



فهرست مطالب

تبریک میلاد حضرت رسول (ص)، امام جعفر صادق (ع)

۲. دهه مبارک فجر.....
۳. مدیران کار آفرین.....
۵. مرکز کار آفرینی دانشگاه شیراز.....
۹. معرفی شرکت‌های دانش بنیان: شرکت آماردی کاوش.....
۱۳. دانشگاه کار آفرین - بخش دوم.....
۱۴. گزارش خبری: طرح پمپ خلاء "برگزیده موفق در تولید ملی".....
۱۵. معرفی کتاب.....

شوق کار آفرینی

ماهنامه الکترونیکی علمی و ترویجی دفتر توسعه کار آفرینی دانشگاه‌ها / شماره چهارم / بهمن ماه ۱۳۹۱
صاحب امتیاز: دفتر توسعه کار آفرینی دانشگاه‌ها - سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران
مدیر مسئول: علیرضا اللهیاری
سر دبیر: ناهید مهریزی
همکاران: فرحناز کی کلادوز، آمنه برنگی
طراح لوگو و صفحه آرایی: محمد نعیم آبادی و عباسعلی امانی (روابط عمومی)

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

یا بدیع

زندگی خوش و بهترین سرانجام‌ها از آن کسانی است که ایمان آورده‌اند و کارهای شایسته کرده‌اند.
(سوره رعد - آیه ۲۹)



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران
دفتر توسعه کار آفرینی دانشگاه‌ها

شماره چهارم - بهمن ۱۳۹۱

شوق‌آفرین

دهه فجر بر فجر آفرینان مبارک باد

این انقلاب بی نام خمینی در هیچ جای جهان شناخته شده نیست (مقام معظم رهبری)

هفدهم ربیع الاول، سالروز ولادت رحمه للعالمین، خاتم الانبیاء،
اشرف مخلوقات، بهانه حدوث خلقت، مهر سپهر سرمدی
حضرت محمد مصطفی (ص)
وسلاله پاکشی امام صادق (ع)
بر پیروان نبوت وامامت، جامعه دانشگاهی، اساتید ودانشجویان
مبارک باد





مدیران کارآفرین

نیاز به مدیریت قوی و انعطاف پذیر برای هر بنگاه و یا سازمانی به اولین اولویت تبدیل شده است. پیدایش مدل‌های جدید کسب و کار در اثر پیشرفت‌های علمی و به دنبال آن فناوری‌های نوین و همچنین غیر قابل پیش بینی بودن شرایط اقتصادی، مدیران را با چالش‌های متفاوتی درگیر می‌کند.

یک دسته از مدیران فقط منصب مدیریت را با خود حمل می‌کنند. ممکن است عنوان شغلی مهمی داشته باشند، ولی افراد نسبت به آن‌ها احساس تعهد ندارند. این‌گونه مدیران کارمندانی دارند که طبق قوانین دولتی و یا شرکتی باید از ایشان پیروی کنند. دسته دیگر مدیرانی هستند که مدیریت آنان حقیقی است و البته شاید منصب و درآمد خوبی نداشته باشند، اما افراد مایلند با آن‌ها کار کنند. تمامی کارشناسان با اشتیاق مدیریت و رهبری آنان را می‌پذیرند و از این طریق دستاوردهای بزرگی کسب می‌کنند. سخن را کوتاه کنیم و به علت این تفاوت‌ها بپردازیم.

آینده نگری: بنگاه‌ها و سازمان‌ها نیاز به مدیرانی دارند که بتوانند فرداها را ببینند، دارای نقشه راهی فراگیر باشند تا آنان را در چالش‌ها و شرایط سخت راهنمایی نماید. اگر مدیران فقط به بحران‌های موجود توجه داشته باشند، پر واضح است این‌گونه تلاش‌ها فقط به حفظ وضع موجود محدود می‌شود و این امر مانع از یافتن روش‌های ابتکاری برای دست یابی به اهدافی است که با آینده‌نگری طراحی شده اند. مدیران

کارآفرین فقط منافع خود را در نظر نمی‌گیرند و همیشه دقت دارند که آیا آینده‌نگری بر مبنای درک بالای آنان از مسایلی باشد که برای پیشرفت بنگاه و کسب و کار لازم است و البته در این صورت است که می‌توانند در مسیر مدیریت خود همکاری همدل بیابند و در شرایط دشوار، سرانجام راهی برای پیشرفت پیدا کنند.

شجاعت: آیا سرمایه گذاری برای فناوری پیشرفته‌ای که در صورت عدم موفقیت در بازار بدهی زیادی به بار می‌آورد به صلاح شرکت است؟ یک مدیر شجاع خود را در معرض خطر قرار می‌دهد و با وجود ترس و تردید، اقدام به انتخاب می‌کند. شاید تصور ما از فرد شجاع، فردی بدون ترس باشد، اما در حقیقت شجاعت این است که با وجود خطر، بر تصمیم خود باقی بمانیم.

آیا مدیران بهترین تصمیماتی را که در توانشان است، می‌گیرند؟ و از آن مهم‌تر آیا در قبال تصمیمات خود مسئولیت پذیر هستند؟ مدیر کارآفرین در رفتارهای خود نیز شجاعانه برخورد می‌کند. به بیان گویاتر اشتباهات خود را می‌پذیرد و بدون پنهان کردن خود پشت دیگران، با احترام کامل معذرت خواهی می‌کند. این توانایی را نیز دارد که در صورت به دست آوردن اطلاعات جدید و لزوم تغییر در برنامه‌های قبلی، تصمیمات جدید اتخاذ کند و به خوبی می‌تواند این تغییر نگرش را برای دیگران توضیح دهد. مدیر شجاع و کارآفرین در

شرایط دشوار سیاست‌گذاری می‌کند و مسئولیت تصمیمات و عملکرد خود را می‌پذیرد.

شوق کارآفرینی: اشتیاق، تعهد خاص و خالص و پایداری در سیاست‌های با محتوی و سرشار از معانی حقیقی می‌باشد. بنابراین اشتیاق با تعصب و عدم انعطاف پذیری تفاوت دارد. مدیر مشتاق از تبادل نظر با همکارانش همیشه استقبال می‌کند و مشوق افرادی است که نظرات خود را با شجاعت بیان می‌کنند. چنین مدیری هرگز به همکاران خود نمی‌گوید: "روش من درست است و همه باید از آن پیروی کنند". بلکه می‌گوید: "من فکر می‌کنم این روش درست است، اگر شما هم این‌گونه فکر می‌کنید به نظراتان چگونه می‌توانیم آن را به اجرا درآوریم؟" کمک خواستن، از توانمندی مدیر نشأت می‌گیرد. البته او در مورد اشتیاق خود به روش اقناعی سخن می‌گوید تا افکار کارشناسان در مورد طرح به چالش کشیده شود. وقتی مدیری اشتیاق دارد، حس قدرت و اطمینان را در همکارانش ایجاد می‌کند و این امر نوعی اعتماد در محیط کار است که نتیجه‌اش تلاش روز افزون در تمامی افراد می‌شود.

تعادل: این ویژگی تعدیل کننده سه ویژگی قبل است. به بیان بهتر وجود آن توانمندی‌ها بدون درایت و تعادل نتیجه‌بخش نخواهد بود. مدیر با درایت، تصویر صحیح و بدون نقصی از شرایط موجود دارد و بر اساس آن بهترین تصمیمات را اتخاذ می‌کند. در این شرایط مدیر باید زمان کافی صرف تفکر عمیق



در موضوعات مهم شرکت نماید و از مشورت همکاران خود بهره ببرد. مدیری متعادل است که دیدگاهی منطقی و بی طرفانه داشته باشد تا چالش‌ها را با ذهنی باز و بدون تعصب و جهت‌گیری مورد بررسی قرار دهد و در نتیجه مشکلات را ریشه‌یابی می‌کند. او باید بتواند از موضوع فاصله بگیرد تا قدرت مشاهده تصویری کلی از آن را داشته باشد. البته حضور یک اصل اخلاقی بسیار مهم است و آن به کارگیری بهترین روش اجرای آن تصمیم است و اینکه روش اجرا با اصول اخلاقی سازگار است یا خیر؟ مدیر نباید فقط به سود فکر کند و به تأثیر تصمیمات بر همکاران، مشتریان، بازار و اعتبار شرکت نیز بیندیشد. این تعادل به همه کمک می‌کند تا حتی در جریان تغییرات اساسی احساس امنیت و آرامش کنند.

صداقت: عدم صداقت یک مدیر باعث بروز تشنج در محیط کار می‌گردد و او نمی‌تواند برای مدت زیادی در جایگاه خود باقی بماند. اعتماد به مدیر، کلیدی برای امنیت کارکنان محسوب می‌شود. این موضوع بسیار ساده است، مدیر قابل اطمینان دروغ نمی‌گوید و به وعده خود عمل می‌کند و بدون نگرانی به همکاران می‌گوید که نمی‌تواند در باره برخی از مسایل با آنها صحبت کند. به گفته‌های خود پایبند است و در صورت فراهم نشدن امکان اقدام، از همکاران عذرخواهی می‌کند. برنامه جدید خود را برای اصلاح سیاست‌هایش با آنها در میان می‌گذارد، هرگز سخنی را نمی‌گوید که افراد تمایل به شنیدن آن دارند. بلکه صادقانه موضوعی را بیان می‌کند که به درستی آن اعتقاد دارد و توانایی انجامش را دارد. یکی از دست‌آوردهای صداقت مدیران کارآفرین تلاش

سخاوت‌مندانه همکاران در خصوص تأمین اطلاعات مورد نیاز شرکت و یا سازمان و حتی آموزش دیگران است. این تلاش ارزشمند بر مدیران نیز تأثیر بسزایی دارد. آنان به دنبال بازخورد موضوعات و روش‌های مختلف بوده و به بررسی نحوه عملکرد کارکنان می‌پردازند و این خود موجب ارتقای عملکرد طرفین می‌گردد.

مدیر مسئول

امام علی (ع):

پایداری زندگی در برنامه ریزی درست و وسیله رسیدن به آن، مدیریت صحیح است.



مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز www.shirazu.ac.ir/suec

قبول خطر شکست وارد میدان کسب و کار می‌شوند. اما از میان این گروه معمولاً جمع کوچکی (حدوداً سیزده درصد) خطر شکست زود رس را پشت سر می‌گذارند و به مراحل پیشرفته تر کسب و کار می‌رسند. کارآفرینانی که بدین نحو وارد عرصه کسب و کار می‌شوند، معمولاً از آموزش ویژه‌ای - جز آنچه در مشاغل قبلی خود آموخته‌اند - برخوردار نیستند. حال این پرسش مطرح است که با استفاده از دانش مدیریت و سایر علوم اجتماعی و اقتصادی تا چه حد می‌توان فرآیند انتخاب و پرورش کارآفرینان را آسانتر، کم هزینه تر و اثر بخش تر از جریان سعی و خطا کرد.

پرسش فوق موضوع پژوهش‌های متعددی در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی کشورهای صنعتی بوده است. در نتیجه همین پژوهش‌ها اکنون آزمون‌هایی برای سنجش و پیش بینی قابلیت‌های کارآفرینی داوطلبان ایجاد کسب و کار و نیز برنامه‌های آموزشی برای ارتقای قابلیت‌های کارآفرینی افراد مستعد تدوین و تنظیم شده است.

گرچه خصایص ذاتی و موروثی افراد مانند هوش، خلاقیت، عزم و اراده، جسارت و خطر پذیری، سهم مهمی در شخصیت و عملکرد کارفرمایان داشته است، لیکن اینگونه نیست که هر کس دارای این ویژگی‌ها باشد، حتماً کارآفرین است. در

کارآفرین منتظر سرمایه گذاری و ایجاد شغل از طرف دولت نیست. او خود با شناخت صحیح فرصت‌ها و استفاده از سرمایه‌های راکد امکاناتی را فراهم نموده و با سازماندهی و مدیریت مناسب منابع، ایده‌خویش را عملی می‌نماید. او تنها خودش شاغل نمیشود، بلکه بدون اتکال به دولت، در بخش غیردولتی برای افراد دیگر نیز شغل می‌آفریند و علاوه بر آن نقش مهمی در تولید و «اشتغال مولد» دارد. این امر سبب کاهش نرخ بیکاری بدون نیاز به سرمایه گذاری دولت برای ایجاد اشتغال می‌گردد. البته دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات و پی گیری سیاست‌های مناسب، حرکت کارآفرینان را شدت و شتاب بخشد.

ضرورت پرورش و آموزش کارآفرینان:

به طور سنتی در جوامع صنعتی و به طور معمول در کشور ما کارآفرینان از طریق سعی و خطا و بقای اصلح انتخاب شده‌اند. کسانی که در خود توان ایجاد کسب و کار جدید را می‌بینند با کشف فرصت‌های موجود در جامعه، انجام نوعی مطالعه و امکان سنجی فنی و اقتصادی، بسیج منابع پراکنده مالی و انسانی، دستیابی به تکنولوژی‌های مرتبط و بالاخره با

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

* با تشکر از آقای دکتر علی نقی مصلح شیرازی رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز و آقای محمدعلی پناهی کارشناس مرکز برای ارائه این گزارش

اهمیت کارآفرینی:

از نظر برخی از اقتصاددانان و صاحب‌نظران و دانشمندان مدیریت، موتور حرکت و رشد اقتصاد یک جامعه کارآفرینانی هستند که در یک محیط رقابتی و در شرایط عدم تعادل (و نه تعادل ایستا) جامعه را به حرکت در می‌آورند و توسعه می‌بخشند. کلید موفقیت کارآفرینی، یافتن روش‌های خلاقانه‌ای است که با به کارگیری تکنولوژی‌های جدید یا بازاریابی بهتر، سریعتر و کم هزینه تر کالاهای جدید، خواسته‌های بشری را به نحو احسن برآورده می‌سازند. این به معنای تولید کالاهای موجود با هزینه‌های کمتر یا ارتقای کیفیت آنها و یا به معنای ایجاد بازاریابی برای کالاهای کاملاً جدید است.

تعاریفی که از کارآفرینی ارائه شد، مبین آن است که



ترویجی) در شورای کارآفرینی دانشگاه مطرح و پس از تصویب، وجاهت قانونی خواهد یافت. این شورا هر ماه یک بار تشکیل جلسه داده و پس از بررسی تمامی تقاضاهای ارسالی، نتیجه را به درخواست کننده ارجاع می‌دهد.

اعضای شورای علمی کارآفرینی:

اعضای این شورا مرکب از معاون پژوهشی دانشگاه - رئیس مرکز کارآفرینی و روسای هسته‌های کارآفرینی دانشکده‌ها می‌باشد.

رئیس هسته کارآفرینی هر دانشکده یکی از اعضای هیأت علمی آن دانشکده است که مسئولیت انجام فعالیت‌های کارآفرینی دانشکده مربوطه را برعهده دارد.

فعالیت‌های اصلی این مرکز و هسته‌های وابسته به آن به چهار بخش تقسیم می‌گردد:

علوم، تدوین و به دوازده دانشگاه مجری از جمله دانشگاه شیراز ابلاغ شد.

مسئولیت اجرای این طرح در دانشگاه شیراز به عهده معاونت پژوهشی دانشگاه گذاشته شده است. در اسفند ماه ۱۳۷۹ برای راه اندازی مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز فعالیت‌های مقدماتی صورت پذیرفت و از سال ۱۳۸۰ این مرکز رسماً فعالیت خود را آغاز کرد. مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز به دلیل پراکندگی واحدهای دانشگاهی دانشگاه شیراز بر حسب ضرورت به راه اندازی هسته‌های کارآفرینی در دانشکده‌ها پرداخت که در حال حاضر این هسته‌ها در تمام دانشکده‌ها فعال بوده و وظایف حمایت از دانشجویان کارآفرین دانشکده‌ها را بر عهده دارند. فعالیت این هسته‌ها بر اساس دستورالعمل اجرایی هسته‌های کارآفرینی دانشکده‌ها می‌باشد که در سال ۱۳۸۱ تصویب و ابلاغ گردید. هدف این مرکز و هسته‌های وابسته به آن پرورش دانشجویان کارآفرینی است که پس از اتمام تحصیلات، به‌جز یادگیری دروس نظری دانشگاهی، دارای توانایی‌های لازم جهت راه اندازی یک کسب و کار باشند.

شورای علمی کارآفرینی:

تمامی فعالیت‌های مرکز کارآفرینی و هسته‌های کارآفرینی دانشگاه شیراز (فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی و

این شرایط او یک کارآفرین بالقوه است.

تحقیقات بسیاری تأیید می‌کند که فرآیند و برنامه‌های آموزشی خاص می‌تواند با تغییر بینش و فرهنگ افراد و تجهیز آنها به دانش و مهارت‌های ویژه، راهی را که آنها احتمالاً با سعی و خطا و گذشت زمان طولانی به آن می‌رسند، کوتاه نموده و به سرعت یک کارآفرین بالقوه را به یک کارآفرین بالفعل تبدیل کند. لذا به دلیل اهمیت و نقش کارآفرینان در دو دهه گذشته، برنامه‌های آموزشی ویژه و متنوعی برای آموزش و پرورش کارآفرینان در دانشگاه‌های کشورهای پیشرفته و در حال توسعه ارائه می‌گردد که از جمله مباحث این دوره‌ها می‌توان به موضوعاتی از قبیل: آشنایی با کارآفرینی و خود اشتغالی، بازاریابی و فرصت‌های بازار، اصول امکان سنجی اقتصادی، آشنایی با قوانین تجارت و ایجاد شرکت خصوصی، مقررات مالی و عملیات بانکی، مقررات مالیاتی، مدیریت منابع مالی، اصول سازمان و مدیریت، مدیریت منابع انسانی، آشنایی با کارآفرینان موفق و تجارب آنها و... اشاره نمود.

کارآفرینی در دانشگاه شیراز

طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور (کاراد) در اواخر سال ۱۳۷۹ توسط سیاست‌گذاران و برنامه ریزان وزارت





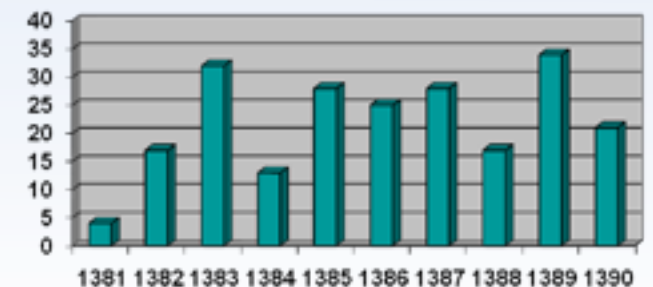
۱- فعالیت‌های آموزشی:

الف) ایجاد سه واحد درس عمومی اختیاری کارآفرینی.
ب) آموزش مدرسان دانشگاه.
ج) حمایت از کارگاه‌های کارآفرینی که از طرف مرکز کارآفرینی و هسته‌های کارآفرینی دانشکده‌ها جهت ارتقای دانش و ایجاد روحیه پژوهشگری در دانشجویان برگزار می‌شود. این کارگاه‌ها با پیشنهاد یکی از هسته‌های کارآفرینی مطرح و توسط یک یا چند نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه و یا متخصصان آن موضوع از خارج از دانشگاه تشکیل می‌گردد.

عناوین تعدادی از کارگاه‌های برگزار شده:

- مدیریت الکترونیک پروژه‌های کشاورزی / Arc Gis / تجارت الکترونیک / مراحل کسب و کار موفق / ایده پردازی / تدوین طرح تجاری / صنعت کروکودیل / تکثیر و پرورش آرتمیا / همایش ملی پرتئومیکس / کارگاه آموزشی آشنایی

نمودار تعداد کارگاه‌های انجام گرفته در ۱۰ سال اول فعالیت مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز



با بازار بورس

د) برگزاری کنفرانس‌ها و سمینارهای تخصصی همچون:

- سمینار توسعه کارآفرینی و تجلیل از زنان کارآفرین / همایش افق‌های نوین در گستره دامپزشکی / همایش چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین / همایش ملی پرتئومیکس / دعوت از کارآفرینان برتر در رشته دامپزشکی / نشست کارآفرینی و چالش‌های پیش رو

۲- فعالیت‌های پژوهشی:

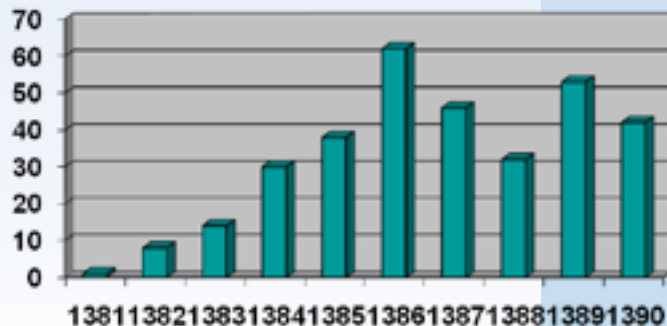
حمایت مالی و علمی از طرح‌های پژوهشی کارآفرینی دانشجویی اهم فعالیت‌های پژوهشی این مرکز می‌باشد. در این راستا هسته‌های کارآفرینی در تمامی دانشکده‌ها ایجاد شده که یکی از اعضای هیأت علمی آن دانشکده مسئولیت هسته‌ها را بر عهده دارد. دانشجویان علاقمند به انجام طرح‌های پژوهشی کارآفرینی می‌توانند طرح پیشنهادی خود را به رئیس هسته دانشکده ارائه دهند، در صورت تصویب در شورای علمی مرکز کارآفرینی دانشگاه، با دانشجوی مذکور قرارداد طرح کارآفرینی امضاء گردیده و طرح اجراء می‌گردد. نکته حائز اهمیت اینکه تمامی طرح‌های ارائه شده بایستی زیر نظر یکی از اساتید دانشگاه به‌عنوان استاد ناظر تهیه و انجام شود که با توجه به کثرت طرح‌های پژوهشی در این

سال‌ها، به جرأت می‌توان گفت که درصد بالایی از اعضای هیأت علمی دانشگاه در فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویان دخیل بوده و آنها را تا رسیدن به هدف نهایی راهنمایی نموده‌اند.

عناوین تعدادی از طرح‌های پژوهشی انجام گرفته:

- ساخت و ارزیابی دستگاه سوارشونده برداشت نخود مناسب با مزارع ایران (در قالب پایان‌نامه) / ژئوتوریسم / لوح فشرده شیراز شهر گلشن / تولید محیط کشت باکتری / تقویم یادگیری زبان عمومی و اختصاصی / طراحی و ساخت سنسور فشار مبتنی بر لایه نازک / تولید صمغ دکستران از ضایعات خرما / تولید پودر نانوکریستال آلومیناید نیکل توسط آلیاژسازی مکانیکی / ساخت دستگاه بینوکولار دیجیتال / رطوبت سنج فراصوتی

نمودار تعداد طرح‌های پژوهشی مورد حمایت در ۱۰ سال اول فعالیت مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز





همایون شهباز کیا در جشنواره شیخ بهایی سال ۱۳۸۶
- کسب مقام دوم بخش طرح های کسب و کار توسط خانم
مهناز برمشوری در جشنواره شیخ بهایی سال ۱۳۹۰
۴- فعالیت های انتشاراتی:

۱- انتشار کتاب "کارآفرینی و امکان سنجی طرح های سرمایه گذاری صنعتی" / تألیف: دکتر علی نقی مصلح شیرازی / چاپ: انتشارات دانشگاه تهران

۲- انتشار کتاب "توسعه کارآفرینی رویکرد آموزشی" / تألیف: دکتر کرامت ا... اکبری / چاپ: انتشارات جهاد دانشگاهی

۳- انتشار چند شماره از ماهنامه کارآفرین و توزیع آن بین دانشجویان

۴- انتشار دو لوح فشرده از فعالیت های مرکز کارآفرینی ترجمه:

۱- Energise your Enterprise, تألیف: Peter Wickens, مترجم: خانم سنجری

۲- Enterprise Express, تألیف: Nicolas King, مترجم: دکتر ملک

۳- Business Like Budgeting, تألیف: Eric Parsloe & Raymond Wright, مترجم: دکتر طباطبایی

۴- Managing Intellectual, تألیف: Chris FitzSimmons & Jones, مترجم: دکتر ملک



با سازمان صنایع دستی استان برای حمایت از کارآفرینان رشته های هنر و معماری که در این راستا انجمن دانشجویان و دانش آموختگان رشته های هنر و معماری دانشگاه شیراز زیر نظر سازمان صنایع دستی استان فارس راه اندازی گردید..
(ط) امضاء موافقتنامه همکاری مشترک بین مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز و پارک علم و فناوری فارس و ایجاد زمینه هدایت و حمایت از کارآفرینان، توسعه فرهنگ کارآفرینی و تشکیل شرکت های کوچک و متوسط موفق با مشارکت دانشجویان کارآفرین دانشگاه شیراز (ی) ده ها مورد بازدید از محیط فعالیت کارآفرینان در سطح استان فارس (ک))
حمایت از دانشجویان جهت شرکت در جشنواره های معتبر در سطح کشور همچون جشنواره کارآفرینی شیخ بهایی و کسب افتخار در این جشنواره ها از جمله:
- کسب مقام اول بخش طرح های کسب و کار توسط آقای

هدف تمام این حمایت ها کسب مهارت لازم توسط دانشجویان و راه اندازی کسب و کار مستقل توسط آنهاست که در این راستا تاکنون دانشجویان زیادی توانسته اند این مسیر را به خوبی پیموده و کسب و کار خود را راه اندازی نمایند از جمله:
- شرکت تعاونی تولیدی- خدماتی سبزپویان / شرکت تعاونی چهار ضلع سلیم / شرکت تعاونی شیشه و نور پرتو مهر / شرکت علم و صنعت ققنوس

۳- فعالیت های ترویجی:

الف) همکاری با رسانه های عمومی برای تبلیغ و آموزش کارآفرینی در سطح استان. ب) انجام ده ها همایش و سمینار جهت توسعه کارآفرینی. ج) ایجاد نمایشگاه دائمی و بورس ایده های کارآفرینی در محل سرسرای ساختمان مدیریت دانشگاه شیراز. د) طراحی و انتشار بولتن ها و سایر ابزار اطلاع رسانی. ه) ایجاد صفحه مرکز کارآفرینی در وب سایت دانشگاه شیراز به آدرس

www.shirazu.ac.ir/suec

و) ارائه مشاوره به افراد جهت نوشتن طرح های دانشجویی و طرح های کسب و کار. ز) تفاهم نامه با وزارت تعاون برای اعزام یک نفر کارشناس تعاون و مشاوره به دانشجویان کارآفرین جهت راه اندازی کسب و کار از طریق تأسیس شرکت های تعاونی و حمایت های ویژه از آنها. ح) تفاهم نامه



معرفی شرکت‌های دانش‌بنیان در مصاحبه

با دکتر حسن علیزاده سالومحله

مدیرعامل شرکت آماردی کاوش

h_alizadehs@pnu.ac.ir



*در هر صحبت و تعاملی ابتدا نام‌ها و معانی آنها جلب توجه می‌کند. آماردی

کاوش از اینگونه نام‌ها بود. معنای آن را در منابع جستجو کردیم و به این تعاریف رسیدیم:

آماردی نام طایفه‌ای است در گیلان. آماردها در دنیای باستان به جنگاوری و سلحشوری شهرت داشتند. سعید نفیسی درباره آماردها و ویژگی‌های آنان چنین نوشته است: ریشه این نام امرته است که طایفه‌ای قدیمی از گیلان در رودبار بوده اند. این کلمه به زبان قدیم به معنی نمیرنده است. پیداست که مردانی بوده اند بسیار جان سخت و پر تاب و توان که دیر از پای در می‌آمدند. این گروه تا زمان های تاریخی هنوز در آن ناحیه سکونت داشته اند.

در متن مصاحبه خواهید دید که این نام برای تلاش‌های صورت گرفته بسیار با معناست.

۱. سوابق تحصیلی و شغلی خود را بیان بفرمایید.

کیفیت عرضه محصول عاملی مهم در موفقیت

در سال ۱۳۷۲ برای تحصیل در مقطع کارشناسی زمین شناسی وارد دانشگاه صنعتی شاهرود شدم. در سال ۱۳۷۸ پس از انجام کاوش‌های زیاد موفق به کشف ماده معدنی میکا در منطقه املش در استان گیلان گردیدم. پس از انجام عملیات اکتشافی گواهی‌نامه کشف یکی از بزرگ‌ترین معادن میکای ایران را دریافت کردم. در همین سال شرکت آماردی کاوش را تأسیس نمودم. هم‌زمان با اقدامات فوق تحصیلاتم را ادامه دادم و در سال ۱۳۸۹ دوره دکتری را در رشته زمین شناسی گرایش تکتونیک (این رشته به بررسی تغییر شکل های موجود در پوسته جامد زمین از مقیاس میکروسکوپی تا رشته جبال می پردازد) در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات به اتمام رساندم و از سال ۱۳۸۶ به‌عنوان عضو هیأت علمی وارد دانشگاه پیام نور شدم.

۲. لطفا در باره سنگ های میکا توضیح دهید:

میکا نامی است که بر گروهی از کانی های سنگ پدیدآور، گذاشته شده است. کانی های میکا عبارتند از: میکای سفید - فلوگوپیت - میکا سیاه - لپیدولیت. ورقه‌های میکا را «آیزن گلاس» می‌گویند.

انواع میکا هر چند از عناصر مختلفی تشکیل شده اند ولی همه شبیه به یکدیگرند. تمام انواع «میکا» را می‌توان به صورت

ورقه‌های نازک یا دانه‌های ریز و فلسی در آورد که در صنعت کاربرد دارد. همه میکاها نوعی کریستال به‌وجود می‌آورند که به لحاظ رنگ گوناگون است. یعنی آنکه به‌ترتیب از بی رنگ شروع شده به رنگ‌های سبز، قرمز، قهوه‌ای و سیاه در می‌آید.

میکا در بیشتر سنگ های موجود در قشر زمین یافت می‌شود و بخش مهمی از سنگ های آذرین است. مهم‌ترین مناطقی که





به قوانین و مقررات تجارت، مشکلات عمده اکثر شرکت‌های تعاونی می‌باشد. به عقیده من در یک شرکت، اعضای هیأت مدیره باید تصمیمات را اتخاذ نموده و مدیر عامل نسبت به اجرای آن اقدام کند. دخالت بعضی از اعضاء در امور جاری شرکت غیر از مجرای قانونی عامل همه اختلافات در شرکت‌ها است. توسعه فرهنگ کار گروهی در این زمینه تأثیر زیادی دارد.

۶. بازاریابی برای محصولات چگونه است؟
شرکت با توجه به آشنایی که به بازار و مشتریان خود دارد، با یک سیستم هدفدار و پویا برای گسترش تولید اقدام می‌کند. چون می‌داند که مشتریان بیشتر از توجه به محصولات به منافع همراه با محصولات دقت دارند. این امر باعث شده تأکید شرکت ما همیشه بر نیازهای مشتریان باشد. بازاریابی هم بیشتر با حضور در نمایشگاه‌های تخصصی و معرفی محصولات انجام می‌شود.

۷. میزان فروش محصولات شرکت به چه ترتیب است؟

می‌باشد. عدم وجود نقدینگی، عدم ثبات در بازار پولی و عدم ثبات در قوانین و مقررات از جمله مشکلات اصلی تولید می‌باشد.

۵. کار گروهی چه مسایلی دارد و به نظر شما راه حل این موارد چیست؟

حضور سهامداران در حیطه اجرا مهم ترین مسئله در کار گروهی است. به نظر من سهامداران شرکت نباید در امور اجرایی وارد شوند. بلکه می‌بایست در تصمیمات کلان ایفای نقش نمایند. چون مسائل اقتصادی و عدم توجه



مواد معدنی میکا و کاربرد آن در صنایع کشور و سایر فعالیت‌های اکتشافی ادامه یافت. بخشی از کاوش‌های انجام شده توسط این مجموعه اکتشاف سه محدوده سنگ ساختمانی، یک محدوده گچ و یک محدوده خاک نسوز می‌باشد. همچنین این گروه فعالیت خود را برای جایگزینی ماده معدنی میکا به جای آزبست در صنایع شروع نمود که با انجام مطالعات گسترده و آزمایشات لازم توسط اداره کل استاندارد منجر به ثبت اختراع گردید. پس از ثبت اختراع با سرمایه‌گذاری یکی از افراد گروه کارخانه لنت ترمز بدون آزبست با نشان تجاری میکالنت در سال ۱۳۸۶ به بهره‌برداری رسید.

۴. در شکل‌گیری فعالیت با چه مشکلاتی روبرو بوده‌اید؟

اقتصاد وابسته به نفت عامل همه مشکلات تولید کنندگان

از آن میکا به دست می‌آید، کوه‌های آپالاش و راکی در کانادا، هندوستان، ماداگاسکار، روسیه، برزیل و آفریقای جنوبی و در ایران املش، ماسوله، همدان می‌باشد. «میکا» عایق خوبی است، الکتریسیته و گرما از آن عبور نمی‌کند و می‌توان از آن به عنوان یکی از مهم‌ترین مواد مورد استفاده در پیشرفت تکنولوژی (مخصوصاً صنایع الکترونیک) نام برد.

کاربردها: خشک کننده و پوشش دهنده، دیوارهای سیمان گچی (افزایش مقاومت دیوار)، منبسط کننده ماده رنگی، بلکا، حفاری نفت (پوشش دهنده ترک‌ها و خلل و فرج‌ها)، الکترودهای جوشکاری، کاغذ سازی، تولید لاستیک، پلی پروپیلن، آجر نسوز، کوره های ذوب ریخته گری، فولادسازی (منبع تهیه لیتیوم)، ساخت وسایل اپتیک (عدسی) و ...

۳. فعالیت‌های شرکت را معرفی نمایید.

فعالیت‌ها ابتدا با فرآوری میکا و سپس احداث کارخانه آغاز گردید. در حین فعالیت کارخانه واحد تحقیق و توسعه ایجاد شد و کار در خصوص



پیامبر اکرم (ص):

**در ایام زندگی، اوقات
و فرصت‌های مناسبی
در اختیارتان قرار
می‌گیرد. بکوشید از
این فرصت‌ها استفاده
کنید.**

۱۲. چه مواردی را در پیشبرد اهداف شرکت خود موثر می‌دانید؟
گسترش واحد تحقیق و توسعه در شرکت و انجام کار علمی با
پشتوانه نظری و عملی قوی.

۱۳. مشکلات کار در این مرحله؟
یکی از شعارهای این شرکت مشتری مداری، کیفیت عالی و
قیمت مناسب است. اما چون در کشورمان فرهنگ مصرف هنوز
جایگاه مناسبی پیدا نکرده است، اجناس چینی با نشان‌های
تجاری اروپایی و سایر مناطق با بسته‌بندی متفاوت به بازار عرضه
می‌شود. و این عامل خطر بسیار بزرگی برای تولید کنندگان است.
عدم حمایت از کارآفرینان دانش محور و نبود متولی مشخص برای
شرکت‌های دانش بنیان نیز از جمله موارد مطرح است.

۱۴. به خاطر مصاحبه مکاتبه ای اگر احساس می‌کنید
نکته‌ای ناگفته مانده است، بفرمایید:
هر وقت اقتصاد ما وابستگی خود را به نفت از دست داد، آن موقع
صنایع ما لذت تولید را احساس خواهند کرد.

این کارخانه می‌تواند سالیانه ۵۰۰ تن میکای فلسی را تولید و
عرضه نماید.

۸. در زمینه فعالیت‌ها، ثبت اختراع داشته‌اید؟
بله، همانطور که گفتم ثبت اختراع ساخت و فرمولاسیون لنت
ترمز با ماده بی خطر میکا در سال ۱۳۸۷ تحت عنوان جایگزینی
مواد معدنی میکا به جای مواد معدنی آزرست انجام شد.

۹. ارتباط شما با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی داخلی و
خارجی چگونه است؟

انجام تعداد زیادی پایان نامه تحصیلی با همکاری این شرکت
در خصوص مواد معدنی مختلف و همچنین ماده میکا بخشی از
ارتباط ما با مراکز دانشگاهی محسوب می‌شود.

۱۰. تقدیرهای صورت گرفته از شرکت شما چیست؟
در سال ۸۶ به عنوان تولیدکننده نمونه استانی انتخاب شدیم و از
طرف موسسه خوارزمی بر ای گروه مشاوران و محققان این پروژه
 لوح تقدیر ارسال گردید.

۱۱. برنامه آینده شرکت چیست؟
برنامه اصلی افزایش سبد تولیدات است. رمز موفقیت هر شرکت
همین مسئله می‌باشد. چون این امر باعث از بین رفتن بسیاری
از هزینه‌های سربار می‌شود و در قیمت تمام شده محصول تأثیر
بسیاری دارد.



مفهوم دانشگاه کارآفرین - بخش دوم



بخش دوم
بهمن فکور

مهندس بهمن فکور

bfakour@gmail.com

از انتشار یافته‌های تحقیقی در مورد توسعه سریع‌تر اشتغال در شرکت‌های کوچک آمریکایی نسبت به شرکت‌های بزرگ‌تر در سال ۱۹۸۱ بوده است. این کار با استقبال نظریه‌پردازان کسب و کار مواجه گردید که معتقد بودند کارآفرینی ارتباط کاملی با اندازه شرکت و معمولاً گرایش آنها به فناوری‌های جدید همراه با تصمیم‌گیری سریع، ریسک‌پذیری و تعریف مجدد خود در بازارهای در حال تغییر دارد.

دیدگاه اقتصادی از کارآفرینی مسلماً در کارآفرینی دانشگاهی تاثیرگذار بوده است، ولی این دو با هم تفاوت‌های اساسی دارند. در نظام‌های دانشگاهی اهمیت یافتن پارادایم کارآفرینی ناشی از شرایط به شدت متحول اقتصادی اجتماعی است. کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک توانایی مهم برای سازمان‌ها و افراد در مواجهه با شرایط پیچیده و نامطمئن اجتماعی اقتصادی و مکانیزم مهمی برای فائق آمدن بر این شرایط محسوب شود.

از دانشگاه کارآفرین تعاریف زیادی به عمل آمده است، ولی در مجموع این اصطلاح به مفهوم کنش کارآفرینانه در ساختارها و دیدگاه‌های یک دانشگاه است. اگرچه نمی‌توان گفت که یک دانشگاه کارآفرین همیشه و به‌طور خاص جهت‌گیری سودجویانه دارد و یا اینکه یک دانشگاه سنتی هیچ‌وقت سودجویی نمی‌کند. ولی باید گفت ویژگی اساسی دانشگاه کارآفرین، جنبه‌های اقتصادی، کارآیی و رقابت‌پذیری آن نسبت به سایر مدل‌های دانشگاهی است.

در واقع دانشگاه کارآفرین در مورد نیازهای اقتصادی اجتماعی پاسخ‌گوتر از دانشگاه سنتی است. در جوامع دانش‌بنیان انتظار می‌رود دانشگاه‌ها در جهت ایفای نقش اصلی‌تر در پیشرفت اجتماعی، نسبت به سابق انعطاف بیشتر و سریع‌تری داشته باشند و در راستای افزایش رفاه و رقابت‌پذیری اقتصادی به تعامل بیشتر با جامعه، نوآوری، انتقال دانش و بهره‌برداری از تحقیقات علمی

از زمان آدام اسمیت و کتاب وی تحت عنوان ثروت ملل در سال ۱۷۷۶، تقریباً همه اقتصاددانان برجسته کارآفرینان را به عنوان پیش‌برندگان جامعه سرمایه‌داری به دیده احترام نگریسته‌اند و با رواج تعاریف و نوع‌شناسی‌های مختلف از اصطلاح کارآفرینی، تاثیر انواع کارآفرینی بر کارکردهای اقتصادی مورد نظریه‌پردازی‌های مختلف قرار گرفته است. با پیوستن فلاسفه، جامعه‌شناسان و روان‌شناسان و سایر حوزه‌های علمی به این جریان، دانش نظری وسیع و قابل توجهی درباره کارآفرینان تولید شده است.

کارآفرینی به عنوان یک پدیده اقتصادی واژه‌ای است که به طور عمومی زیاد مورد استفاده قرار می‌گیرد، ولی تعاریف متفاوتی دارد. آدرس (Audretsch, D. B) در بررسی جامع خود از ادبیات این موضوع نتیجه‌گیری می‌کند که توافق کاملی در مورد آنچه واقعاً فعالیت‌های کارآفرینانه را تشکیل می‌دهد، وجود ندارد.

کمیسئون جامعه اروپا در سند مشورتی خود، کارآفرینی را به منزله توانایی تبدیل ایده کسب و کار به موفقیت از طریق توانایی ترکیب خلاقیت یا نوآوری با مدیریت درست تلقی می‌کند و معتقد است ویژگی عمومی رفتار کارآفرینانه آمادگی برای ریسک‌پذیری توأم با منش استقلال‌جویانه و پیشرفت است. باید توجه داشت که در دهه‌های اخیر اقبال به کارآفرینی اقتصادی، پس

بپردازند.

گیب (Gibb, A) بر اساس بررسی ادبیات و تجربیات اروپایی و آمریکایی معتقد است دانشگاه‌ها هنگامی کارآفرین هستند که از افزایش پتانسیل خود برای تجاری‌سازی ایده‌ها و ایجاد ارزش در جامعه نترسند و آن را تهدید مهمی برای ارزش‌های دانشگاهی تلقی نکنند و علاوه بر این نیاز بودجه‌ای آنها از منابع متنوع‌تری تامین گردد یا به عبارت دیگر درآمد دانشگاه‌ها از منابع غیر عمومی افزایش قابل توجهی یابد. فعالیت‌های دانشگاه‌ها در این جهت می‌تواند

دانشگاه کارآفرین به مفهوم کنش کارآفرینانه

در ساختارها و دیدگاه‌های یک دانشگاه است و ویژگی اساسی آن جنبه‌های اقتصادی، کارآیی و رقابت‌پذیری آن نسبت به سایر مدل‌های دانشگاهی است.

شامل چنین مواردی باشد: مشاوره، آموزش، تحقیق و توسعه، انتقال فناوری، مالکیت یا شرکت در مراکز رشد و پارک‌های علمی. این بدان معنی است که یک مسئولیت پذیرفته شده برای توسعه ناحیه‌ای در این دانشگاه‌ها وجود دارد. در واقع دانشگاه‌های کارآفرین از جنبه سازمانی به نحوی مدیریت می‌شوند که دارای توانمندی انعطاف‌پذیری در پاسخ‌گویی به نیازهای اجتماعی اقتصادی و راهبردی توجه به فرصت‌های محیطی باشند. در این دانشگاه‌ها، کارآفرینی تبدیل به بخشی از راهبرد اصلی دانشگاه شده و پی‌آمد آن توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه است که افراد را برای تغییر، جستجو و بهره‌برداری از فرصت‌ها در خصوص نوآوری و توسعه آماده می‌سازد.

اتزکویتز (Etzkowitz, H) که از صاحب نظران مهم و پیشگام در تبیین نظریه دانشگاه کارآفرین است، در مطالعه مشترک خود با زائو معتقد است،



سازمان‌ها نیز همانند افراد می‌توانند نقش کارآفرینانه داشته باشند. آنها معتقدند کارآفرینی دانشگاهی از طرفی توسعه فعالیت‌های آموزشی و تحقیقی دانشگاه‌ها و از طرف دیگر ایجاد ظرفیت‌های داخلی در آنها جهت انتقال فناوری می‌باشد. به زعم آنها سرمایه‌سازی دانش اساسی مأموریت جدید دانشگاه بوده و موجب می‌گردد دانشگاه‌ها و مصرف‌کنندگان دانش به‌طور تنگاتنگی با هم ارتباط پیدا کنند و دانشگاه‌ها به عنوان عامل اقتصادی تعریف گردند.

آنها معتقدند دانشگاه کارآفرین با برانگیختن نگرش‌ها و دیدگاه‌های کارآفرینانه و ایجاد دیدگاه‌های راهبردی برای پیشبرد نوآوری محلی با سایر بازیگران این عرصه در ناحیه خود همکاری می‌کند. به عبارت دیگر دانشگاه کارآفرین مولد تعامل دانشگاه، صنعت و دولت در مسیر نوآوری است. از دیدگاه آنها عناصر کلیدی یک دانشگاه کارآفرین عبارتند از:

پایه تحقیقاتی دارای پتانسیل تجاری، دارا بودن روال تولید شرکت‌های نوپا، فرهنگ کارآفرینانه در محیط دانشگاه، خط مشی‌های تعریف‌کننده مالکیت دارایی‌های فکری و تسهیم منافع، مقررات مربوط به تعارض منافع و مشارکت در راهبرد نوآوری محلی.

اتزکویتز در سال ۲۰۰۴، مدلی را برای دانشگاه کارآفرین معرفی کرده است که این مدل در قالب مجموعه‌ای از ویژگی‌های به هم پیوسته قابل تبیین است.

وی معتقد است این ویژگی‌ها از تحلیل کارآفرینی دانشگاهی در آمریکا، اروپا و آمریکای لاتین حاصل شده است. این پنج ویژگی که از نظر وی در تنش خلاقانه‌ای با هم قرار دارند، برای نوآوری بسیار مهم هستند و در فرم بهینه یک دانشگاه کارآفرین، این عناصر در تعادل باهم قرار دارند. این ویژگی‌ها عبارتند از: سرمایه‌سازی دانش (Capitalisation of knowledge) سرمایه‌سازی دانش از دیدگاه وی اساس توسعه اجتماعی و اقتصادی است و نقش دانشگاه را در جامعه ارتقاء می‌دهد.

همبستگی (Interdependence) دانشگاه کارآفرین از نزدیک با صنعت و دولت تعامل دارد و یک برج عاج منزوی از جامعه نیست. استقلال (Independence) دانشگاه کارآفرین نسبتاً موسسه مستقلی است و یک وابسته برای مؤسسه دیگری محسوب نمی‌شود.

هیبریداسیون (Hybridisation) رفع تنش‌های بین ویژگی‌های همبستگی و استقلال باعث ایجاد انگیزه جهت ایجاد شکل‌های سازمانی هیبریدی (پیوندی) برای داشتن همزمان هر دو ویژگی می‌گردد.

بازتاب‌پذیری (Reflexivity) منظور نوسازی دائمی ساختار داخلی دانشگاه به لحاظ ارتباط آن با تغییرات صنعت و دولت است.

از دیدگاه اتزکویتز، دانشگاه‌ها تاکنون شاهد دو تغییر اساسی یا انقلاب بوده‌اند. انقلاب اول مربوط به اواخر قرن نوزدهم می‌شود که کشف دانش جدید یا تحقیقات علاوه بر آموزش جزو اهداف دانشگاهی قرار گرفت. دومین انقلاب نیز در دهه‌های اخیر بود که تبدیل دانش به فعالیت اقتصادی در کنار آموزش و تحقیق به کارکردهای دانشگاه اضافه شد.

در سطح اروپا کلارک (Clark, B. R) در کتاب مشهور خود (Creating Entrepreneurial Universities) که بسیار محل مراجعه، استناد و مباحثه قرار گرفته است، با توصیف مثبتی از کارآفرینی دانشگاهی و با مطالعه موردی از دانشگاه‌های مهم سطح اروپا نشان می‌دهد که دانشگاه‌های کارآفرین با شکستن محدودیت‌های تحمیل شده از طرف بودجه بندی‌های دولتی، رفتارهای نوآورانه دانشگاهی را تشویق کرده و به‌طور وسیعی با دستگاه‌های دیگر وارد همکاری شده‌اند و برای دانشگاه خود منابع مالی غیردولتی تولید کرده‌اند.

کارآفرینی در دانشگاه، همکاری‌های خارج از دانشگاه را به ویژه با صنعت و تجارت مطرح می‌سازد. جذب منابع بیشتر و گسترش آموزش و تحقیق،

باعث کارآیی دانشگاه می‌شود. به عبارت دیگر کارآفرینی دانشگاهی وابستگی دانشگاه‌ها را به دولت کاهش داده و خود اتکایی را به وجود می‌آورد.

از دیدگاه کلارک، کارآفرینی مشخصه‌ای از سیستم اجتماعی دانشگاه است که شامل تمامی بخش‌ها و مراکز تحقیقاتی و اعضای علمی آن می‌شود. دانشگاه کارآفرین به دنبال نوآوری در مسیر حرکت و تغییرات اساسی در ویژگی‌های سازمانی برای رسیدن به وضعیت امید بخش آینده است. وی بیان می‌دارد دانشگاه‌های کارآفرین در جستجوی تبدیل شدن به دانشگاه مستقلی هستند تا نقش آفرینان مهمی در وضعیت آینده خود باشند.

برخی از محققان عقیده دارند که دانشگاه کارآفرین تر بیشتر به تحقیقات کاربردی‌تر و حل مشکلات ارائه شده به آن می‌پردازد و نتیجه آن تضاد بین پیشرفت دانش و کسب درآمد و متعاقباً تهدید آزادی دانشگاهی است. در مقابل سایر محققان شواهد تجربی خاصی را مبنی بر اینکه اقبال به تحقیقات کاربردی تر منجر به از دست دادن تحقیقات پایه‌ای شده باشد، پیدا نکرده‌اند. بر این اساس تکامل مأموریت دانشگاه در طی زمان مورد دفاع قرار گرفته است، به عبارت دیگر دانشگاه‌ها نیازمند کارآفرین شدن هستند، چرا که آنها می‌خواهند نقش خود را در جامعه که عبارت از پیشبرد خلاقیت و پاسخ دهی به تغییرات فرهنگی، علمی، فناورانه و اقتصادی است، ایفا کنند. محققان با مشاهده اینکه دانشگاه‌ها امروزه نیازمند تعادل بخشی توأمان بین نقش‌های سنتی و کارآفرینانه می‌باشند، در رفع تضاد دیدگاه‌های مطرح شده تلاش می‌کنند و معتقدند دو نقش فوق همدیگر را کامل و تقویت می‌کنند.



طرح پمپ خلاء "برگزیده موفق در تولید ملی"



نوآوری در توسعه کسب و کار، اشتغال مولد، جایگاه محصول در بازار رقابت، چگونگی افزایش تولید، پایداری شرکت، تولید ثروت از دانش، رضایت مشتری، کنترل کیفیت، استانداردها، توسعه علمی، سطح تعاملات تجاری و صادرات محصول توجه نمود تا یک طرح رابه عنوان طرح برگزیده موفق در تولید ملی معرفی نماید.

از میان یک صد و بیست طرح برگزیده غیر دولتی در پژوهش‌های بنیادی، کاربردی، نوآوری و اختراع در دوره های پیشین جشنواره امکان برقراری ارتباط با هشتاد طراح فراهم شد تا صاحبان طرح‌هایی با ویژگی‌های مزبور معرفی شوند.

با این رویکرد جدید که از جمله مسایل مطرح شده در سخنان دبیر جشنواره در مراسم افتتاحیه و برنامه های رسانه ای بود، در نهایت طرح پمپ خلاء و شرکت پوش با داشتن ویژگی‌های مورد نظر، مقام طرح برگزیده موفق در تولید ملی را کسب کرد. مشخصات محصول، ویژگی‌های کار آفرینی و نوآوری و شناخت بازار از جمله قابلیت‌های این طرح بود که در ذیل به آن اشاره می شود:

مشخصات محصول: پمپ خلاء دارای پره‌هایی است که به وسیله حرکت گریز از مرکز از داخل شیارها خارج و به دیواره سیلندر می چسبند. در این صورت هوای درون سیلندر را جمع‌آوری کرده و از قسمت سوپاپ درونی خارج و به درون فیلترهای جداکننده روغن از هوا وارد می‌نماید. این پمپ با قدرت‌های مکندگی و خلاء نهایی مختلف قابل استفاده در تمامی صنایع است که به علت دارا بودن سیستم مدار بسته روغن (در داخل پمپ) خنک شوندگی از طریق هوا و فیلترهای جدا کننده روغن از هوا دارای خروجی تمیز و بدون روغن و دود می‌باشد و برای محیط زیست بی خطر است. به دلیل طراحی آسان و دسترسی به قطعات، غیر از تعویض روغن و فیلترها نیاز به سرویس دیگری ندارد و کارکردی مطمئن با لرزش و صدای کم دارد. **ویژگی‌های نوآوری و کار آفرینی** نوآوری در فرآیند تولید و سود حاصل از فعالیت ده ساله و برنامه برای تولید نیمه صنعتی پمپ‌های پیشرفته تر و ارزش افزوده ایجاد شده نشانگر تولید ثروت از دانش و موفقیت این شرکت می‌باشد. شرکت دارای پروانه بهره برداری،



طرح‌های برگزیده جشنواره‌ها چه سرنوشتی پیدا می کنند؟ آیا فقط پیشنهاد می‌شوند برای صاحبان طرح و یا راه‌کاری می گردند برای رفع نیازهای کشور؟

رویکرد بیست و ششمین جشنواره بین المللی خوارزمی برای پاسخگویی به این سؤالات توجه به موضوع تجاری سازی فناوری‌های نوین در قالب ایجاد گروه تخصصی طرح‌های برگزیده موفق در تولید ملی و انتخاب یک طرح در این خصوص بود.

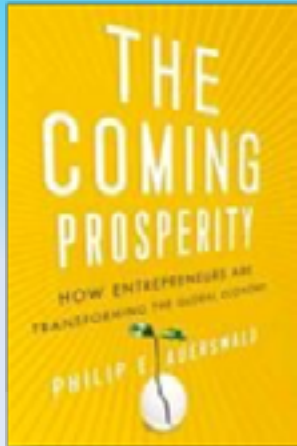
گزارش خبری ذیل حاوی شرحی بر این مسئله است .

طرح پمپ خلاء روتاری روغنی (پره‌ای) ROTARY VANE VACUUM PUMP به ابتکار و طراحی مهندس ناصر شیخ‌ها مدیرعامل شرکت پوش، عنوان طرح برگزیده موفق در تولید ملی را در بیست و ششمین جشنواره بین المللی خوارزمی (۱۷ بهمن ۱۳۹۱) به خود اختصاص داد. این طرح در شانزدهمین جشنواره بین المللی خوارزمی - سال ۱۳۸۱ - رتبه سوم ابتکار را کسب کرده بود.

دبیرخانه جشنواره بین المللی خوارزمی در بیست و ششمین دوره برگزاری، به منظور اجرایی نمودن سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در سال "تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی" و تأکید بر به کارگیری توانمندی‌های صنایع داخل کشور، یک گروه تخصصی جدید با عنوان "گروه تخصصی طرح‌های برگزیده موفق در تولید ملی" ایجاد نمود تا نگاهی نو و جستجوگر بر برگزیدگان دوره‌های قبل خود داشته باشد. بررسی علمی و تعیین وضعیت طرح‌ها به لحاظ نوآوری، خلاقیت و جایگاه پژوهشی در زمان برگزیده شدن توسط گروه تخصصی مرتبط با موضوع طرح و هیأت داورن جشنواره در دوره قبل انجام شده بود، بنابر این گروه تخصصی مزبور در بررسی های خود به کار آفرینی و



معرفی کتاب

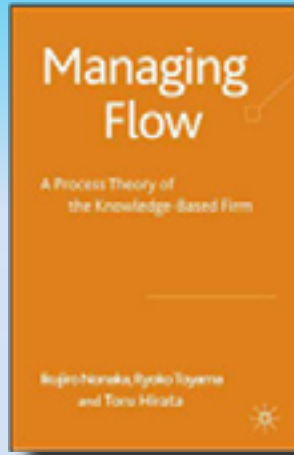


The Coming Prosperity: How Entrepreneurs Are Transforming the Global Economy/ Philip Auerswald/2012. Publisher: Oxford University Press. ISBN: 9780199795178

رونق و شکوفایی آینده:

چگونه کارآفرینان اقتصاد جهانی را تغییر می دهند.

تخمین زده می شود که در طول ۲۵ سال آینده حدود هشتاد درصد اقتصاد جهانی از مناطقی سرچشمه می گیرد که قبلاً ضعیف بوده‌اند. اقتصاد کشورهای بزرگ مانند چین، هند و برزیل با جمعیت‌های رو به افزایش، به صورت تصاعدی از چند دهه گذشته رشد کرده اند و پیش بینی می شود این روال تا مدتی دیگر ادامه خواهد یافت. چالش‌های ایجاد شده نشان می‌دهد که برتری اقتصادی فعلی ایالات متحده امریکا نگرانی اقتصاددانان و صاحبان کسب و کار را افزایش می دهد. در کتاب رونق و شکوفایی آینده، نویسنده استدلال می‌کند که در اقتصاد جهانی اکثریت جمعیت دنیا باید به عنوان یک منبع فرصت در نظر گرفته شوند. با توسعه فن‌آوری و بهبود ارتباط بین جوامع، اکثر مردم در راستای ایجاد ارزش



Managing flow: A process Theory of the knowledge-based firm/ Ikujiro Nonaka , Ryoko Toyama, Toru Hirata and Susan J. Bigelow / 2008. Publisher: Palgrave Macmillan. ISBN: 9780230553767

روند مدیریت : نظریه فرآیند شرکت دانش بنیان

این کتاب یک نظریه نهایی از مدیریت دانش بنیان و خلق دانش سازمانی بر اساس تحقیقات تجربی را ارائه می‌دهد و دربرگیرنده بررسی گسترده‌ای از ادبیات موضوع می باشد. کتاب شش جزء متشکله نظریه را با استفاده از مطالعات موردی و عمقی شرکت‌ها، در راستای به تصویر کشیدن هر جزء، مطرح می‌کند.



استاندارد، کنترل کیفیت، خدمات پس از فروش و برگ نظر سنجی از مشتریان است. برای این محصول رقیب داخلی وجود ندارد و از کیفیت بالاتری در قیاس با محصولات مشابه خارجی برخوردار است. مستندات علمی و فنی، بروشور و راهنماهای محصول، آرایه اسناد و گواهی‌نامه‌های معتبر فنی داخلی و خارجی از مراجع معتبر علمی و فنی نشان از توانمندی مدیریت این کارخانه و تعهد به حفظ استانداردها با کیفیت بالا و کسب رضایت مشتری دارد.

جایگاه محصول در بازار: شناسایی نیاز بازار، سرمایه گذاری شخصی و موفقیت در تولید انبوه، پایداری در بازار، ابتکار در فناوری نوین با توجه اقتصادی به مدت ده سال، صرفه جویی ارزی و تنوع در محصول از ویژگی‌های این شرکت دانش بنیان است. این محصول در بیمارستان‌ها، صنایع ماشین سازی، بسته بندی، کاشی و سرامیک، صنایع غذایی، شوینده ها، چاپ، چوب و شیشه و صنایع دفاعی کاربرد دارد. تولید این نوع پمپ خلاء و فروش آن در بازار داخل با قیمت مناسب نیاز بسیاری از صنایع را برطرف نموده است.



می‌سازد. پایداری شامل پنج اصل است که به مدیران برای غلبه بر شرایط نامطمئن و غیر قابل پیش بینی غلبه کمک می‌کند

۱. آغاز کار با سؤالاتی مانند من که هستم؟ چه ویژگی‌هایی دارم؟ چه می‌توانم انجام دهم؟ و چه کسانی را می‌شناسم؟
۲. تعیین میزان ضرر و زیان مقرون به صرفه و آمادگی برای تجربیات معقول و شدنی در برابر تعهدات پرهزینه در فرجه زمانی محدود
۳. همبستگی با دست‌اندرکاران داخلی و خارجی در شبکه ارتباطی و ارزشی
۴. تبدیل موانع به فرصت‌ها
۵. استفاده از چهار اصل فوق برای انجام امور

مهارت‌هایی است که برای موفقیت در کسب و کارهای کوچک لازم است. با تصدیق اینکه که کسب و کار کوچک و متوسط به طور بنیادی از کسب و کارهای بزرگ متفاوت است، کتاب تمرکز دقیقی بر عوامل دخیل در موفقیت شامل بازاریابی، منابع انسانی و روابط عمومی دارد. در معرفی کتاب آمده است این مجموعه یک راهنمای فوق العاده ارزشمند برای دانشجویان مدیریت کسب و کار و همچنین کارآفرینانی است که کسب و کاری را آغاز می‌کنند.



Corporate Effectuation:
what Managers Should
Learn from Entrepreneurs/Thomas Blekman/
2011 Publisher: S.D.U.
Uitgeverij.
ISBN: 9789052618968

پایداری شرکت: آنچه مدیران
باید از کارآفرینان بیاموزند
آیا تابحال تعجب نکرده اید که به

نظر می‌رسد کارآفرینان موفق همیشه نتایج جادویی را حتی در زمان نامشخص به دست می‌آورند. در حالی که دیگران هر روز در حال مبارزه هستند؟ آنها چه کار متفاوتی انجام می‌دهند؟ مدیران چه نکاتی را می‌توانند از آنها بیاموزند؟ ایجاد شرکت یک روش ثابت شده علمی به نام پایداری در ساختار شرکت را مطرح

اقتصادی برای خود و اجتماع نسبت به قبل فرصت بیشتری دارند. مؤلف همچنین ادعا می‌کند که یکپارچه سازی موفقیت جوامع در حال توسعه با کارآفرینان است. مخترعان، نوآوران و سرمایه‌گذاران جدید، پایه های رونق اقتصادی آینده را شکل می‌دهند. در دنیای در حال توسعه، جایی که فناوری‌های جدید و شبکه دانش جهانی در حال گسترش است، فرصت‌های در نظر گرفته شده برای کارآفرینان به سرعت قابل دسترس می‌شود. مؤلف روایت‌های کارآفرینی شخصی و اجتماعی را با یک جنبش جهانی تر پیوند می‌دهد و می‌گوید اقتصادهای در حال توسعه نه تنها تهدیدی برای ثبات جهانی نیستند، بلکه بیشتر فرصت‌های منحصر بفردی در کشف مسیرهای جدید پیشرفت و رونق آینده به حساب می‌آیند.

Business Management for Entrepreneurs/
Cecile Nieuwenhuizen(Editor)/2012. Publisher: Juta Academic;
Second Edition.
ISBN: 9780702189210



مدیریت کسب و کار برای
کارآفرینان

این مجموعه توسط متخصصان در حوزه‌های مختلف مدیریت کسب و کار نوشته شده است و مشتمل بر راهنمایی‌های ضروری در