت در این مرکز به طور عمومی بالاتر از مراکز مشابه حقیقی خواهد بود [۱۶].

۴-۱- ساختار سازمانی

ساختار سازمانی مرکز رشد مجازی از یک مدیریت و سه معاونت توسعه فناوری، توسعه کسب و کار و مالی تشکیل شده است. علاوه بر این سه معاونت تیم تحقیق و توسعه مرکز به طور مستقیم زیر نظر مدیریت اداره خواهد شد. در هر یک از معاونت‌ها بر مبنای نیازهای جاری

معاونت و نیاز مستاجرین مرکز رشد، با هر یک از شرکای خارجی قرارداد منعقد خواهد شد. این ساختار انعطاف پذیری کم نظیری به ساختار اداری و اجرایی مرکز خواهد بخشید. ساختار سازمانی پیشنهادی برای مرکز رشد مجازی فناوری در شکل ۱ مشاهده می‌شود.



شکل ۱- ساختار سازمانی مرکز رشد مجازی فناوری.

۴-۲- اطلاعات و ارتباطات در مرکز رشد مجازی

به طور کلی ارتباطات یک مرکز رشد مجازی را در سه دسته کلی ارتباط با شرکا، ارتباطات رسمی و حقوقی و ارتباطات حاصل از سیستم اطلاعاتی می‌توان طبقه‌بندی نمود. در شکل ۲ جزئیات این سه دسته در کادر مربوط به آن مشاهده می‌شود. این اطلاعات و ارتباطات در قالب سه رکن داخلی، یک مرکز رشد مجازی را به سرمایه‌گذار متصل می‌سازد. این

سه رکن عبارتند از مدیریت و نظارت، شبکه و برنامه که هر یک از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند.

• مدیریت و نظارت

- برنامه ریزی
- سیاستهای ورود و خروج مشتریان مرکز
- پذیرش شرکا و مشاوران
- ارزیابی و نظارت بر عملکرد اعضا
- مدیریت مالی و اعتباری
- مدیریت ابزارها و منابع

¹ Telecommuting



شکل ۲: ساختار ارتباطات و اطلاعات در مرکز رشد مجازی.

۳-۴- خدمات و تسهیلات مرکز رشد مجازی

جهت سهولت در طراحی نظام ارائه خدمات در مرکز رشد مجازی، خدمات ارائه شده در این مرکز به هفت دسته اصلی زیر تقسیم می‌گردند:

۱. خدمات پیش انکوباتوری
۲. خدمات آموزشی و مشاوره‌ای
۳. شبکه سازی
۴. تسهیلات، تجهیزات و خدمات مشترک
۵. تسهیلات مالی و اعتباری
۶. پژوهش بازار، فروش و بازاریابی
۷. دیگر خدمات

- تعیین راهبردها رقابتی، توسعه، تغییر و اصلاح، انعطاف‌پذیری و غیره.

• برنامه

برنامه در واقع مسیری است که برای هدایت نوآوری‌ها در دوره رشدشان در نظر گرفته شده است. این برنامه در هر مرکز رشد ممکن است منحصر به فرد بوده، از پیچیدگی‌های خاص خود برخوردار باشد. یادآوری این نکته ضروری است که برنامه یک مرکز رشد حتی بیش از تجهیزات و امکانات فیزیکی آن اهمیت دارد. برنامه یک اصل است.

• شبکه

یک مرکز رشد مجازی مبتنی بر یک شبکه پویا است که گستره آن در طول زمان متغیر است و اعضای مرکز رشد در ابعاد مختلف این شبکه به نوعی در گردش داریم هستند. مشخصه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری این شبکه باید به گونه‌ای باشد که از عهده خدمات تعریف طراحی شده در بخش خدمات و تسهیلات مرکز رشد مجازی برآمده و امکان توسعه لحظه به لحظه آن فراهم باشد.

• خدمات پیش انکوباتوری

مرکز رشد مجازی با توجه به روابط و شبکه‌هایی که با مراجع قانونی برقرار کرده‌اند تسهیلاتی جهت ثبت آسان تر شرکت‌ها در اختیار متقاضیان خود قرار می‌دهند، که این مورد نیز می‌تواند از مزیت‌های این مرکز شمرده شود. پس از گذراندن این دوره متقاضیان آمادگی حضور در مرکز رشد را خواهند داشت. خدمات ارائه شده در دوره پیش انکوباتوری در مرکز رشد مجازی عبارتند از:

الف. ارائه جزوه آموزشی تهیه طرح کسب

و کار.

- ب. پاسخگویی و مشاوره به متقاضیان تهیه طرح کسب و کار از به روش درخط^۱ و برخط^۲.
 - ج. ایجاد سیستم طرح کسب و کار مجازی^۳.
 - د. جزوات آموزشی مربوط به مراحل اداری و قانونی راه‌اندازی یک شرکت.
- خدمات آموزشی و مشاوره‌ای
- این خدمات در مرکز رشد مجازی به گونه‌های زیر تقسیم بندی می‌شوند:

¹ Online
² Offline
³ Virtual Business Plan

الف. آموزه‌ها و مشاوره‌های کسب و کار شامل:

- آموزه‌های مدیریتی همچون، مدیریت ریسک، مدیریت راهبردی، مدیریت روابط عمومی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت زمان، مهارت‌های رهبری و سازمان‌دهی، ارزیابی و اثربخشی و مهارت‌های مکتوب ارتباطاتی، کنترل و مدیریت پروژه.
- مهارت‌های بازاریابی همچون قیمت‌گذاری، تبلیغات، مشتری‌شناسی، مشتری‌سازی، مشتری‌مداری، فنون مذاکره.
- مفاهیم فناوری اطلاعات و ارتباطات همچون مفاهیم پایه‌ای فناوری اطلاعات و ارتباطات، تجارت الکترونیکی، اقتصاد الکترونیکی^۱، بازاریابی الکترونیکی^۲، سازمان‌های مجازی^۳ و سازمان‌های چابک^۴.
- آموزه‌های کارآفرینی.
- آموزه‌های پرورش خلاقیت شامل فنون شناخت و توسعه خلاقیت فردی و گروهی.
- مشاوره در زمینه استخدام و مدیریت کارکنان.

ب. آموزه‌ها و مشاوره‌های حقوقی و حسابداری شامل:

- مجوزهای مرسوم و مورد نیاز.
- اصول انعقاد قراردادها و تعهدات حقوقی.
- حقوق ثبت و مالکیت معنوی^۵.
- استانداردها.
- مالیات، دارایی، بیمه.
- بازرگانی بین‌الملل.
- حقوق تجارت.

ج. آموزه‌ها و مشاوره‌های تخصصی و فنی شامل:

- مشاوره در زمینه ایجاد تولیدات و خدمات جدید.
- مشاوره در زمینه فناوری‌ها و روش‌های نوین تولیدی و خدماتی مرتبط با زمینه کاری.
- سیستم آموزشی قابل استفاده در این مرکز، گونه الکترونیکی مبتنی بر استانداردهای آموزش الکترونیکی در جهان، و مطابق با شرایط و زیرساخت‌های الکترونیکی و اینترنتی ایران می‌باشد [۱۴] که به سه بخش سیستم آموزش

غیر همزمان^۱، سیستم آموزش همزمان^۲ و سیستم آموزش مشارکتی^۳ تقسیم می‌گردد.

• شبکه سازی

در سیستم‌های مبتنی بر اطلاعات آنچه بیش از دیگر سیستم‌ها دارای اهمیت می‌باشد، ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی گوناگون می‌باشد. ایجاد اینگونه شبکه‌ها با رد و بدل کردن اطلاعات در بین بانک‌های اطلاعاتی و کاربران مختلف منجر به مواردی همچون هم‌افزایی، یادگیری و رفع مشکلات موجود، سازگاری با شرایط موجود و استفاده از فرصت‌های جدید خواهد شد. با توجه به اینکه اساس مبنایی مرکز رشد مجازی نیز بر پایه اطلاعات پایه‌ریزی شده است، ایجاد شبکه‌های گوناگون ارتباطاتی و اطلاعاتی در آن اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد. در راستای ایجاد چنین شبکه‌هایی موارد زیر پیشنهاد می‌گردند:

- ایجاد شبکه ارتباط اعضای مرکز رشد با یکدیگر، به منظور استفاده از تجربیات یکدیگر و نیز مرتفع ساختن نیازهایی که خود قادر به رفع آنها نیستند. در این ساختار هر یک از اعضا به صورت مشاوره‌ای جهت اعضای دیگر به شمار می‌رود، به اینگونه که کلیه اعضا اطلاعات

و تجربیات خود را در زمینه‌های گوناگون شغلی و تخصصی در قبال دریافت مبلغ بسیار اندک و یا به طور رایگان در اختیار دیگر اعضا قرار می‌دهند.

- ایجاد شبکه ارتباطی با سایر شرکت‌ها و امکان ایجاد سرمایه‌گذاری مشترک با آنها به اینگونه که در این ساختار شرکت‌های بزرگ و نیز شرکت‌های چندملیتی^۴ دخیل گردند.

- ارتباط صنایع کوچک و متوسط فن‌آور با متولیان و یا مراکزی که به نوعی می‌توانند در ارتباط با شرکت‌های کوچک و متوسط نقش ایفا کنند مانند اتاق بازرگانی، بخش‌های گوناگون وزارت صنایع و وزارتخانه‌های مرتبط و غیره، به منظور کسب اطلاع از اولویت‌های فناوری و نیز فرصت‌های موجود در بازار و استفاده مفید از آنها.

- ایجاد هسته‌های همجوشی کسب و کار^۵ به منظور اشتراک مساعی مابین شرکت‌های عضو با هدف دستیابی به تولیدات مشترک و با ارزش افزوده بالا.

¹ Asynchronous Training
² Synchronous Training
³ Collaborative Training

⁴ Multi National Companies (MNCs)
⁵ Business Fusion

¹ E-Commerce
² E-Marketing
³ Virtual Organization
⁴ Agile Organization

⁵ Intellectual Property

• تسهیلات و تجهیزات و خدمات مشترک

عمده این تسهیلات و تجهیزات عبارتند از:
 الف- دفاتر کار، خدمات منشی‌گری و دفتری.

ب- سالن‌های کنفرانس.

ج- آزمایشگاهها و کارگاههای تخصصی.

د- دیگر خدمات مشترک.

الف- دفاتر کار، خدمات منشی‌گری و دفتری

با نگاهی به مراکز رشد در کشور، نکته بسیار جالبی جلب توجه می‌نماید که درصد بسیار بالایی از دفاتر اختصاص یافته به هسته‌ها و شرکت‌های مستقر در مراکز رشد اکثراً خالی هستند [9]. اعضای این هسته‌ها و شرکتها بیشتر زمان خود را در کارگاهها، آزمایشگاهها و یا محیط‌های اداری خارج از مرکز رشد می‌گذرانند. به نظر می‌رسد که نیاز اصلی این هسته‌ها و شرکت‌ها استفاده از خدمات منشی‌گری و دفتری باشد. خدمات مجازی ارائه قابل ارائه در این بخش عبارتند از:

- دفاتر کار مجازی¹.

- پست صوتی².

- خدمات ابتدایی کسب و کار الکترونیکی³

همچون پست الکترونیکی⁴، ارائه فضای اینترنتی⁵ و دامنه⁶.

- ارائه خدمات منشی‌گری مجازی.

ب- سالن‌های کنفرانس

برای شرکتی که جهت انجام جلسات کاری، انعقاد قرارداد و دیگر موارد نیاز به استفاده از سالن کنفرانس داشته باشند، بانک اطلاعاتی سالن‌های کنفرانس و اتاق‌های جلسات قابل اجاره در نقاط گوناگون، در سیستم اطلاعاتی مرکز رشد مجازی تدارک دیده خواهد شد. به این ترتیب مستاجرین مرکز رشد با استفاده از سایت مرکز قادر به رزرو سالن و یا دفتر کنفرانس مورد نظر خود، بسته به نزدیکی به محل استقرار آن شرکت و یا دیگر موارد، در زمان مورد نظر خواهند بود.

ج- آزمایشگاهها و کارگاههای تخصصی

در ساختار مراکز رشد حقیقی، کلیه مستاجرین تنها در صورت استفاده از آزمایشگاهها و کارگاههای تخصصی موجود در مرکز رشد از معافیت‌های اجاره و مالی برخوردار می‌گردند. حال اینکه ممکن است

³ E-Business
⁴ E-Mail
⁵ Hosting
⁶ Domain

¹ Virtual Office
² Voice Mail

دوری مسیر و نیز عدم وجود تجهیزات کافی در این مراکز از کیفیت آزمایشها و تحقیقات بکاهد. برای حل این مشکل در مرکز رشد مجازی، عقد قرارداد با کلیه مراکز تحقیقاتی، پژوهشکده‌ها و مراکز دانشگاهی که دارای تجهیزات مورد نظر می‌باشند و نیز ایجاد بانک اطلاعاتی مربوط به این مراکز پیشنهاد می‌گردد. روش کار نیز به این صورت خواهد بود که، مستاجرین مرکز رشد با توجه به نیاز خود در روند تحقیقات و نیز با توجه به بعد فاصله مکانی و زمانی، بهترین و مناسب‌ترین مرکز تحقیقاتی و آزمایشگاهی را انتخاب نموده و از طریق مرکز رشد مجازی جهت انجام تحقیقات به آن مرکز معرفی می‌گردند.

د- سایر خدمات مشترک

این دسته از خدمات مواردی همچون کتابخانه دیجیتال، بانک نرم افزار و بانک‌های اطلاعاتی گوناگون را در برمی‌گیرد. برخی از مهمترین این بانکهای اطلاعاتی پیشنهادی عبارتند از: بانکهای اطلاعاتی تامین کنندگان مواد اولیه، سرمایه گذاران، موسسات مالی و اعتباری و بانکهای گوناگون و تسهیلات قابل ارائه از جانب آنها، مراکز تحقیق و توسعه، پژوهشکده‌ها، مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی،

شرکای تجاری محلی و منطقه‌ای، بیمه‌ها و مراکز ضمانت اعتباری، نیازهای جاری صنایع بزرگ در قالب‌های منطقه‌ای، محلی و عمومی، اولویتهای پژوهشی کشور، اولویتهای تولیدی کشور، فرصتهای کارآموزی و شغلی مطرح شده در میان اعضای مرکز رشد، ایده‌ها و تجارب موفق، اخبار و گزارشها، کتابخانه و مراکز اطلاعات علمی مجازی و بورس اوراق بهادار.

• تسهیلات مالی و اعتباری

ارائه تسهیلات مالی و اعتباری در مرکز رشد مجازی به دو روش صورت خواهد گرفت:

الف. بانک اطلاعاتی خدمات مالی و اعتباری ارائه شده از سوی بانکها، مراکز مالی و اعتباری، وزارتخانه‌ها و سازمانهای متولی و غیره.

ب. عقد قرارداد با مراکز ارائه شده در بند الف و ارائه خدمات مالی و اعتباری مناسب به اعضای مرکز رشد مجازی.

• تحقیقات بازار، فروش و بازاریابی

خدمات تحقیقات بازار^۱، فروش و بازاریابی شامل دو بخش فن بازار مجازی^۲ و ایده بازار مجازی^۳ می‌شود.

الف- فن بازار مجازی

فن بازار مکانی برای خرید و فروش فناوری‌های جدید ارائه شده می‌باشد. در این مرکز دو بخش درخواست فناوری و فروش فناوری وجود خواهد داشت [۱]. این بخش از دو جنبه قابل توجه است: نخست اینکه بدین طریق اولویت‌های پژوهشی و تولیدی و خدماتی مورد نیاز بازار مشخص می‌شود، و دوم اینکه مکان مناسبی جهت جذب سرمایه‌های سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر، شرکت‌های چندملیتی و انجام سرمایه‌گذاری‌های مشترک ایجاد می‌گردد.

ب- ایده بازار مجازی

در این بخش ایده‌های گوناگون ارائه شده از سوی اعضا و یا سایر متقاضیان به همراه شرح مختصری از ایده در بانک اطلاعاتی سایت ذخیره می‌شود. به این ترتیب کارآفرینان می‌توانند با مطالعه این ایده‌ها و با توجه به

تجارب و تواناییهای خویش اقدام به انتخاب و خریداری یک یا چند مورد از ایده‌ها بنماید تا با توسعه آن ایده به اهداف تجاری و غیرتجاری خود دست یابند [۲].

۵- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش شد با توجه به شناخت ۴۲ مرکز رشد مجازی در دنیا و انتخاب ۱۰ مورد از بین این مراکز، با استفاده از روش الگوگیری^۴ و با توجه به زیرساخت‌های فرهنگی، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری موجود در زمینه فناوری اطلاعات در کشور مدلی بومی جهت اولین مرکز رشد مجازی فناوری در ایران ارائه گردد. با توجه به موارد اشاره شده و با تکیه بر اهداف مطرح در لایحه برنامه چهارم بودجه دولت جمهوری اسلامی ایران عنوان زیر را می‌توان از دستاوردهای عمده اجرای چنین طرحی برشمرد:

۱- ارتقای سطح توانایی‌ها و مهارت‌های مدیریتی بنگاه‌های کوچک و متوسط کشور و ارتقای توانایی‌های فنی و علمی مورد نیاز دو حوزه صنایع کوچک و متوسط و صنایع بزرگ در کشور.

۲. شکل‌دهی فضای کسب و کار الکترونیکی در درون بنگاه‌های اقتصادی از طریق تشویق و ترغیب آنها

۳. معرفی و ایجاد شناخت در زمینه نهادهای تخصصی تأمین مالی فناوری و صنایع نوین و فرآیندهای هم‌افزایی و نفوذ فناوری در صنعت، از قبیل نهاد مالی سرمایه‌گذاری خطرپذیر و شهرک‌های فناوری

۴. جبران کاستی‌های نظام آموزش عالی در حوزه‌های مدیریت کسب و کار و فناوری‌های نوین، به منظور ارتقای توانایی خلاقیت، نوآوری، خطرپذیری و کارآفرینی و ایجاد روحیه آموختن و پژوهش مستقل در میان نسل جوان

۵. بهینه‌سازی فرآیندهای کاری، تقلیل زمان و هزینه انجام کارها، تنوع بخشیدن به محصولات، و افزایش کیفیت آنها با استفاده از دانش و فناوریهای روز، به خصوص فناوری اطلاعات

۶. تقویت بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط به گونه‌ای که بنگاه‌های مزبور در یک شبکه ارتباطی و تعاملی مناسب و با ایجاد و توسعه شبکه‌ها، خوشه‌ها و زنجیره‌ها با ارتباط

پیشین و پسین، امکان حضور در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی را به دست آورند.

۷. حمایت از ایجاد پیوند مناسب، بین بنگاه‌های کوچک، متوسط، بزرگ، توسعه شبکه‌ها، خوشه‌ها و زنجیره‌ها و انجام تمهیدات لازم برای تقویت توان فنی - مهندسی - تخصصی، تحقیق و توسعه و بازاریابی در بنگاه‌های کوچک و متوسط و بزرگ و توسعه مراکز اطلاع‌رسانی و تجارت الکترونیک برای آنها

۸. رفع مشکلات و موانع رشد و توسعه، بنگاه‌های کوچک و متوسط و کمک به بلوغ و تبدیل آنها به بنگاه‌های بزرگ و رقابت‌پذیر و اصلاح ساختار قطبی کنونی

در انتها نکته مهمی وجود دارد که ذکر آن ضروری به نظر می‌رسد و آن تکیه بر برنامه مدون و منظم از پیش تعیین شده در طول روند رشد، به عنوان مزیت اصلی این مراکز می‌باشد، موردی که عدم وجود آن به عنوان نکته کلیدی فراموش شده در مراکز رشد کشور، از دیدگاه نگارنده، بزرگترین مشکل فعلی این مراکز به شمار می‌رود.

¹ Market Research

² Virtual Techno Market / Techmark / TechMart

³ Virtual Idea Market

⁴ Benchmarking

۵ گام را به خاطر بسپارید :

گام اول : خوب ببینید ؛ گام دوم : خوب بگویید ؛ گام سوم : خوب بشنوید ؛ گام چهارم : خوب بنویسید ؛ گام پنجم : خوب اجرا کنید .

به اطراف خود نگاه کنید . اطراف شما پر از فرصت های طلایی برای تولید ثروت است .

در دنیا ، رقابت بین برندها و شرکت ها ، بر سر «کیفیت» و «ارائه خدمات خاص» است . در ایران هر جا دیدید که محصولی کیفیت خوبی ندارد ، این یک فرصت است . هر جا دیدید که محصولی می تواند بهتر باشد ، این یک فرصت است . هر جا نیازی احساس کردید ، این یک فرصت است . هر کالای وارداتی یک فرصت است . هر تکنولوژی تحریم شده ، یک فرصت است .

شاید عده ای جملاتی مانند جملات زیر را بگویند :

« گرسنگی نکشیدی که درد ما رو بفهمی » ، «صدات از جای گرم بلند میشه » ، «آدم خوشحالی هستی » ، «اینجا ایرانه» ، «ما امکانات نداریم» ، «ما تحریم هستیم» و ...

شاید بهم بگویند که در شرایط فعلی ، با وجود تحریم ها ، تورم ، بیکاری ، سیاست های اقتصادی ، هدفمندی یارانه ها ، کالاهای چینی و ... نمی توان تولید کرد .

باید به آنها بگوییم که علی رغم وجود این مسائل ، باز می توان به فکر رونق تولید داخلی بود . این جملاتی که گفتند از اندیشه ها و باورهای آنها ناشی می شود . من به جرأت می توانم بگویم که تأثیر اندیشه ها و باورهای آنها به مراتب بیشتر از تأثیر عوامل دیگر است .

اجازه بدید با یک مثال توضیح بدهم . شرکت هوندا در بحران های اقتصادی و در بدترین شرایط ، در وضعیتی که شرکت هایی مانند جنرال موتورز در حال ورشکستگی بودند ، ۲۰ درصد فروش بیشتر داشت . چرا ؟

به خاطر ارائه خدمات خاص . شرکت هوندا ۳ ماه ماشین را در اختیار مشتری قرار میداد . اگر به هر دلیلی راضی نبود ، محصول را پس می گرفت . بعد از ۳ ماه پرداخت اقساط شروع می شد . همچنین هوندا ، مشتریان را بیمه می کرد . تا اگر مشتری نتوانست قسط اش را به موقع پرداخت کند ، از بیمه کمک بگیرد .

« اطمینان از کیفیت محصول » ، «طرز فکر مدیران» و «ارائه خدمات خاص » سه عنصر اصلی در موفقیت این شرکت بود .

اگر مدیران هوندا مانند آن عده فکر می کردند و از بحران های اقتصادی می نالیدند ، تا حالا ورشکست شده و از بین رفته بودند . در خارج از ایران ، رقابت فوق العاده شدید است . به همین دلیل کسب درآمد و پول درآوردن فوق العاده سخت تر از ایران است .

در ایران آنقدر فرصت و نیاز وجود دارد ، که شرکت های مختلف دنیا در حال هجوم آوردن به بازار های ایران هستند تا محصولات شان را به فروش برسند . در حالی که یه عده فقط در حال غر زدن و شکایت کردن هستند .

به اطراف تان نگاه کنید و ببینید که برندهای خارجی چه حجمی از نیازهای ما را پوشش می دهد . آیا شرکت های ایرانی نمی توانند این محصولات را با کیفیت و قیمتی قابل رقابت تولید کنند ؟ قطعاً می توانند .

از فورد میلیاردر معروف آمریکایی و صاحب یکی از بزرگترین کارخانه های سازنده انواع اتومبیل در آمریکا پرسیدند : اگر شما فردا صبح از خواب بیدار شوید و ببینید تمام ثروت خود را از دست داده اید و دیگر چیزی در بساط ندارید ، چه می کنید ؟

فورد پاسخ داد : دوباره یکی از نیازهای اصلی مردم را شناسایی می کنم و با کار و کوشش ، آن خدمت را با کیفیت و ارزان به مردم ارائه می دهم و مطمئن باشید بعد از پنج سال دوباره فورد امروز خواهم بود .

اگر این سوال را از شما پرسند ، شما چه جوابی خواهید داد ؟ بگذارید حدس بزنم .

اگر مثل عده ای که در بالا ازشون صحبت کردم باشید ، خواهید گفت : « اینجا ایران است . ما تحریم هستیم ، ما بدبختیم . داریم می میریم. » و در پنج سال آینده دنبال مقصر خواهید گشت و بقیه ی عمرتون رو صرف ناله و نفرین کردن و شکایت کردن و غر زدن خواهید کرد . در واقع افرادی مانند این عده ، برای پنهان کردن ضعف های خود و موجه جلوه دادن ناتوانی های خود ، این حرف ها را می زنند .

اما اگر این طور نیست ، دوباره به اطراف خود نگاه کنید . خوب نگاه کنید .

واقعیت این است که تنها ۱ درصد مردم کارآفرین هستند . افرادی که در بالا ازشون صحبت کردم ، در بهترین شرایط ، اگر تحصیلات عالی داشته باشند و فرد موفق باشند ، در نهایت کارمند یا کارگر شما خواهند بود . و اگر فرد موفق نباشند ، بیکار خواهند بود و همچنان به غر زدن ادامه خواهند داد . راه درمان آنها این است که باورها و طرز تفکر خود را عوض کنند و جور دیگری نگاه کنند .

سعی کنید همیشه مانند آب باشید .

وقتی صخره ای در مسیر آب قرار می گیرد ، جریان آب ، نه متوقف می شود و نه سعی می کند صخره را از بین ببرد . خیلی نرم و ساده راه دیگری پیدا می کند و از اطراف یا بالای صخره عبور کرده به مسیر خود ادامه می دهد . آب در اوج انعطاف پذیری با موفقیت از سخت ترین موانع عبور می کند . لطفا انعطاف پذیر باشید .

خلاقیت ، یعنی پیدا کردن راه های جدید . وقتی مشکلی برای شما بوجود می آید ، خلاقیت باعث می شود که شما راه های جدید را ببینید . پس اگر می خواهید در برخورد با موانع ، مانند آب باشید ، لطفا خلاق باشید .

کره جنوبی ، یکی از کشورهایی است که شباهت زیادی به ایران دارد . یکی از شرکت های موفق کره ، شرکت دوو است . کیم وو چونگ ، بنیانگذار دوو کتاب بی نظیری با عنوان «سنگفرش هر خیابان از طلاست » نوشته است که به همه ی دوستان پیشنهاد می کنم این کتاب را بخوانید .

بخش هایی از کتاب «سنگفرش هر خیابان از طلاست» :

« سخت کار کردن ، هیچ تمامی ندارد . اگر در روزگاری سخت کار کنید و در روزگار دیگر به استراحت بپردازید ، آن وقت است که از دیگران عقب می افتید و پیش تازیتان را از دست می دهید . استراحت شما ، باید کار شما باشد و کار شما ، لذت شما و لذت شما زندگی شما . این است رسالت یک کارآفرین موفق .

اعتقاد دارم که هرکسی ، قابلیت های بی پایانی دارد . ولی به جز در شرایط استثنایی ، هیچ گاه این قابلیت ها تحریک نمی شوند . ما شرکت خود را زمانی تاسیس کردیم که کشور کره فقیر بود و ما هر روز از ساعت ۷ یا ۸ صبح تا ۱۱ شب کار می کردیم . توافق کرده بودیم که باید این کار را برای کشور ، شرکت و خودمان انجام دهیم . همه ما افتخار می کردیم که ساعت های زیادی کار کنیم . این نوع توافق باعث شد که هر کسی نوآوری کند و افکار تازه ای را مطرح کند . حتی کارکنان جوان که مسئول تهیه اسناد و مدارک بودند ، تلاش های غیر عادی انجام می دادند . در آن هنگام بانک ها برای سپرده ها ۲۶ درصد سود می دادند .

بنابراین همیشه سعی می کردیم که روز بعد از ارسال محموله پوشاک ، پول آن را بگیریم . شرکت های دیگر صبر می کردند تا از آنها فاکتور تنظیم سند هزینه ، خواسته شود یا در تهیه کردن اسناد برای تحویل به مشتری جهت پرداخت تنبلی می کردند . اما ما هرگز این کار را نمی کردیم بلکه کارکنان دوو تمام سندها را از قبل تهیه می کردند تا بتوانیم روز بعد از ارسال محموله ، پول آن را دریافت کنیم .

در آن صورت پول را در بانک می گذاشتیم و سود بالایی دریافت می کردیم . گاهی اوقات کارکنان به خانه نمی رفتند و تمام شب را در اداره می ماندند و اسناد را تایپ می کردند تا صبح روز بعد آماده تحویل به بانک باشد . دست اندرکاران بانک می دانستند که ما سخت کار می کنیم و به ما کمک می کردند .

به خاطر توافقی که با هم کرده بودیم ، علی رغم ساعت های زیادی که کار می کردیم ، هیچ کس شکایت نداشت . وقتی افراد را به این صورت با هم متحد کنید ، قدرت عظیمی بدست می آید . بعدها وقتی که کارخانه تولید پوشاک را راه اندازی کردم ، دستگاه علامت گذار برای برش پیراهن ها دقیق نبود . **ژاپن هم هیچ گونه تکنولوژی ای در اختیار ما نمی گذاشت** . بنابراین خودم به کارخانه رفتم و همه با هم کار کردیم تا کیفیت را بهتر کنیم . گاهی اوقات که از انجام کاری عاجز می شدیم ، همه با هم گریه می کردیم . با چنین توافقی و همدلی ، در مدت زمان کوتاهی توانستیم کالای مناسب را تولید کنیم . سرانجام قابلیت تولید کارخانه پوشاک ما از کارخانه های مشابه ژاپنی بیشتر شد . اگر کسی واقعا از قابلیت خود استفاده کرده و سخت کار کند ، همه چیز امکان پذیر است . چنین تاریخی ، جزئی از ویژگی شرکت ماست . حتی امروز هم خریداران دوست دارند از کارخانه ما دیدن کنند . کارخانه های جدیدی در نقاط دیگر دنیا ، تجهیزات و دستگاه های خودکار و محیط بهتری دارند ، اما با این وجود ، خریداران کالای کارخانه ما را می پسندند .

چنین روحیه ای همچنان ادامه دارد . اگر چه از ۱۵ سال پیش به این طرف دیگر به طور تمام وقت در کارخانه نبوده ام ، قابلیت تولید آن بهترین است ، اعتصابی در کار نیست و کارکنان آن به خود متکی هستند .

اگر افراد صمیمانه با هم کار کنند ، می توانند مشکلات را حل کنند . کار مهم مدیران این است که بدانند چگونه افراد را جابه جا کنند تا چنین کار خوبی را ارایه دهند . کارخانه کشتی سازی ما که مشکلات فراوانی داشت ، قابلیت تولید خود را ۱۰۰ درصد افزایش داد . من آنجا می رفتم و خودم با کارگران سر و کله می زدم . در صورتی که به توافق می رسیدیم ، قدرت بسیار زیادی آزاد می شد .

اگر می خواهید در اوج باقی بمانید ، باید همان قدر سخت کار کنید . اگر راضی به وضع موجود باشید ، آنهایی که عقب تر از شما هستند ، کافی است که از شما تقلید کنند و به شما برسند .

امریکایی ها هم همین کار را کردند ، اگر چه به طریقی دیگر . روش امریکایی ها این است که تولید جدید ابداع می کنند . اگر من با کمی پول در امریکا شروع به کار می کردم ، یک فروشگاه خرده فروشی تاسیس می کردم که ۲۴ ساعته باز باشد و خدماتی بهتر از دیگران ارائه می دادم . در عرض یک یا دو سال ، همه به آن فروشگاه می آمدند . با این تجربه ، می توانستم فروشگاه دیگری دایر کنم . البته باید به افراد آموزش می دادم که چگونه این فروشگاه ها را اداره کنند . اما باید سخت کار می کردم . هر کسی می تواند این کار را بکند ، اما هیچ کس نهایت تلاش خود را نمی کند . اگر شما نهایت تلاش خود را کردید ، اسم و رسمی به هم می زنید و به طور خودکار ، کسب و کار شما رونق می گیرد .

اگرچه قابلیت انسان بی پایان است ، اما بیشتر مردم مقدار معینی پول به دست می آورند و دیگر تنبل می شوند . شریک اولیه من در دوو ، همین طور بود . من و او هر کدام ۵ هزار دلار سرمایه گذاری کردیم . هنگامی که ارزش شرکت به یک میلیون دلار رسید ، تصمیم گرفت که استراحت کند و از زندگی لذت ببرد . مجبور بودم که سهمش را بخرم . در آن زمان ، تهیه این مبلغ ، کمرشکن بود . اما این کار را کردم و او رفت تا برای همیشه استراحت کند . «

داستان دوو ، واقعا تأثیرگذار و آموزنده است . در متن فوق ، دو جمله بیشتر نظرم را جلب کرد .

« اعتقاد دارم که هرکسی ، قابلیت های بی پایانی دارد . ولی به جز در شرایط استثنایی ، هیچ گاه این قابلیت ها تحریک نمی شوند . »

وقتی نوشتم : تحریم = فرصت . منظورم این بود که برخی از قابلیت ها و توانایی های ما در شرایط سخت فعال می شود و تحریم این شرایط را بوجود می آورد . تحریم ما را مجبور می کند که خلاق باشیم و روی پای خودمان بایستیم .

تحریم نفتی ایران ، یک فرصت فوق العاده برای ما است که اقتصاد نفتی ایران را تبدیل به اقتصاد دانش محور کنیم . بستن چاه های نفت و گسترش صادرات دانش بنیان .

تحریم بانک مرکزی و تحریم اقتصادی ، باعث می شود که واردات به کشور فوق العاده کاهش یابد . کاهش واردات یعنی بهترین فرصت برای تولید کنندگان داخلی . البته باید در بین تولید کنندگان داخلی رقابت ایجاد کنیم . رقابت باعث ایجاد محصولات با کیفیت و خلاقانه شده ، باعث ایجاد برندهای موفق ایرانی می شود . اما مشکلی برای صادرات پیش نمی آید . به دلیل اینکه وقتی آمریکا می خواست جلوی صادرات چین را بگیرد ، همه ی راه ها را امتحان کرد ولی نتوانست جلوی صادرات چین را بگیرد .

جمله بعدی : « ژاپن هیچ گونه تکنولوژی ای در اختیار ما نمی گذاشت . سرانجام قابلیت تولید کارخانه پوشاک ما از کارخانه های مشابه ژاپنی بیشتر شد . اگر کسی واقعا از قابلیت خود استفاده کرده و سخت کار کند ، همه چیز امکان پذیر است . »

ژاپن ، کره را تحریم کرد و تکنولوژی مورد نیاز اش را نمی داد . سپس کره ای ها با خلاقیت و پشتکار ، راه های جدیدی پیدا کردند که محصولات با کیفیت تر و بهتر تولید می کرد . اگر کره تحریم نشده بود ، همیشه نیازمند و وابسته می ماند . پس تحریم ، باعث شکوفایی استعداد ها ، خلاقیت و در نهایت پیشرفت می شود . عدو شود سبب خیر ، اگر خداخواهد . اگر به زندگی کارآفرینان نگاه کنید . می بینید که همه ی آنها شرایط سختی را تحمل کردند و بعد مجبور شدند که یا بمیرند یا کارآفرین باشند .

ما باید از تجربیات دیگران استفاده کنیم . وقتی عده ای موفق به انجام کاری شده اند ، این یعنی ما نیز می توانیم آن کار را انجام دهیم .

کاری که ما باید انجام دهیم این است :

۱. ما باید تمام تکنولوژی های تحریم شده را بدست آوریم . دانش فنی آن را تدوین کنیم . آن تکنولوژی را با کیفیت عالی تر تولید کنیم . سپس با نوآوری و ابتکار آن را ارتقا دهیم و در نهایت آن تکنولوژی را به کشورهای دیگر صادر کنیم .

این یعنی ایجاد ارزش افزوده ، یعنی تبدیل فکر به ثروت ، یعنی موتور توسعه تکنولوژی . این کار ، کار ساده ای نیست . فقط عشق و انگیزه بالا ، می تواند این تحرک را بوجود آورد . ما نیاز به یک همت عالی و یک بستر مناسب داریم . هدف ما در کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، ایجاد چنین بستری است .

۲. ما باید محصولات ، کالاها و تکنولوژی های وارداتی را بررسی کنیم . باید بررسی کنیم که چگونه می توانیم کالاها را خودمان در کشور ، با هزینه ای کمتر و کیفیتی بهتر تولید کنیم . باید فکر کنیم و از خودمان سوال کنیم : چگونه می توانیم راندمان و بهره وری تولیدات داخلی و کارخانجات فعلی را افزایش دهیم ؟ چگونه می توانیم به تولیدات فعلی ، خدمات خاص اضافه کنیم ؟

۳. تشکیل تعاونی های دانش بنیان برای جذب سرمایه گذاری در بخش تولید .

اگر خوب نگاه کنید ، می بینید که تحریم یک فرصت است . فرصتی برای رشد و بالندگی و پروانه شدن . و کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، سعی می کند که مرکز این رشد باشد . یعنی مرکز رشد باشد . مرکز رشد مجازی . هر نیازی که می بینید ، یک فرصت است برای ایجاد کسب و کار جدید . هر ضعف ، کمبود ، اشکال و مسئله ای که می بینید ، یک فرصت است برای کارآفرینی .

انسان های موفق ، از فرصت های خود ، خوب استفاده می کنند .

پارکهای فناوری نیز که از چند دهه گذشته به عنوان حلقه واسطه ارتباط دانشگاه و صنعت مطرح گردیده اند، از این دگرگونی مترا نبوده و با بهره گیری از دانش و در **عصر دانایی محوری** دستخوش تغییراتی گشته اند که از آن جمله می توان به ظهور پارک های فناوری مجازی اشاره نمود. پارکهای فناوری مجازی همان پارکهای فناوری سنتی با همان کارکردها بوده اما در فضای اینترنت. ظهور این نوع از پارکها که نوین ترین نوع آن می باشد، به دلیل مزیت هایی که در مقاله بدان اشاره گردیده است، بسیار مورد توجه دست اندرکاران می باشد.

۲- پارک علمی - فناوری

پارک های علمی - فناوری می توانند محل بسیار مناسبی برای ارتباط بین دو نهاد دانشگاه و صنعت باشند؛ در این بخش از مقاله ابتدا تعریفی از این واژگان ارائه نموده؛ سپس کارکرد این مراکز را مورد بررسی قرار خواهیم داد. پارک علمی - فناوری به مجموعه ای اطلاق می شود که از طریق فراهم آوردن و ارائه زمین، تأسیسات زیر بنایی، آزمایشگاه ها و کارگاه های تحقیقاتی متمرکز و تسهیلات قانونی موجبات اجتماع شرکتهای مهندسی و مؤسسات تحقیقاتی در یک فضای متمرکز را فراهم می نماید. این مجموعه ها که معمولاً در مجاورت قطبهای دانشگاهی و یا صنعتی - اقتصادی شکل می گیرند، ضمن ایجاد فضای مناسب جهت انجام تحقیقات کاربردی و تجاری سازی نتایج آن و انتقال تکنولوژی، موجبات رشد شرکتهای و مؤسسات را از رهگذر هم افزایی ناشی از مجاورت فیزیکی این واحدها و نیز کاهش هزینه های سرمایه گذاری، فراهم می سازد. اهداف پارکها را می توان در ارتقاء سطح تکنولوژی صنایع، استفاده بهینه از ظرفیت دانشگاه ها و تجاری سازی نتایج تحقیقات و در یک کلمه توسعه تکنولوژی منطقه-ای توصیف نمود.

به عنوان نمونه پارک فناوری پردیس، به عنوان پیشگام در جذب شرکت های معتبر و ارائه خدمات فیزیکی به آنها در میان پارک های کشور شناخته شده است. البته دو مفهوم پارک های علمی و پارک های فناوری تفاوتی جزئی دارند که به تفکیک مورد بررسی قرار می دهیم:

پارک علمی معمولاً توسط دانشگاه ها در یک فضای مناسب در مجاورت دانشگاه ایجاد می شود و همکاری متقابلی بین صاحبان صنایع مستقر شده در این پارکها و دانشگاه بوجود می آید، بعضی از واحدهای تولیدی و شرکت های بزرگ منطقه، دفاتر تکنولوژی در این پارک ها ایجاد می کنند. ولی پارکهای فناوری معمولاً در مجاورت قطبهای صنعتی ایجاد می شوند و هدف آنها گسترش ارتباطات تکنولوژی صنایع موجود در منطقه با واحدهای تحقیقاتی و صنایع موجود در منطقه می باشد و نیت اصلی از احداث آنها ارتقاء تکنولوژی صنایع موجود در قطب صنعتی مربوطه و افزایش توان رقابتی بنگاه هاست. که با عنایت به موضوعیت این همایش، پارک فناوری مجازی می تواند توسط همان قطب ها یا شهرک های صنعتی تأسیس گردد. (سریرافراز، ۱۳۸۶، ۳)

هدف از تأسیس یک پارک فناوری دستیابی به اهداف زیر است:

- افزایش اشتغال و حمایت از کارآفرینی برای استقرار بهتر و سوددهی بالا.
- سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه بومی.
- بهبود قابلیت های آموزشی مهندسی و علمی دانشگاهها از طریق تحقیقات مشترک.
- توسعه صنایع پیشرفته و جهت گیری شده بر مبنای فناوری از طریق تبدیل نتایج تحقیقات به مشاغل زنده ی تجاری و انتقال فناوری.
- فراهم آوردن مجموعه ای از شرکتهای نوپا و مستعد در کنار هم برای فعالیت در حوزه های فناوری پیشرفته.
- نزدیک کردن واحدهای فناوری و مراکز تحقیقاتی به وسیله متخصصان حرفه ای به دانشگاهها و سیاست گذاران امر تحقیقات.
- ایجاد فضائی جهت خلق ایده و نیز تجاری کردن تحقیقات در زمینه نوآوری و به ثمر رساندن ایده های نوآورانه.
- کمک به فارغ التحصیلان دانشگاهی در ورود به بازار کار و ایجاد مشاغل متناسب با رشته های تحصیلی فارغ التحصیلان و آموزش آنها در جهت آشنائی با خلأهای موجود در بازار کار. (رحمان زاده، ۱۳۸۶، ۳)

هدف کلی سند چشم انداز بیست ساله نظام جمهوری اسلامی ایران در افق ایران ۱۴۰۴ دستیابی به جایگاه برتر در تمام زمینه های علمی، فناوری، اقتصادی و ... در سطح کشورهای منطقه می باشد. تحقق این مهم نیازمند بستریهایی بوده که ضرورت شکل دهی و توجه به آن ضروری جلوه می نماید. از جمله بسترهای لازم جهت دستیابی به قله های رفیع علمی و اقتصادی در ایران ۱۴۰۴، بهره گیری از فناوری های نوین در ارتقای فرآیند کارآفرینی است.

پارک های فناوری از دیرباز به عنوان محملی مناسب جهت توسعه کارآفرینی مطرح بوده که آنها نیز در بستر زمان دستخوش تغییر شده لذا با ورود دانش در تمام ابعاد زندگی، ساختارهای سنتی در جهت توسعه کارآفرینی مورد بازآفرینی قرار گرفته است. در این راستا مفهوم پارک های فناوری نیز دچار تغییراتی اساسی گشته و با بهره گیری از دانش در فضای مجازی به «پارک های فناوری مجازی» مبدل گردیده اند. لذا هدف نگارنده در مقاله فوق آشنایی با مفهوم فوق بوده و در مرحله بعد چگونگی بهره گیری از دانایی و دانش در افق چشم انداز بیست ساله ایران در سال ۱۴۰۴ مورد واکاوی قرار گرفته است.

۱- مقدمه

در سند چشم انداز بیست ساله نظام جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ آمده است:

« با اتکال به قدرت لایزال الهی و در پرتو ایمان و عزم ملی و کوشش برنامه ریزی شده و مدیرانه جمعی و در مسیر تحقق آرمانها و اصول قانون اساسی، در چشم انداز بیست ساله: ایران کشوری است توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی علمی و فناوری در سطح منطقه با هویت اسلامی و انقلابی، الهام بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و موثر در روابط بین الملل.»

و برای جامعه ایرانی برخی ویژگیها را برشمرده است که آن دسته از ویژگیها که در اشتغال دانایی محور آمده است، عبارتند از: «برخوردار از دانش پیشرفته، توانا در تولید علم و فناوری، متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایه اجتماعی در تولید ملی.»

با توجه به این رویکرد، ضرورت توجه دانش و تبدیل آن به ثروت از طریق فرآیند کارآفرینی نمود پیدا می کند. از آنجایی که در تعریف واژه نامه وبستر کارآفرین کسی است که متعهد می شود یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید، لذا به نظر می رسد پارک های فناوری می توانند محملی مناسب جهت برقراری این همپیوندی باشد، اما آنچه که مسلم است این است که پارک های فناوری نیز در طی زمان دستخوش تغییراتی می شود و پیش بینی می گردد در افق ایران ۱۴۰۴ پارک های فناوری سنتی به پارک های فناوری مجازی تبدیل بگردند.

دانشگاه و صنعت حلقه های اساسی و بهم پیوسته حرکت در مسیر توسعه و تعالی فرهنگ پیشرفت علمی - صنعتی به شمار می آیند. بدون شک ایجاد و برقراری ارتباط اصولی دانشگاه به عنوان نهاد متشکل از اندیشه های علمی و راهبردی حل مسائل و معضلات، و صنعت به عنوان مرکز ثقل جریان رو به رشد جامعه، بنیانهای بسیار مستحکمی از توسعه را می تواند پی ریزی و هدایت کرده و به جلو براند. این همه، نقش مهم برقراری ارتباط مستقل دانشگاه و صنعت را به صورت همه جانبه، مستحکم و مستمر، نشان می دهد؛ پارک های فناوری از جمله نهادهایی هستند که می توانند بستر لازم را جهت تحقق این ارتباط فراهم نمایند؛ در حال حاضر نیز پارک های کشور به نوبه خود، به لحاظ کمی و کیفی در جایگاه قابل قبولی قرار گرفته اند.

اما از سویی دیگر توسعه پایدار که در بر گیرنده توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است مرهون تخصص، فکر و تلاش انسان هاست و در عصر حاضر در قالب مفاهیمی چون دانایی، دانش محوری، اطلاعات و مفاهیمی از این دست مفهوم پیدا کرده است و می توان تجلی توسعه پایدار را در عصر حاضر، ظهور شبکه های اطلاعاتی بالاخص شبکه اینترنت دانست. ظهور اینترنت در تمام ابعاد، حل معادلات پیچیده را آسان تر ساخته و زمینه را برای توسعه ای پایدار فراهم ساخته است.

۳- پارک فناوری مجازی و کارکرد های آن

همانطور که عنوان شد یکی از وظایف خطیر پارک های فناوری در دنیا گردآوری مجموعه ای از شرکتهای بزرگ و کوچک در کنار یکدیگر است تا آنها بتوانند از خدمات و سرویسهای یکدیگر به نحو شایسته بهره برده و موجبات پیشرفت و ترقی را فراهم آورند.

حال این موضوع، این بار بصورت مجازی آن مورد توجه قرار گرفته و همان پارک فناوری در فضای مجازی و در قالب یک سایت اینترنتی که تمام ابعاد پارک های مجازی را دارد بستر سازی و اجرایی می گردد این پارکها با هدف ارائه امکانات و خدمات به شرکتهایی که در زمینه فناوری های نوین بالاخص فناوری هایی که در فضای سایبر قابل مبادله اند، فعال گشته و با بهره گیری از امکانات زیر مزیت هایی را نسبت به پارک های فناوری سنتی خلق کرده اند.

۳-۱ امکانات پارک های فناوری مجازی

- ثبت نام از متخصصین و مدیران شرکتهای و مؤسسات
- ارائه یک پروفایل تخصصی به متخصصین و مدیران
- امکان ایجاد گروههای همکاری توسط کلیه اعضا
- امکان ایجاد ارتباط با سایر اعضا
- امکان ایجاد گروه توسط مدیران شرکتهای و مؤسسات
- امکان مدیریت اطلاعات توسط اعضا و مدیران
- امکان جذب نیرو برای گروه های تشکیل شده
- امکانات تبلیغاتی بسیار کاربردی و ویژه برای اعضا و مدیران
- ارائه اطلاعات آماری به اعضا و مدیران
- اختصاص یک انجمن کامل و یک بخش خبری کامل به مدیران و اعضای گروه شان
- اختصاص یک موتور جستجو قدرتمند برای هر گروه
- امکان ارتباط اعضا با مدیران و بالعکس بصورت کاملاً پیشرفته

۳-۲ مزیت های پارک های فناوری مجازی

با توجه به امکانات این نوع از پارک ها و سایر شرایط، برتری هایی نسبت به پارک های فیزیکی دارند که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره نمود:

- **کاهش هزینه ها:** از آنجایی که پارک های فناوری مجازی در فضای اینترنت به ارایه خدمات می پردازند لذا می تواند باعث کاهش هزینه هایی مانند هزینه خرید زمین و ساختمان و هزینه های تجهیزات از طریق ایجاد پایگاه اینترنتی با هزینه بسیار کم، کاهش هزینه تبلیغات، کاهش هزینه جذب نیرو، کاهش هزینه معرفی شرکت و ... گردد. شرکتهای و مؤسسات نوپا با فعالیت در پارک های فناوری مجازی با صرفه جویی در هزینه های فوق می توانند زمان و بودجه بیشتری را در فضای رقابتی بازار برای حفظ و تقویت خود ایجاد نمایند.
- **توجه به مسائل زیست محیطی:** از آنجایی که فعالیت های پارک های مجازی در فضای اینترنتی صورت می گیرد، لذا این امر از ابعاد مختلف مانند کاهش آلودگی های زیست محیطی، کاهش ترافیک درون شهری یا بین شهری و... می تواند به بقای محیط زیست پایدار کمک نموده و باعث توسعه ای پایدار شود، لذا از آنجاست که می توان این نوع از پارک های فناوری را «پارک های فناوری سبز» نیز نامید.

- **مزیت های اقتصادی:** علاوه بر کاهش هزینه ها، از آنجایی که احداث این نوع از پارک ها به مراتب ساده تر نسبت به سایر پارک های فیزیکی می باشد، لذا با حداقل امکانات می تواند این نوع از پارک ها احداث نموده و به نوعی کارآفرینی و اشتغال زایی نیز برای جوانان داشته باشیم.

- **بازاری جهانی:** پارک فناوری فیزیکی می تواند بستری برای فعالیت بنگاه ها و سازمان های منطقه اطراف خود باشد و حتی برای یک استان دیگر نیز کارایی خاص خود را ندارد، اما پارک فناوری مجازی از آنجایی که در فضای اینترنت فعالیت می کند و در تمام دنیا بازدید کننده دارد، می تواند بازاری جهانی و در فضایی جهانی فعالیت نماید. تحقق این مهم باعث تعامل بیشتر به دنیای خارج شده و به نوعی باعث افزایش کارایی، بهره وری و اثربخشی می گردد.

- **تشکیل اتاق فکر مجازی:** در پارک های حقیقی و فیزیکی برای اینکه بستری جهت تبادل اطلاعات

فراهم گردد نیازمند تشکیل اتاق فکری فیزیکی هستیم که تمام اعضا با تمام مشغله هایی که دارند از راه های دور و نزدیک دور هم جمع شوند و به خلق ایده پردازند. در صورتیکه در فضای اینترنتی و در پارک های مجازی اصلاً نیازی به فضای فیزیکی نبوده و همان اتاق فکر از طریق تبادل فناوری و اطلاعات، برای شرکتهای همکار و متخصصین فراهم می گردد. لذا اعضا به صورت online و offline با یکدیگر در ارتباط بوده و مرتباً به خلق ایده می پردازند، نتیجه چنین امری بهره گیری از ایده های بیشتر و خلاقانه تر است.

۴- نقش پارک های فناوری مجازی در توسعه پایدار کشور

۴-۱- مفهوم توسعه پایدار

اصطلاح توسعه پایدار نخستین بار در کمیسیون جهانی محیط زیست در سال ۱۹۸۷ عنوان شد. منظور از توسعه پایدار توسعه ای است که در فرآیند آن نیازها و رفاه نسل آینده فدای نیازها و رفاه نسل حاضر نگردد. لذا مفهوم جدیدی از رشد اقتصادی مورد نظر است، رشدی که عدالت و امکانات زندگی برای همه مردم جهان، نه تنها اندکی افراد برگزیده و تمامی نسل ها بدون تخریب بیش از ظرفیت و منابع محدود جهان به همراه داشته باشد.

در تعریفی دیگر توسعه پایدار چنین تعریف شده است: «**توسعه اقتصادی که تأمین کننده نیازمندی های نسل امروزی است بدون اینکه توانایی های تأمین نسل آتی را به مخاطره افکند.**»

با توجه به تعریف فوق، آینده، مهمترین اصلی است که در رابطه با توسعه پایدار باید مورد توجه قرار گیرد. توسعه پایدار زمانی امکان پذیر می گردد که حق و حقوق نسل های آینده نیز لحاظ شود و بستری فراهم شود که آنان نیز امکان استفاده از منابع طبیعی را در زمان خود داشته باشند. نسل حاضر نباید به خود اجازه دهد که برای رسیدن به امیال و آرزوهای خود همه چیز را قربانی خود خواهی های خود کند و با استفاده نامطلوب زندگی آیندگان را به مخاطره اندازد. در این بین اهمیت پارک های فناوری مجازی به لحاظ پیامدهای منفی زیست محیطی، حفظ منابع مادی و طبیعی ضروری جلوه می نماید.

۴-۲ کارکرد پارک های فناوری مجازی در ارتقای دانایی در بستر توسعه پایدار

توسعه پایدار در هزاره جدید توسط سرمایه فکری که همان دانایی محوری و استفاده از دانش و داده ها باشد، صورت می پذیرد. انسان امروزی در محیط خانه، بیشتر از گذشته، داده ها را به یکدیگر ربط و انسجام داده، پردازش می کند و به شکل اطلاعات قابل استفاده در می آورد. امروزه استفاده از محیط های مجازی اینترنت و شبکه های اطلاعاتی تحقق این انقلاب را ساده تر نموده و با بهره گیری از فضای مجازی می توان سریع تر، کم هزینه تر و کارتر به اهداف خود رسید.

در راه دستیابی به توسعه پایدار، پارک های فناوری مجازی باید به این نکات توجه داشته باشند:

۱. تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد.
۲. تلاش در مسیر تولید، انتقال و اشاعه دانش.
۳. همگام شدن با تحولات جهانی با تکیه بر فناوری های نوین.
۴. همگام نمودن تئوری و عمل به هنگام آموزش نیروی انسانی.
۵. تکیه بر انجام تحقیقات و پژوهشهای کاربردی.
۶. قرار گرفتن در مسیر توسعه با توجه به نیازهای جامعه.
۷. برقراری ارتباط با صنعت با ارائه نتایج حاصل از تحقیقات و پژوهشهای دانشگاهی.
۸. شناخت نیازهای آتی و تربیت نیروی انسانی لازم.
۹. ارتباط جهانی با سایر مراکز آموزش عالی در جهان و تبادل اندیشه ها و تجارب.
۱۰. حمایت از طرح های تحقیقاتی با تأکید بر کاربردی نمودن آنها.

۵- نتیجه گیری و ارایه پیشنهادات

دنیای امروز، دنیایی است که تغییرات، بسیار سریع تر از گذشته رخ می دهد و برای اینکه از این غافله عقب نمانیم، مجبور خواهیم بود که با تغییرات روز جامعه حرکت نماییم. استفاده از دانش در قالب بکارگیری از فضای مجازی از جمله تغییراتی است در عین حال منجر به رشد و توسعه پایدار نیز خواهد شد و در تمام ابعاد کمترین آسیب را به بشر تحمیل می نماید.

از سویی دیگر ارتباط متقابل صنعت و دانشگاه از دهه های اخیر مورد توجه سیاستگذاران قرار گرفته و ایجاد پارک های فناوری به عنوان تسهیل کننده این ارتباط اهمیت خود را در کشور بر همگان روشن ساخته است اما در دنیای امروز پارک ها نیز از حالت فیزیکی خود خارج شده و با همان کارکرد و همان وظایف اما ارزان تر، سریع تر، کارا تر و با بهره وری بالاتر در فضای مجازی فعالیت می نمایند. لذا در این مقاله اهمیت در محور توسعه پایدار و با بهره گیری از مفهوم دانایی مورد تحلیل و واکاوی قرار گرفت. از آنجایی که پارک های ما جز تعدادی اندک، آن هم نه به صورت کامل، مورد بهره برداری قرار نگرفته اند لذا پیشنهاد نگارنده بر آن است که بسیار فرصت مغتنمی خواهد بود تا به جای تخصیص هزینه های کلان به پارک های فیزیکی، آن بودجه و یا حتی بخشی از آن بودجه را به پارک های مجازی اختصاص داده و اولویت احداث پارک ها به پارک های فناوری مجازی تخصیص دهیم.

۶- منابع

- ۱. سایت نخستین پارک فناوری مجازی آسیا، [http://itpark.exijen.com]، [فرودین ۱۳۸۸]
- ۲. سریرافراز، محمد؛ اهمیت پارک های علمی- فناوری و مراکز رشد به عنوان نماد ارتباط دانشگاه و صنعت در جهت توسعه پایدار، مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی صنعت، دانشجو و توسعه پایدار، آذر ۱۳۸۶، دانشگاه علم و صنعت، تهران، ایران.
- ۳. زرگرانی، سعید؛ طراحی پارک های تحقیق و توسعه تعاون، سایت اندیشه سرای تعاون، [http://www.taavon.ir/persian/index.asp?tm=pos&۲=۱۸۰]، [خرداد ۱۳۸۶].
- ۴. رحمان زاده، الهام؛ راهکار ها و الگوهای ایجاد و گسترش پارک ها و مراکز رشد علم و فن آوری با مشارکت بخش تعاون، سایت اندیشه سرای تعاون، [http://www.taavon.ir/persian/index.asp?tm=pos&۲=۱۸۰]، [خرداد ۱۳۸۶].

این دگرگونی اثر خود را نیز در پارک های فناوری اعمال کرده و پارک هایی پدید آورده که در محیط های مجازی و با بهره گیری از دانش روز و در فضای اینترنت فعالیت نمایند. اما دانشی که خمیر مایه تحقق این اهداف بوده و ما از آن بحث می کنیم چیست و چگونه بستر ساز توسعه پایدار و ارتقا بخش دانایی می شود؟

پیتر دراگر، محقق و تحلیلگر مشهور در عرصه های سیاسی، اقتصادی و مدیریتی دانایی [۱] را در کتاب خود تحت عنوان "حقایق تازه" اینگونه تعریف کرده است: "دانایی عبارت است از اطلاعاتی که سبب تغییر یک چیز یا یک شخص می گردد - چه با فراهم ساختن زمینه اقدام برای تغییر و چه با قادر ساختن یک فرد یا یک نهاد برای انجام یک عمل متفاوت نسبت به آنچه که در گذشته انجام می داده است." (دراگر، ۱۹۹۴)

با توجه به مطالب بیان شده کارکردهای اصلی پارک های فناوری مجازی در ارتقای دانایی محوری و در جهت نیل به توسعه پایدار می توان در ۳ بخش طبقه بندی کرد:

۱- تولید دانش

۲- انتقال دانش

۳- اشاعه دانش

حال چنانچه پارک های فناوری مجازی هر کدام به نحو شایسته به وظایف خود عمل نمایند بر حسب کارکردهای یاد شده تأثیر آنها بر رشد و توسعه پایدار بررسی می شود:

۱- تولید دانش

تولید دانش اصلی ترین و مهم ترین کارکرد می باشد. یک مرکز تحقیق و توسعه (پارک های فناوری یا مراکز رشد) وظیفه دارد با امکانات و تجهیزاتی که در اختیار دارد (اعم از مادی و معنوی) همواره در صدد دانش زایی باشد و برای تحقق این امر از هیچ کوششی فروگذار نباشد. ناگفته پیداست که تولید علم و دانش این توانایی را به یک جامعه و شهروندان آن می بخشد که در عرصه جهانی عرض اندام نمایند و خود را در تحولات و دگرگونی های نوین سهیم بدانند.

۲- انتقال دانش

دانش تولید شده در یک مرکز پژوهشی زمانی ارزش می یابد که بتوان آن را به دیگر دانشجویان و کسانی که قدم در راه دانش اندوزی می گذارند انتقال داد. به همین جهت اینگونه مراکز وظیفه دارند به منظور تربیت نیروی انسانی متخصص جامعه، دانش تولید شده را به بهترین شکل ممکن آموزش داده تا جامعه به واسطه دانش آموختگان دانشگاهی در حوزه های مختلف علمی، اجتماعی، اقتصادی ... به پیشرفتهای لازم دست یابد. انتقال دانش این مزیت را دارد که دانش آموختگان نیز خود را موظف می دانند که در جهت تولید دانش جدید تلاش کنند.

۳- اشاعه دانش

اشاعه دانش در سطح جامعه اصلی است که نباید از آن غافل ماند. در بیشتر اوقات نتایج حاصل از تحقیقات دانشگاهی به گونه ای است که اشاعه آن و اطلاع رسانی صحیح و مفید عواقب بسیار خوشایندی برای جامعه به همراه دارد. تولید دانش و اطلاعات رکن اساسی است اما این بدان معنا نمی باشد که اطلاعات تولید شده در خلاء باقی بمانند و مورد استفاده قرار نگیرند؛ در غیر اینصورت نمی توان هیچ ارزشی برای آنها قائل شد.

امروزه انواع کالا و خدماتی که به افراد جامعه ارائه می شود در نتیجه اشاعه اطلاعات پرورده ایست که توسط پارکهای فناوری مجازی تولید و متبلور می شود. از سوی دیگر باید به این نکته توجه شود که تولید کنندگان کالا و خدمات نیز همواره در طلب دانش جدید برای افزایش بهره وری کالا و خدمات خود باشند و تولید کنندگان دانش نیز باید در اندیشه همگام بودن با پیشرفتهای جهانی باشند. اشاعه دانش این پیامد را دارد که آحاد جامعه از نتیجه دانش تولید شده بهره مند گشته و در مسیر رفاه اجتماعی قرار گیرند.

پارک فناوری مجازی در ایران: تحلیل SWOT

تاریخ دریافت: ۱۳۸۶/۰۷/۰۷
تاریخ پذیرش: ۱۳۸۶/۰۸/۱۸

■ **مهندس پریا دولتیابی**
دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی
pdolatyabi@yahoo.com

■ **دکتر عبدالله آقایی**
دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی
aaghaie@kntu.ac.ir

چکیده

در این مقاله، پس از بررسی مفهوم پارک فناوری، کاربرد و ضرورت پارک فناوری مجازی برای کشور، بررسی شده است. با در نظر گرفتن معیارهای موفقیت پارک فناوری مجازی و مدلی ارائه شده برای این پارک در ایران که الزامات آن نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند - نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌های پیش‌روی پارک فناوری مجازی در ایران در قالب یک تحلیل SWOT شناسایی شده‌اند. در پایان نیز، با توجه به تحلیل ارائه شده، موارد کلیدی دارای اولویت برای توسعه پارک فناوری مجازی در ایران، جهت استفاده متولیان و دست‌اندرکاران برنامه‌ریزی توسعه این پارک‌ها در کشور، ارائه گردیده‌اند.

واژگان کلیدی

پارک فناوری، پارک فناوری مجازی، تقاضا، عرضه، زیرساخت، محیط توانمندساز، تحلیل SWOT، برنامه‌ریزی راهبردی.

۱- مفهوم پارک فناوری مجازی

پارک فناوری، سازمانی است که به وسیله متخصصین حرفه‌ای مدیریت می‌شود و هدف اصلی آن، افزایش ثروت در جامعه از طریق ارتقاء فرهنگ نوآوری و رقابت در میان شرکت‌های حاضر در پارک‌ها و مؤسسات متکی بر علم و دانش است. برای دستیابی به این هدف یک پارک علمی، جریان دانش و فناوری را میان دانشگاه‌ها، مؤسسات تحقیق و توسعه، شرکت‌های خصوصی و بازار، به حرکت انداخته و مدیریت می‌کند و رشد شرکت‌های متکی بر نوآوری را از طریق مراکز رشد و فرایندهای زایشی تسهیل می‌کند.

یکی از روندهای قابل توجه در مقوله پارک‌های فناوری، ظهور پارک‌های مجازی است. پارک‌های مجازی، با بهره‌گیری از توانمندی‌ها و فناوری‌های ارتباطات راه دور مانند اینترنت، همان اهداف پارک‌های واقعی را دنبال می‌کنند. این پارک‌ها

مجموعه‌ای از دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی، استادان، تأمین‌کنندگان، صنایع و سایر عناصر پراکنده هستند که در قالب شبکه و در زمان واقعی، با یکدیگر تعامل دارند. طبق تعریف دانشگاه لیدز، پارک مجازی در واقع یک محیط اینترنتی است که همان اجزای فیزیکی پارک‌های فناوری- همچون سالن کنفرانس، دفتر پذیرش، دفاتر شخصی، اتاق‌های پروژه و اتاق‌های مطالعه- را به صورت مجازی تأمین می‌کند [۱]. این پارک‌ها امکان دسترسی به اطلاعات تحقیقاتی و همچنین ارتباط با افرادی که بتوانند این اطلاعات را به دانش کاربردی تبدیل کنند، فراهم می‌آورند.

۲- ضرورت و اهمیت موضوع

پراکندگی جغرافیایی و زمانی متخصصان مختلف که مانع از کارآمدی حداکثر در ارتباطات و تعاملات آنها می‌شود، در کنار سرمایه‌های

عظیمی که صرف پیاده‌سازی فیزیکی این پارک‌ها می‌شود، مانند بسیاری از مسائل دنیای امروز، راه حل استفاده از اینترنت و بسترسازی مجازی را پیش رو می‌نهد. پارک فناوری مجازی، رهیافتی است که ضمن ایجاد هم‌افزایی علمی بین مؤسسات تحقیقاتی، می‌تواند به عنوان یک پایگاه اطلاعاتی از توانایی‌ها و نیازمندی‌های فنی واحدهای صنعتی، مرکز ثقلی برای پژوهش‌های صنعتی و ارتباط دهنده صنعت با دانشگاه‌ها باشد. آرمان برنامه چهارم توسعه کشور، گام برداشتن در جهت رسیدن به جامعه مبتنی بر دانایی است. از ویژگی‌های مهم چنین جامعه‌ای، خلق ثروت از طریق مبادله اطلاعات و دانایی است. برای تحقق این هدف، نوآوری، به عنوان محرک افزایش دانایی، و پژوهش، به عنوان عامل تولید دانایی محسوب می‌شود. پارک‌های فناوری، با فراهم نمودن شرایط لازم برای پژوهش‌های بازارگرا و

تجاری‌سازی نتایج تحقیقات، نقش مهمی در تسریع روند تبدیل ایده‌ها به محصولات و توسعه فناوری ایجاد می‌کنند.

حلقه مفقوده در چرخه تحقیقات و فناوری را می‌توان ناشی از فقدان ساختارهای واسطه‌ای دانست که بتوانند دانش دانشگاهی را به تحقیق کاربردی توسعه‌ی تبدیل و نتایج تحقیق را تجاری نموده و با فناوری مربوطه به تولید برسانند. وجود مراکز تحقیقاتی حرفه‌ای و شرکت‌های خدمات مهندسی در کنار یکدیگر، می‌تواند به خوبی این خلاء را پر کرده و حلقه زنجیر بین دانشگاه و صنعت را تکمیل نماید.

پارک فناوری مجازی، تحقق همزمان دو هدف ارتباط مؤثر صنعت و دانشگاه، در کنار استفاده حداکثر از منابع حداقلی را ممکن می‌سازد. کشور ما نیز با بهره‌مندی از متخصصان تراز اول جهانی، و روندهای جدید صنایع در اتکا بر دانش و فناوری، می‌تواند با ایجاد پارک فناوری مجازی، گام بزرگی در این زمینه بردارد.

با در نظر گرفتن مزایای پارک فناوری مجازی، و نیز با توجه به وضعیت واحدهای پژوهشی و نیازهای کشور، می‌توان با ایجاد یک پارک مجازی جایگاه تحقیق و توسعه در توسعه صنعت کشور را تقویت نمود و در راه رسیدن به جامعه دانایی‌محور، گام بزرگی برداشت. با توجه به نبودن موضوع، تا کنون بررسی جامعی در خصوص مفهوم پارک مجازی و عوامل و میزان موفقیت آن در جهان انجام نشده است. بنابراین، مقاله حاضر به بررسی این موارد پرداخته است.

۳- بررسی معیارهای موفقیت پارک‌های مجازی

با توجه به شباهت پارک‌های مجازی و پارک‌های

۳. مرکز رشد، برای حمایت از شرکت‌های تازه تأسیس و فعالیت‌های اقتصادی نوپا که هنوز به جا افتادن و پروراندن/ پرورش نیاز دارند مستقلاً و یا به عنوان بخشی از پارک فناوری فعالیت می‌کند.

واقعی از نظر فرایندها و خدماتی که ارائه می‌دهند، بسیاری از عوامل موفقیت آنها، مشترک است. بوکمان^۱ با استفاده از این موضوع به بررسی روایی پارادایم کابرال-داهاب^۲ در ارزیابی موفقیت پارک‌های فناوری مجازی پرداخته است. بخشی از نتایج حاصل از این بررسی، مواردی است که به شرح زیر می‌آید. [۲]

■ **دسترسی به نیروی تحقیقاتی متبحر**
با پیشرفت ارتباطات راه دور، تماس الکترونیکی بسیار رایج شده است. هر چند استفاده از کنفرانس تصویری فراگیر نشده، اما هم‌اکنون امکان‌پذیر است و روز به روز رواج بیشتری پیدا می‌کند. هیچ دلیلی وجود ندارد که ارتباط دانشگاه و صنعت در پارک مجازی از پارک صنعتی کمتر باشد.

■ **توانمندی فراهم آوردن مهارت‌های مدیریتی و تجاری برای شرکت‌های کوچک و متوسط**
به نظر بوکمان، هر چند ارائه این‌گونه خدمات از طریق ارتباطات راه دور مقدور است، اما ایفای کامل نقش مرکز رشد^۳ توسط پارک‌های مجازی دشوار به نظر می‌رسد.

■ داشتن هویت روشن (احتمالاً از طریق نام یا آرم)

هیچ دلیلی وجود ندارد که روشن ساختن هویت پارک در شرایط مجازی دشوارتر از شرایط واقعی باشد. شهرت و اعتبار پارک تا حد زیادی با دانشگاهی که پارک با آن مرتبط است بستگی دارد.

داشتن مدیریتی که در زمینه‌های مالی تبحر برجسته داشته و طرح‌های توسعه اقتصادی

بلندمدت ارائه کرده باشد. الگوی اقتصادی پارک‌های مجازی با الگوی پارک‌های واقعی متفاوت است. پارک‌های واقعی درآمد خود را از امکانات فیزیکی همچون ساختمان و تجهیزات مشارکتی تأمین می‌کنند. در پارک‌های مجازی چیزی جایگزین این امکانات نمی‌شود. در پارک‌های مجازی، درآمد باید از طریق انتقال دانش از دانشگاه به صنعت کسب شود و متأسفانه تحقیقات نشان داده که در شرایط مجازی این امر معمولاً با مشکل مواجه است.

■ برخورداری از پشتیبانی قوی، پویا و پایدار نقش آفرینان اقتصاد ملی، محلی

از آنجا که در پارک‌های مجازی منافع بنگاه‌ها به یک کشور یا منطقه محدود نمی‌شود و جنبه بین‌المللی دارد - منافع به بنگاه‌هایی در کشورهای دیگر می‌رسد - نقش آفرینان اقتصاد ملی یا محلی تمایلی به پشتیبانی از آنها نخواهند داشت. از این رو پارک‌های مجازی به پشتیبانی دانشگاه‌ها یا شرکت‌های بزرگ و چند ملیتی نیاز دارند. به نظر می‌رسد اگر بنگاه‌های عضو پارک از میان بنگاه‌های یک کشور یا یک منطقه انتخاب شوند این شرط کماکان برقرار باشد.

■ وجود چهره بصیر و فعال، با قدرت تصمیم‌گیری، و دارای سوابق برجسته در تیم مدیریتی پارک

در شرایط مجازی، ایفای این نقش دشوارتر خواهد بود. در پارک سنتی، مفهوم «مدیر پارک» بر حضور فیزیکی قوی دلالت دارد. تفسیر و تعبیر چنین مفهومی در پارک‌های مجازی مستلزم چند سال تجربه و یادگیری در مورد تعاملات تیم‌های مجازی است.

1. Buckman
2. Kabral-Dahab

گسترش عرضه، بهره‌وری بیشتر و ... می‌گردد. از سوی دیگر، ایجاد محیطی رقابتی برای دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی، که خدمات علمی و فنی خود را در این پارک‌ها به صنایع ارائه می‌دهند، نیز می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد.

■ تمایل و امکانات سرمایه‌گذاری

یکی از عوامل مهم که در تمام مقالات بررسی‌شده در زمینه پارک فناوری، به نوعی به آن اشاره شده، گسترش سرمایه‌گذاری در بخش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و نیز خدمات پارک‌های مجازی است که از طریق ایجاد محیط امن، سودآور و تشویقی جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و به میدان آوردن بخش خصوصی در کنار سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی بخش دولتی و عمومی، همچنین ایجاد ساز و کارهای مالی و سرمایه‌گذاری از طریق وام‌های خاص صنعتی و تشویقی، کمک‌های مالی بلاعوض، مشارکت بخش دولتی و سرمایه‌گذاری‌های مشترک بخش خصوصی و عمومی، سرمایه‌گذاری در شرکت‌های نوپا و کارآفرین^۲، بخشودگی‌های مالیاتی، کاهش عوارض، اهدای امکانات کاری زیربنایی مجانی و یا کم‌هزینه به کارآفرینان و شرکت‌های نوپا، محقق می‌شود.

■ مقررات‌زدایی^۱ و خصوصی‌سازی^۱

نکته مهم دیگر، کاهش محدودیت‌ها، مقررات دست و پا گیر و انحصارطلبانه‌ای است که باعث عدم مشارکت و یا کاهش مشارکت بخش خصوصی و سرمایه‌های فکری و مالی اجتماع در پیشبرد اهداف پارک‌های مجازی می‌شود. علاوه بر آن، خصوصی‌سازی صنایع و خدمات، به‌ویژه در زمینه زیرساخت‌ها، نه فقط از طریق واگذاری صنایع دولتی به بخش خصوصی، بلکه از طریق وضع مقررات جدید و کاهش محدودیت‌های مشارکت بخش خصوصی و ایجاد فضایی برای رقابت سالم میان بخش دولتی و خصوصی نیز، باید مورد توجه قرار گیرند.

کلیه این امور باید با توجه به نقش محوری دولت در برقراری خدمات همگانی (نه‌الزاماً توسط دولت) صورت پذیرند؛ به طوری که دولت از وجود شرایط و محیطی که عدالت اجتماعی و دیجیتالی در آن رعایت شود و خدمات به‌گونه‌ای عادلانه به همه افراد حقیقی و حقوقی جامعه ارائه شود،

1. Privacy
2. The Macro Economy
3. ITC Usage
4. Internet Penetration

گسترش عرضه، بهره‌وری بیشتر و ... می‌گردد. از سوی دیگر، ایجاد محیطی رقابتی برای دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی، که خدمات علمی و فنی خود را در این پارک‌ها به صنایع ارائه می‌دهند، نیز می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد.

■ زیرساخت ارتباطی

مسئله مهم دیگر میزان گستردگی، کیفیت، قابلیت اطمینان، حفظ حریم خصوصی^۱، سهل‌الوصول بودن و راحتی کار با زیرساخت‌های ارتباطی است.

■ اقتصاد کلان^۲

نکته مهم دیگر، ثروت ملی، وضعیت اقتصادی و توان مالی جامعه، به عنوان عاملی برای گرایش به سوی فناوری‌های نوین از جمله فناوری‌های مربوط به پارک مجازی و امکان دستیابی به آنها از نظر مالی است که باعث گسترش استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی^۲ و همگام‌شدن اینترنت^۲ می‌شود و به نوبه خود گرایش به استفاده از خدمات پارک مجازی را افزایش خواهد داد.

■ ۲-۴. محرک‌های عرضه^۳

مهم‌ترین موارد مؤثر در توسعه، کارآمدی و بهینه‌سازی عرضه خدمات علمی و فنی پارک‌های فناوری مجازی در ایران که توجه به آنها در برنامه‌ریزی توسعه این پارک‌ها در کشور حائز اهمیت است، عبارتند از:

■ وجود محیط رقابتی در صنایع و مؤسسات علمی

یکی از عوامل مهم در بهبود عرضه، ایجاد محیطی رقابتی برای کلیه صنایع مرتبط با این پارک‌ها، از قبیل سخت‌افزار، نرم‌افزار، خدمات کامپیوتری، ارتباطات، مخابرات، الکترونیک و محتوا است که باعث رشد کیفیت، بهبود قیمت،

9. Career Planning
10. Deregulation
11. Privatization

که به نحو مناسب و با کیفیت قابل قبول ارائه‌شده‌اند، وجود داشته باشد.

■ هزینه^۴

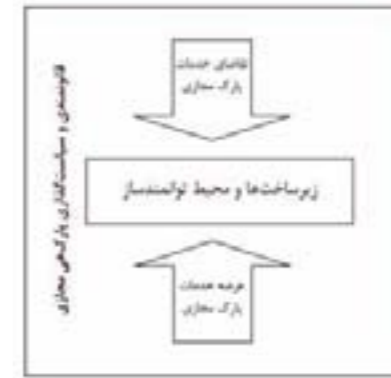
این مسئله، مربوط به هزینه و قیمت‌گذاری خدمات ارتباطی و اطلاعاتی، جهت دستیابی^۴ به فناوری‌های سطح بالا^۴، از قبیل اینترنت، کامپیوتر، تبادل الکترونیکی داده‌ها، تلفن، سرویس کاربر تلفن، ویدئو کنفرانس، سیستم اطلاعات موجودی، پایگاه‌های داده و ایجاد ساز و کارهایی برای دستیابی همگانی و سهل‌الوصول به خدمات پارک مجازی است. علاوه بر آن، خدمات پارک مجازی نیز به گونه‌ای باید قیمت‌گذاری شوند که تمام ذینفعان پارک، از سود حاصله رضایت داشته باشند.

■ مهارت کاربران^۵

این نکته، به سطح مهارت کاربران در شناخت، بکارگیری و بهره‌برداری از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، از قبیل دانش استفاده از کامپیوتر، توانایی کار با اینترنت، پست الکترونیکی و ... در سطح پایه‌ای و همگانی، و نیز مهارت‌هایی از قبیل چگونگی برنامه‌ریزی، تطبیق و بهره‌برداری مدیریتی از خدمات پارک مجازی، در سطح سازمانی، اجتماعی و اقتصادی برمی‌گردد.

نکته‌ای که در این مورد باید به آن اشاره نمود، این است که برای استفاده از خدمات پارک مجازی، باید حداقل نیاز به کسب مهارت جدید و یادگیری کار با ابزار جدید به کاربران تحمیل شود تا علاقه‌مندی آنان به کار با سیستم، افزایش یابد. به عبارت دیگر، هم کاربران باید دانش و مهارت مورد نیاز برای کار با فناوری‌های مرتبط با پارک

1. Market
2. Information and Communication Technology (ITC)



شکل ۱- مدل کلان چارچوب توسعه پارک فناوری مجازی در ایران، با محوریت توسعه محیط توانمندساز فاوا

شکل ۱، مدل کلان چارچوب توسعه پارک فناوری مجازی در ایران را نشان می‌دهد. مدل فوق، می‌تواند در تحلیل SWOT پارک مجازی در ایران مورد استفاده قرار گیرد. در ادامه، هر یک از بخش‌های این مدل بررسی شده‌اند.

■ ۱-۴. محرک‌های تقاضا^۶

مهم‌ترین مواردی که در گسترش و بهینه‌سازی تقاضای خدمات علمی و فنی پارک‌های فناوری مجازی در ایران مؤثر بوده و در امر برنامه‌ریزی توسعه این پارک‌ها در کشور باید مورد توجه قرار گیرند، به شرح زیر است:

■ فرهنگ دیجیتالی

یکی از موارد مهم، وجود فرهنگی است که پارک‌های فناوری مجازی را درک کرده، بپذیرد، و به کار برد. به این معنا که نیاز به استفاده از خدمات چنین پارکی احساس شود و از سوی دیگر مهارت‌های حداقلی برای استفاده از خدماتی

3. Demand Drivers
4. Pricing
5. Access

■ وجود تعداد زیادی از شرکت‌های مشاور و شرکت‌های خدمات فنی شامل آزمایشگاه و شرکت کنترل کیفیت در پارک‌های مجازی، حضور شرکت‌هایی همچون آزمایشگاه‌ها که خدمات فیزیکی ارائه می‌کنند دارای ارزش محدودی است. اما وجود شرکت‌هایی که خدمات آنها به تماس فیزیکی نیاز ندارند، کماکان با ارزش خواهد بود. ترکیب ایده‌آل نگاه‌ها در پارک‌های مجازی با پارک سنتی متفاوت است.

■ ۴- مدلی برای توسعه پارک فناوری مجازی در ایران [۳]

در نگاهی کلی، چارچوب توسعه یک پارک فناوری مجازی در ایران را می‌توان در مدل کلانی که در شکل ۱ نشان داده شده است، ساده و خلاصه نمود. در این چارچوب، توسعه زیرساخت‌ها و محیط توانمندساز فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، نقش محوری و مرکزی دارد که عرضه و تقاضا در پارک مجازی روی آنها صورت می‌پذیرد و یک سری قوانین، سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و مقررات نیز، فعالیت‌های این محیط را تحت نظم و ساماندهی درآورده و جهت می‌دهد تا ثمرات بیشتر و نتایج مؤثرتری به بار آید. بنابراین، سه بخش اساسی این مدل، به شرح زیر خواهد بود:

- زیرساخت‌ها و محیط توانمندساز فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات؛
- عرضه و تقاضای فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات یا همان بازار^۱ «فاوا»^۱؛
- قانونمندی، ساماندهی و سیاست‌گذاری در زمینه پارک‌های فناوری مجازی.

6. High Technologies (High-Tech)
7. User Skills



شکل ۳- مورد توجه‌ترین و پرکاربردترین موضوعات و حوزه‌های تمرکز در هر یک از بخش‌های مدل کلان توسعه پارک‌های مجازی در جهان

۵- تحلیل SWOT در مورد پارک فناوری مجازی در ایران

یکی از مهم‌ترین گام‌ها در برنامه‌ریزی راهبردی یک سازمان، تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها^۱ است که به تحلیل SWOT سازمان معروف است. نقاط قوت و نقاط ضعف، عوامل داخلی هستند که سازمان تا حدی بر آنها کنترل و یا تأثیر دارد. در مقابل، فرصت‌ها و تهدیدها، مسائل خارجی هستند که سازمان بر آنها کنترلی ندارد. تحلیل SWOT در یک سازمان، معمولاً به منظور تدوین برنامه‌ریزی راهبردی آن انجام می‌شود. اما در این مقاله، «سازمان» هدف این تحلیل، پارک فناوری مجازی در ایران است. این تحلیل می‌تواند برای دست‌اندرکاران برنامه‌ریزی راهبردی کشور، از جمله وزارتخانه‌های مختلف، سودمند باشد.

به این ترتیب در ادامه با توجه به مسائل مطرح شده در بخش‌های پیشین، یعنی:

۱-۵-۲. نیاز به حداقل منابع

برای راه‌اندازی دانشگاه‌ها، شرکت‌های مجازی و دولت الکترونیک که از الزامات پارک مجازی است، در مقایسه با نظایر فیزیکی آنها، نیاز چندانی به سرمایه اولیه، تسهیلات و تجهیزات وجود ندارد. به این ترتیب با سرمایه‌گذاری در تأسیس این سازمان‌های مجازی - که به شکل‌گیری پارک مجازی کمک می‌کند - شکوفایی اقتصادی کشور بر پایه اقتصاد مبتنی بر دانش، دست‌یافتنی‌تر خواهد شد.

۱-۵-۳. راهبردهای طولانی‌مدت وزارت اطلاعات و فناوری اطلاعات برای ارتقای زیرساخت‌های ارتباطی

اخیراً تلاش‌های زیادی به وسیله دست‌اندرکاران وزارت اطلاعات و فناوری ارتباطات صورت گرفته تا زیرساخت‌های مورد نیاز برای دولت

۱-۵-۱. نقاط قوت

۱-۱-۵- نیروی انسانی مناسب
تعداد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در رشته‌های



شکل ۲- هسته مرکزی مدل کلان چارچوب توسعه پارک‌های مجازی در ایران

سایبرنتیکی^{۱۱} (قانون مربوط به فضاهاى مجازى)، مقررات و خط مشى‌ها، توسعه مناطق دورافتاده و حاشیه نشینان، عدالت دیجیتالى و جلوگیری از تبعیض دیجیتالى، سرمایه‌گذارى و تجارت، برنامه‌ریزى و اداره امور فناوری اطلاعات و ارتباطات، توسعه منابع انسانی، ایجاد ظرفیت و جامعه الکترونیکى. در این زمینه «پورتال ملی ایران»^{۱۲} - که به تازگی راه‌اندازى شده - نیز به مرور که توسعه یافته و تقویت می‌شود، می‌تواند گزینه خوبی برای بهره‌برداری باشد.

پراکندترین مصادیق هر یک از اجزای مدل کلان توسعه پارک‌های مجازی در جهان که بیش از سایر موارد مورد توجه، تمرکز و سرمایه‌گذاری قرار می‌گیرند، به ترتیب زیر هستند:

- در زمینه زیرساخت‌ها: توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و اینترنتی؛

- در زمینه خدمات و کاربردها: دولت الکترونیک؛

- در زمینه توانمندسازی: توسعه منابع انسانی و ایجاد ظرفیت.

شکل ۳ این موارد را در چارچوب مدل نظیر خود در شکل ۲ نشان می‌دهد.

1. Taxation
2. Electronic Payment System
3. Intellectual Property Protection
4. Content Regulation

و فنی پارک‌های مجازی، تولید محتواهای دیجیتالى و ایجاد زیرساخت‌ها است. این بخش را می‌توان به سه قسمت اصلی تقسیم نمود:

- زیرساخت‌ها؛

- محتواها و کاربردها؛

- محیط توانمندساز^{۱۳}.

شکل ۲، هسته مرکزی مدل کلان چارچوب توسعه پارک‌های مجازی در ایران که اجزای آن را موارد فوق تشکیل می‌دهند، نشان می‌دهد. در ادامه نیز، هریک از موارد فوق بررسی شده‌اند.

■ شبکه و زیرساخت پارک مجازی

در برنامه‌ریزی توسعه پارک‌های مجازی در ایران، در امر ایجاد زیرساخت‌های پایه‌ای و همگانی، می‌توان به اینترنت و اتصال به شبکه سراسری و همگانی اطلاعات اشاره نمود.

■ محتوا و کاربردها

به نظر نگارندگان، پرکاربردترین سیستم‌های همگانی و خدمات الکترونیکى در کشور، که در برنامه‌ریزی توسعه پارک‌های مجازی در ایران باید

مورد توجه قرار گیرند، عبارتند از جامعه الکترونیک / اجتماع الکترونیک، دولت الکترونیک، تحصیل الکترونیکى / آموزش الکترونیک، تجارت الکترونیک / معاملات الکترونیکى^{۱۴}، بانکداری الکترونیک و امنیت الکترونیک.

■ محیط توانمندساز پارک مجازی

مهم‌ترین مسائلى که در برنامه‌ریزی توانمندسازی محیط توسعه پارک‌های مجازی در ایران باید مورد توجه قرار گیرند، عبارتند از: قانون

5. Consumer Protection
6. Infrastructures
7. Content and Applications
8. Enabling Environment

اطمینان حاصل نماید. همچنین دولت باید از ایجاد انحصار خصوصى (در کنار و یا به جای انحصار دولتی) جلوگیری نماید. زیرا وجود هرگونه انحصاری به هر شکل، علیه سرویس‌گیرندگان است.

۳-۴- قانونمندی و سیاست‌گذاری

در برنامه‌ریزی توسعه پارک‌های فناوری مجازی در ایران، در حوزه ساماندهی قانونی و مقرراتی، باید موارد زیر را مورد بررسی و توجه قرار داد:

- مقررات مالیاتی؛

- تجارت بین‌المللی و معاملات جهانی با سیستم پرداخت الکترونیکى؛

- حق مالکیت معنوی؛

- حریم خصوصى؛

- ایمنى و امنیت؛

- ساماندهی و قانوندهی به محتوای دیجیتالى؛

- استانداردهای فنى؛

- حمایت از مصرف‌کننده؛

- مسائل فرهنگی.

۴-۴- زیرساخت‌ها و محیط توانمندساز

منظور از «زیرساخت‌ها و محیط توانمندساز» زیرساخت شبکه‌های مشترک و همگانی برای اتصال و ارتباط افراد، گروه‌ها، و نهادهای علمى، مالی، اقتصادى و اجتماعى در پارک مجازى، زیرساخت‌های مورد نیاز برای انواع کاربردها و خدمات الکترونیکى پارک‌های مجازى، محتواهای دیجیتالى، محتواها و کاربردها و خدمات گوناگون الکترونیکى، خدمات جنبى فنى و غیرفنى از قبیل آموزش، مشاوره، سرمایه‌گذاری، حمایت‌های یارانه‌ای و... در امر عرضه و تقاضای خدمات علمى

9. E-Education/ E-Learning
10. E-Commerce/ E-Business
11. Cyber Law
12. http://www.iran.ir

الکترونیک و کسب و کار مجازی و مبتنی بر اینترنت و شبکه فراهم شوند. از این میان می‌توان به راه‌اندازی «پورتال ملی ایران» اشاره نمود که اخیراً اتفاق افتاده است و اگر چه راه زیادی برای تکامل فراگیر شدن پیش رو دارد، اما نمونه‌ای از این تلاش‌ها است.

۲-۵- نقاط ضعف

۱-۲-۵- سرعت پایین اینترنت

متأسفانه سرعت خطوط اینترنت در کشور ما در مقایسه با کشورهای توسعه یافته پایین است. این کمبود بزرگ، منجر به بروز مشکلاتی مانند عدم امکان پشتیبانی از برنامه‌های کاربردی چندرسانه‌ای و یا زمان واقعی^{۱۵} می‌شود.

۲-۲-۵- عدم پیروی از حقوق مالکیت معنوی^{۱۶}

از آنجا که کشور ما در حال حرکت به سوی اقتصاد نوین است، اهمیت محصولات مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته و تعداد شرکت‌های فعال در این زمینه، به سرعت در حال افزایش است. از آنجا که چنین محصولاتی، به سادگی قابل نسخه‌برداری توسط دیگران هستند، حمایت از شرکت‌های تولید کننده آنها توسط حقوق مالکیت معنوی، حیاتی است. متأسفانه، عدم تبعیت از حقوق مالکیت معنوی، تأثیرات سوئی بر تأسیس شرکت‌های با فناوری پیشرفته که بخش عمده اجاره‌نشینان پارک فناوری اعم از فیزیکی و مجازی را تشکیل می‌دهند، گذاشته و می‌گذارد.

۳-۲-۵- عدم وجود امنیت کافی در زیرساخت‌های فناوری اطلاعات کشور

امروزه، ما در عصر اطلاعات به سر می‌بریم و قسمت عمده دارایی‌های یک شرکت را اطلاعات آن تشکیل می‌دهند. در چنین شرایطی، تدارک ساز و کارهای امنیتی برای این اطلاعات، برای

1. Strengths
2. Weaknesses
3. Opportunities

4. Threats
5. Real-Time
6. Intellectual Property

شرکت‌ها بسیار حیاتی است؛ در حالی که متأسفانه در کشور ما مسائل مربوط به امنیت مورد توجه کافی قرار نگرفته‌اند.

۴-۲-۵- فقدان زیرساخت‌های تجارت الکترونیک

در اقتصاد کنونی، بیشتر کسب و کارها به صورت آنلاین انجام می‌شوند. عدم امکان و یا مشکل بودن خرید کالا و خصوصاً خدمات (در مورد پارک فناوری مجازی) در اینترنت، یک فاجعه است و تأثیرات مخربی نیز بر عملکرد پارک فناوری مجازی خواهد داشت.

۵-۲-۵- عدم تدارک نقشه کلیات^۱ فناوری اطلاعات پیش از راه‌اندازی پارک مجازی

یکی از عوامل مهم در موفقیت پارک مجازی، در نظر گرفتن همه نیازهای پارک مجازی قبل از اقدام به راه‌اندازی آن است. این مسئله، به تدارک صحیح زیرساخت‌ها می‌انجامد. تجربه مهم‌ترین پروژه‌های فناوری اطلاعات در کشور ما، به نوعی ناکارآمدی در این زمینه را نشان می‌دهد. آخرین نمونه از این موارد، راه‌اندازی پورتال ایران است که با نیازمندی‌های چنین ساختار مهم و پتانسیل بزرگی، فاصله زیادی دارد [۵] و [۶].

۵-۲-۶- فرهنگ دیجیتال

یکی از چالش‌های پیش‌روی گسترش کاربردهای فناوری اطلاعات، که پارک مجازی هم از آن مستثنی نیست، وجود فرهنگی است که دنیای مجازی را درک کرده، بپذیرد، و به کار گیرد. با وجود پیشرفت‌های صورت‌گرفته، کشور ما در این زمینه راه زیادی پیش رو دارد.

۳-۵- فرصت‌ها

۱-۳-۵- مساعدت نخبگان ایرانی مقیم خارج

از کشور

بسیاری از افراد موققی که از کشور مهاجرت کرده‌اند، از توانمندی‌های فنی بالایی برخوردارند و مشتاقانه خواهان کمک به کشور خود هستند. بهره‌گیری از تخصص این افراد در راه‌اندازی و عملیات پارک مجازی و ایجاد ارتباط بین آنان و اجارنشینان^۲ پارک، می‌تواند در ارتقای شرکت‌های با فناوری پیشرفته بسیار مؤثر باشد.

۵-۳-۲- تعامل با اساتید ایرانی در کشورهای خارجی

امروزه، با بهره‌گیری از کاربردهای چندرسانه‌ای، می‌توان با اساتید ایرانی در خارج از کشور ارتباط برقرار کرده و از جدیدترین دانش‌های آنان در زمینه‌های مختلف، در قالب کلاس‌های آموزش الکترونیکی^۳ بهره‌برداری نمود.

۵-۳-۳- گرایش جهانی به پارک‌ها و مراکز رشد مجازی

روند جهانی در گرایش به پارک‌ها و مراکز رشد مجازی، می‌تواند یک فرصت و هم یک تهدید به شمار رود. توجه به این نکته ضروری است که جهانی‌سازی که می‌تواند منجر به شکل‌گیری پارک‌های فناوری مجازی و اجارنشینان مجازی شود، می‌تواند فرصت خوبی برای پارک فناوری مجازی در کشور ما باشد. از آنجا که این پدیده، می‌تواند جهانی بدون مرز بین کشورها ایجاد کند، شرکت‌ها می‌توانند در هر پارکی در هر نقطه جهان حضور یابند. با توجه به این روند و در صورت ارتقای کیفیت پارک فناوری مجازی در ایران، می‌توان شرکت‌های مختلف از سراسر جهان را به پارک مجازی کشور جذب نمود. در عین حال، در صورتی که پارک مجازی کشور نتواند خدمات با کیفیتی را به اجارنشینان و کاربران خود ارائه دهد، در چنین فضایی که مسئله ابعاد جهانی دارد، ممکن است اجارنشینان و نیز افراد

تحصیل‌کرده خود را نیز از دست بدهد.

۵-۳-۴- هزینه^۴

همانطور که در بخش ۵-۱ (محرک‌های تقاضا) اشاره شد، این مسئله، مربوط به هزینه و قیمت‌گذاری خدمات ارتباطی و اطلاعاتی، جهت دستیابی به فناوری‌های سطح بالا و ایجاد ساز و کارهایی برای دستیابی همگانی و سهل‌الوصول به خدمات پارک مجازی است. رایانه‌ای کردن فعالیت‌های روزمره و عادی به دولت‌ها اجازه می‌دهد که از میزان کارکنان خود بکاهند و به بهبود کیفیت خدمات خود بپردازند. اثر بخشی چنین اقداماتی از طریق الزام دولت‌ها برای کاهش نرخ بیکاری تعدیل می‌شود؛ خوشبختانه کشور ما در این زمینه موفق بوده است. برای نمونه می‌توان به کاهش اخیر نرخ خدمات مخابراتی و ارتباطی اشاره نمود. [۷]

۵-۳-۵- خصوصی‌سازی

یکی از عوامل مهم که در تمام مقالات بررسی شده در زمینه پارک فناوری، به نوعی به آن اشاره شده، گسترش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و نیز خدمات پارک‌های مجازی است. با توجه به روند کنونی در کشور که طبق اصل ۴۴ قانون اساسی، به گسترش خصوصی‌سازی معطوف است، زمینه مناسبی در جهت بهره‌برداری از این فرصت فراهم شده است.

۴-۵- تهدیدها

۵-۱-۴- وجود پارک‌های فناوری با کیفیت دیگر
وجود پارک‌های فیزیکی در کشور و پارک‌های مجازی و حتی فیزیکی در سایر کشورها که از کیفیت بالایی برخوردار باشند، می‌تواند تهدیدی برای پارک فناوری مجازی در کشور ما باشد. از

1. Master Plan
2. Tenants

3. e-Learning
4. Pricing

آن جمله می‌توان به پارک‌های مجازی در کشور هند اشاره نمود که متخصصان و دانشمندان کشور ما را به آسانی جذب می‌کنند.

۵-۴-۲- گرایش جهانی به پارک‌ها و مراکز رشد مجازی

همانطور که در بخش‌های پیشین اشاره شد، این مسئله می‌تواند به طور همزمان هم یک فرصت و هم یک تهدید به شمار رود. اگر پارک فناوری مجازی در کشور ما نتواند با پارک‌های نظیر خود در جهان رقابت کند، ممکن است اجارنشینان و افراد تحصیل‌کرده مرتبط با خود را نیز از دست بدهد.

۶- پیشنهاد موارد کلیدی دارای اولویت در توسعه پارک‌های فناوری مجازی در ایران

در ادامه، با توجه به چارچوب ارائه شده برای توسعه پارک‌های فناوری مجازی در ایران و تحلیل SWOT انجام شده در این مقاله، مهم‌ترین حوزه‌ها و مواردی که متولیان برنامه‌ریزی توسعه این پارک‌ها در کشور باید مورد توجه قرار داده و در برنامه‌ریزی توسعه به آنها توجه داشته باشند، مشخص شده‌اند. انتخاب و اولویت‌دهی به هر یک از این اقدامات و راهکارها، نیازمند بررسی بیشتر است که باید به عنوان بخشی از برنامه‌ریزی توسعه کشور، با توجه به رعایت تعادل نسبی و پویا میان آنها بر مبنای چارچوب توسعه راهبردی کشور، به آنها پرداخته شود.

- عدالت دیجیتال؛
- فرهنگ‌سازی و آموزش؛
- زیرساخت فیزیکی؛
- استانداردسازی محتوای دیجیتال؛
- عرضه فاوا؛

- دولت الکترونیک؛

- خدمات عمومی؛

- خدمات تجاری؛

- اجتماعات مجازی؛

- مقررات و سیاست‌ها؛

- عوامل انسانی، شامل اهمیت به اشتراک‌گذاری آگاهی، حفظ حریم خصوصی، وجود پروتکل‌هایی برای تعامل و تدارک یک محیط چندرسانه‌ای کارآمد [۸]

- عوامل سیستمی، شامل کارآمدی، رابط کاربری، زیرساخت‌هایی مانند شبکه، مودم، فراهم‌کننده خدمات اینترنت، آموزش کامل روش یکارگیری ابزارهای پارک مجازی؛

- بهینه‌سازی تبادل اطلاعات؛

- سیستم‌های همکاری و تعاونی؛

- استانداردسازی فرمت‌های داده و اطلاعات و ایجاد پروتکل‌های مربوطه؛

- تعیین قواعد اداره سیستم و مسئولیت‌های افراد؛

- تعیین مسئول مدیریت جریان اطلاعات؛

- شناسایی تجارب موفق جهانی و تطبیق آنها با وضعیت خاص کشور؛

- ساختار مالکیت ترکیبی (مؤسسه علمی، دولت، بخش خصوصی)؛

- توجه به نوآوری منطقه‌ای به عنوان زمینه ایده‌آل انتقال فناوری، با اتصال به پیشگامان در ارتقای توسعه منطقه‌ای؛

- تأکید بیشتر بر توسعه فنی؛

- مشارکت ذینفعان دولتی و خصوصی؛

- توجه بیشتر به کارکردهای حمایتی؛

- برقراری روابط بین‌المللی با سایر پارک‌ها و نیز با سازمان‌های جهانی مرتبط با پارک‌ها مانند ASP؛

- ایجاد فن‌بازارها.

۷- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این مقاله، مفهوم پارک فناوری و پارک فناوری مجازی، معرفی شده و ضرورت ایجاد پارک فناوری مجازی برای کشور، توجیه شده است. برای ارائه یک تحلیل SWOT از پارک فناوری مجازی در ایران، از بررسی معیارهای موفقیت یک پارک مجازی، مدلی که برای این پارک در ایران ارائه شده و الزامات این مدل، کمک گرفته شده است. با توجه به تحلیل ارائه شده، مواردی که دست‌اندرکاران پارک فناوری مجازی در ایران باید در برنامه‌ریزی توسعه این پارک‌ها در نظر داشته باشند، پیشنهاد شده است.

۸- منابع و مراجع

1. Leigh, Christine, "The Virtual Science Park at the University of Leeds", IOS Press Amsterdam, 2000.
2. Bargh, M., "Science Parks", Innovation and Technology, (MBAD 662), 2000.
- ۳- دولتیبی، پریا، تکنولوژی اطلاعات و پارک‌های علمی/فناوری مجازی، مدلی برای ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه خواجه‌نصیرالدین طوسی، ۱۳۸۶.
- ۴- کنعانی، مهدی، طراحی مدلی جهت توسعه مراکز رشد نیمه مجازی در کشور، طرح تحقیقات صنعتی، آموزش و اطلاع‌رسانی (تاوا)، ۱۳۸۵.
- ۵- پورتال ایران ۱۵ بار مورد حمله قرار گرفت، ۱۳۸۶ <http://www.ictna.ir/news/archives/011626.htm>
- ۶- برای پورتال ایران، http://www.itmen.ir/main1.asp?a_id=9519
- ۷- آمادگی مخابرات برای کاهش تعرفه‌های اینترنت، http://www.itanalyze.ir/archives/2007/09/post_3925.php
8. Lau, Lydia M. S.; Curson, Jayne; Drew, Richard; Dew, Peter M.; Leigh, Christine, "Use of Virtual Science Park Resource Rooms to Support Group Work in a Learning Environment", VWS Ltd., London, 1999.

تحصیلات دانش‌های ضروری برای ساختن یک کمپانی تکنولوژی مانند طراحی و برنامه‌نویسی، غالباً به صورت خودآموز یاد گرفته میشوند

 <p>ANDREW MASON کامپانی: Groupon تاریخ تأسیس: ۲۰۰۸ دارایی: یک میلیارد و سیصد میلیون تحصیلات: فارغ التحصیل</p>	 <p>NAVEEN SELVADURAI کامپانی: Foursquare تاریخ تأسیس: ۲۰۰۹ دارایی: هشتاد میلیون دلار تحصیلات: فارغ التحصیل</p>	 <p>TIM O'SHAUGHNESSY کامپانی: LivingSocial تاریخ تأسیس: ۲۰۰۷ دارایی: چهل و پنج میلیون دلار تحصیلات: فارغ التحصیل</p>	 <p>EDDIE FREDERICK کامپانی: LivingSocial تاریخ تأسیس: ۲۰۰۷ دارایی: چهل و پنج میلیون دلار تحصیلات: فارغ التحصیل</p>
 <p>MATTHEW MULLENWEG کامپانی: Wordpress تاریخ تأسیس: ۲۰۰۳ دارایی: چهل میلیون دلار تحصیلات: دانشگاه را رها کرده</p>	 <p>BLAKE ROSS کامپانی: FireFox تاریخ تأسیس: ۲۰۰۴ دارایی: صد و پنجاه میلیون دلار تحصیلات: دانشگاه را رها کرده</p>	 <p>GURBAKSH CHAHAL کامپانی: Radium One تاریخ تأسیس: ۲۰۰۹ دارایی: صد میلیون دلار تحصیلات: هرگز به دانشگاه نرفت</p>	 <p>ANGELO SOTIRA کامپانی: DeviantART تاریخ تأسیس: ۲۰۰۰ دارایی: هشتاد و پنج میلیون دلار تحصیلات: هرگز به دانشگاه نرفت</p>

برخی دیگر از کسانی که دانشگاه را رها کردند: استیو جابز (اپل)، بیل گیتس (مایکروسافت)، جک دورسی (تویتر)

لحظه ای که دانشگاه را رها کردم، توانستم از رفتن به کلاس‌های به درد نخور خود داری کلمه و در عوض کلاس‌هایی که برایم جذاب بود را ثبت نام کردم

- استیو جابز

کارآفرینی بهترین راه برای پیش‌بینی آینده، ساختن آن از هم‌اکنون است // پینتر دراکر

هر کدام از این افراد در این سن کمپانی خود را تأسیس کردند:

 <p>11 RYAN ALLIS iconcontact.com</p>	 <p>15 MATT MICKIEWICZ sitepoint.com</p>	 <p>15 CATHERINE COOK myyearbook.com</p>	 <p>16 DAVID COOK myyearbook.com</p>	 <p>16 AODHAN CULLEN StatCounter</p>
---	--	--	---	--

narenji.ir/3890

H&R BLOCK
NEVER SETTLE FOR LESS

نارنجی

نسل جدید میلیونرهای دنیای تکنولوژی

که کمتر از ۳۰ سال دارند

انگیزه من ساینم را وقتی ۱۹ سال داشتم راه اندازی کردم. در آن زمان چیز زیادی از مسائل اقتصادی نمیدانستم مارک زوکربرگ



مارک زوکربرگ

فرد سال مجله تایم در سال ۲۰۱۱

سن: ۲۷
تاریخ تأسیس: ۲۰۰۴
کاربران: ۸۰۰ میلیون
تحصیلات: دانشگاه هاروارد را رها کرد سرمایه اولیه: ۵۰۰ هزار دلار
درآمد سالیانه فیسبوک: ۴.۲۷ میلیارد دلار
دارایی شخصی: ۱۷.۵ میلیارد دلار

مواد لازم لطفاً نمیتوانید بدون موارد لازم کمپانی بزرگ تکنولوژی بعدی را بسازید ایست موارد مورد نیاز را در زیر میتوانید ببینید

 <p>یک ایده رایگان</p>	 <p>کامپیوتر بین ۵۰۰ دلار تا ۱۵۰۰ دلار به همراه برنامه</p>	 <p>اینترنت حدود ۱۵ دلار در ماه</p>	 <p>زمان برای ساعت‌ها برنامه‌نویسی</p>	 <p>جوانی متولد ۱۹۸۵ به بعد باشید تا قبل از ۳۰ سالگی به موفقیت برسید</p>
---	---	--	---	---

سرمایه ایده خوب پول را به خود جذب میکند. نیازی به دویدن دنبال آن نیست

 <p>سرمایه اولیه \$15,000 ارزش تقریبی \$150M</p>	 <p>سرمایه اولیه \$500,000 ارزش تقریبی \$82B+</p>	 <p>سرمایه اولیه \$500,000 ارزش تقریبی \$40M</p>	 <p>سرمایه اولیه \$1M ارزش تقریبی \$12.7B</p>	 <p>سرمایه اولیه \$1.35M ارزش تقریبی \$600M</p>	 <p>سرمایه اولیه \$5M ارزش تقریبی \$6B</p>
---	--	---	--	--	---

انجمن میلیاردرهای آینده ایران

انکوباتور مجازی در حوزه نرم افزار



ایده دهنده : سید محمد مطهر

Virtual incubator

as a platform

for open source modular ERP solutions [Enterprise Resource Planing]

ایده من طراحی و برنامه ریزی برای تاسیس یک واحد انکوباتور مجازی است که بتواند به عنوان یک بستر رشد و توسعه برای پروژههای بزرگ مدیریت منابع سازمانی عمل نماید. با استفاده از این بستر رشد، می توان به مواردی گوناگون نظیر زیر دست یافت.

- * صرفه جویی ارزی
- * همگام با فناوری روز دنیا
- * حرکت بسیار آهسته برای وارد کردن فناوری طراحی و تولید
- * کمک به رشد واحد های کوچک اقتصادی زود بازده و استارت آپ
- * ماژولار و قابل رشد در تمامی حوضه های تحت پوشش ای آر پی شامل

- مدیریت منابع انسانی
- مدیریت مالی
- مدیریت فروش
- مدیریت خرید
- مدیریت انبار

به عبارت دیگر :

ایجاد یک پارک فناوری مجازی فقط برای متخصصین نرم افزار است که بجای اینکه به اصطلاح سیستم های جزیره ای جدا و گسسته بنویسند ، همه برای یک سیستم واحد کد بنویسند و ما آنها را ساپورت فنی کنیم.

گفتگویی در این مورد با مدیر پارک علم و فناوری اصفهان انجام شده است که از طریق لینک زیر می توانید توضیحات بیشتری در این رابطه بدست آورید .

منبع :

http://knowgift.com/index.php?option=com_community&view=groups&task=viewdiscuss&Itemid=۳۷&topicid=۱۱=ssion&groupid

انجمن میلیاردرهای آینده ایران ، محلی است که در آن دوستان خوب و خلاق پیدا کردم . اینجا جایی که کارآفرینان جوان و علاقه مندان به کارآفرینی و حتی کارآفرینان با تجربه به بیان ایده ها و راه حل های خود می پردازند ، ایده ها را نقد می کنند ، ایده ها را پرورش می دهند ، طوفان فکری راه می اندازند ، به یکدیگر کمک می کنند ، تجربیات خود را به اشتراک می گذارند ، برای عملی کردن ایده ها ، تیم تشکیل می دهند ، به یکدیگر امید و آگاهی می دهند ، در غم و شادی یکدیگر شریک اند .

اینجا جایی است که ناامیدی و یأس معنایی ندارد . برای هر مسئله ای در اینجا راه حلی مناسبی وجود دارد . تاپیک های این انجمن پر از ایده های خوب و انرژی مثبت است . اینجا جایی است که مدیران و کارآفرینان آینده ایران تربیت می شوند ، اینجا مرکز آموزش رایگان کار آفرینی است .

امروزه در جامعه ی ما ، نگاه به ثروتمندان و نگاه به میلیاردرها ، نگاه مناسبی نیست . فرهنگ ثروت و فرهنگ ثروتمندی چیزی است که در این انجمن ترویج داده می شود . ثروتمندی از ذهن شروع می شود و برای ثروتمند بودن ، باید ذهن ثروتمندی داشته باشیم . باورهای غنی ، ذهن غنی ، افکار غنی ، عادات غنی و بعد رفتار غنی و در نهایت زندگی ثروتمندان و لذت بخش چیزی ایست که در اینجا تمرین می شود .

انجمن میلیاردرهای آینده ایران ، به عنوان یکی از زنجیره های تجاری سازی و نیز به عنوان مکمل انجمن کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، فضایی مناسب و مفید است که به همت دوست خوبم کامیار کاظمی و تیم پر تلاش ایشون رهبری می شود . تلاش ایشون و همه ی ما این است که اقتصاد ایران ، از اقتصاد متکی به نفت ، به اقتصاد متکی به دانش و دانایی محور ، تغییر کند . آرزوی موفقیت برای تیم انجمن میلیاردرهای ایران دارم .

- بخش اخبار انجمن
- تشریح و راه کارهای عملی انجمن
- بخش اقصاء ویژه V.I.P سایت
- بخش اخبار انجمن
- کتاب در آمد در برابر و دنیا
- روانشناسی
- تفریح
- بخش خرید - فروش و سبزه گذار
- ویر ، حمایت و بست شرکت



http://idekadeh.com

یکی از اهداف ما ایجاد برندهای ایرانی موفق است .
یکی از حلقه های زنجیره ی تجاری سازی ، رسانه ای برای معرفی برند ها است .

در توضیحات این وب سایت چنین آمده است :
ویوان نیوز فاز اول از یک پروژه بزرگ است که توسط شرکت فناوری اطلاعات سامان در بهار سال ۱۳۸۹ فعال شد. ایده این سایت از نیمه دوم سال ۱۳۸۸ شکل گرفته است و کارهای مقدماتی آن از جمله امور مطالعاتی، Benchmarking و تحلیل بازار و تدوین ساختار اولیه در اواخر سال ۱۳۸۸ انجام شده است و بخش برنامه نویسی و توسعه آن در دو ماهه اول بهار ۱۳۸۹ انجام می شود. این سایت قصد دارد با فراهم کردن زیرساخت های مناسب برای تجمیع اخبار تخصصی و حرفه ای مربوط به شرکت ها و کسب و کارها و ارائه مدل های درآمدی بر پایه یک سایت خبری-تحلیلی به یک پرتال خبری تخصصی در حوزه برندهای فعال در بازار ایران تبدیل شود.

ویوان یک نام اصیل ایرانی به معنای رخشنده است و پس از جستجوهای بسیار روی نام های مختلف انتخاب شده است و تاکید بر شفافیت و درخشندگی اخبار و محتوایش دارد. علت اصلی شکل گیری چنین سایتی ضرورت توجه جدی تر و کاربردی تر به شرکت ها و سازمان هایی (به ویژه بخش خصوصی) است که با سعی و تلاش خود محصولات و کالاهایی را در بازار ایران تولید و عرضه می کنند ولی متأسفانه از سوی رسانه های نوشتاری و الکترونیکی حمایت مناسبی برای پوشش دقیق نسبت به دستاوردها و اطلاع رسانی کاربردی محصولات آنها در بین مشتریانانشان نمی شود.

شعار سایت ویوان نیوز « رسانه برندهای برتر بازار ایران » است و سعی خواهیم کرد ضمن ارتباط دقیق با مدیران روابط عمومی و بازاریابی کانال شفاف را برای ارتباط دقیق و پایدار با مشتریان بازار هدف آنها فراهم کند.

ایده کده چیست ؟

ایده کده همین است ، همین که سؤال در ذهن شما ایجاد شود ، این ساده ترین پاسخ ما به شما است . شما در ایده کده می آموزد بهتر ببینید و بهتر فکر کنید ، در این شهر فرا می گیرید که مشکلات را ببینید و از خود پرسید که چگونه می توان آنها را حل کرد .

جامعه ایده کده بر آن است تا با بهره گیری از عقل جمعی تمامی اعضای حو به توانایی پردازش ایده های خام و غیر قابل اجرا برسد و تمام آنها را قابل اجرا و کاربردی نماید . هدف اصلی ایده کده تولید و پردازش ایده است . ما سعی کرده ایم تا سازوکار ذهن شما را با استفاده از واسط های گرافیکی به نهایت خلاقیت ممکن نزدیک کنیم . شما با عضویت در ایده کده وارد یک جامعه مجازی خواهید شد ، در ابتدای امر به شما یک کلبه ساده می دهیم شما با دادن اولین ایده ، نهال ایده خود را خواهید کاشت و با دادن ایده های دیگر نهالتان را رشد می دهیم تا درختی تناور شود . شما از درختتان میوه خواهید چید و کسب درآمد خواهید کرد . حیاط کلبه شما محل آمد و رفت ایده ها ، دوستان ، سرگرمی ها و داشته های و دانسته های شماست و از همه مهمتر آقای ایده کد که گاه و بیگاه سراغ شما می آید تا شما از ایده دادن غافل نشوید . شما می توانید با کسب ثروت کلبه خود را عوض کنید و یا یک اتومبیل بخرید .

در کلبه شما اتفاقات بسیاری می افتد مثلا برف و یا باران می بارد ، زلزله می شود ، درخت ایده تان خشک می شود ، مهمان غریبه می آید ، ممکن است مریض شوید و نیاز به دکتر داشته باشید و ...
بله شما در یک خانه واقعی زندگی خواهید کرد .

ایده کده ، یکی دیگر از زنجیره های حلقه ی تجاری سازی است . همه ی ما در تلاشیم که خلاقیت را در کاربران ترغیب کنیم و با روش ها و تکنیک های مؤثر کمک کنیم تا مردم استعدادهای خود را پیدا کرده و در جهت شکوفایی آن اقدام کنند .

باشد که کسب و کارهای دانش بنیان زیادی بوجود آید و مردم بتوانند از ایده های خود درآمد کسب کنند .

The screenshot shows the Vivannews website interface. At the top, there's a navigation bar with 'خانه نخست' (Home), 'درباره ویوان' (About Vivannews), 'تلفات در ویوان' (Deaths in Vivannews), 'تماس با ویوان' (Contact Vivannews), and 'مقالات' (Articles). Below this is a search bar and the website logo 'Vivannews'. The main content area is divided into several sections: 'نظرات خوان برنده' (Readers' comments on winners), 'اخبار ویژه برندها' (Special news for winners), 'سرویس های خبری برندها' (News services for winners), and 'اخبار ویژه' (Special news). There are also advertisements for 'The Best's Special Business', 'Hot Ketchup', and 'IRANTALENT.com'. The date '1/24/2012' is visible in the top left corner.

در اطراف ما هزاران نیاز و هزاران ایده وجود دارد. هر کدام از ایده ها می تواند به یک کسب و کار دانش بنیان تبدیل شود. در ایران ثروت های زیادی وجود دارد که دور ریخته می شود. ما اگر بتوانیم فقط ثروت بلااستفاده و از بین رفته خود را مورد استفاده قرار دهیم، بسیاری از مسائل اقتصادی در کشور حل می شود. ما از همین الان، برای ۱۵ شماره آینده برنامه ریزی کردیم. ما در این مجله دغدغه های زیادی داریم.

مسائلی که در آینده به آن خواهیم پرداخت:

- ۱۰ ایده برای صادرات با سرمایه ی کم
- ۱۰ ایده برای صادرات دانش بنیان
- ۱۰ ایده برای جذب گردشگر خارجی
- ۱۰ ایده برای رونق صنعت گردشگری در ایران (با توجه به موانع و مشکلات)
- ۱۰ ایده برای هدفمندسازی استعدادهای کشور (مدیریت سرمایه های انسانی)
- ۱۰ ایده برای هدفمندسازی آموزش در مدارس و دانشگاه ها
- ۱۰ ایده برای تحول در سیستم مدیریتی شرکت ها و سازمان ها
- ۱۰ ایده برای مدیریت کیفیت در صنایع کشور
- ۱۰ ایده برای تولید اسباب بازی و بازی رایانه ای به عنوان مرجع آموزش
- ۱۰ ایده برای ایجاد برندهای فراملیتی
- ۱۰ ایده برای هدفمندسازی سرمایه های فکری (ایده)
- ۱۰ ایده برای خرید و فروش ایده
- ۱۰ ایده برای تحول در کسب و کار
- ۱۰ ایده برای راه اندازی خط تولید خانگی
- ۱۰ ایده برای هوای پاک
- ۱۰ ایده برای حذف واسطه (خصوصا واسطه های کشاورزی)
- ۱۰ ایده برای تبدیل زباله ها به مواد ارزشمند (انرژی)
- ۱۰ ایده برای تبدیل مواد دور ریز به پول و ارزش افزوده
- ۱۰ ایده برای صنایع تبدیلی
- ۱۰ ایده برای تولید انرژی رایگان
- ۱۰ ایده برای درمان رایگان
- ۱۰ ایده برای ایجاد مسکن و سرپناه ارزان (خانه های پیش ساخته - سرعت ساخت بالا، مقاومت بسیار بالا)
- ۱۰ ایده برای اینترنت فارسی
- ۱۰ ایده برای تولید نرم افزارهای ارزشمند بومی
- ۱۰ ایده برای تدوین دانش فنی تکنولوژی های پیشرفته (تولید دانش)
- ۱۰ ایده برای کسب تکنولوژی پیشرفته (مهندسی معکوس - کپی برداری از صنعت)
- ۱۰ ایده برای محصولات فناوری نانو
- ۱۰ ایده برای محصولات زیست فناوری
- ۱۰ ایده برای تولید در صنعت هوافضا (هواپیمای بدون سرنشین، ماهواره مخابراتی)
- ۱۰ ایده برای تولید در صنعت الکترونیک پیشرفته و مخابرات

بهترین محل برای انجام پروژه ها

<http://www.parscodes.com>

هدف این سایت ایجاد ارتباط میان مجریان (برنامه نویسان، طراحان سایت، طراحان گرافیکی و...) و خریداران خدمات و تخصص مجریان است.

روش کار سایت به این صورت است که خریدار پس از ثبت نام در سایت و ساخت حساب خریدار پروژه (درخواست انجام پروژه) خود را با انتخاب این گزینه از منو در سایت می گذارد.

پس از بررسی پروژه توسط یکی از تسهیلاتاران سایت و تطابق آن با قوانین سایت پروژه تأیید می شود و در لیست پروژه های سایت قرار می گیرد. در این زمان مجریان سایت با بررسی پروژ، در صورت تمایل برای انجام آن، پیشنهاد قیمت و توضیحاتی برای خریدار ارسال می نمایند.

خریدار نیز در صورت نیاز می تواند به سوالات مجریان پاسخ داده و یا در مورد چگونگی انجام کار از آنها سوال نماید. در نهایت زمانی که خریدار مجری مورد نظر خود را شناسایی کرد با تایید پیشنهاد وی و گروه گذاری هزینه پروژه در سایت، کار توسط مجری شروع می شود و پس از خاتمه کار با تایید خریدار هزینه انجام پروژه به مجری پرداخت می شود.

اگر مهارتی دارید، اگر توانایی ای دارید، به راحتی می توانید از طریق این سایت، از راه دور درآمد کسب کنید.

ParsCoders.com
the best place to get IT projects done

پارس کدرز
رابط انفجار اجرا

: صفحه اول :: ثبت نام کاربران :: ورود به حساب کاربری :: ثبت درخواست های پای (PSS) :: قیمت کمتر درخواست ها :: وبلاگ :: درخواست انجام پروژه :: تماس با پشتیبانی

سجده حساب طراحی لوگو

آیا نیاز به نرم افزار دارید؟

انجام انواع پروژه های کوچک، متوسط و بزرگ.

- پروژه های دانشجویی
- طراحی وب سایت
- ساخت نرم افزار سمپاشی
- رفع مشکلات نرم افزار و وب سایت های موجود
- طراحی
- ترجمه متن
- وبسایت
- صفحه آرایی
- پوستنگ
- ورود اطلاعات
- طراحی مدارات الکترونیکی
- طراحی PCB
- پروژه های میکروکنترلر
- ...

آیا توانایی انجام پروژه را دارید؟

در هر یک از زمینه های زیر که تخصص دارید نام کنید و از امروز از تخصص خود کسب درآمد نمایید.

- برنامه نویسی به هر زبانی
- طراحی گرافیکی
- ترجمه متن
- پوستنگ
- وبسایت
- نام و ورود اطلاعات
- طراحی مدارات الکترونیکی
- طراحی PCB
- کار با میکروکنترلر ها
- کار با نرم افزار های مهندسی
- ...

مطابق با: «آیا ثبت نام کنید و قیمت خود را برای انجام پروژه»
هنگام موجود ارسال نمایید.

درخواست خود را ارسال نمایید، و ایمان 5633 شخصی
منابت پیشنهاد قیمت دریافت نماید.

پارس کدرز لغات کلیدی طراحی را با بهره گیری از سیستم گروه کاری، وجه حساب می نماید.

تلفن تر هسسه ورتوس
توسط ZENITH در 8 تهر
حد اکثر قیمت:
1,500,000 ریال