

چگونه گوگل شویم؟

(تحلیلی بر عوامل موفقیت کارآفرینی اینترنتی)

سید رضا علوی

چکیده

سایت‌های بزرگی مانند گوگل، آمازون و ای‌بی که نمادهای کلاسیک کارآفرینی اینترنتی هستند را همه می‌شناسند. بارها و بارها آن‌ها را در کارگاهی آموزشی، مقالات، سمینارها و غیره معرفی کردند که چقدر درآمد دارند! چقدر پرسنل دارند! چقدر پیشرو هستند و ... ولی به راستی چه عواملی باعث شده است تا این کسب و کارهای اینترنتی، چنین رشد کنند؟ آیا فقط یک ایده خوب و ناب یک یا چند مهندس جوان به تنهایی چنین غول‌هایی را ساخته است؟ آیا شناس و اقبال آن‌ها بوده است که توانسته‌اند کارآفرینان اینترنتی شوند؟ یا عوامل و دلایل دیگری دخیل بوده است؟ این نوشتار سعی دارد تا در حد بضاعت، عوامل رشد و پایداری شرکت گوگل را به عنوان بزرگ‌ترین کسب و کار اینترنتی بررسی کرده و در نهایت شش مورد را به عنوان عوامل کلیدی در پیدایش و موفقیت کارآفرینی اینترنتی موثر می‌داند را معرفی نماید. شناخت دلایل و زمینه‌های موفقیت آن شاید گامی کوچک و راهکاری جهت توسعه‌ی کسب و کار اینترنتی در ایران باشد، تا کارآفرینان با الگوبرداری درست به جای تقلید نا آگاهانه در ایجاد کسب و کارهای اینترنتی همت بگمارند. در این نوشتار جهت بررسی و نیل به هدف از روش تحلیلی توصیفی با استفاده از منابع کتابخانه‌ای استفاده شده است.

عبارات کلیدی: کسب و کارهای اینترنتی، کارآفرینی اینترنتی، عوامل موفقیت گوگل، عوامل پایداری کسب و کارهای اینترنتی، مدل کسب و کار اینترنتی

در دهه نود میلادی اینترنت عمومی شد (Computer History Museum, 2011) و در مدت کوتاهی بر روی کل زندگی بشر تاثیر گذاشت. بدیهی است که عرصه ایجاد درآمد نیز از این امر مستثنا نبوده است. اینترنت نه تنها روش‌های سنتی کسب و کار را متحول کرده، بلکه روش‌های نوین کارآفرینی را نیز به وجود آورده است که قبل از آن هرگز وجود نداشته‌اند. (عزمی، ۱۳۸۶)

کسب و کارهای اینترنتی دارای مزایای بسیاری است که می‌توان به کم بودن سرمایه مورد نیاز برای شروع، دانایی محور بودن، فارغ از مکان و زمان بودن این نوع کار اشاره کرد. (احمدپور، ۱۳۸۶)

تجربه کشورهای دیگر نشان داده مزایای فوق‌باعث می‌گردد که ترویج فرهنگ و آموزش ایجاد کسب درآمد اینترنتی در سطح ملی، به اشتغال زنان سرپرست خانوار یا افراد مستعد و کم سرمایه، اشتغال افراد دارای معلولیت حرکتی، توسعه مشاغل خانگی، رونق کسب و کارهای کوچک و متوسط، کاهش ترافیک و آلودگی در شهرهای بزرگ و صرفه جویی مصرف سوخت، کمک نموده، در بلند مدت می‌تواند منجر به افزایش صادرات غیره نفتی نیز گردد. (دانشگاه علوم اقتصادی، ۱۳۹۰)

در طی چند سال اخیر در ایران نیز اشتیاق مردم به خصوص جوانان برای کسب درآمد از اینترنت افزایش داشته و این روند همچنان رو به رشد است.

اخبار خوب و هیجان‌انگیزی مانند "سود خالص غول جستجوی اینترنتی با ۲۷ درصد افزایش به ۱.۴۶ میلیارد دلار رسیده است" (ایستنا، ۱۳۸۸) و "درآمد یاهو در سه ماهه دوم سال با ۵۱ درصد افزایش به ۲۱۳ میلیون دلار رسید" (سینت، ۱۳۸۹) و امثال آن، این اشتیاق را دو چندان کرده، چنین می‌نماید که اینترنت محلی است برای کسب درآمدهای میلیاردی یک شبه، آن هم بدون نیاز به تجربه، تلاش و سرمایه! بسیاری از جوانان تصور می‌کنند که فقط داشتن ایده‌ای ناب و بکر کافی است تا سیلی از پول به سوی کسب و کار اینترنتی‌شان سرازیر شود! متأسفانه این باوری غلط و آروزی بیش نیست.

البته که داشتن ایده‌ای نو در راه اندازی یک کسب و کار اینترنتی مهم است، که جوهره کارآفرینی اینترنتی، مانند هر نوع دیگر کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری است. (شاه‌حسینی، ۱۳۸۸) ولی می‌دانیم که فقط ابتکار و ایده منجر به یک شکل‌گیری یک کسب و کار موفق نخواهد شد. (کیا، ۱۳۸۶) و کارآفرینی اینترنتی نیز از این قاعده مستثنا نیستند. (احمدپور، ۱۳۸۳) در این تحقیق سعی شده تا با بررسی شرکت گوگل به عنوان

خوش نام ترین کسب و کار اینترنتی دنیا (Schept, 2010)، عوامل کلیدی که بعضاً کم تر به آن‌ها اشاره می‌شود، شناسایی شده و با معرفی و ترویج آن‌ها در فرهنگ سازی و توسعه کارآفرینی اینترنتی ایرانی موثر واقع گردد.

بیان مسئله، اهداف و اهمیت تحقیق

با توجه به این که مطالعه در زمینه کسب و کارهای اینترنتی باعث شناخت عوامل موفقیت آن‌ها شده و کمک می‌کند تا کارآفرینان اینترنتی با الگوبرداری صحیح و تقویت عوامل موفق بتوانند کسب و کارهای خود را با ریسک کم تر و سرعتی بیش تر رشد دهند. از این رو تحقیق مذکور تلاش دارد تا با هدف بررسی مهم ترین عوامل موفقیت گوگل، مطالب موجود را شناسایی، گردآوری و تبیین نماید.

پیشینه تحقیق

درباره عوامل موفقیت کسب و کارهای اینترنتی با توجه به تازه بودن موضوع، مطالب کمی به زبان فارسی موجود است. از جمله این موارد می‌توان به مقاله "بناگاههای برتر جهانی (Google)" (بینش، ۱۳۸۷) و "راز گوگل" (شاکرین، ۱۳۸۶) اشاره کرد. بدیهی است که مطالب این منابع، از همه زوایا عوامل را موفقیت گوگل را بررسی نکرده‌اند. مثلاً در مقاله "بناگاههای برتر جهانی" بینش عمدتاً ترجمه‌ای از مستندات سایت گوگل است. در این تحقیق سعی شده است تا از منابع مختلف، ابعاد متعددی را که باعث موفقیت گوگل شده‌اند شناسایی، خلاصه‌سازی و دسته بندی گشته و در اختیار سایرین قرار گیرد.

معرفی گوگل^۱

گوگل از یک واژه ریاضی به نام "googol" برای عدد یک که جلو آن ۱۰۰ صفر وجود دارد، اقتباس شده است. به کارگیری این واژه توسط بنیانگذاران گوگل منعکس کننده ماموریت شرکت است که قصد ساماندهی حجم انبوه اطلاعات در دسترس در شبکه جهانی را دارد. آن‌ها جستجو را یک موضوع دشوار می‌بینند و بر این باورند که برای انجام این کار باید تمامی اطلاعات جهان درک شود. معنای دقیق هر درخواست، دانسته شود و سپس به سرعت پاسخ

^۱ Google

این مقاله در نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی پذیرفته و در کتابچه مجموع مقالات چاپ شده است

کامل آن فراهم آید. لاری پیج می گوید: یک موتور جستجوی ایده آل کاملاً می فهمد منظور تو چیست و آنچه را خواسته‌ای به درستی در اختیار تو قرار می دهد. (بینش، ۱۳۸۷)



گوگل با یک پروژه تحقیقاتی آغاز شد؛ پروژه تحقیقاتی لاری پیج^۲ ۲۲ ساله، دانشجوی دکترای کامپیوتر که در دانشگاه استنفورد تحصیل می کرد. آشنایی او در سال ۱۹۹۵ با سرگی برین^۳ ۲۱ ساله، دانشجوی دیگر استنفورد باعث شد که با کار با سرعت بیش تری به پیش برود. آن‌ها معتقد بودند که موتور جستجویی که قادر باشد روابط بین وب سایت‌ها را تجزیه و تحلیل کند و فهرست نتایج به دست آمده را براساس میزان اهمیت رتبه‌بندی کند بسیار بهتر از روش جاری جستجو در آن زمان خواهد بود. در سال ۱۹۹۶ نام موتور جستجو خود را Rub Back انتخاب کردند، زیرا سیستم طراحی شده به گونه‌ای بود که پیوندهای پس پرده را برای تشخیص اهمیت و منزلت سایت مورد بررسی قرار می داد. این موتور جستجو با آدرس google.stanford.edu کار خود را بر روی سرورهای دانشگاه آغاز کرد. نهایتاً در سال ۱۹۹۸ میلادی، آقایان لاری پیج و سرگی برین شرکت گوگل را ثبت و سایت را رسماً افتتاح کردند. (Google, 2011a)



شکل ۱: اولین صفحه گوگل در سال ۱۹۹۸

گوگل توانست در سال ۲۰۱۰ به درآمدی^۴ بیش از ۲۹ میلیارد دلار با سود ناخالص^۵ ۱۹ میلیارد دلار و ارزش سهام^۶ ۱۹۳ میلیارد دلار برسد. (Yahoo, 2011)

^۲ Larry Page

^۳ Sergey Brin

^۴ Revenue

این مقاله در نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی پذیرفته و در کتابچه مجموع مقالات چاپ شده است

تمرکز بر تخصص و کار تیمی

افرادی که گوگل را خلق کرده‌اند دارای تجربه و تخصص کافی بودند. باید توجه داشت که در سال ۱۹۹۵ زمانی که اینترنت بسیار نو پا بود، خالقان گوگل تز دکتریشان "موتورهای جستجو" بوده است.

این یک اصل است تا بر دانشی احاطه نداشته باشیم نمی‌توانیم در آن نو آوری کرده با خلق ایده‌های جدید آن‌را توسعه داد. خبره بودن شرط اساسی برای ایجاد تحول و جهش است. آلبرت انیشتین می‌گوید: "اول قوانین را یاد بگیرید بعد بهتر بازی کنید" راسخوان (۱۳۹۰).

علاوه بر تخصص، خالقان گوگل فقط در زمینه کاری خود فعالیت کردند و سایر حوزه‌ها را به دیگران سپرده، تیمی از متخصصین را ایجاد کردند. آقایان اریک اشمیدت^۷ مدیر اجرایی^۸، امید کردستانی فروش و توسعه تجاری، تیم آرمسترونک تبلیغات، اورس هلترل و کریگ سیلورادشتاین مدیر تکنولوژی هر کدام اساتید حوزه خود بودند که در همان سال‌های اول به گوگل پیوستند. وجود چنین بزرگانی گوگل را بزرگ کرد. به عنوان مثال لاری پیچ و سرگی برین در سال ۲۰۰۱ دکتر اریک اشمیت ۵۲ ساله را به عنوان مدیرعامل به گوگل آورده‌اند. او مهندس برق و دکترای کامپیوتر از دانشگاه برکلی است و یکی از مدیران شرکت اپل و سان مایکروسیستم و زیراکس بوده است. با ورود اشمیت به گوگل، او زیرساخت‌های موردنیاز برای رشد سریع گوگل را فراهم ساخت. (بینش، ۱۳۸۷)



آقای کردستانی مدرک کارشناسی مهندسی برق خود را از دانشگاه ایالتی سن خوزه اخذ کرد و همچنین دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی از دانشگاه استنفورد است. وی پس از اتمام دانشگاه کارش را در بخش بازاریابی، مدیریت تولید و مسئولیت بخش تجاری شرکت‌های مهم بین‌المللی آغاز کرد. از اولین شرکت‌هایی که وی در آنجا استخدام شد می‌توان به نام

⁵ Gross Profit

⁶ Market Cap

⁷ Eric E. Schmidt

^۸ لازم به ذکر است که از سه ماه پیش آقای لاری پیچ مدیر عامل گوگل شده است.

این مقاله در نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی پذیرفته و در کتابچه مجموع مقالات چاپ شده است

هیولت پکارد^۹ و DO3 اشاره کرد. امید کردستانی پس از این دو شرکت کارش را در بخش فروش OEM نت اسکپیپ آغاز کرد و طی دوره چهار ساله که در آن شرکت حضور داشت، مسئولیت برقراری ارتباطات تجاری با شرکت‌هایی چون سیتی بانک (بزرگ‌ترین بانک آمریکا)، آمریکن آن لاین، سایت آمازون، اینتل و اکسایت را بر عهده داشت.

وی دارای سابقه‌ای بیش از ۱۲ سال در زمینه فناوری سطح بالا در شرکت‌های پیشروی اینترنتی مانند نت اسکپیپ است و همچنین سمت نایب رئیس بخش توسعه شرکت و فروش را بر عهده داشت و توانست بازده مالی این شرکت را در عرض ۱۲ ماه از ۸۸ میلیون دلار به بیش از ۲۰۰ میلیون دلار برساند. کردستانی پس از مدیریت بسیار عالی خود در نت اسکپیپ از طرف مدیران گوگل دعوت به همکاری شد و در بهار سال ۱۹۹۹ به این شرکت پیوست تا عنوان نایب رئیس ارشد بخش فروش و عملکرد جهانی گوگل را در کارنامه کاری خود ثبت کند. (مرجع الکترونیکی علوم مدیریت ایران، ۱۳۹۰)

کار تیمی یکی از ارزش‌های سازمانی در گوگل شده است. اریک اشمیت مدیرعامل گوگل می‌گوید که همه پروژه‌های گوگل، نتیجه کار تیمی است. در گوگل کسی دفتر کار اختصاصی ندارد و همیشه در دسترس است. نشستن کنار یکی از کارکنان فرهیخته یک تجربه آموزشی خوب است. (بینش، ۱۳۸۷)

همه مدیران و همکاران بالقوه و فرد جدیدی که استخدام می‌شود در بکارگیری و تایید او دخالت و مشارکت دارند. این کار، گرچه از لحاظ زمانی کمی به درازا می‌کشد اما ارزش آن را دارد. اگر شما افراد بزرگ و برجسته را استخدام کنید و نظر آن‌ها را در استخدام بقیه افراد جویا شوید افراد بزرگ بیشتری نصیب شما می‌شود. چند نفر بیش‌تر و بهتر از یک نفر می‌فهمند. در گوگل، مدیر گردآورنده دیدگاه هاست، نه دیکتاتوری تصمیم‌گیر. این موضوع همواره تیمی متعهدتر و تصمیم‌هایی بهتر را به وجود می‌آورد. (همان)

انجام کارها به شکل تخصصی و در قالب تیمی محدود به داخل شرکت نیست. گوگل همواره برای رسیدن به موفقیت بیش‌تر با سازمان‌ها دیگر همکاری می‌کند. به

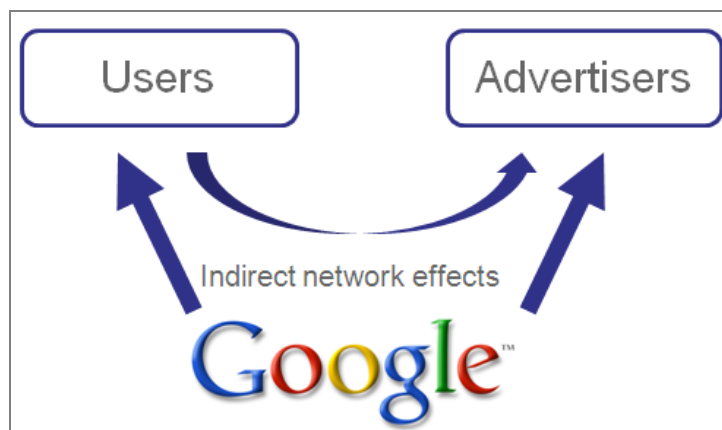
عنوان نمونه در سال ۲۰۰۱ با UOL^{۱۰}، سال ۲۰۰۲ با AOL^{۱۱}، در ۲۰۰۴ با دانشگاه‌های هاروارد، استنفورد، میشگان و آکسفورد، سال ۲۰۰۷ با China Mobile و بسیاری دیگر همکاری داشته است. (Google, 2011 b)

توجه به مدل کسب و کار

گوگل همه عوامل موفقیت خود را در مدل کسب و کار خود با تمرکز بر کاربران برای ایجاد یک شبکه اثر بخش بکار گرفته است. (Distinguin, 2008)

روشی که گوگل از طریق آن به کسب درآمد می‌پردازد، کاملاً شفاف است: انتشار آگهی و گرفتن حق دلالتی. بیش از ۹۹ درصد درآمد گوگل از انتشار آگهی توسط شبکه خود در اینترنت، است. (شاکرین، ۱۳۸۶)

زمانی رسید که گوگل ۶۰,۰۰۰,۰۰۰ جستجو در روز داشت ولی تنها چند دلار از آن درآمد کسب می‌کرد. بنابراین مانند بسیاری از شرکت‌های اینترنتی، گوگل هم داری کاربران زیادی شد که نمی‌دانست چگونه باید از آن‌ها پول درآورد. ولی بر خلاف بسیاری، گوگل به سرعت از یک مدل کسب و کار موثر و موفقیت استفاده کرد. گوگل فهمید که فقط با داشتن کاربران زیاد پولی کسب نخواهد کرد و مدل درآمدی خود را از B2C به مدل B2B تغییر داد. با این تغییر نگرش، اجازه استفاده از موتور جستجوی خود را به صورت رایگان، به همگان داد و با پخش تبلیغات از تبلیغ کنندگان درآمد کسب کرد. در واقع گوگل وارد شده یک بازار دو طرفه شد. (Distinguin, 2008)



شکل ۲: مدل درآمدی دو طرفه گوگل

^{۱۰} Universo Online

^{۱۱} America Online

می‌توان گفت که موفقیت مدل گوگل، بیشتر به خاطر ارائه محصول و سرویس‌های مکمل آن که هر دو با هم ارائه می‌شوند، است؛ همانند هات داگ و خردل و یا خانه و وام خانه که با هم ارائه می‌شوند. در مورد گوگل تقریباً هر آنچه که در اینترنت اتفاق می‌افتد، مکملی برای کسب و کارش است. هر چه محصولات و سرویس‌های بیشتری بر روی شبکه کامپیوتری ارائه شوند، همانند سرگرمی، اخبار، برنامه‌های نرم افزاری و تراکنشهای مالی، دامنه خدمات مکمل گوگل نیز در بخش‌های مختلفی از صنایع توسعه پیدا می‌کند. و هر چه بیشتر افراد در فعالیتهای آنلاین^{۱۲} مشارکت کنند، آگهی‌های بیشتری می‌بینند و از این رو گوگل پول بیشتری به دست می‌آورد. علاوه بر این، همگام با افزایش فعالیتهای اینترنتی، گوگل اطلاعاتی بیشتری در مورد نیازهای مصرف‌کنندگان و رفتارهای آنها نیز به دست می‌آورد و آگهی‌های خود را می‌تواند بهتر طراحی کرده و مزیت رقابتی خود را تقویت می‌نماید. به تبع آن درآمدش نیز افزایش می‌یابد. (شاکرین، ۱۳۸۶)

از آنجا که فروش محصولات مکمل، سریع است، راهبرد گوگل بر کاهش هزینه محصول و افزایش دسترسی به مکمل‌ها است. اگر هات داگ رایگان شود، فروش خردل به سرعت افزایش می‌یابد. بنابراین راهبرد گوگل کاهش قیمت مکمل‌ها است. تقریباً هر کاری که شرکت انجام می‌دهد، از جمله ساختن دیتا سنتر، خرید فیبر نوری، ارتقای دسترسی رایگان Wi-Fi، دعوا بر سر محدودیت مالکیت معنوی، حمایت از نرم افزارهای متن باز^{۱۳} و ارائه رایگان اطلاعات و سرویس وب تماماً برای کاهش هزینه و گسترش دامنه استفاده از اینترنت است. به بیان دیگر، گوگل خواهان آن است که اطلاعات رایگان باشد و این امر باعث ترس بسیاری از شرکت‌ها می‌شود. (همان)

نکته دیگری که گوگل در مدل درآمدی خود بدان توجه کرده است محدود نشدن به تبلیغات آنلاین است. هر چند که تبلیغات آنلاین به سرعت در حال رشد است ولی در سال ۲۰۰۸ فقط ۸ درصد از تبلیغات آمریکا بر روی اینترنت بوده است. از این رو گوگل تبلیغات در رسانه‌های دیگر را نیز برای کسب درآمد بیشتر شروع کرده است. در این راستا شرکت دو سیاست را در پیش دارد:

- انتقال آنلاین بر روی بازار تبلیغات آفلاین؛ مثلاً یوتیوب در تلویزیون
- تبلیغات کاملاً آفلاین؛ مانند پلت فرم AdWords برای روزنامه

(Distinguin, 2008)

¹² online

¹³ open source

این مقاله در نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی پذیرفته و در کتابچه مجموع مقالات چاپ شده است



شکل ۳: مدل توسعه گوگل در بازارهای آفلاین

با همین دیدگاه گوگل خدمات تبلیغاتی خود را توسط داده و تبلیغاتی که به آن سپرده می‌شود، می‌تواند علاوه بر اینترنت در محیط‌های ذیل نیز پخش شوند:

- شبکه‌های تلویزیونی مانند ABC family، CNBC، MTV، ESPN
- در ۱۶۰۰ ایستگاه رادیویی
- در ۸۰۰ مجله و روزنامه (همان)

تامین منابع مالی

کارآفرینی اینترنتی، مانند هر کسب و کار دیگری نیاز به منابع مالی دارد. چرا که کسب و کار نو پا به زمان و هزینه زیادی برای موفقیت خود نیاز دارد. بنابراین باید از جایی یا شخصی مدت‌ها تامین مالی بشوند تا به ثمر برسند. موسسان گوگل در جذب سرمایه بسیار خوب عمل کرده‌اند و یکی از عوامل اصلی موفقیت آن‌ها هم همین است. شرکت گوگل در زمان‌های مختلف به طرق مختلفی جذب سرمایه نموده است که عمده آن‌ها به شرح ذیل هستند:

• دانشگاه

کارهای تحقیقاتی پر هزینه هستند و معمولاً جایی به غیر از محافل علمی یا شرکت‌های پیش رو روی آن‌ها سرمایه‌گذاری نمی‌کنند. با توجه به این که موسسان گوگل دانشجوی دانشگاه استنفورد بود و تز دکتر آن‌ها یافتن الگوریتم

این مقاله در نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی پذیرفته و در کتابچه مجموع مقالات چاپ شده است

<http://www.FarsiBiz.com>

برای جستجو و رتبه‌بندی صفحات وب بود، هزینه‌های اولیه گوگل توسط دانشگاه استنفورد به مدت دو سال تامین شد. (Google, 2011 b)

• جذب سرمایه گذاران

در سال ۱۹۹۸ قبل از این که حتی شرکت گوگل ثبت شود، یکی از بنیانگذاران شرکت سان^{۱۴} به نام آقای اندی بچتلتشیم^{۱۵} مبلغ ۱۰۰ هزار دلار را برای شروع به کار آن پرداخت. اوایل ۱۹۹۹ یک سرمایه گذار هندی به نام آقای وینود خسال^{۱۶} مبلغ ۷۵۰ هزار دلار دیگر به شرکت پرداخت. تقریباً شش ماه پس از ثبت شرکت دو شرکت سرمایه گذار به نام‌ها "Perkins Caufield & Byers Kleiner" و "Sequoia Capital" مبلغ ۲۵ میلیون دلار در گوگل سرمایه گذار نمودند. (Google, 2011 b)

• ورود به بورس

از آگوست ۲۰۰۴ سهام گوگل برای خرید به عموم در بورس آمریکا عرضه شد و همان روز ۱۹,۶۰۵,۰۵۲ سهم به قیمت ۸۵ دلار به ازای هر سهم فروش رفت (Google, 2011b).

بدیهی است که فروش سهام منابع مالی خوبی را به هر شرکتی می‌تواند ایجاد کند و گوگل نیز از این منبع کمال بهره برداری را می‌کند. در حال حاضر سهام دارن عمده گوگل را شرکت‌های مالی بزرگی مانند "Fidelity Investments"، "T. Rowe Price" و "State Street Corporation" تشکیل می‌دهند. (Yahoo, 2011 b)

^{۱۴} Sun Microsystems: شرکت سان شرکتی است که از سال ۱۹۸۲ فعالیت خود را آغاز کرده بود و به عنوان یکی از بزرگترین شرکت‌های فروش کامپیوتر، قطعات، نرم افزار و خدمات IT مشهور است. این شرکت در سال ۲۰۱۰ توسط شرکت اوراکل (Oracle) به مبلغ ۴.۷ میلیارد دلار خرید شده.

^{۱۵} Andy Bechtolsheim

^{۱۶} Vinod Khosla: ایشان نیز یکی دیگر از بنیانگذاران شرکت سان است.

این مقاله در نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی پذیرفته و در کتابچه مجموع مقالات چاپ شده است

• برند سازی^{۱۷}

گوگل بر روی نام تجاری خود به طور حرفه ای کار کرده است به گونه ای که در سال ۲۰۱۰ عنوان گران ترین برند^{۱۸} دنیا به ارزش ۱۱۴ میلیارد دلار را به خود اختصاص داده است. (Schept, 2010)

داشتن یک برند با ارزش علاوه بر این که یک دارایی نامشهود برای شرکت محسوب می شود، یکی از عوامل بسیار تاثیر گذار در افزایش درآمد است.

مشتری مداری

شرکت گوگل همیشه به مشتری توجه خاصی داشته و او را در مرکز تمرکز کارها قرار داده است. خود گوگل اولین عامل موفقیت اش را تمرکز بر کاربر می داند و می گوید "کاربر را کانون خود قرار بده همه چیز را بر مبنای آن بساز. از ابتدا تلاش کردیم تا بهترین تجربه ممکن را برای کاربران فراهم آوریم. هر زمان که محصول جدیدی را طراحی می کنیم، بسیار دقت داریم که در نهایت این محصول مال شما است پس باید در خدمت شما باشد و نه در خدمت اهداف داخلی ما. صفحه اصلی واضح و ساده است و صفحات بی درنگ نمایش داده می شوند. نتایج جستجو هرگز به کسی فروخته نمی شود. تبلیغ با کلید واژه مورد نظر کاربر، مربوط است. و باور داریم که محصولات ما باید به قدری خوب کار کنند که هرگز شما فکر نکید اگر این محصول جور دیگری طراحی شود بهتر خواهد بود" (google, 2011 c)

همین توجه و تمرکز به کاربر بوده که گوگل پربیننده ترین و وفادارترین کاربرها را در وب دارد. این گسترش نفوذ از طریق راه انداختن تبلیغات تلویزیونی نبوده، بلکه از راه کلماتی صورت پذیرفته که از دهان یک کاربر راضی خارج شده و او گوگل را به دیگری توصیه کرده است. (بینش، ۱۳۸۷)

مشتری مداری گوگل فقط به کاربران محدود نیست. بلکه شامل کارمندان به عنوان مشتریان درون سازمانی نیز می شود.

¹⁷ Branding

¹⁸ Brand

این مقاله در نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی پذیرفته و در کتابچه مجموع مقالات چاپ شده است



شکل ۴: یکی از دفاتر شرکت گوگل

بیش از ۲۰ هزار نفر کارکنان گوگل، در ۴۰ کشور جهان مشغول به کار هستند. گرچه گوگل به دلیل پرداخت حقوق کمتر از استانداردهای صنعت خود، مورد انتقاد واقع شده است، اما توجه همه جانبه به منابع انسانی، محیط کاری با نشاطی برای کارکنان فراهم آورده است. در شرکت همه چیز، اعم از وسایل کار، غذاخوری، سالن ورزش، شستشوی ماشین، خشک شویی و... را برای کارکنان فراهم است تا آنها فقط به کار خود پردازند. درصد وقت مهندسان گوگل به پروژه های شخصی و دلخواه آنها اختصاص دارد. یک صندوق پیشنهادهای مجازی نیز وجود دارد که فهرست ایده ها را در برمی گیرد. این فهرست به طور مرتب با پست الکترونیکی بین کارکنان رد و بدل می شود و آنها درباره این ایده ها به آنها امتیاز می دهند و بدین ترتیب بهترین ایده ها به صدر می آیند. آخر هفته کاری، گردهمایی همگانی در گوگل برقرار است که مسائل اعلام اطلاعیه ها، معرفی اعضای جدید، پرسش و پاسخ و نیز خوردن و نوشیدن است و تمامی مدیران و کارکنان در آن شرکت می کنند. گوگل نمی گوید به کارمند وفادار باید اعتماد کرد بلکه بر این باور است که کارمندی که مورد اعتماد قرار گیرد وفادار هم خواهد بود. (بینش، ۱۳۸۷)

بازار بین المللی

فرا مکانی بودن یکی از ویژگی های بازار اینترنت است. بدیهی است که هر کسب و کار اینترنتی این ویژگی را باید به خدمت بگیرد تا بتواند حداکثر سود را ببرد. گوگل نیز از ویژگی فرا مرزی غافل نبوده و نهایت بهره برداری را نموده است. در سال ۲۰۰۰ میلادی، گوگل خدمات سایت را به ده زبان مهم دنیا ارائه کرد و در حال حاضر تقریباً اکثر زبان های عمده (۱۳۰ زبان) را پشتیبانی می کند. سال ۲۰۰۱

این مقاله در نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی پذیرفته و در کتابچه مجموع مقالات چاپ شده است

گوگل اولین دفتر خارج از آمریکا را در ژاپن باز گشایی کرد و در هم اکنون در ۶۰ کشور دنیا دفتر دارد (Google, 2011b).

خلاقیت و نوآوری

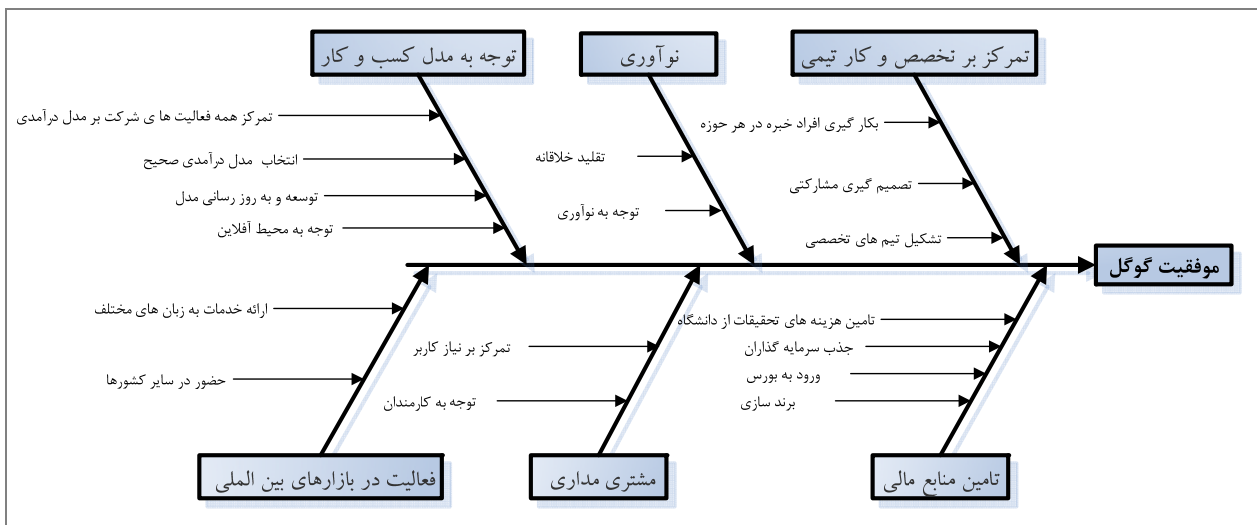
هم اکنون ۲۴,۹۰۰ اختراع به نام گوگل ثبت شده است (Google, 2011b) و این عدد نشان می‌دهد که شرکت تا چه اندازه به نوآوری اهمیت می‌دهد. نکته مهم این است که هر چند گوگل عاشق نوآوری است ولی هرگز چرخ را دوباره اختراع نمی‌کند، بلکه تقلیدی خلاق انجام می‌دهد. یعنی او با الگوبرداری صحیح و تکمیل کاستی‌ها برای ایجاد نوآوری بهره می‌گیرد. به عنوان مثال این گوگل نبود که ایده دادن قیمت از طرف آگهی دهندگان به ازای عبارات جستجو^{۱۹} را مطرح کرد. بلکه ایده را از یک موتور جستجوی دیگر یعنی GoTo گرفته بود ولی گوگل فرایند GoTo را تکمیل کرد. در حالی که GoTo آگهی‌های مبتنی بر جستجو را بر مبنای قیمت پیشنهادی آگهی دهندگان طبقه بندی می‌نماید، گوگل معیار دیگری نیز در نظر می‌گیرد و آن احتمال کلیک بر روی آگهی تبلیغاتی توسط مراجعه کنندگان به سایت است. این نوآوری، باعث شده است تا آگهی‌های تبلیغاتی گوگل مرتبط‌تر شود و از این رو نرخ کلیک‌ها بر روی آن‌ها افزایش یابد و این دو عامل هنگامی که با نتایج عالی جستجو در گوگل ترکیب شوند، حراجی گوگل را به یک معدن طلا تبدیل می‌کنند. (شاکرین، ۱۳۸۶)

¹⁹ search terms

این مقاله در نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی پذیرفته و در کتابچه مجموع مقالات چاپ شده است

نتیجه گیری

عوامل موفقیت گوگل را می توان در تمرکز بر تخصص و کار تیمی، توجه به مدل کسب و کار، تامین منابع مالی، مشتری مداری، فعالیت در بازارهای بین المللی و توجه به نوآوری دانست. این عوامل به صورت نمودار استخوان ماهی ذیل نمایش داده شده است:



شکل ۵: نمودار استخوان ماهی عوامل موفقیت گوگل

بنابراین می توان نتیجه گرفت که تقلید ناآگانه از گوگل یا سایر سایت های موفق و مطرح دنیا صرفاً برای ایرانیان یا حتی فارسی زبانان کار نادرستی است بلکه برای داشتن کسب و کاری اینترنتی موفق به عوامل فوق دقت کنیم. این عوامل صرف نظر از ابعاد کارما می تواند به عنوان الگویی برای رشد باشد. ممکن است که نتوانیم یا نخواهیم که شرکتی به بزرگی گوگل داشته باشیم، لیکن اگر کارآفرینان اینترنتی ایرانی شرایط مذکور را برای کسب و کارهای خود را لحاظ کنند، زودتر به موفقیتی گسترده خواهند رسید.

منابع:

احمدپور، محمود؛ فرخ حیاتی، اشکان (۱۳۸۴). کارآفرینی در کسب و کارهای اینترنتی، تهران: انتشارات محراب قلم.

ایستنا (۱۳۸۸)، گزارش ایستنا از رشد درآمد گوگل، ictna.ir
<http://www.ictna.ir/news/archives/023612.html>

بینش، مسعود (۱۳۸۷)، بنگاههای برتر جهانی (Google)، تهران: ماهنامه تدبیر شماره ۱۹۶.

دانشگاه علوم اقتصادی (۱۳۹۰)، پورتال امور آموزشی – اخبار و اطلاعیه ها،
<http://www.ses.ac.ir/find.php?item=5.2183.9829.fa> ses.ac.ir

راسخوان (۱۳۹۰)، ده توصیه طلایی آلبرت انیشتین، rasekhood.net
<http://www.rasekhood.net/forum/threadshow-266781-1.aspx>

سینت (۱۳۸۹)، رشد ۵۱ درصدی درآمد یاهو، تهران: پرتال اطلاعات جامعه علوم ارتباطات و روابط عمومی ایران، cenet.ir
<http://www.cenet.ir/tabid/62/ID/363/PageID/314/-51--.aspx>

شاکرین، مانا (۱۳۸۶)، راز گوگل، تهران: ماهنامه تدبیر شماره ۱۹۰.

شاه حسینی، علی (۱۳۸۸)، کارآفرینی، تهران: انتشارات آیتز. چاپ دوم.

عزمی، مسعود (۱۳۸۶)، کارآفرینی دیجیتال، aftabir.com
http://www.aftabir.com/articles/view/economy_marketing_business/job/c2c1197109349_entrepreneur_p1.php/%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%A2%D9%81%D8%B1%DB%8C%D9%86%DB%8C-%D8%AF%DB%8C%D8%AC%DB%8C%D8%AA%D8%A7%D9%84%DB%8C

کیا، محمد و دیگران (۱۳۸۶)، کارآفرینی گام به گام، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

مرجع الکترونیکی علوم مدیریت ایران (۱۳۹۰)، امید کردستانی مدیر فروش

گوگل، emodiran.com،

http://emodiran.com/downloads/view/997/t:%D8%A7%D9%85%DB%8C%D8%AF_%DA%A9%D8%B1%D8%AF%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D9%86%DB%8C_%D9%85%D8%AF%DB%8C%D8%B1_%D9%81%D8%B1%D9%88%D8%B4_%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84

Computer History Museum (2011), **Internet History 1990's**, computerhistory.org, http://www.computerhistory.org/internet_history/internet_history_90s.html

Distinguin, Stéphane (2008), **Google's key success factors**, Paris: Faber Novel.
Google (2011 a), **Company**, google.com, <http://www.google.com/about/corporate/company/index.html>

Google (2011 b), **Google history**, google.com, <http://www.google.com/about/corporate/company/history.html>

Google (2011 c), **Our philosophy**, google.com, <http://www.google.com/about/corporate/company/tenthings.html>

Google (2011 d), **Goggle Patents**, google.com, <http://www.google.com/search?tbo=p&tbm=pts&hl=en&q=inassignee:google&num=10>

Schept, Ken (2010), **Top 100 Most valuable global brands**, USA: Millward Brown Optimor

Yahoo (2011 b), **GOOG Major Holders | Google Inc. Stock– Yahoo!Finance**, finance.yahoo.com, <http://finance.yahoo.com/q/mh?s=GOOG+Major+Holders>

Yahoo (2011), **GOOG Income Statement | Google Inc. Stock– Yahoo!Finance**, finance.yahoo.com, <http://finance.yahoo.com/q/is?s=GOOG+Income+Statement&annual>