



## شوق کارآفرینی

ماهنامه الکترونیکی علمی و ترویجی دفتر توسعه

کارآفرینی دانشگاه‌ها/شماره چهاردهم/بهمن‌ماه ۱۳۹۲

صاحب امتیاز: دفتر توسعه کارآفرینی 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

## فهرست مطالب

۳..... سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

۵..... مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان

معرفی شرکت‌های دانش بنیان: شرکت مهندسی پیشرا

۷..... سامانه پرند

۱۱..... ارتقای فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها و جامعه

۱۳..... معرفی کتاب

نشانی: بزرگراه آزادگان - مسیر شمال به جنوب

- احمدآباد مستوفی - بعد از میدان پارسا -

کوی افسران - 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

# یاد

خداوند به کسانی که ایمان بیاورند و

عمل صالح انجام دهند وعده اجری

بزرگ و مغفرتی عظیم را داده است.

((سوره مائده - آیه ۹))



## دهه فجر بر فجر آفرینان مبارک



Photo : Ebrahim Noroozi

FARS NEWS AGENCY







## سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

می‌توانید آن را تبدیل به کسب و کار جدید کنید، تأسف بار است.

برای مثال ویراستار کتابی را در نظر بگیرید که ساعت‌ها در تنهایی کار می‌کند و فقط گاه‌گداری با نویسنده یا ناشر تماس می‌گیرد. چنین شخصی با این ارتباطات محدود چگونه می‌تواند سرمایه اجتماعی ایجاد کند؟ او نهایتاً باید جستجوی افراد مرتبط با کار را آغاز نماید، با نویسندگان و ویراستاران در تشکلهای حرفه‌ای ملاقات کند، در گردهمایی‌های مربوط به ویراستاران شرکت نماید، برای همکاری در تهیه بسته رسانه‌ای و خبرنامه گردهمایی داوطلب شود و با نشریات مختلف در ارتباط باشد. با این کار وی جریان پایداری از کار ویراستاری آزاد را به‌وجود می‌آورد.

البته باید توجه کرد که کلید بهبود سرمایه اجتماعی کمیت ارتباطات برقرار شده نیست. مهم تعامل‌هایی است که تبدیل به یک رابطه پایدار کاری می‌شود. همچنین باید سرمایه اجتماعی را از سرمایه انسانی و توانمندی اجتماعی مجزا کرد.

### سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

در ادبیات گسترده کارآفرینی، از این واژه عموماً برای چنین فرایندهایی استفاده می‌شود: توانایی افراد برای بهره بردن از مزایای ساختارها، شبکه‌ها و عضویت‌های

**سرمایه اجتماعی** به نتایج مثبتی اطلاق می‌شود که برای افراد از طریق روابط اجتماعی با دیگران رخ می‌دهد. شناخته شدن توسط دیگران، داشتن شهرت خوب و روابطی مستمر و معتبر با دیگران بخشی از ثمرات این مفهوم است. این روابط امکان دستیابی افراد به طیفی از منابع ملموس و ناملموس را فراهم می‌آورد. از جمله منابع ملموسی که افراد می‌توانند از روابط اجتماعی خود به‌دست آورند، منابع مالی و افزایش دسترسی به اطلاعات ارزشمند است.

**روابط اجتماعی** که سرمایه اجتماعی بر مبنای آن به دست می‌آید به دو طبقه تقسیم می‌شود:

**روابط نزدیک یا قوی** که اغلب به یک سرمایه اجتماعی عاطفی منجر می‌شوند و روابطی را که مبتنی بر اعتماد متقابل هستند، میان افراد خلق می‌کنند.

**روابط دور یا ضعیف** که منجر به یک سرمایه اجتماعی پیوندی می‌شود و فقط برای دستیابی افراد به اطلاعاتی مفید هستند که در غیر این صورت دستیابی به آنها بسیار دشوار و پرهزینه است.

با شروع شبکه‌سازی (شبکه‌ای از ارتباطات) سرمایه اجتماعی ایجاد می‌شود. وقتی که شما به فکر ایجاد و ارتقای سرمایه اجتماعی باشید از مزایای این سرمایه گذاری نامحسوس بهره خواهید برد.

غفلت از برقراری ارتباطات و تعاملات جدید که نهایتاً

اجتماعی یا توانایی دستیابی به خود این مزایا- مزایایی که افراد از ارتباطات خود با دیگران به‌دست می‌آورند. افزایش سرمایه اجتماعی درک کارآفرینان را از داشتن دانش و مهارت‌های کافی در آغاز یک کسب و کار، همچنین افزایش اعتماد و شناخت عوامل بالقوه شکست تقویت می‌کند. از طرفی افزایش نرخ کارآفرینی در حال پیدایش همچنین باعث افزایش تعداد مشاغل جدید، بهبود مجموع روابط بین سازمان‌ها و موجودی سرمایه اجتماعی می‌شود.

عوامل مؤثر بر تصمیمات برای راه‌اندازی کسب و کار، عوامل شخصی، اجتماعی و عوامل اقتصادی هستند. جامعه‌شناسان بر اهمیت سرمایه اجتماعی به عنوان یک عامل تعیین کننده کارآفرینی تأکید دارند. چون کارآفرینان به ارتباطات خود برای دریافت اطلاعات و خدمات متکی هستند.

پژوهش‌های مختلف موارد ذیل را در رابطه کارآفرینی و سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد:

- موجودی سرمایه انسانی و اجتماعی ارزشمند بر میل و رغبت، میزان ابتکارات و فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد. البته تأثیر آشکار سرمایه اجتماعی بر پیشبرد کارآفرینی دقیقاً به مجموع شرایطی بستگی دارد که باید در جای خود باشد تا سرمایه اجتماعی مؤثر واقع شود، چون سرمایه اجتماعی عمل اقتصادی را



۱۲ ماه گذشته، یک برنامه کاری به شما ارجاع کرده است و ارسال کارت تبریک سال نو و یا کارت دعوت گردهمایی‌های برگزار شده توسط سازمان متبوع برای آنها.

- و اعلام آمادگی و ابراز تمایل برای همکاری‌های جدید و معرفی ویژگی‌ها و شیوه‌های جدید انجام کار. سردبیر

این مطلب با استناد به منابع زیر نوشته شده است:

سرمایه اجتماعی/ رابرت بارون / دایره المعارف کارآفرینی/ ترجمه و تألیف: دکتر سید محمد مقیمی با همکاری آرش پازوکی.- تهران: انتشارات هم‌پا، ۱۳۸۷.



در کل تسهیل می‌کند. بنابراین برای تسهیل کارآفرینی به طور ویژه، سرمایه اجتماعی نیازمند سرمایه فرهنگی پشتیبان و حمایت گر است که سرمایه اجتماعی را به سمت اهداف حرفه‌ای خاص مانند کارآفرینی هدایت می‌کند. در هر فرهنگی کارآفرینی ارزش ندارد و سرمایه اجتماعی قادر به تغییر فرهنگی که به این مقوله اهمیت نمی‌دهد، نخواهد بود.

- از این منظر، سازماندهی فعالیت‌های شبکه‌ای به عنوان مجرا و کانال انتقال سرمایه اجتماعی در میان کارآفرینان برای به اشتراک گذاشتن ایده‌ها و به خصوص مشکلات از زمان بیان یک ایده و راه حل‌های مطرح شده در فرایند ایجاد شغل، ضروری است.

## حفظ و توسعه سرمایه اجتماعی

برخی از راهکارها برای افزایش و حفظ سرمایه اجتماعی به شرح زیر می باشد:

- تداوم ارتباط با افراد، سازمان‌ها و گروه‌های کاری بعد از پایان فعالیت و اعلام آمادگی برای رفع مشکلات به وجود آمده در کارهای قبلی.

- پیشنهاد کمک در مورد فعالیت‌های جاری آنها و ارائه راه حل برای مسایل مطرح.

- گسترش تعامل و احترام اجتماعی که ساده‌ترین مثال‌های آن چنین مواردی است: فهرست کردن نام پنجاه نفر برای ادامه تعامل، از جمله هر فردی که در

**Boundaries of Social Capital in Entrepreneurship/ Ivan Light, Leo-paul Dana/ entrepreneurship Theory and Practice, may 2013**

**Social and Human Capital as Determining Factors of Entrepreneurship in the Spanish Regions/ Isabel Neira, Marta Portela, Maite Cancelo/ Investigaciones Regionales, 26 (2013)**





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

## مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان

• با تشکر از آقای دکتر داود حسن علیان رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان برای ارائه این گزارش

### مقدمه:

تأسیس مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور پاسخ دیرنگام اما مناسب وزارت علوم برای تغییر خروجی‌های دانشگاه متناسب با نیاز جامعه بود. بخش قابل توجهی از فعالیت‌های پژوهشی - با رویکردی نیازگرا - با سازمان‌های پیرامونی دانشگاه از طریق مراکز کارآفرینی قابل انجام است و اصولاً ارتباط با صنعت، دانشگاه و مراکز رشد و عمده عملکردهایی که در کنار پژوهش کاربردی و نوآور، کار یا فن می‌آفرینند از بستر کارآفرینی بر می‌خیزند. پدیده‌ای که میزان موفقیت آن تابعی از میزان شناخت، اعتقاد و حمایت مسئولان هر دانشگاه از نقش تفکر کارآفرینی در توسعه آینده کشور و

تبدیل دانشگاه‌ها به مراکز فنآور، ثروت ساز و یا همان دانشگاه کارآفرین می‌باشد.

مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان در سال ۱۳۸۲ برای نیل به این رویکرد تأسیس شده است.

### چشم انداز:

ایفای نقشی متناسب با شأن و نقش اصفهان به عنوان یکی از کانون‌های اصلی تمدن این سرزمین در دانشگاه اصفهان از طریق آموزش، ترویج، پژوهش، همکاری با واحدهای هم‌پوشان در داخل و خارج دانشگاه و استفاده از مزیت‌های بومی و شناخت و معرفی فرصت‌های ملی و فراملی.

### مأموریت:

- آگاهی بخشیدن به دانشجویان، اساتید و کارمندان به عنوان جامعه هدف اصلی و ترویج و رشد متوازن بین این سه گروه برای نیل به توسعه کارآفرینی.  
- برگزاری کارگاه‌های تخصصی، مختص هر رشته ( برای رشته های داوطلب ) و تبیین لزوم تغییر دیدگاه سنتی به تحصیل، اشتغال، آموزش و پژوهش .  
- نمایش عملی موفقیت‌ها از طریق معرفی نمونه‌های موفق (به‌ویژه از بین دانشجویان) به منظور الگوسازی در نشست‌های دانشجویی .  
- بازدید از شرکت‌های صنعتی و به ویژه شرکت‌های فنآور

مستقر در مرکز رشد دانشگاه و یا شهرک علمی تحقیقاتی.  
- آموزش روش‌های تجاری‌سازی طرح‌های دانشجویی و یا فارغ التحصیلان از طریق کلاس‌های آموزشی و یا کارگاه‌ها.

- فعال نمودن افراد مرتبط با کارآفرینی در بین اساتید و کارمندان دانشکده‌ها به منظور تعمیق و توسعه کارآفرینی .

### اهداف و موضوع فعالیت:

- برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاهی به شکل منظم به گونه‌ای که حداقل در سال دو دوره چرخه کامل ایده تا برند سازی را شامل شود.  
- هماهنگی و ارتباط مستمر با واحدهای هم‌پوشان و هم‌راستای دانشگاهی از قبیل انجمن‌های علمی، پژوهش‌های دانشجویی، ارتباط با صنعت، قطب‌های علمی فعال و مرکز رشد به عنوان حلقه واصل ارتباطات واحدها.  
- ایجاد کتابخانه و بانک اطلاعات کارآفرینی به عنوان مرجع اصلی تحقیق دانشگاهی جهت دانشجویان دانشگاه اصفهان و سایر دانشگاه‌های استان.  
- فعال نمودن کمیته کارآفرینی و کمیته علمی کارآفرینی و اجرای مصوبات آنها.  
- بازدیدهای علمی از شهرک علمی تحقیقاتی به‌عنوان یکی از کانون‌های اصلی فناوری کشور.



دی سال جاری در دانشکده علوم و فنون جغرافیایی و دانشکده ادبیات و علوم انسانی در این برنامه شرکت کنندگان به صورت گروهی به اجرایی کردن ایده‌های خود پرداختند و پس از دو روز تلاش با همراهی مربیان کارآموده نتایج کار خود را برای ارائه به داوران آماده نمودند.

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی متنوع در مرکز کارآفرینی و دانشکده‌ها

- مشاوره به دانشجویان و یا فارغ‌التحصیلان جهت اجرایی نمودن طرح‌ها و معرفی سرمایه‌گذاران خصوصی به دانشجویان و یا هسته‌های مستقر در مرکز رشد در دانشگاه



## سایر اقدامات

- کمک به مرکز رشد، یکی از وظایف مصوب مراکز کارآفرینی همکاری با مرکز رشد می‌باشد. مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان در اخذ مجوز مرکز رشد دانشگاه اصفهان نقشی محوری داشت و قبل از تأسیس این مجموعه، هسته‌های رشد و پیش‌رشد و حتی شرکت‌های فناور در مرکز کارآفرینی مستقر بودند و هم اکنون نیز مرکز به این هسته‌ها خدمات آموزشی ارائه می‌دهد.

- برگزاری جلسات با ارگان‌های دولتی از قبیل استانداری، اداره کار، سازمان فنی و حرفه‌ای و همچنین شرکت‌های خصوصی.

- برگزاری مسابقات استارت آپ ویکند با شرکت صد و ده نفر از دانشجویان در دانشگاه اصفهان هم‌زمان با شهرهای مشهد، تهران و تبریز از تاریخ ۲۹ آذر لغایت اول

- بهره‌گیری حداکثری از سامانه اتوماسیون اداری جهت ارسال مطالب و پیام‌های کارآفرینی جهت عموم دانشگاهیان.

- سعی در درون‌زا نمودن نیاز به تفکر کارآفرینی از داخل گروه‌ها و دانشکده‌ها و حمایت از آنان.

- همکاری مستمر مرکز با آموزش و پرورش به شکل بازدید از مرکز و یا انجام سخنرانی‌های دوره‌ای در دبیرستان‌ها جهت آشنا نمودن دانش‌آموزان با کارآفرینی.

## دوره‌های برگزار شده در مرکز کارآفرینی در طی سال تحصیلی جاری

به‌طور متوسط در هرماه حدود هشت کارگاه برگزار می‌گردد. برخی از دوره‌ها مانند طرح کسب و کار، اصول سرمایه‌گذاری در بورس، خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها و شرکت‌ها، اصول برقراری ارتباط و دوره‌هایی مانند بازاریابی، جستجوی اختراع، اصول سازماندهی، اصول برقراری ارتباط و دوره‌های نرم‌افزاری متنوع، مقاله‌نویسی، ثبت اختراع به‌طور منظم و ماهانه برگزار می‌شوند. در کل هر دوره پیشنهادی دانشجویان که مرتبط با بحث کارآفرینی دانشجویان و حد و نصاب تشکیل کلاس باشد، در مرکز قابل برگزاری است. حدود بیست درصد از دوره‌ها مشمول پیشنهادات دانشجویان می‌باشد.







## نیروی انسانی متخصص و کیفی در صدر عوامل پیشبرد اهداف شرکت‌های دانش بنیان قرار دارد

تجاری گردیده است. از جمله آنها می‌توان موارد زیر را نام برد:

- طراحی و ساخت میز مدل جدید گیربکس با قابلیت تغییرات پیوسته دور که فناوری آن به ثبت اختراع رسیده است. (پروژه تحقیقاتی) (سال اجرا ۱۳۸۶)

طراحی و ساخت سیستم حرکتی استوارت پلاتفورم با عملگرهای سروو الکتریکال برای شبیه ساز پرواز تک نفره. (پروژه تحقیقاتی) (سال اجرا ۱۳۸۷)

- طراحی و ساخت مدل جدید شبیه ساز پرواز شش درجه آزادی اکتاهدال پلاتفورم با عملگرهای سروو که فناوری آن به ثبت اختراع و به تأیید سازمان پژوهش‌های علمی

(جک سروو الکتریکال با ظرفیت ۲۲۰۰۰ نیوتن)



(جک الکتریکال اختلافی دوطرفه قدرتی)



لطفا فعالیت‌های شرکت را توضیح دهید.

این شرکت (ابتداءً با مسئولیت محدود و از سال ۸۹ سهامی خاص) از شهریور سال ۱۳۸۷ به صورت تخصصی و با برنامه فعالیت در زمینه طراحی و ساخت ربات‌های موازی به ویژه جهت استفاده در زمینه انواع شبیه سازهای حرکتی وسایل نقلیه و نیز به طور تخصصی‌تر شبیه ساز هواپیما در دانشگاه صنعتی امیرکبیر فعالیت خود را آغاز کرده است. در طی سال‌های گذشته شرکت تعدادی پروژه تحقیقاتی و صنعتی در زمینه شبیه سازها، ربات‌ها و ماشین‌آلات صنعتی اجراء نموده که در طول فعالیت، این پروژه‌ها تبدیل به محصول

معرفی شرکت‌های دانش بنیان در مصاحبه با  
آقای مهندس نیما یارمحمدی خامنه مدیرعامل  
شرکت مهندسی پیشرانه سامانه پرنده

[WWW.PEESHRANEH.COM](http://WWW.PEESHRANEH.COM)

[INFO@PEESHRANEH.COM](mailto:INFO@PEESHRANEH.COM)

لطفاً از سابقه تحصیلی و شغلی بنیان‌گذار شرکت و خودتان به عنوان مدیرعامل شرکت برای خوانندگان ما بگویید.

آقای دکتر علی محمودی بنیان‌گذار شرکت، فارغ التحصیل رشته هوافضا در مقطع دکتری از دانشگاه امیرکبیر هستند و در حال حاضر عضو هیأت علمی دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی و رئیس هیئت مدیره شرکت می‌باشند. رساله دکترای ایشان مرتبط با پروژه شبیه سازها بود که این پروژه مبنای فعالیت شرکت گردید.

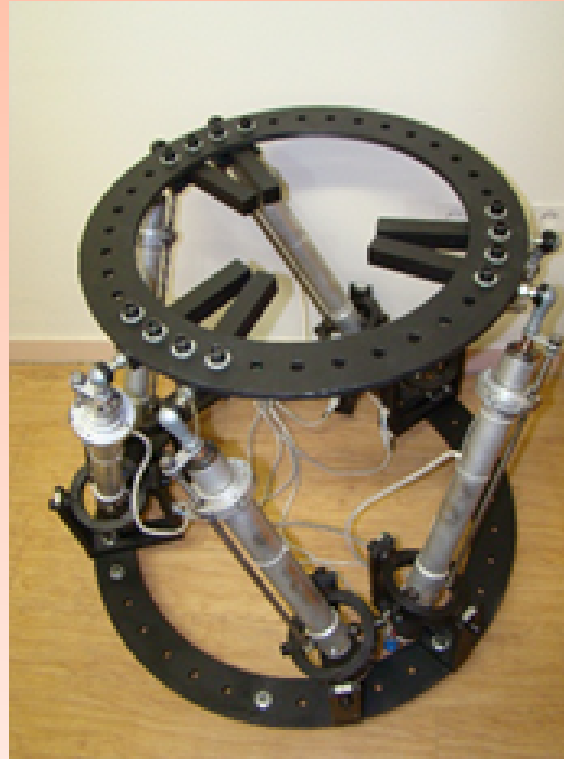
بنده هم فارغ التحصیل رشته مکانیک هستم و با انجام پروژه دانشجویی همکاری خود را با شرکت آغاز کردم حدود ۵ سال است که با این شرکت همکاری می‌کنم و در حال حاضر با سمت مدیرعامل مشغول فعالیت می‌باشم.



## مشکلاتی مواجه بودید؟

یکی از بهترین امکانات، فضا و تسهیلاتی بود که مرکز رشد دانشگاه امیرکبیر در اختیار ما و سایر شرکت‌های نوپا قرار داد و با ارائه دوره‌های آموزشی در مورد نحوه اداره شرکت کمک زیادی به گروه کرد. از طرفی همین قرارگیری شرکت‌های جدیدالتأسیس در کنار هم باعث شد در باره بسیاری از راهکارها و شیوه حل مسایل از یکدیگر بیاموزیم. مشکلات هم که متعدد بود و بسیاری از آنها هنوز ادامه دارد! از همه مهم‌تر مشکلات مالی است. اما یک مسئله خاص این است که در بدو تأسیس همه مسایل کلی است و باید همه آنها را بررسی کرد تا راه حل مورد نظر به دست آید. اینها باعث محدود شدن کار و عدم امکان تمرکز روی الگوهای بیرونی می‌شود. بعد از آن حضور افراد صرفاً دانشگاهی در شرکت‌های دانش بنیان است که آنها نحوه ورود به بازار فروش و تجاری سازی را نمی‌دانند و فراگیری آن بسیار وقت گیر است. از طرفی چون توان مالی شرکت زیاد نیست، امکان استخدام نیروهای مختلف مانند بازاریاب و کارشناس فروش وجود ندارد. باید نیروها را خودمان آموزش بدهیم و بعد به خاطر همین مشکل مالی امکان نگهداری نیروها را نداریم.

تعدادی از مشکلات هم که بیرونی هستند. به عنوان مثال بسیاری از قوانین مانند قانون مالیات هم‌سنگ و برابر با توان مالی شرکت‌هایی مانند شرکت ما نیست و یا اینکه



سرمایه گذاری اقوام و خویشان فعالیت را ادامه داد که این امر یکی از وجوه کسب و کار موفق به جهت اعتمادپذیری را به مجموعه نشان داد.

برخی از منابع مالی هم با وام دفتر ریاست جمهوری و مرکز رشد فراهم شد و ادامه کار با فروش محصولات شرکت اداره می‌شود.

**در زمان شکل‌گیری فعالیت‌های شرکت چه امکانات و فرصت‌هایی در اختیار داشتید و با چه**

و صنعتی ایران و بنیاد ملی نخبگان رسیده است. (پروژه تحقیقاتی) (سال ۱۳۸۸)

- طراحی و ساخت شبیه‌ساز پرواز سه درجه‌آزادی با مکانیزم حرکتی نوین با محرک‌های سروو الکتریکی با ظرفیت بار ۳۰۰۰ کیلوگرم که فناوری آن به ثبت اختراع رسید. (سال اجرا ۱۳۸۸)

- طراحی و ساخت میز سه درجه آزادی برای هدف یابی (پروژه تحقیقاتی) (سال اجرا ۱۳۸۹)

- طراحی و ساخت دستگاه تست توان، دوام و نیروی جک (برای تأمین نیاز آزمایشگاهی شرکت) (سال اجرا ۱۳۸۹)

- جک الکتریکی قدرتی دو طرفه (پروژه تحقیقاتی و دارای گواهی ثبت اختراع)

- طراحی ربات شش درجه آزادی جوشکار، برای جوشکاری منحنی‌های پیچیده فضایی (سال اجرا ۱۳۸۹)

- طراحی و ساخت سیستم شبیه‌ساز سه‌درجه‌آزادی اصلاح شده با ظرفیت بار ۴۰۰۰ کیلوگرم با عملگرهای سروو الکتریکی (سال اجرا ۱۳۹۱)

**نحوه سرمایه‌گذاری شرکت به چه ترتیب بوده است؟**

سرمایه اولیه شرکت توان علمی آن بود. اما طبق آنچه متعارف است باید گفت سرمایه‌گذاری این شرکت به عنوان یک شرکت دانش بنیان از طریق مرکز رشد دانشگاه آغاز شد. و بعد با یک مجموعه سرمایه خصوصی یعنی





ایده‌ها، بازه زمانی صحیح و کار گروهی مناسب، نتیجه کار همیشه بهتر بوده است.

می‌شویم.

## رقبای داخلی و خارجی شرکت کدامند؟

تعدادی شرکت داخلی هستند که در زمینه شبیه سازها کار می‌کنند، اما اینها وارد کننده و فروشنده محصول هستند و کار ساخت را انجام نمی‌دهند. در سطح خارجی چند کشور صنعتی مانند ایالات متحده، کانادا و هلند به طور خاص صاحب فناوری این محصولات هستند.

## آیا شرکت در زمینه صادرات محصولات هم فعالیت دارد؟

تاکنون خیر، ولی صادرات به خاورمیانه در چشم انداز فعالیت‌ها قرار دارد.

## اختراعات ثبت شده در زمینه فعالیت‌ها چه بوده است؟

شرکت در طول فعالیت خود توانسته اختراعات زیر را به ثبت برساند:

CVT- غیرلغزشی مبتنی بر چرخنده-یکسوگرد با تغییر دور هموار برای کاربرد در خودرو (تکمیل اختراع)/ تاریخ ثبت ۸۸/۱۰/۲۵

- سرو و جک الکتریکی تلسکوپ با گام اختلافی/ تاریخ ثبت ۹۱/۱۰/۰۱

## مشتریان شرکت چه طیفی هستند و نحوه بازاریابی محصولات و میزان فروش آن چقدر است؟

در این مورد جامعه آماری ما محدود است. مشتریان اغلب از صنایع خاص مانند صنایع نظامی هستند و همین امر تا حدی باعث بسته بودن ارتباطات می‌شود.

بخشی از بازاریابی از طریق سایت شرکت و بخشی هم از طریق فعالیت‌های در دست انجام صورت می‌گیرد. یعنی با ارائه کار به یک شرکت به لحاظ کیفیت کار، خدمات پس از فروش و دیگر ویژگی‌ها به مراکز متقاضی مختلف معرفی (میز سه درجه آزادی)



پی گیری برخی از مسایل مانند بیمه، مالیات، دریافت مجوزها و ثبت اختراع فرایندی وقت گیر و زمان بر است. درحالی که اگر بسیاری از این زمان‌ها را به عنوان مثال صرف بازاریابی سنتی کنیم، بیشتر سود می‌بریم. یک مسئله هم نحوه برقراری ارتباط با مراکز دولتی است. به عنوان مثال وقتی شرکت می‌خواهد با این مراکز قرارداد ببندد، آنها ضمانت‌های سنگین می‌خواهند که تقبل آن برای شرکت دشوار است.

## ارتباط شرکت با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی داخلی و خارجی به چه ترتیب است؟

این ارتباط در سطح دانشگاه امیرکبیر و دانشجویان دانشگاه‌های مختلف است که برای همکاری و اجرای پروژه به شرکت می‌آیند و به این ترتیب شرکت در ارتباط با دانشگاه‌های آنها قرار می‌گیرد. همچنین با برخی از مراکز نظامی همکاری داریم.

## آیا شرکت شما با مشکلات کار گروهی مواجه بوده است؟

مانند بسیاری از مراکز ما نیز با این مسئله مواجه هستیم. چون کار گروهی در کل جامعه آموزش داده نشده است و برای همین در همه سطوح با مشکل روبرو می‌شود. از دید من مسئله اصلی هم این است که افراد وقتی در گروه قرار می‌گیرند، تابع و پیرو نیستند. در حالی که با برترین



لطفا در مورد سایر فعالیت‌هایی که ذکر آنها را مناسب می‌دانید، توضیح دهید.

شرکت در طی مدت فعالیت خود در نمایشگاه‌های متعددی شرکت نموده است از جمله آن‌ها می‌توان به نمایشگاه جشنواره بین‌المللی رباتیک و هوش مصنوعی دانشگاه صنعتی امیرکبیر (آبان ۱۳۹۱)، ششمین و هفتمین دوره نمایشگاه دستاوردهای پژوهشی و فناوری (سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ در هفته پژوهش در محل مصلی بزرگ امام خمینی تهران)، جشنواره شیخ بهایی اصفهان (اردیبهشت ۱۳۸۹) و نیز نمایشگاه بزرگ تجاری سازی اختراعات و نوآوری‌ها در سومین جشنواره نوآوری و شکوفایی فجر انقلاب اسلامی در بهمن ماه ۱۳۸۹ در مصلی بزرگ امام خمینی تهران اشاره نمود.

#### برنامه آینده شرکت چیست؟

شرکت با یک مجموعه برنامه ریزی کوتاه مدت و بلند مدت و تعیین چشم‌اندازها، برنامه شبیه‌ساز وسایل نقلیه را در بخش نظامی، آموزشی و تفریحی مد نظر دارد. هم‌چنین قصد دارد محصولات فرعی و عملگرهای الکتریکال را وارد بازار کند.

و علاوه بر توسعه کمی و کیفی شرکت در برنامه پنج‌ساله دوم، وارد صادرات شود.

\*با تشکر از شما به خاطر وقت و اطلاعات ارزشمندی که در اختیار ما قرار دادید.

- بالانسر وزن قیچی وار سه جفتی مورد استفاد در رابت‌های دارای حرکت عمودی / تاریخ ثبت ۸۸/۹۰/۱۶  
- مکانیزم حرکتی شش درجه آزادی اکتاهدراال پلاتفورم / تاریخ ثبت ۸۸/۰۶/۸ / مورد تأیید سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران  
- رله‌ی خودکار بازویی نصب شده در محل اتصال لامپ / تاریخ ثبت ۸۹/۰۵/۳۱  
- فرایند ساخت مدار فشرده هوشمند ساز لامپ قابل نصب در درون لامپ / تاریخ ثبت ۹۰/۱۰/۱۶

#### تقدیرهای صورت گرفته از شرکت چه بوده است؟

شرکت در هفته پژوهش سال ۱۳۸۹ به عنوان واحد برتر دانشگاه صنعتی امیرکبیر معرفی و موفق به اخذ تقدیرنامه و جایزه از ریاست دانشگاه گردید.

همچنین تقدیرهایی از سوی مرکز رشد با انتخاب شرکت به عنوان واحد نمونه و فناور برتر صورت گرفته است.

#### عوامل مؤثر در پیشرفت و موفقیت شرکت را چه می‌دانید؟

حمایت‌های صورت گرفته از سوی مرکز رشد، پارک دانشگاه و از همه مهم‌تر حضور نیروی انسانی خوب و ماهر چه در بخش فنی و چه در بازاریابی و فروش که از عوامل مؤثر پیشبرد شرکت‌های دانش بنیان به حساب می‌آید، اگر این ویژگی نبود، حمایت‌ها هیچ تأثیری نداشت.

امام علی (ع):

پیروز کسی است که کار را  
در زمان خود انجام دهد و  
گذشته را هم جبران کند.

غررالحکم و دررالکلم  
فصل ۵۸، ص ۵۱۷





## ارتقای فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها و جامعه

**فرآیند کارآفرینی دارای فرهنگ خاصی است. بر همین اساس بحث توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌تواند یکی از دغدغه‌های اصلی مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها باشد**

از طرفی زمانی که از بعد کارآفرینانه به مقوله فرهنگ می‌اندیشیم و فرهنگ کارآفرینی را در تصورات خود تبیین می‌کنیم این جمله ذهن ما را به خود معطوف می‌دارد که کارآفرینی شیوه جدید زندگی است. کلمه جدید بر تعریف فرهنگ اضافه می‌شود که خود بیانگر نو بودن اندیشه و تزریق خلاقیت در تار و پود کارآفرینی است و به واقع کارآفرینی بدون خلاقیت راه به جایی نخواهد برد. در کارآفرینی ما به دنبال تغییر نگرش فکری هستیم. نگرشی که اگر درست هدایت شود، در همه ابعاد زندگی شغلی، خانوادگی، تحصیلی و زندگی اجتماعی راهنمای ما خواهد بود و خروجی آن دارای تأثیر مستقیم بر فرهنگ است و حتی می‌توان اذعان کرد که در این حالت فرهنگ کارآفرینی به سوی شکل‌گیری می‌رود. از دیدگاه پارسونز، توسعه فرهنگ کارآفرینی متأثر از موارد ذیل است:

جوامع را بررسی می‌کنیم، در می‌یابیم که انسان‌ها همواره به دنبال تغییر بوده‌اند و در این میان، برخی از افراد هم از قوانین کلی جوامع تبعیت نکرده و باعث تغییر جوامع خود و به طور کلی جوامع بشری شده‌اند. از طرفی فرهنگ را می‌توان مجموعه‌ای از باورها، آیین‌ها، اندیشه‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های حاکم بر یک جامعه دانست. به عبارت دیگر، فرهنگ مقوله‌ای است که در سطح جامعه و گروه و در تعامل میان آنها معنا می‌یابد و بیانگر شیوه برقراری ارتباط و تعامل میان افراد جامعه است. بر مبنای فرهنگ، افراد تجارب، تصورات و عقاید خود را با یکدیگر مبادله می‌کنند. فرهنگ را می‌توان نظام تفکری دانست که در گفتار و رفتار افراد جامعه متجلی می‌شود. در یک نگرش کلی و جامع فرهنگ شیوه و اسلوب زندگی است. از این منظر، فرهنگ مقوله‌ای در حال تحول است که از شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی حاکم بر جامعه تأثیر می‌پذیرد. اگر از دیدگاه شیوه زندگی به فرهنگ بنگریم، نمی‌توانیم آن را از مقوله کار و نحوه کسب درآمد جدا بدانیم. کار و فرهنگ همواره و در تمام جوامع بر یکدیگر موثر هستند. گسترش کارآفرینی نیز به عنوان عامل ایجاد اشتغال و تولید ثروت در جامعه، فرهنگی ویژه‌ای را پدید می‌آورد که قابل تأمل و بررسی است.

مهندس مهدی طلائی

کارشناس ارشد کارآفرینی و عضو کمیته کارآفرینی دانشگاه رازی کرمانشاه



## ارتباط فرهنگ با کارآفرینی و کلیاتی از چگونگی ارتقای فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها و جامعه

جامعه پیشرفته امروزی، توسعه خود را مدیون انسان‌هایی است که قادر به تبدیل رؤیایها و ایده‌های خلاقانه خود به حقیقت و استقلال‌طلبی برای کاوش موقعیت‌های جدید بوده‌اند و جرأت کافی برای مبارزه با روش‌های متداول و جا افتاده داشته‌اند. این عاملان تغییر، شخصیت و روحیه‌ای دارند که امروزه کارآفرینی نامیده می‌شود. کارآفرینی هم دارای بعد نظری و هم دارای بعد عملی و کاربردی است و می‌توان با روش‌های مختلف آموزشی از میان هر ده نفر یک نفر کارآفرین تربیت نمود.

«کارآفرینی» می‌تواند همان فرآیند تأسیس یک کسب و کار (شرکت) بر مبنای فکر و ایده‌ای نو باشد. وقتی مسیر حوادث، وقایع و روند فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی



شماره ۳۶۸۸، بخش گزارش، دوشنبه بیست و پنجم تیرماه

## منابع انگلیسی:

1- Haug, H. M. & Pardy W. (1999) Community entrepreneurship in north eastland, international journal of entrepreneurial behavior & research, vol. 5, No. 4.

2- Thompson, John & Geoff, ALVY & Lees, Ann, (2000) The words of the entrepreneur, vol. 38, No. 5.

انسانی فراهم می‌شود و اگر این کار در مسیر درست هدایت شود، به شکوفایی و تعالی انسان‌ها و جامعه می‌انجامد. علاوه بر این، نوآوری که از مشخصه‌های اساسی کارآفرینی است، موجب تولید محصولات و خدمات جدیدتر و متنوع‌تر می‌گردد و به این ترتیب قدرت انتخاب مردم افزایش می‌یابد. با افزایش میزان رفاه، آسایش و اوقات فراغت افراد، فرصت‌های بیشتری برای فعالیت‌های فرهنگی ایجاد می‌شود. در ضمن نحوه شکل‌گیری و ثمر بخشی کارآفرینی، روش‌ها و شیوه‌های خاصی را می‌طلبد که بر پایه باورها و ارزش‌های ویژه‌ای استوار شده است، مجموعه این روش‌ها و باورها را می‌توان یک فرهنگ تلقی کرد. در واقع فرآیند کارآفرینی در بطن خود، فرهنگ خاصی را دارد.

بر همین اساس بحث توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌تواند یکی از دغدغه‌های اصلی مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها به عنوان بازوی توانمند کارآفرینی در آن دانشگاه باشد و نقش آنها در این خصوص بی‌نهایت حائز اهمیت بوده و بایستی نسبت به اجرای برنامه‌های آموزشی و ترویجی مناسب و جهت‌دار در مسیر ارتقای فرهنگ کارآفرینی ابتدا در دانشگاه و سپس در جامعه اقدام نمایند.

## منابع فارسی:

۱- احمدیان راد، حمیده، ۱۳۸۶، شیوه‌های کهنه آموزش دشمن خلاقیت و کارآفرینی، روزنامه ایران، سال سیزدهم،

۱- شیوه جامعه‌پذیری

۲- میزان رشد و انسجام شخصیت

۳- استقلال فردی

۴- فرهنگ غالب کار در جامعه (سخت‌کوشی پشتکار- وقت‌شناسی)

این مدل در واقع ارتباط دهنده کارآفرینی از منظر شاخص‌های فرد کارآفرین با توسعه فرهنگی است.

همچنین مک‌کله‌لند و ماکس وبر نیز به نوبه خود نظریاتی را در خصوص فرهنگ کارآفرینی ارائه داده‌اند که در آن‌ها به تقویت برخی از مشخصه‌های برجسته فرد کارآفرین و اثرگذاری آن بر ارتقای سطح فرهنگ کارآفرینی در جامعه تأکید شده است.

## نتیجه‌گیری:

ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ از دو بعد قابل بحث است. از یک سو، نتایج کارآفرینی بر جامعه تأثیر می‌گذارد و از سوی دیگر، فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن، علاوه بر اینکه متأثر از مبانی فرهنگ جامعه است، می‌تواند تحولات اساسی نیز در آن ایجاد کند. کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش‌زمینه‌ای اساسی برای ارتقای فرهنگ جامعه است. با رفع نیازهای اولیه معیشتی، زمینه برای بروز نیازهای عالی‌تر

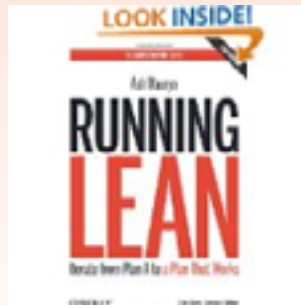




## معرفی کتاب

**Casson , Catherine Casson /2013/ Publisher:**  
**Edward Elgar Pub.**  
**ISBN: 9781781955239**

تاریخ کارآفرینی: نوآوری و خطر پذیری، ۱۲۰۰-۲۰۰۰  
رازهای یک کارآفرین موفق چیست؟ یک شرکت چه موقع شکل می‌گیرد؟ این کتاب دو جلدی با ارائه مطالعات موردی و تاریخی رفتارهای کارآفرینی از سال ۱۲۰۰-۲۰۰۰ به چنین سؤالاتی پاسخ می‌دهد. بخش‌های کلیدی این کتاب شامل مقایسه موضوعی و زمانی مطالعات مربوط و هم چنین پوشش طیفی از صنایع از جمله صنعت نرم افزار است. ویراستاران هم چنین مقالاتی را که امکان بررسی طیفی از پیشینه‌ها و شخصیت‌های کارآفرین از قبیل زنان کارآفرین را می‌دهد، انتخاب و ارائه کرده‌اند.



**Running Lean: Iterate**  
**from Plan A to a Plan**  
**That Works /Ash Mau-**  
**rya /2012/ Publisher:**  
**O'Reilly Media.**  
**ISBN: 9781449305178**

اجرای ناب: گذر از برنامه A برای دستیابی به برنامه‌ای کارآمد.

ما در عصر فرصت‌های کم نظیر برای نوآوری زندگی می‌کنیم. نسبت به قبل تولیدات بیشتری داریم، اما اغلب فعالیت‌ها شکست می‌خورند. نه به این دلیل که نمی‌توانیم مراحل ساخت را کامل کنیم، بلکه به این خاطر که وقت، بودجه و تلاش خود را صرف تولید محصولات نامناسب می‌کنیم. آنچه که ما نیاز داریم یک فرایند هماهنگ برای بررسی سریع ایده‌ها و افزایش امکان موفقیت است.

در معرفی کتاب آمده است این مجموعه بر اساس تجربیات نویسنده در تولید طیفی از محصولات معمولی تا محصولاتی با فناوری بالا، استراتژی دقیقی برای رسیدن به محصول و بازار مناسب سرمایه‌گذاری نوپا مطرح می‌کند. نویسنده ایده‌ها، مفاهیم و روش‌های نوآورانه متعددی را شامل راه‌اندازی شرکت‌های کوچک و ایجاد مشتری ارائه می‌نماید.

این کتاب با ذکر راهکارهایی از قبیل موارد زیر، ابزاری برای مدیران و مالکان کسب و کار کوچک، برنامه ریزان و هر فرد دیگری است که علاقمند به شروع یک پروژه کسب و کار می‌باشد:

- مسئله‌ای را که ارزش حل کردن داشته باشد، یافته و سپس راه حل را مطرح نمایید.
- مشتریان رادر چرخه توسعه شرکت دهید.



**Second Stage Entrepre-**  
**neurship: Ten Proven**  
**Strategies for Driving Ag-**  
**gressive Growth/Daniel J.**  
**Weinfurter/2013/ Publish-**  
**er: Palgrave Macmillan /**

**ISBN: 9781137302588**

مرحله دوم کارآفرینی: ده استراتژی ثابت شده برای ایجاد رشد فعالانه

در این کتاب یک کارآفرین موفق بر اساس تجربه‌اش هدایت یک شرکت تازه تأسیس را از مراحل نظری تا رسیدن به رقابت تشریح می‌کند.

این کتاب به کارآفرینان بالقوه نشان می‌دهد که چگونه یک فرهنگ کاری مناسب و مؤثر ایجاد کنند. نویسنده بر اساس سوابق خود در هدایت شرکت‌های متعدد و توسعه آنها، به خوانندگان پیشنهاد



می‌دهد به چالش‌هایی که در هر مرحله کار با آن مواجه خواهند بود، به طور اساسی دقت نمایند.

**History of Entrepreneur-**  
**ship: Innovation and Risk-**  
**Taking, 1200-2000/Mark**



## کسب و کار موفق

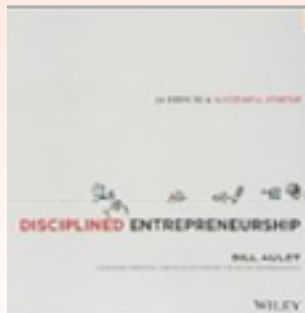
این کتاب روش تفکر شما را در باره آغاز یک کسب و کار تغییر خواهد داد. بسیاری معتقدند که کارآفرینی آموختنی نیست. اما کارآفرینان بزرگ با ویژگی‌های خاصی متولد نشده‌اند. این مجموعه نشان می‌دهد چگونه کسب و کاری موفقیت‌آمیز را راه‌اندازی کنید. کتاب فرآیند مورد نیاز را در مراحل بیست و چهارگانه یکپارچه، جامع و ثابت قرار می‌دهد که هر فرد ساعی امکان یادگیری و به‌کارگیری آن را دارد. شما یاد خواهید گرفت:

- چرا تمرکز در فرآیند راه‌اندازی کسب و کار اساسی و ضروری است؟
- موانع مشترکی که کارآفرینان با آن مواجه هستند و نحوه غلبه بر آن چیست؟
- چگونه از نوآوری برای پایداری و مداومت استفاده کنیم؟

کتاب صرفاً در باره فناوری نیست. حالا یا اولین بار است که دست به فعالیت کارآفرینانه می‌زنید و یا چنین فعالیتی را تکرار می‌کنید، این منبع ابزار لازم برای بهبود فرصت‌ها و برآورده ساختن نیازهای جامعه و تولید محصولات نوآورانه ارائه می‌دهد.

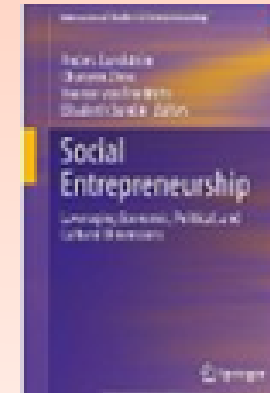
برای به‌کارگیری، نهادینه کردن و چشم‌انداز آینده کارآفرینی اجتماعی ارائه می‌کند. هدف این مجموعه گردآوری تحقیقاتی است که بافت اقتصاد، سیاست و مسایل فرهنگی را در ترکیب با نیازهای توسعه اجتماعی و انسانی در نظر می‌گیرند. کتاب با استفاده از تعاریف کارآفرینی اجتماعی و همچنین طرح جریان‌های متعدد تحقیق و نظریه کارآفرینی اجتماعی - مربیان، کتابخانه‌ها، کارشناسان، محققان، سیاستگذاران عمومی، شاغلان، دانشجویان، فارغ‌التحصیلان و هر سازمان یا شخص علاقمند به همگامی با پیشرفت‌ها در این محدوده را مد نظر دارد. این منبع هم چنین یک مرجع مهم برای معلمان، دانشجویان و اعضای هیئت علمی علاقمند به تحقیق یا تدریس کارآفرینی اجتماعی است.

**Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Start-up/ Bill Aulet/ 2013. Publisher: Wiley. ISBN: 9781118692288**



کارآفرینی منظم: بیست و چهار مرحله برای راه‌اندازی

- فرایند کار را در مقیاس‌های کوچکتر و بازه زمانی سریع‌تر تکرار کنید.
- واکنش مصرف‌کننده را بررسی کنید، شاید به تصمیمی در رهسازی ایده برسید.
- حداکثر تلاش خود را برای سرعت، یادگیری و تمرکز بکار ببرید.
- زمان ایده آل را برای افزایش سرمایه‌گذاری مشخص نمایید.



**Social Entrepreneurship: Leveraging Economic, Political, and Cultural Dimensions (International Studies in Entrepreneurship)**  
Anders Lundstrom, Chunyan Zhou, Yvonne von Friedrichs, Elisabeth Sundin

2013/Publisher: Springer.  
ISBN: 9783319013954

کارآفرینی اجتماعی: اعمال نفوذ ابعاد اقتصادی، سیاسی و فرهنگی (مطالعات بین‌المللی در کارآفرینی)  
این مطالعه، تحقیقات در مرزهای دانش را از ده کشور متفاوت