



یادگ

شوق کار آفرینی

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

فهرست مطالب

- ۲..... کار آفرینی و کار تیمی
- ۳..... مرکز کار آفرینی دانشگاه مازندران
- معرفی شرکت‌های دانش بنیان: شرکت پوشش‌های محافظ
- ۶..... توربین دوام
- بررسی عوامل مؤثر بر کار آفرینی فناورانه در شرکت‌های
- دانش بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری -
- ۸..... بخش دوم: الگوهای کار آفرینی فناورانه
- ۱۲..... معرفی کتاب

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

هر کسی که به خدا و روز آخرت ایمان
آورد و کار نیک انجام دهد، پس خوف و
اندوهی بر او نخواهد بود.
(سوره مائده - آیه ۶۹)



کارآفرینی و کار تیمی

مدیران کارآفرین برای ایجاد فرهنگ کارآفرینی می‌بایست نوآوری‌ها را تشخیص داده و مخاطره کنند، سریع به فرصت‌ها واکنش نشان دهند، بر عواملی که باعث شکست می‌شود، چیره گردند و عوامل هرج و مرج و چالش‌ها و محرک‌های بلا تکلیفی را پیدا کنند. همچنین باید تیم‌های با انگیزه و متعهد بسازند و برای مدیریت برخوردها از اجماع و توافق استفاده کنند، زیرا دستیابی به اهداف با فعالیت مجزا و پراکنده کاری امکان پذیر نیست. کارآفرین موفق، در حالی که بسیاری از وظایف و فعالیت‌های کیفی را خود انجام می‌دهد، برای اطمینان از اینکه ایده و مفهوم مورد نظر به مرحله بازدهی می‌رسد، با دیگران همراه می‌شود. بنابر این وجود تیمی کارآمد با حضور افراد مناسب اهمیت زیادی برای موفقیت دارد.

در فرایند تبدیل شدن به یک تیم کارآمد بروز این مراحل طبیعی است:

شکل دهی: در این مرحله اعضا بر اهداف و منابع قابل دسترس تمرکز می‌کنند.

تجزیه طلبی: معمولاً در این مرحله مشکلات میان فردی، تفاوت دیدگاه و مقاومت در برابر رهبر گروه وجود دارد. اعضا بر خواسته‌هایشان پافشاری می‌کنند و در برابر تأثیر پذیری مقاومت دارند. **هنجارسازی:** در این قسمت پیوستگی گروه توسعه می‌یابد. اعضا دیدگاه‌ها را آزادانه مبادله می‌کنند، تأکیدی بر توازن و پشتیبانی دو طرفه و تلاش آگاهانه در اجتناب از موقعیت‌های پیچیده وجود دارد و قواعد و روش‌های جدید کاری نیز پدیدار می‌شود.

انجام کار: گروه راهکاری را برای فعالیت و رفع مشکلات گسترش داده، مسایل میان فردی حل شده و توان گروه در مسیر کار قرار گرفته است.

زمانی طولانی برای طی این فرایند و به وجود آمدن تیم‌های کارآمد و مؤثر لازم است. بنابراین تیم باید ویژگی‌هایی داشته باشد که در ادامه به آن اشاره می‌شود:

خصیصه‌های یک تیم واقعی:

• ترکیب توانایی بالا با صبروری • رهبری شفاف و واضح با مشخص

نمودن کارها و ترکیب گروه • ایفای نقش‌های متفاوت توسط کارکنان و تمرکز بر اهداف • درک درونی - شهودی اعضا از اهداف • مشخص کردن نحوه پایان کار امانه در خاتمه! • روابط صمیمی بین افراد و اعتماد افراد به یکدیگر و به مدیریت • اعمال قواعد رفتاری که به وسیله اعضا فهمیده می‌شود. • ارائه آموزش و راهنمایی‌های واضح و به کارگیری مدرسان تخصصی • یادگیری از شکست • وجود یک ساختار سازمانی حمایتی • سازماندهی افراد در گروه‌های نیمه مستقل • استمرار در کار تا رسیدن به هدف

مدیریت افراد در تیم‌های کاری

مدیران کارآفرین اهمیت انگیزه‌های درونی افراد را می‌دانند و از افکار مستقل حمایت می‌کنند. با تشویق خلاقیت، نوآوری و مخاطرات حساب شده، بیش از انتقاد و تنبیه کردن به اعتمادسازی می‌پردازند. البته نه به این معنا که همکاران را با راه حل‌های خودشان رها می‌کنند، بلکه همیشه برای کمک در وقت نیاز در دسترس هستند. منابع و امکانات مورد نیاز را فراهم می‌نمایند تا افراد کارشان را با کارآمدی بیشتر انجام دهند. از همکاران دفاع می‌کنند، حتی وقتی می‌دانند آنها قادر نیستند همیشه برنده باشند. مطمئن می‌شوند که افراد حاصل مادی و معنوی تلاش‌هایشان را دریافت خواهند کرد.

مدیر کارآفرین علاقمند و متوجه به کارآیی تیم همچنین باید: به طور مداوم مراقب اعضا برای بهره‌برداری از توانایی‌های آنها و بهینه سازی عملکرد ایشان باشد. یک جو حمایتی به منظور تشویق بهبود کارکرد و تغییر رفتار افراد جهت دستیابی به پیشرفت مستمر، از بین بردن موانع و مشخص کردن دلایل نرسیدن به دستاوردها ایجاد کند و مدل کیفیتی را که علاقمند است اعضای تیم به آن برسند، ارائه نماید.

به طور واضح یک رابطه کاری مؤثر و نزدیک بین مدیر کارآفرین و اعضای تیم بسیار مهم است. اما در عین حال وی باید از وسوسه انجام کار تیمی و یا مداخله در کار آنها و مهمتر اینکه از کنترل دوباره یک

وظیفه که قبلاً در باره آن بحث شده است، اجتناب کند. در غیر این صورت شاید برخی فقط وقت گذرانی کنند، چون می‌دانند در نهایت دیگری کار آنها را انجام می‌دهد.

مدیر باید جلسات مرتبی با تیم داشته باشد و در این نشست‌ها در مورد پیشرفت کار صحبت کند. و کارهای ناقص را یادآور شود. در باره درونداد افراد به فعالیت‌ها به طور مساوی سوال نموده و توافقات و پیشنهادات را بکار ببرد.

به علاوه از موفقیت‌ها، قدرت و استحکام تیم تقدیر کند. در برخی از برنامه‌های سرگرمی مشارکت نماید و افراد را در یک محدوده شخصی تر بشناسد و بداند که این امر باعث شکل گیری یک تیم صمیمی تر می‌شود.

از طریق چنین فعالیت‌هایی این ویژگی‌ها در کارکنان به وجود می‌آورد: صداقت، خودجوش بودن، برطرف کننده مشکلات و هدایتگر سایرین **پنج اشتباه متداول در ساختن تیم‌های کارآمد**

۱. ایجاد یک تیم اما تعامل جداگانه با اعضا
۲. شکست در برقراری توازن بین اقتدار و دموکراسی
۳. عدم ایجاد هر گونه تغییر در ساختار سازمانی و تبدیل آن به یک ساختار توانمند.
۴. عدم پشتیبانی از تیم.

۵. عمل بر مبنای این فرض که اشخاص مشتاق به کار کردن در تیم هستند و دارای تجربه و مهارت کافی در این زمینه می‌باشند.

سردبیر

این مطلب با استناد به منابع زیر تهیه شده است:

ENTREPRENEURSHIP/ DAVID A. KIRBY/2002.
PUBLISHER: MCGRAW HILL HIGHER EDUCATION.
ISBN:9780077098582

4 TIPS FOR ENCOURAGING STRONG TEAMWORK/
KRISTTYL BARRON. BUSINESS ENTREPRENEUR, MAY
2013.



مأموریت

- ترویج و توسعه کارآفرینی در سطح دانشجویان، اعضای هیئت علمی، کارمندان و فارغ التحصیلان دانشگاه مازندران در ابعاد آموزشی، پژوهشی و ترویجی،
- ارتقای روحیه کارآفرینی، آموزش مهارت‌ها، توسعه و ترویج کارآفرینی در سطح استان،
- ایجاد تحول در فضای دانشگاه سنتی برای تحقق دانشگاه کارآفرین،
- تجاری‌سازی ایده‌ها، اختراعات و یافته‌های پژوهشی و انتقال تکنولوژی،
- برگزاری جلسات و نشست مشترک با سازمان‌ها، نهادها و صنایع در راستای ایجاد ارتباط بیشتر بین دانشگاه و صنعت و زمینه‌سازی عقد تفاهم نامه،
- ایجاد زمینه تبادل اطلاعات علمی و فنی بین دانشگاه و واحدهای صنعتی،

اهداف و موضوع فعالیت

- ترویج کارآفرینی به عنوان یک فلسفه زندگی برای دانشگاه، دانشجویان، اساتید و کارمندان
- توانمندسازی دانشجویان دانشگاه از طریق ارتقای دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه
- انجام پژوهش‌های کارآفرینی با توجه به نیازهای ملی - جهانی
- مشاوره امور کارآفرینی در قلمرو دانشگاه و جامعه
- ساماندهی کارآموزی، کارورزی و بازدیدهای علمی و تحقیقاتی
- ایجاد بانک اطلاعاتی از نیروی بالقوه موجود در دانشگاه و صنایع برای تحقیقات و طرح‌های صنعتی

به منظور معرفی تلاش‌های مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها، نشریه به معرفی مراکزی می‌پردازد که در نیل به اهداف، مأموریت و چشم انداز آیین‌نامه توسعه کارآفرینی، گام‌های مؤثری برداشته‌اند و فعالیت هایشان می‌تواند الگویی برای دیگر مراکز باشد. این شماره:

مرکز کارآفرینی دانشگاه مازندران

* با تشکر از آقای دکتر ابوالحسن حسینی رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه مازندران و خانم فاطمه رضایی کارشناس مرکز برای ارائه این گزارش

مقدمه

دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در کشورها، هسته اصلی تولید علم و دانش هستند که با تربیت نیروهای کاردان، متخصص و پژوهشگر بر روند توسعه، تولید و افزایش توانمندی‌های جامعه تأثیر می‌گذارند. یکی از اقدامات مهم و اساسی جهت توسعه کشورها، فراهم نمودن ارتباط تنگاتنگ بین مراکز آموزش عالی و دانشگاهی با صنایع و دستگاه‌های اجرایی، سازمان‌ها و مؤسسات دولتی و غیردولتی است. این ارتباط منجر به عرضه اندیشه‌ها و ایده‌های جدید به صنایع و مؤسسات، شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌های دانش‌پژوهان و دانشجویان، ارتقای علمی و عملی در بخش صنعت کشور و بهبود کیفیت در سازمان‌ها خواهد شد. مرکز کارآفرینی دانشگاه مازندران که در سال ۱۳۸۴ تأسیس شده است، با چشم‌انداز، مأموریت و اهداف ذیل مشغول فعالیت می‌باشد.

چشم انداز

تبدیل شدن به بهترین مرکز کارآفرینی دانشگاهی کشور در زمینه پژوهش، آموزش، ترویج و مشاوره کارآفرینی،

- شناسایی نیازهای کاربردی صنایع در بخش‌های مختلف اقتصادی از طریق برقراری ارتباط مستمر با واحدهای صنعتی و شناخت نیازهای فنی و تحقیقاتی آنها در زمینه‌های کاربردی
- دعوت از مسئولان و متخصصان صنایع برای بازدید و آشنایی با دانشگاه و شرکت در گروه‌های تخصصی در راستای توسعه و تعمیق بیشتر روابط و بررسی امکانات موجود در صنعت و دانشگاه

اقدامات انجام شده در مرکز کارآفرینی در طول یک سال: برگزاری کارگاه آموزشی:

بزرگترین دغدغه مرکز کارآفرینی دانشگاه مازندران آشنایی دانشجویان و حتی اساتید با امر کارآفرینی است از این رو، مرکز در طول یک‌سال گذشته سعی در برگزاری کارگاه‌ها و همایش‌های مرتبط با این موضوع را داشته است. بخشی از کارگاه‌های آموزشی برگزار شده به این ترتیب است:

- مبانی کارآفرینی ویژه دانشجویان با حضور دویست و شصت نفر با هدف آشنایی دانشجویان با مبانی و اصول اولیه کارآفرینی
- ایده‌یابی و خلق فرصت با حضور یک‌صد نفر با هدف ایجاد خلاقیت و نشان دادن روش‌های کارآفرینی خلاق
- آشنایی با قوانین شرکت‌های دانش‌بنیان ویژه اساتید دانشگاه با حضور بیست و پنج نفر با هدف آشنا نمودن آنها با روند تشکیل شرکت‌های دانش بنیان
- آشنایی با بورس و فرصت‌های سرمایه‌گذاری با هدف آشنا نمودن دانشجویان با اصل سرمایه‌گذاری در بورس



کارگاه ایده‌یابی و خلق فرصت



هسته‌های دانشجویی کار آفرینی

تشکیل هسته‌های کار آفرینی اصلی مهم و ضروری برای پیشبرد اهداف مختلف است. در این زمینه اقدامات زیر صورت گرفته است:

- تشکیل هسته‌های دانشجویی کار آفرینی در دانشکده‌های مختلف از جمله دانشکده‌های اقتصاد، دامپزشکی و تربیت بدنی.
- جذب بیش از پانصد نفر از دانشجویان در هسته‌های کار آفرینی.

کلینیک صنعت

مرکز کار آفرینی دانشگاه در راستای رسیدن به اهداف خود در زمینه گسترش کار آفرینی و تجاری‌سازی محصولات دانشگاهی و ارتباط مؤثر و مفید دانشگاه و صنعت و مشارکت اساتید و دانشجویان در این امر، کلینیک صنعت را در یکی از بزرگترین، مهمترین و فعال‌ترین شهرک‌های صنعتی استان مازندران تأسیس نموده و

اقدامات زیر را انجام داده است:

- اعلام فراخوان همکاری با اساتید، دانشجویان و فارغ التحصیلان
- برنامه‌ریزی ده‌ها بازدید برای اساتید و دانشجویان به منظور بهبود ارتباط دانشگاه و صنعت و تسهیل روند تجاری سازی در دانشگاه و صنعت استان.

* در راستای تأسیس کلینیک صنعت، جلسات گوناگونی برگزار گردیده که می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

جلسات مشترک با ارگان‌های دولتی و خصوصی:

• شرکت شهرک‌های صنعتی در راستای عقد تفاهم نامه و افتتاح دفتر ارتباط با صنعت دانشگاه در شهرک‌های صنعتی

انعقاد تفاهم نامه میان دانشگاه مازندران و شرکت شهرک‌های صنعتی استان مازندران



- اداره صنعت، معدن و تجارت استان: در راستای انعقاد تفاهم نامه
- شرکت برق منطقه‌ای استان مازندران: در راستای انعقاد تفاهم نامه
- استانداری: در راستای همفکری‌های بیشتر در زمینه ترویج کار آفرینی
- دفتر مرکزی ارتباط با صنعت دانشگاه‌های کشور _ سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی کشور
- مدیران ارتباط با صنعت دانشگاه‌های کشور
- هیئت امنای شهرک‌های صنعتی آمل
- واحدهای صنعتی:
- گرما آفرین
- تجهیزگران
- هراز
- گروه صنعتی - بازرگانی پارس آرای و...

باشگاه کار آفرینی

مرکز کار آفرینی تمام تلاش خود را معطوف به این امر داشته است که از توانایی‌های بالقوه خود یعنی اساتید و دانشجویان بهره‌بردار. از این رو برای بهره‌گیری از این دو گروه و به منظور پیشبرد اهداف خود، اقدام به تأسیس باشگاه کار آفرینی نموده است که در قالب آن وظایف چهارگانه مرکز کار آفرینی محقق می‌گردد. این باشگاه دارای پنج کارگروه می‌باشد:



مسابقات استارت آپ ویکند بابلسر



مسابقات استارت آپ

در



- تهیه آیین‌نامه تجاری سازی
- تهیه دستورالعمل کارآموزی
- تهیه برنامه استراتژیک مرکز
- تهیه بانک قوانین کارآفرینی و ارتباط با صنعت

انتشار گاهنامه الکترونیکی

از دیگر موارد قابل توجه در مرکز کارآفرینی انتشار گاهنامه الکترونیکی به جای انتشار گاهنامه کاغذی می‌باشد و از توانایی‌های دانشجویان عضو هسته در این امر بهره گرفته می‌شود:

سایر اقدامات



این رویداد گروه‌ها در قالب تیم‌های ایده پردازی، ایده‌های خود را با آموزش‌هایی که در طول سه روز برای ایشان ارائه می‌شود، به مرحله تجاری می‌رسانند و در پایان نیز به ایده‌های برتر جوایزی تعلق می‌گیرد.

مسابقات استارت آپ در دانشگاه مازندران با همکاری مؤسسه کارآفرینی فرصت پژوهان برگزار گردیده است و بیش از پنجاه نفر در این برنامه شرکت کرده‌اند.

امام علی (ع):

کار کنید و آن را به پایانش رسانید و در آن پایداری کنید، آنگاه شکیبایی ورزید و پارسا باشید....

نهج البلاغه - خطبه ۱۷۶



بومی سازی فناوری‌های پیشرفته مشخصه اصلی یک شرکت دانش بنیان است.

معرفی شرکت دانش بنیان پوشش‌های محافظ توربین دوا
در مصاحبه با آقای دکتر کوروش شیروانی عضو هیأت علمی سازمان
پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران و مدیرعامل شرکت
WWW.TDCOATINGS.COM

آقای دکتر لطفاً از سابقه تحصیلی و شغلی خودتان برای خوانندگان نشریه بگویید:

اینجانب دانش‌آموخته دکترای رشته مهندسی مواد و
متالورژی دانشگاه تهران هستم که در سال ۱۳۸۱ از این
دانشگاه فارغ‌التحصیل شدم و موضوع رساله ام بررسی
ساختار، خوردگی داغ و اکسیداسیون پوشش سیلیسیم
آلومینیاید دوغابی بود. پس از فارغ‌التحصیلی به عنوان
استادیار در سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران
مشغول فعالیت شدم. از دوره دکتری تاکنون یعنی یک
دوره زمانی ۱۶ ساله، تمرکز تحقیقاتی خود را بر روی
پوشش‌های دمای بالا مصرفی در توربین‌های گازی معطوف
داشته‌ام. این تمرکز تحقیقاتی، بنده را در مسیر نمونه سازی
صنعتی و بومی‌سازی فناوری پوشش‌دهی قرار داد. نظر به
نیازهای صنعتی کشور به پوشش‌های دمای بالا در صنایع
HIGH-TECH هوایی، نیروگاهی و صنایع انتقال نفت و
گاز، فرایند کاربردی کردن فناوری حاصل را در اوایل سال
۱۳۹۰ به اجرا گذاشتم. اولین اقدام، ایجاد یک هسته فناور در

مرحله پیش‌رشد مرکز رشد سازمان بود. در طی ۹ ماه مرحله
نمونه‌سازی پوشش‌ها و بازارسنجی برای محصولات انجام
گردید. با توجه به کسب شناخت از بازار و نتایج مطلوب
نمونه سازی صنعتی پوشش‌ها، نسبت به ثبت شرکت اقدام
شد و پس از آن با موافقت مرکز رشد سازمان، فعالیت‌ها
در قالب شرکت در مرحله رشد ادامه یافت. هم اکنون، در
سال دوم حضور خود در مرکز رشد، در فضای کارگاهی ۱۰۰
مترمربع و فضای دفتری ۴۰ متر مربع مشغول ادامه فعالیت
هستیم. در طی یک سال و نیم گذشته موفق به پاسخگویی
به بخشی از نیازهای صنعتی به پوشش‌های نفوذی دمای
بالا شده‌ایم.

زمینه‌های فعالیت شرکت کدامند؟

پوشش‌دهی قطعات توربین‌های صنعتی و گازی با
فرایندهای پودری (آلومینایزینگ به روش سمانتاسیون
پودری، کرومایزینگ/آلومینایزینگ به روش سمانتاسیون
پودری)، فرایندهای خارج از پودر (آلومینایزینگ به روش
بالای پودری، پوشش‌دهی مجاری داخلی پرها)، فرایند
دوغابی (سیلیکوا آلومینایزینگ دوغابی، آلومینایزینگ دوغابی،
پوشش‌دهی مجاری داخلی پرها، تعمیر موضعی پوشش
پرها)، آبکاری الکتریکی (آبکاری پلاتین روی سوپراآلیاژها،
آبکاری فلاش نیکل روی سوپراآلیاژها) و پوشش سرمت
(اعمال پوشش‌های پایدار در شرایط خوردگی سایش تا دمای

۶۰۰ درجه سانتیگراد - پوشش‌برداری شیمیایی، جوانسازی
پرها و قطعات کار کرده در دمای بالا از جمله زمینه های
تخصصی فعالیت های شرکت می باشد.

در مورد سابقه فعالیت‌های شرکت، توضیحاتی ارائه نمایید:

در مورد سابقه فعالیت‌های شرکت از زمان تأسیس می‌توانم
به این موارد شاخص به عنوان نمونه اشاره کنم: پوشش‌دهی
۱۰ ست نازل های پاور توربین گازی مدل سولار، پوشش‌دهی
پیچ و مهره‌هایی از جنس سوپر آلیاژ پایه نیکل با پوشش
آلومیناید نفوذی، جوانسازی دیسک پاور توربین GEC،
پوشش‌دهی یک ست نازل توربین گازی آسک با پوشش
کروم آلومیناید و پوشش دهی پرهاهای بخش کمپرسور پاور
توربین گازی مدل سولار.

نحوه سرمایه‌گذاری شرکت به چه ترتیب بوده‌است؟

این شرکت به صورت یک شرکت سهامی خاص و با
سرمایه گذاری شخصی ایجاد شده است.

امکانات و فرصت‌های موجود و در کنار آن مشکلات آغاز کار چه بوده‌اند؟

یکی از مزیت‌های کار ما این بود که با انجام تحقیقات،
دانش فنی‌های مورد نیاز را بومی‌سازی کرده‌ایم. بومی‌سازی
مذکور باعث شده است در اجرای پروژه‌ها با مشکل فرایندی



آیا در خصوص اقدامات صورت گرفته ثبت اختراع هم داشته‌اید؟

بنده پنج ثبت اختراع داشته‌ام که دو مورد آن مربوط به فعالیت‌های سازمان بوده و تأیید علمی داشته و سه مورد مربوط به کارهای شرکت است که هنوز به مرحله تأیید علمی نرسیده است.

این خدمات مورد تقدیر هم قرار گرفته است؟

بله شرکت توانسته است در سال جاری گواهی‌نامه تأیید توانمندی‌های فناورانه را از سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران دریافت نماید.

برنامه آینده شرکت چیست؟

توسعه مشتریان و افزایش فروش با استفاده از روش‌های بازاریابی

عوامل مؤثر در پیشرفت و موفقیت شرکت را چه می‌دانید؟

با قطعیت می‌توانم بگویم تمرکز بر یک موضوع و هدف خاص. این توصیه‌ای است که می‌توان به دانشجویان و محققان تازه‌کار هم داشت، این که با وجود سختی‌ها بر زمینه‌ای خاص متمرکز شوند و از پراکنده کاری اجتناب کنند تا بتوانند به یک فناوری کاربردی دست یابند.

*با تشکر فراوان از شما به خاطر وقتی که در اختیار ما گذاشتید.

محصولات در سایت اینترنتی شرکت، ارسال خبرنامه با پست الکترونیکی برای مراکز مختلف، برگزاری جلسات با نیروگاه‌ها و صنایع برای معرفی فعالیت‌ها و ثبت نام در فهرست تأمین کننده صنایع از جمله اقدامات بازرگانی و بازاریابی این شرکت می‌باشد.



آیا برای فعالیت‌های شرکت رقیبی هم وجود دارد؟

دو شرکت دولتی رقیب اصلی شرکت محسوب می‌شوند ولی در بخش خصوصی رقیب جدی و توانمند وجود ندارد. البته برخی از پوشش‌های شرکت هم منحصربه‌فرد است.

مواجه نشویم. یکی از مشکلات موجود، دشوار بودن فرایند تأمین برخی از مواد اولیه خاص مثلاً تأمین نمک پلاتین مورد استفاده در اعمال پوشش پلاتین آلومیناید روی پره‌های توربین می‌باشد. مشکل دیگر زمان‌بر بودن جلب اعتماد صنایع به محصولات است. البته بخشی از این مشکل از طولانی شدن فرایندهای تست نمونه در بخش صنعت ناشی می‌شود. از طرفی، این شرکت در حال بهره‌برداری از فرصت‌های حاصل از اعمال تحریم‌های غیرمنصفانه است. به دلیل همین تحریم‌ها، فعالیت‌های شرکت نیز بیشتر مورد توجه صنعت قرار گرفته است، به خصوص اینکه فناوری‌های بومی شده در صنایع HIGH-TECH مورد تحریم استفاده دارند. به نظر بنده، بومی‌سازی فناوری‌های پیشرفته مشخصه اصلی یک شرکت دانش بنیان محسوب می‌شود.

آیا شرکت با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در ارتباط است؟

تاکنون در حد استفاده از امکانات و خدمات آزمایشگاهی با این مراکز در ارتباط بوده‌ایم.

مشتریان شرکت چه ارگان‌ها و یا واحدهایی هستند؟

نیروگاه‌ها، صنایع انتقال دهنده نفت و گاز و صنایع هوایی بخشی از مشتریان این خدمات و محصولات هستند.

بازاریابی محصولات به چه ترتیب انجام می‌شود؟

شرکت در نمایشگاه‌های صنعتی و مرتبط، معرفی



شرایط انحلال، آموزش، حفاظت از حقوق دارایی‌های فکری، توسعه زیرساخت‌ها و ارتباط دانشگاه با صنعت، همکاری‌های صمیمانه با بخش خصوصی و نهادهای مدنی و برقراری روابط منصفانه و مبتنی بر شبکه نه سلسله مراتبی، خوشه‌سازی، ایجاد پایگاه‌های داده‌های علمی و تجاری، فرهنگ‌سازی و ارائه مشاوره‌های تخصصی، علمی و راهبردی در زمینه‌های مختلف مالی، حسابداری، اداری، حقوقی و سایر مهارت‌های لازم در راستای ایجاد محیط مساعد برای بنگاه‌های فناورمحور و دانش بنیان.

الگوی سنگاپور

سنگاپور جامعه‌ای است پویا که بیش از شش صد شرکت چند ملیتی از سراسر دنیا در آن مستقر هستند و بیش از یک‌صد هزار بنگاه کوچک و متوسط با برخورداری از سرمایه‌گذاری خطرپذیر مشغول فعالیتند و نود هزار مهاجر حرفه‌ای مستعد را جذب کرده است. سنگاپور در واقع شهری بین‌المللی است که دارای ویژگی‌های اقتصاد دانش بنیان است و به همین دلیل به عنوان مرکز کسب و کار منطقه‌ای نیز شناخته می‌شود. وجود زیرساخت‌های بسیار پیشرفته در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات با دیگر نقاط جهان این شهر را مستعد کارآفرینی فناورانه کرده است (LEUNG YAU CHEE, 2009:108). دولت سنگاپور در آوریل سال ۱۹۹۹ طرح "T-۲۱" را برای ارتقای کارآفرینی

"ژانگ" و "پنگ" پس از انجام یک کار تحقیقی گسترده و جمع‌آوری داده‌ها از سی ایالت کشورشان، چهار خط مشی: حمایت مالی، منابع انسانی، بازار و فناوری را به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی فناورانه ذکر کرده‌اند.

الگوی کانادا

"آکادمی علوم مهندسی کانادا" پس از بررسی‌های علمی در سراسر کانادا طی گزارشی در سال ۲۰۰۷ تحت عنوان ایجاد ثروت از طریق کارآفرینی فناورانه عواملی نظیر: سرمایه، آموزش، دانشگاه، دولت، راهبرد، نگرش‌ها، مهارت و ویژگی‌های کارآفرینان را از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده کارآفرینی فناورانه اعلام کرد.

الگوی ترکیه

"سازمان همکاری‌های اقتصادی اروپا" در سال‌های ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ طی گزارشی به تجارب برخی از کشورهای عضو از جمله ترکیه در ارتباط با عوامل پیش‌بینی‌کننده کارآفرینی فناورانه اشاره کرده است. مواردی نظیر: اتخاذ خط مشی‌های ویژه برای اصلاح قوانین و مقررات، مالیات، تأمین اجتماعی، قانون ورشکستگی برای تسهیل

1-Zhung

2-Peng

3 - Canadian Academy of Engineering (CAE)

4- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)

**بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی فناورانه
در شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک‌های علم
و فناوری**

**بخش دوم
الگوهای کارآفرینی فناورانه**

دکتر قاسم رمضان پور نرگسی
عضو هیأت علمی و معاون پژوهش‌گده فناوری‌های نوین
سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

در قسمت پیشین به برخی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی فناورانه در شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری اشاره کردیم و نقش هر عامل را در توسعه کارآفرینی فناورانه مورد واکاوی قرار دادیم. در این قسمت تجارب کشورهای مختلف، الگوهایی که توسط تعدادی از دانشگاه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند و همچنین الگوهای صاحب نظران به طور خلاصه بررسی و در نهایت نقش بسیار مهم دولت و دانشگاه در توسعه کارآفرینی فناورانه بیان می‌شود.

الگوی کارآفرینی فناورانه در چین

در سال ۲۰۰۸ دو تن از پژوهشگران چینی به نام‌های



فناورانه ارائه و آن را عملیاتی نمود. مهم‌ترین مواردی که در این طرح برای توسعه کارآفرینی فناورانه مدنظر قرار گرفت عبارتند از:

آموزش، ارائه تسهیلات و امکانات، اصلاح قوانین و مقررات در زمینه‌های گوناگون از جمله قانون ورشکستگی، معافیت از مالیات و...، تأمین منابع مالی، پرورش افراد مستعد، توسعه "زیرساخت‌های سخت و نرم"^۵، توسعه صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر^۶.

الگوی مالزی

دولت مالزی در مجموع چهار برنامه برای توسعه کارآفرینی با عنوان برنامه‌های "سرمایه‌گذاری کرادل"^۷، "پرورش کارآفرینان پیش‌تاز"^۸، "کسب و کار خود را شروع کنید"^۹ و "فیزر"^{۱۰} و دو برنامه "کارآفرینی فناورانه آکادمیک" و "کارآفرینی فناورانه" به وسیله نهادها را منحصرأً برای توسعه کارآفرینی فناورانه به اجرا در آورده است.

برنامه اخیر خود شامل پانزده برنامه بوده که از سال ۱۹۲۹ شروع و تا سال ۱۹۹۶ ادامه داشته است. متولی اجرای این برنامه‌ها دانشگاه‌ها، مؤسسات و وزارتخانه‌هایی هستند

- 5- Hard and Soft Infrastructure
- 6- Venture Capital
- 7- Cradle Investment Program
- 8- Techno Preneurs Development Flagship
- 9- Start your Own Business
- 10- Phaser

که وظیفه محوری آنها حمایت از کارآفرینان برای توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی و فناوری بوده است. تأسیس بنگاه سرمایه‌گذاری خطرپذیر برای توسعه کسب و کار فناور محور با انجام سرمایه‌گذاری خطرپذیر در بخش‌های فناوری‌های نوین یکی دیگر از اقدامات دولت مالزی بوده است.

دکتر ماهاتیر محمد نخست‌وزیر وقت با تأسیس شرکت توسعه فناوری مالزی و ایجاد گروه صنعتی برای توسعه فناوری‌های سطح بالا به مثابه یک "شرکت هوشمند"^{۱۱} برای شناسایی فرصت‌های فناورانه و به عنوان حلقه واسط بین مجموعه دولت و بخش خصوصی گام‌های بلندی در توسعه کارآفرینی فناورانه به ویژه در دهه اخیر برداشته است.

الگوی سوئد

کشور سوئد پس از جنگ جهانی دوم بر شیوه‌های گوناگون بهره‌برداری و تجاری‌سازی ایده‌های بنیادی جدید که دارای منشاء دانشگاهی است، متمرکز گردید.

حمایت‌های بی‌دریغ مالی از تحقیقات دانشگاه و تمرکز نسبتاً قوی بر فناوری و تخصیص منابع بسیار عظیم و سرمایه‌گذاری هنگفت در تحقیق و توسعه و تشویق دانشگاه‌ها برای تجاری‌سازی نتایج تحقیقات به مثابه یک ابزار برای توسعه اقتصادی محسوب می‌شود.

از حدود ده سال قبل دولت سوئد علاوه بر حمایت از آموزش

و تحقیقات، مشوق‌هایی را نیز برای دانشگاه‌ها در انتقال نتایج تحقیقات دانشگاهی به بخش خصوصی و صنعت در نظر گرفته است.

با توجه به سیاست‌های دولت سوئد برای ایجاد بنگاه‌هایی با رشد بالا، بنگاه‌های جدید پژوهش محور و مؤسسات سرمایه‌گذار خطرپذیر مورد حمایت قرار گرفته‌اند، در جهت تحقق چنین هدفی، دولت سوئد اولین استراتژی نوآوری را با تأکید بر اهمیت افزایش تجاری‌سازی نتایج تحقیقات تدوین کرد. (REGERING SKANS LIET, 2006. 203)

عمده‌ترین عناصر استراتژی نوآوری سوئد برای توسعه کارآفرینی فناورانه عبارتند از:

- تبدیل نتایج تحقیقات و ایده‌های اثربخش به کسب و کار
- حمایت مالی از کسب و کارها در مراحل اولیه
- تدوین مقررات عملی در حفاظت از دارایی‌های فکری
- ایجاد شرایط با ثبات برای رقابت‌جویی
- تأمین سرمایه خطرپذیر
- تأمین مشوق‌هایی برای شرکت‌های بزرگ و صاحب برند
- حمایت از تلاش‌های تجاری‌سازی نتایج تحقیقات اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها و کارآفرین شدن آنها

همچنین سازمانی به نام سازمان "پل نوآوری"^{۱۲} برای



اولویت‌بندی و حمایت از پژوهشگران، نوآوران و کارآفرینان برای توسعه کسب و کارها، تجاری‌سازی و افزایش انتقال و تسهیم دانش بین دانشگاه و صنعت ایجاد شده است. در طول یک دهه که از عمر این سازمان می‌گذرد، بیش از ۱/۸ بیلیون واحد پول سوئد برای ارتقای شرایط تجاری‌سازی نتایج تحقیقات و ایده‌ها در بخش صنعت هزینه شده است. با مطالعه ۳۵۰ واحد از بنگاه‌های نوپای فناورمحور در سوئد مشخص گردید دو سوم از بنگاه‌های جدید از نوع شرکت‌های زایشی از دیگر سازمان‌ها می‌باشند.

الگوی هلند

الگوی کارآفرینی فناورانه در هلند دارای سه رویکرد و نگرش است:

بهبود نگرش به کارآفرینی (به‌طور مثال در سیستم آموزشی)، ارتقای تبلیغات و اطلاع‌رسانی^{۱۳} و بهبود زیرساخت برای کارآفرینان نوآور، ترویج تفکر خوداشتغالی در نظام آموزشی هلند برای انتخاب کارراه کارآفرینی توسط دانش‌آموزان. اطلاع‌رسانی و تبلیغات و آموزش در جهت بهبود مهارت‌های کارآفرینانه، ارائه مشاوره‌های تخصصی، ایجاد ارتباط بین دانشگاه و کارآفرینان، انتقال نتایج تحقیق و توسعه و دانش از بخش دولتی به بخش خصوصی، ایجاد مراکز رشد در مراکز دانشگاهی و سهولت دسترسی به بازار سرمایه برای

13 - Racing Awareness

کارآفرینان از جمله عوامل مؤثر بر کارآفرینی فناورانه در سوئد محسوب می‌شود.

الگوی دانشگاه ماساچوست

"جان پریستون"^{۱۴} رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه ماساچوست محصل ده سال تجربه خود در زمینه تجاری‌سازی اختراعات در دانشگاه مزبور را به رشته تحریر درآورده است. او ضمن اعلام اینکه فارغ‌التحصیلان این دانشگاه ۱۰۶۵ شرکت تأسیس کرده‌اند و دانش‌اندوختگان آن بیش از ۴۵۰۰ شرکت دانش بنیان را در سراسر دنیا راه‌اندازی نموده‌اند، مهم‌ترین عامل مؤثر بر کارآفرینی فناورانه را به شرح زیر اعلام کرده است: نگرش‌ها، سرمایه‌گذاران با کیفیت، رفتار شورانگیز، سرعت ورود محصولات با کیفیت بالا به بازار، استعداد مدیریتی، انعطاف‌پذیری، زیرساخت‌ها و اختراعات ثبت شده (PRESTON, 2010: 21).

الگوی دانشگاه استانفورد

"تام بایرز"^{۱۵} محصل سال‌ها تجربه خویش در خصوص عوامل مؤثر بر کارآفرینی را در دو مقوله کلی عوامل درونی و عوامل بیرونی به شرح زیر طبقه‌بندی کرده است:

الف) عوامل درونی

14-John T. Preston
15-Tom Buyers

کارآفرینی فناورانه و کسب و کارهای خطرپذیر^{۱۶} نیازمند رهبرانی است که درک درستی از چشم‌انداز و خطرپذیری و دانش نهفته^{۱۷} داشته باشند. این فرایند متضمن شناسایی و کاهش عوامل اصلی خطرپذیری در طی زمان به شرح زیر می‌باشد:

راهربرد - افراد - بازار - فناور - تأمین مالی
عوامل فوق با ترکیبی صحیح از چشم‌انداز؛ راهبرد و اجرا منجر به نتیجه می‌شوند.

ب) عوامل بیرونی:

بافت یا زمینه^{۱۸}، موقعیت‌یابی بازار، طرح کسب و کار، جریان نقدینگی، تأمین منابع گوناگون سرمایه، کار تیمی، فروش مناسب و توسعه مهارت‌های کسب و کار و اخلاق از جمله مواردی است که برای توسعه کارآفرینی فناورانه نقش تعیین‌کننده دارند (BUYERS, 2011).

الگوی کارآفرینی فناورانه- مدل پرتفولیو^{۱۹}

سوتیاریس^{۲۰} با انجام تحقیقاتی، مدلی از کارآفرینی فناورانه تحت عنوان پرتفولیو ارائه نموده که این عوامل را به چهار دسته به شرح زیر طبقه‌بندی کرده است:

(۱) متغیرهای زمینه‌ای شامل: سابقه شرکت و محیط رقابتی

16 - Venture
17 - Tacit Knowledge
18 - Context
19- Portfolio
20 - Souitaris



محیط اقتصاد پایدار، ایجاد شرایط مطلوب برای کسب و کارهای کوچک و متوسط و پشتیبانی و کمک برای حل مسائل آنها (GLASSUND PSENICY, 2000:11). برخی از اقدامات دولت برای تحریک هر دو جنبه عرضه و تقاضای کارآفرینی در جامعه می‌باشد.

نقش دانشگاه در توسعه کارآفرینی فناورانه
دانشگاه‌ها در ایجاد و توسعه بنگاه‌های نوپای فناورمحور و کارآفرینی فناورانه دارای سه نقش مهم به شرح زیر می‌باشند:
(۱) نقش تحقیق و توسعه دانشگاهی در ایجاد بنگاه‌های نوپای فناورمحور
(۲) نقش آموزش
(۳) نقشی که دانشگاه‌ها از طریق خوشه‌ها، پارک‌های فناوری، مراکز رشد^{۲۲} و امثال آن در ایجاد بنگاه‌های فناورانه ایفا می‌نمایند.

دانشگاه‌ها و دیگر نهادهای آموزشی پیشرفته یک منبع مهم برای دانش جدید هم در بعد فنی و هم در بعد کارآفرینی می‌باشند و نقش مهمی در ایجاد کسب و کارهای خطرپذیر دارند. (LOFSTEN AND LINELOF, 2005: 1025)

امکان فناورانه آزمایش نشده برای تولید یک محصول جدید یا تولید محصول قبلی با شیوه‌های جدید و با استفاده از یک منبع جدید تأمین مواد و"
مدل مفهومی پرودان دارای هفت عنصر کلیدی یا هفت سطح تحلیل از کارآفرینی فناورانه برای ایجاد یک بنگاه مبتنی بر فناوری است.

این هفت عنصر یا عامل کلیدی عبارتند از:

۱- کارآفرین فناور ۲- دانشگاه ۳- صنعت ۴- سرمایه ۵- بازار/ مشتری ۶- دولت ۷- مشاوران
در ادامه به نقش دولت و دانشگاه در این زمینه اشاره می‌شود:

نقش دولت در توسعه کارآفرینی فناورانه

با توجه به مدل مفهومی تحقیق، دولت به لحاظ مجموعه اقداماتی که بایستی برای توسعه کارآفرینی فناورانه انجام دهد در دو بعد تحریک عرضه و تقاضای کارآفرینی مدنظر قرار گرفته است.

هدف از مداخله دولت غلبه بر شکاف دانش موجود و مشکلات مالی از طریق افزایش منابع اطلاعاتی و مالی است. اتخاذ خط مشی‌هایی برای تشویق بازار سرمایه در رابطه با فعالیت‌های خطرپذیر و همچنین حمایت مالی مستقیم، ارائه مشاوره درباره اطلاعات تجاری مرتبط، خط مشی‌های مالیاتی، قوانین استعدادی بازار کار (AUDRETSCH, GRILO & THARIN, 2008: 27) و همچنین خط مشی گذاری اقتصادکاران به ویژه ایجاد یک

(۲) متغیرهای مربوط به راهبرد شامل: بودجه نوآوری، راهبرد کسب و کار، ویژگی‌ها و سوابق مدیریت
(۳) قابلیت‌های سازمانی شامل: قابلیت‌های فنی، قابلیت‌های بازار، تحصیلات پرسنل، میزان تجربه آنان، آموزش پرسنل و فرایندهای داخلی.

(۴) متغیرهای ارتباطات خارجی شامل: ارتباط با ذینفعان، شبکه‌سازی و همکاری با سازمان‌های خارجی (SOUTARIS, 2003: 148)

الگوی شین و ونکاترامن

عمده‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی این دو محقق عبارتند از: زمینه، محیط کارآفرینانه، بنگاه، کارآفرین، محیط فنی و فناوری (SHUNE AND VANKATERAMAN, 2003: 142).

الگوی پرودان^{۲۱}

پرودان الگوی زیر را به عنوان یک مدل جامع که در بردارنده عناصر کلیدی مؤثر بر کارآفرینی فناورانه می‌باشد، ارائه کرده است.

این مدل دقیقاً منطبق با این عقیده شومپیتر است که گفته است:

"کارکرد کارآفرینان عبارتست از اصلاح یا دگرگونی الگوی تولید یا بهره‌برداری از یک نوآوری یا به طور کلی از یک



محرر کتاب

علمی است. مطالعه، پیشنهاداتی را در مورد نحوه تأثیر سیاست‌های مؤسسه‌ای بر پذیرش این مفهوم توسط اعضای هیأت علمی، مطرح می‌کند: گنجاندن این مفهوم در شرح وظایف اعضای هیأت علمی، ارزیابی سطح کاری آنها در زمینه کارآفرینی و ارائه تشویق‌های مالی به اعضای هیأت علمی کارآفرین از جمله راهکارهاست



Gender: A Study on Turkish Entrepreneurs/ Ozlem Karabuber Kunday/ 2010. Publisher: LAP LAMBERT Academic Publishing. ISBN: 9783843350013
کارآفرینی و نوآوری: اهمیت ویژگی‌های شخصی و جنسیت: یک مطالعه در باره کارآفرینان ترکیه

در سال‌های اخیر دو موضوع کارآفرینی و نوآوری به طور گسترده‌ای با هم مورد مطالعه قرار گرفته است. به لحاظ آگاهی روزافزون از اهمیت و ارتباط این دو مسئله، این کتاب قصد دارد اهمیت ویژگی‌های شخصی و جنسیت را در زمینه کارآفرینی و نوآوری نشان دهد. به همین لحاظ، تحقیقی روی گروهی از کارآفرینان ترکیه انجام شده است. نتایج، دیدگاه‌های قابل توجهی را ارائه می‌کند که برای

شغلی می‌شود. عوامل مؤسسه‌ای شامل ارائه برنامه قابل وصول به دانشجویان، شهرت، تاریخچه، سیاست‌ها و وظایف مؤسسه‌ای و مدیریت اجرایی و دانشگاهی است. عوامل محیطی به محدوده دانشگاه مربوط می‌شود که مشوق رفتار کارآفرینانه خواهد بود. بخش عمده این مطالعه متمرکز بر عواملی است که کارآفرینی دانشگاهی را در بین اعضای هیأت علمی تشویق می‌کند و در نهایت از تلاش‌های سازمانی برای تقویت بودجه حمایت می‌نماید. این سؤالات در طول تحقیق مطرح شد: کدامیک از عوامل شخصی، مؤسسه‌ای و

محیطی بر اعضای هیأت علمی در مواجهه با کارآفرینی دانشگاهی تأثیر می‌گذارد؟ چه رابطه‌ای بین ویژگی‌های محیطی، مؤسسه‌ای و پیشینه، استمرار و کیفیت کارآفرینی دانشگاهی در بین اعضای هیأت علمی وجود دارد؟ نتایج نشان داد که هر سه عامل برای پذیرش کارآفرینی در میان اعضای هیأت علمی ضروری هستند. مطالعه همچنین می‌گوید، تغییر سیاست مؤسسه‌ای عاملی تعیین کننده و کلیدی است که پذیرش کارآفرینی دانشگاهی را تشویق می‌نماید.

ترویج کارآفرینی بین اعضای هیأت علمی نیازمند سیاست‌های مؤسسه‌ای در زمینه استخدام، حفظ و ارزشیابی اعضای هیأت



The Academic Entrepreneur: An Examination Of Factors That Influence Academic Entrepreneurialism Among Community.../ John Paul Tabakian / 2013. Publisher: CreateSpace Independent Publishing Platform;

ISBN: 9781481933551

کارآفرینی دانشگاهی: بررسی عواملی که بر کارآفرینی دانشگاهی در بین اعضای هیأت علمی تأثیر می‌گذارد.

بودجه دانشگاه‌ها به طور پیوسته و بعد از اوج افزایش در دهه هفتاد، کاهش یافته است. حضور تهدیدها مبنی بر قطع بودجه، انگیزه اصلی برای پذیرفتن کارآفرینی دانشگاهی بود. در این کتاب، مفاهیم کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه کالیفرنیا به منظور شناخت این مسئله که چه عواملی اعضای هیأت علمی را تشویق به دنبال کردن راه حل‌های کارآفرینانه دانشگاهی می‌کند، بررسی شده است. در این مطالعه، سه دسته از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی دانشگاهی، مشخص گردیده‌اند: عوامل شخصی، مؤسسه‌ای و عوامل محیطی. عوامل شخصی شامل ویژگی‌های جمعیتی، پیشینه افراد، سن، جنس، نژاد، آموزش دانشگاهی و تجربیات



Top Management Team/Entrepreneur Profile/Zaina Majdani/2013. Publisher: LAP LAMBERT Academic Publishing ISBN: 9783659350924

تیم مدیریت ارشد / مشخصات کارآفرینان

بنیان‌گذار سازمان کارآفرینی در ابتدا علاقمند به تجدید ساختار وضعیت عمومی شرکت است. حضور ویژگی‌های کارآفرینی در افراد این فرض را به وجود می‌آورد که ارزش‌های قابل مشاهده و قابل سنجش شرکت افزایش می‌یابد، بخصوص وقتی اشخاص مذکور در موقعیت مدیریت ارشد، یکی از سرمایه‌گذاران بالقوه یا اعضای هیئت مدیره باشند. در تلاش برای مطالعه عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری و ویژگی‌های تیم مدیریت ارشد، در این مجموعه دویست و پانزده شرکت و رابطه بین سرمایه‌گذاری و مشخصه‌های کارآفرینی سرمایه‌گذاران و اینکه آیا این شرکت‌ها دارای مدیران با تجربه و مستقلى هستند و یا افرادی تثبیت نشده در رأس کار قرار دارند، مورد بررسی قرار گرفته است.

کارآفرینان، دانشگاهیان و سیاستگذاران مفید خواهد بود.
The Entrepreneur: Building and Managing an Enterprise Paperback/James Sunday Kehinde / 2013. Publisher: LAP LAMBERT Academic Publishing. ISBN: 9783659292361



کارآفرین: ایجاد و مدیریت سرمایه‌گذاری

هدف کارآفرینی در ابتدا، توسعه مهارت‌ها در افرادی است که به خاطر ترس از آغاز، راه اندازی و توسعه سرمایه‌گذاری، از کار طفره می‌روند. مشخصه کارآفرینان مخاطره‌پذیری و مدیریت منابع انسانی و مادی برای سوددهی است.

در معرفی کتاب آمده است، این مجموعه برای کارکنان در هر سازمانی مفید خواهد بود. و برای دانشجویان در توسعه کارآفرینی در تمام سطوح منبعی مهم است.

اگر به دنبال تغییری هستید، باید خود شما نمادی از این تغییر باشید. گاندی