



فهرست مطالب

- تفکر خلاق..... ۲
- مشخصه‌های شوق کار آفرینی..... ۲
- گزارش: همایش منطقه‌ای مراکز کار آفرینی..... ۳
- معرفی شرکت‌های دانش بنیان : دانشجوی
- کار آفرین مهندس مهدی اسکروچی مدیر عامل
- شرکت فناوری ازدیاد برداشت فارس ۷
- دانشگاه کار آفرین (مفهوم، زمینه‌های پیدایش
- و عوامل زمینه ساز) ۱۰
- کار آفرینان غیررسمی ۱۳
- اخبار..... ۱۴
- معرفی کتاب..... ۱۵

شوق کار آفرینی

ماهنامه الکترونیکی علمی و ترویجی دفتر توسعه
کار آفرینی دانشگاه‌ها / شماره دوم / آذر ماه ۱۳۹۱
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: 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

یا بدیع

ما او (ذوالقرنین) را در زمین مکان
دادیم و راه رسیدن به هر چیزی را
به او نشان دادیم.
او نیز راه را پی گرفت.

(سوره کهف، آیه ۸۶-۸۵)



مشخصه های شوق کار آفرینی

- شوق کار آفرینی با استناد به تعاریف ارائه شده در متون و پژوهش‌ها دارای ویژگی‌های زیر است:
- شوق کار آفرینی ترکیبی از تجربیات اولیه زندگی، گزینه‌های جامعه‌پذیری و ویژگی‌های شخصیتی است.
- بخشی از رفتار کار آفرینی محسوب می‌شود و نه قسمتی از فرآیند و در واقع این خصلت انگیزه‌های کار آفرینی را به سمت رفتار کار آفرینی هدایت می‌کند.
- نقطه اوج قابلیت‌های هر فرد و یک تجربه موثر است که فعالیت‌ها را با اصول ارزشی همراه می‌نماید.
- با وجود شوق کار، علاوه بر فعالیت، ذهن افراد هم دائماً فعال است و تمام همشان نشان دادن این شوق باشد.
- یک متغیر فراگیر و اغلب مورد تاکید تمام فعالیت‌های کار آفرینی است.
- در مواجهه با خروجی‌های منفی بر تصمیم‌گیری‌ها تاثیر می‌گذارد.
- سریع‌ترین مسیر برای توسعه فرصت‌ها در انجام کار موفقیت‌آمیز می‌باشد.
- احساسی پایدار است و عاملی برای غلبه بر موانع شخصی، اجتماعی و موسسه‌ای در راستای پیاده‌سازی استراتژی‌ها خواهد بود.
- خواهان ایجاد محصولات و خدمات گسترده و اعمال تاثیرات غیر قابل انکار بر جامعه است.
- شوق کار یک عامل کیفی نامحسوس و غیر قابل اندازه‌گیری و البته اساسی در تلاش‌های افرادی است که می‌خواهند پدیده‌ای جدید ایجاد کنند، اما بهر حال نقشی اساسی در تصمیمات سرمایه‌گذاری مبنی بر نوآوری و خلاقیت دارد و عاملی مهم برای متقاعد کردن افراد جهت سرمایه‌گذاری پول، وقت و تلاش در زمینه مخاطرات و در نتیجه تهیه تمام منابع مورد نیاز در این زمینه است.
- تحقیقات گذشته و حکایات کار آفرینی نشان می‌دهد که تنها شوق کار است که کار آفرینان را در فرایند متلاطم و پر خروش شناخت فرصت‌ها، ایجاد، خلق و اکتشاف پا بر جانه می‌دارد.
- شوق کار آفرینی اگرچه بار معنایی مثبتی دارد، اما حضور ترس و اضطراب در ذات رفتار، ویژگی منفی آن محسوب می‌شود.
- و نهایتاً بازگویی یک نکته برای پژوهشگران و دانشجویان: **مطالعه سیستماتیک در باره شور و شوق کار آفرینی محدود و پراکنده می‌باشد و پژوهش در این زمینه بسیار ضروری است.**

تفکر خلاق

حدود نیمی از مردم، بدون در نظر گرفتن کاری که انجام می‌دهند، فاقد ابتکار هستند و فقط پنج درصد به طور غریزی نوآور و خلاق متولد می‌شوند. شیوه انجام کارها و تفکر این افراد از طریق شهود است. نفوذ به ذهن آن‌ها و رمزگشایی آنچه که برای آنها شهودی است بسیار مفید می‌باشد زیرا دیگران می‌توانند از آن‌ها بیاموزند. پرواضح است که افراد مبتکر متفاوت فکر می‌کنند و این توانمندی منجر به تفاوت در عمل می‌شود. بر اساس پژوهش‌های انجام شده الگوهای پایدار و سازگاری به دست آمده بر پنج مهارت تاکید دارد: ارتباط، مشاهده، پرسش، شبکه‌سازی و تجربه که البته تمامی موارد زمینه ساز نوآوری هستند.

مشاهده و پرسش ارتباط مستقیمی با هم دارند. مبتکران عوامل را مشاهده می‌کنند و سؤال‌های متعددی به ذهنشان خطور می‌کند و در خصوص چرایی و چگونگی عوامل بررسی‌های خوبی انجام می‌دهند.

شبکه سازی مهارتی است که افراد خلاق از آن به منظور شناسایی و گسترش ایده‌ها در میان گروه‌های مختلف با سوابق و تجربه‌های متفاوت بهره می‌گیرند. آنها در تعامل با دیگران به دنبال بینش‌های متفاوت، مفید و سودآور هستند. بنابراین آموختن همراه با متفاوت فکر و عمل کردن یک ضرورت است و برای به وجود آوردن فرهنگ که در آن نوآوری شکوفا شود، جسارت و خطر پذیری، یک اصل می‌باشد.

اکثر روانشناسان بر این باورند که خلاقیت قابل آموزش و یادگیری است. و تمامی قابلیت‌های مزبور با آموزش‌های کاربردی تحقق می‌یابد. رمز موفقیت و پایداری شرکت‌های دانش بنیان فراگیری تفکر خلاق و آگاهی از فرآیند نوآوری و عملی کردن آن است.



همایش‌های منطقه‌ای مراکز کارآفرینی

همایش‌های منطقه‌ای مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها با هدف آشنایی، انتقال و تبادل تجربیات بین مراکز و استفاده از آراء و نظرات صاحب نظران، از سال ۱۳۸۶ تحت نظارت دفتر توسعه کارآفرینی برگزار می‌شود. در این برنامه دانشگاه‌ها براساس بحث آمایش سرزمین به شش منطقه تقسیم شده‌اند: منطقه شرق، منطقه غرب، منطقه مرکزی، منطقه شمال، منطقه جنوب و منطقه تهران.

محورهای برگزاری همایش‌ها به ترتیب ترویج کارآفرینی، آموزش‌های کاربردی، پژوهش، تاسیس شرکت‌های دانش بنیان و دانشگاه کارآفرین است که همواره با توصیفات ذیل به آن تاکید شده است:

ترویج کارآفرینی این مفهوم از منظر ارزش‌آفرینی، نهاده‌ساز فرهنگ نوآوری و تبیین این باور می‌باشد که کارآفرینی آموزش نوآوری است. نقطه عطف ترویج کارآفرینی توسعه فرهنگ آن در نظام آموزش عالی کشور خواهد بود.

آموزش‌های کاربردی یکی از مهم‌ترین اهداف نظام آموزشی، ارائه آموزش‌های کاربردی و مهارت‌های شغلی



مورد نیاز جامعه است. بنابراین ضمن آموزش دروس مختلف به دانشجویان، می‌بایست کارآفرینی را که شامل جمع‌آوری اطلاعات از منابع مختلف، شناسایی فرصت‌های جدید، تفکر صحیح و راه‌گشا و قدرت مدیریت می‌شود، نیز آموزش داد تا شاهد افزایش دانش‌آموختگان کارآفرین باشیم.

پژوهش‌های کاربردی با توجه ویژه به پژوهش‌های کاربردی، شاهد حضور دانشجویان و دانش‌آموختگان کارآفرینی خواهیم بود که به خوبی با صنعت ارتباط برقرار می‌کنند و توانایی ایجاد شرکتهای مختلف در مراکز رشد و جامعه را دارند. مراکز کارآفرینی با فعالیت‌های پژوهشی، آموزشی و ترویجی خود و تربیت دانش‌آموختگان کارآفرین،

زیربنای ارتباط با صنعت، مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری و... می‌باشند. تشویق، راهنمایی و حمایت مادی و معنوی از دانشجویان برای ارائه یافته‌ها و مطالب خود در قالب یک طرح و ایده، بخش مهمی از برنامه‌های مراکز کارآفرینی است. با افزایش پژوهش‌های کاربردی، تجاری سازی محصولات دانشگاهی محقق خواهد شد.

تاسیس شرکت‌های دانش بنیان با تغییر در شاخص‌های اقتصادی از مصرف انبوه به دانایی انبوه و ورود جامعه جهانی به اقتصاد دانش بنیان، گسترش شرکت‌های دانش بنیان برای توسعه پایدار کشورها یک ضرورت است. با تاسیس چنین شرکت‌هایی اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها می‌توانند به فعالیت‌های تحقیقاتی و تجاری سازی نتایج تحقیقات خود بپردازند، به این ترتیب نگاه به مقوله کارآفرینی دانش بنیان پر رنگ تر می‌شود و ضرورت آموزش، افزایش قدرت تجزیه و تحلیل در شناسایی بازار و فرصت‌های مالی و اقتصادی و به دنبال آن ایجاد شرکت‌های خصوصی، حمایت و پشتیبانی دانشگاه و از همه مهم‌تر قدردانی از افراد صاحب ایده‌های نو و خطر پذیر بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

دانشگاه کارآفرین ترویج فرهنگ کارآفرینی و حمایت



از کارآفرینان راه کار عملی پرورش ایده‌های نوین است. این مهم با توسعه همه جانبه دانشگاه‌ها و حرکت به سوی دانشگاه کارآفرین مسیر می‌گردد. اصلی‌ترین ویژگی دانشگاه کارآفرین، تجاری سازی دانش است. در حقیقت دانشگاه نسل سوم در تجاری سازی محصولات علمی توانمند است.

برنامه همایش‌ها عبارت است از ارائه گزارشی از فعالیت‌های مراکز شرکت کننده، سخنرانی علمی، بحث و تبادل نظر در خصوص مسایل و مشکلات فعالیت مراکز کارآفرینی، بیان پیشنهادات و بازدید از مرکز کارآفرینی دانشگاه میزبان. در ادامه مهم این موارد شرح داده می‌شود:

گزارش فعالیت‌ها: براساس گزارش‌های ارائه شده توسط رؤسای مراکز کارآفرینی در همایش‌ها، عمده‌ترین فعالیت‌های مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها عبارت است از: تدوین برنامه چهارساله برای دانشجویان کارشناسی - برگزاری کارگاه‌های آموزشی و همایش‌های علمی و کاربردی در خصوص نوآوری و کارآفرینی و اصلاح دیدگاه جامعه که اشتغال مولد فقط یکی از پیامدهای کارآفرینی است - ایجاد تعادل بین آموزش‌های نظری و

کاربردی - برگزاری بازدیدهای علمی برای دانشجویان - برگزاری جلسات، سمینارها و کارگاه‌های کارآفرینی برای آشنایی اساتید، مدیران میانی و دانشجویان - راه اندازی تعاونی دانش بنیان به عنوان بخش خصوصی برای اساتید دانشگاه - تاسیس و حمایت هسته‌های کارآفرینی و شرکت‌ها - ارائه خدمات آموزشی و مشاوره ای - تألیف و ترجمه کتاب و مقاله‌های علمی - دعوت از کارآفرینان برتر استان به خصوص دانش آموختگان و ارائه سخنرانی برای دانشجویان دانشگاه و آشنایی با فعالیت‌ها و ایده‌های آنان - تهیه زندگینامه کارآفرینان برتر - بازدید از فعالیت‌های کارخانجات و صنایع مختلف - برگزاری نمایشگاه ایده‌ها و طرح‌های جدید دانشجویان و حمایت دانشگاه از طرح‌های کارآفرینان - اجرای سیاست‌های تبدیل به دانشگاه کارآفرین و افزایش سهم کارآفرینان دانشگاهی در خصوص تولید ثروت ملی.

ارائه سخنرانی علمی

در این همایش‌ها تاکنون بیست و چهار عنوان سخنرانی در قالب موضوعات ذیل ارائه شده است:

کارآفرینی دانش بنیان - ارزیابی فعالیت‌های مراکز کارآفرینی - رسالت مراکز کارآفرینی - هویت علمی

کارآفرینی - الگوی یکپارچه کارآفرینی - فن بازار و شرکت‌های دانش بنیان - چالش‌های کارآفرینی - بسترسازی کارآفرینی - کارآفرینی در هنر، کارآفرینی در کشاورزی - دانشگاه کارآفرین - کارآفرینی: فرصت‌ها و تهدیدها - اثربخشی دوره‌های کارآفرینی - توسعه پایدار و کارآفرینی - چشم انداز توسعه کارآفرینی - شرایط ایجاد فرهنگ کارآفرینی .

تبادل نظر و بیان مشکلات

مباحث و مشکلات مطرح شده در جلسات به طور خلاصه شامل چنین مواردی می‌شود:

۱. توسعه کارآفرینی مستلزم حمایت‌های مالی و معنوی از مراکز کارآفرینی است. شفاف بودن بودجه کارآفرینی کمک شایانی به برنامه‌های مرکز می‌کند.

۲. دلیل تفاوت رفتارهای کارآفرینی در دانشگاه‌ها از سویی وجود روحیه فردگرایی و از سوی دیگر عدم درک یکپارچه مقوله کارآفرینی است، درحالی‌که کارآفرینی راه حلی اساسی برای توسعه فناوری و اشتغال مولد و بیکاری دانش آموختگان است. با ترویج فرهنگ کارآفرینی دانش بنیان، ذهنیت اعضای هیأت علمی و مسئولان دانشگاه در خصوص کارآفرینی اصلاح می‌گردد.



۳. عدم شناخت و آگاهی و توجه صنایع در برقراری ارتباط با دانشگاه‌ها، چرا که بیشتر روابط شخصی حاکم است تا ضوابط.

۴. مشکلات مربوط به محیط کسب و کار. دلیل منجر نشدن بسیاری از ایده‌ها به کارآفرینی نه در روحیه محدود کارآفرینی، بلکه به خاطر نبود محیط کسب و کار مناسب است.

۵. لزوم آموزش دانشجویان در زمینه تهیه طرح تجاری، بازدید از کارخانجات صنعتی، تعامل با کارآفرینان و آشنایی با روش‌های مدیریت بنگاه‌ها و آشنایی با مفاهیم خطرپذیری.

۶. اصلاح و تحول در رشته‌های دانشگاهی و ضرورت تدریس دروس به شیوه آزمون و عمل که منجر به تقویت خصلت‌های کارآفرینی در دانشجویان می‌گردد.

راهکارهای پیشنهادی در همایش‌ها

- تدوین نقشه راه کارآفرینی دانشگاه بر اساس دو اصل:

۱: پذیرش کارآفرینی به عنوان ارزش آفرینی و جایگاه ویژه آن از طرف مسئولان و برنامه ریزان دانشگاه‌ها ۲. در نظر گرفتن نیازها و استعدادهای هر منطقه و هدایت تحولات

به سمت کارآفرینی.

- تخصیص فضای مناسب برای فعالیت‌های مرکز کارآفرینی در دانشگاه.

- آشنا نمودن دانشجویان از همان زمان آغاز تحصیلات دانشگاهی با مفاهیم کارآفرینی و مهارت‌های کاری مانند نحوه مکاتبات اداری، صفحه آرایی مقاله، سخنرانی، اداره جلسات و... که به نظر ساده می‌آید اما عدم آگاهی از آن در روند کار باعث بروز مشکل می‌شود.

- ترویج فرهنگ کارآفرینی متناسب با سطوح مختلف آموزشی، تحلیل فرایندها و به‌کارگیری دانش در توسعه فرهنگ کارآفرینی بر اساس نیازها و امکانات کشور.

- تربیت استاد در زمینه آموزش کارآفرینی، تعمیم درس کارآفرینی برای تمامی رشته‌ها و گسترش آموزش‌های کاربردی و تخصصی در خصوص کارآفرینی. ایجاد وحدت رویه در آموزش مفاهیم کارآفرینی بین مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها و تلفیق آموزش کارآفرینی با آموزش دانشگاهی برای کسب موفقیت در موضوعات کارآفرینی.

- آشنا نمودن اعضای هیأت علمی با فرایندهای تولیدی و خدماتی.

- ایجاد بانک ایده دانشگاهی، کمک به ثبت آثار و ابتکارات

دانشجویان کارآفرین، فعالیت‌های کیفی مراکز کارآفرینی در خصوص برگزاری مسابقات و جشنواره‌های ایده پردازی که موجب تحرک، مشارکت بالای دانشجویان و ایجاد انگیزه و شوق در آنان می‌شود. راه اندازی جشنواره طرح تجاری نویسی برای دانشجویان.

- شناسایی فرصت‌های کارآفرینی و برقراری ارتباط بین دانش و تجربه تولید و صنعت.

- تهیه نقشه آمایش سرزمین در هر استان در زمینه کسب و کارهای کوچک و متوسط و کارآفرینی.

راهکارها و عوامل تاثیر گذار خارج از دانشگاه

- اصلاح قوانین و مقررات بانکی و ایجاد یک نظام بانکی با ویژگی حمایت از توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط بدون نرخ بهره.

- تحقق دولت الکترونیک، تجارت و بانکداری الکترونیک به مفهوم حقیقی.

- اعمال سیاست‌های تشویقی دولت در ایجاد صندوق‌های مستقل سرمایه گذاری مخاطره پذیر در سطح ملی و استانی و حمایت مستمر مالی و قانونی.

- ایجاد مراکز مشاوره کارآفرینی در شهرک‌های صنعتی و



توجه به فناوری‌های نوین،

- بررسی عملکرد مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری و اثرگذاری آنها در موفقیت و پایداری شرکت‌های مستقر، شناسایی چالش‌ها و ارائه راه کارها.
- صدور فرآورده‌های فسیلی به جای صدور منابع فسیلی.
- اصلاح قانون کار در راستای پایداری شرکت‌ها بر اساس عدالت اجتماعی در بنگاه‌ها (نه کارگر مدار و نه کارفرما مدار).
- ایجاد تسهیلات برای دسترسی آسان و سریع به اطلاعات و آمار قابل اعتماد و روزآمد.

نتایج نشست‌ها

دیدگاه عموم مراکز شرکت کننده در همایش‌ها این است که چنین جلساتی می تواند دست اندرکاران را به سمت تفکر، اعتقاد و باور صحیح از کارآفرینی راهنمایی نماید. همچنین این نشست‌ها به لحاظ تعدد بازدیدها و افزایش مشاهدات باعث تسریع حرکت کارآفرینی می شود. از طرفی در طول سال‌های گذشته خلاصه گزارش همایش‌ها در همان سال تدوین و به مسئولان مربوطه منعکس گردیده که حاصل آن عبارت است از:

۱. تدوین و ابلاغ بخشنامه چهارده ماده ای از سوی وزیر علوم، تحقیقات و فناوری در سال ۱۳۸۶ به تمامی رؤسای دانشگاه‌ها که مفاد آن را می توان چنین برشمرد :
۲. تاکید بر اجرای آیین‌نامه طرح توسعه کارآفرینی. برگزاری جلسات منظم کمیته کارآفرینی به ریاست رییس دانشگاه که مسئول کمیته کارآفرینی نیز هست. اجرای مصوبه درس مبانی کارآفرینی. تخصیص امتیاز از جدول ارتقای اعضای هیأت علمی به روسای مراکز کارآفرینی و اعضای هیأت علمی که در گسترش فرهنگ کارآفرینی و ظهور کارآفرینان دانش‌آموخته فعالیت می‌کنند.
۳. بازنگری آیین‌نامه قبلی و تدوین آیین‌نامه جدید توسعه کارآفرینی در سال ۱۳۹۰.

در تدوین این آیین‌نامه تجربیات ده ساله مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها مد نظر قرار گرفته و نظرات و پیشنهادات آنها در آیین نامه جدید اعمال گردیده است. آیین نامه شامل هشت ماده در قالب تعاریف ساختارها، بیان ضرورت توسعه کارآفرینی، اهداف، مأموریت و چشم انداز، بیان سیاستگذاری و برنامه ریزی، ترکیب بخش‌ها (شورای مرکزی، دفتر توسعه کارآفرینی، کمیته کارآفرینی

- و مرکز کارآفرینی دانشگاه)، وظایف هر کدام و منابع مالی (اعتبارات) آنها می باشد. از ویژگی‌های آیین‌نامه جدید می توان به این موارد اشاره کرد:
- شفافیت و تامین اعتبارات مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها (نیم درصد از بودجه جاری دانشگاه).
- تشکیل جلسات کمیته کارآفرینی به ریاست رئیس دانشگاه که رئیس کمیته نیز هست.
- موظف نمودن دانشکده‌ها به معرفی یکی از اعضای هیأت علمی خود به عنوان نماینده در کمیته کارآفرینی.
- برنامه ریزی کمیته کارآفرینی در دانشگاه در راستای چهار بخش ترویج، آموزش، پژوهش و مشاوره

من دوست دارم که در کارها مداومت داشته باشم، حتی اگر اندک باشد.
امام سجاده (ع)

تهذیب الاحکام. ج. ۲، ص: ۱۵



مهندس اسکروچی، دانشجوی کار آفرین:

باور و اعتماد به محصول داخلی رمز موفقیت شرکت‌های دانش بنیان است

برداشت دانشگاه به فعالیت‌های پژوهشی پرداختم. حمایت‌ها و راهنمایی‌های خوب آقای دکتر آیت اللهی باعث افزایش علاقه من به این زمینه شد. با پشتیبانی ایشان من و یکی از همکاران برای شرکت در یک دوره چهار ماهه به کشور عمان رفتیم و افزون بر آن در یک دوره آموزشی یک‌ساله هم در کشور عمان شرکت کردیم که در قالب آن با تجهیزات تخصصی نفت و گاز آشنا شدیم. بعد از بازگشت بر اساس سیاست‌های مرکز تحقیقات و با توجه به قرارگیری بخش عظیمی از این مخازن در جنوب ایران و وجود مخازن عظیم نفتی در کشورهای حاشیه خلیج فارس، ایجاد یک مرکز علمی-پژوهشی همراه با امکانات

ساخت دستگاه‌ها و ارائه خدمات فنی در منطقه جنوب کشور و در نزدیکی میادین نفت و گاز به‌طوری که بتواند به سرعت خدمات فنی میدانی را در اختیار قرار بدهد و مطالعات مربوط را با صرف کمترین هزینه و زمان به انجام برساند، به نظر ضروری می‌رسید. به همین منظور شرکت فناوری ازدیاد برداشت فارس با استفاده از تجربیات خود در مرکز تحقیقات ازدیاد برداشت دانشگاه شیراز در



افزایش داد. در این فناوری دستگاه‌های ما خصوصیات سنگ‌ها، نفت و رفتار متقابل سنگ و نفت را شناسایی نموده و برای مطالعه و کاربرد تکنولوژی‌های جدید با هدف افزایش سطح برداشت مورد استفاده قرار می‌گیرند. برای اینکه بدانیم چه شد به این فناوری روی

آوردید، باید با سوابق تحصیلی و شغلی شما آشنا شویم:

رشته تحصیلی من در تمام مقاطع مهندسی شیمی در دانشگاه شیراز بود. در دوره کارشناسی گرایش پتروشیمی و در دوره کارشناسی ارشد و دکتری گرایش مخازن نفت و گاز را دنبال کردم. از سال سوم کارشناسی با رویکرد نفت و گاز و ازدیاد برداشت نفت آشنا شدم و از همان زمان در مرکز تحقیقات ازدیاد

مصاحبه با شرکت‌های دانش بنیان:

این شماره مصاحبه با آقای مهندس مهدی اسکروچی

دانشجوی دکترای مهندسی شیمی و مدیر عامل

شرکت فناوری ازدیاد برداشت فارس

escrochi@eor.me

آقای مهندس ابتدا در باره فرآیند ازدیاد

برداشت نفت توضیح دهید:



بر خلاف تصور عام، این طور نیست که نفت

و گاز در زیر زمین به راحتی درون غارهای بزرگ جریان داشته و استخراج آن به آسانی با حفر چاه امکان پذیر باشد. بلکه برعکس بخش زیادی از این منابع در خلل و فرج و حفره‌های بسیار ریز سنگ‌ها در آن میادین قرار دارد و باید با غلبه بر نیروهای موئینه آنها را استخراج نمود. برای مثال ایران ۵۰۰ میلیارد بشکه نفت دارد که با تکنولوژی امروز دنیا فقط می‌تواند ۲۰ تا ۲۵ درصد این منابع و یا به عبارتی ۱۵۰ میلیارد بشکه را استخراج کند و تا نود و شش سال دیگر نفت دارد. بنابراین حدود ۳۵۰ میلیارد بشکه استخراج نشده باقی می‌ماند. با به کارگیری فناوری ازدیاد برداشت می‌توان مدت زمان بهره‌برداری را از نود و شش سال به صد و بیست سال یا بیشتر



سال ۱۳۸۹ در محل پارک علم و فناوری فارس، با همکاری اساتید و دانش آموختگان دانشگاه شیراز به ویژه مرکز تحقیقات ازدیاد برداشت نفتی آغاز به کار نمود.

در باره محصولات شرکت توضیح دهید؟

فعالیت‌های این شرکت در حال حاضر در دو شاخه اصلی مطالعات مخازن و طراحی و ساخت تجهیزات آموزشی و پژوهشی مهندسی نفت متمرکز شده است. گروه مطالعات مخازن این شرکت مجموعه وسیعی از خدمات مطالعاتی، آنالیزی و پژوهشی در بخش بالادستی صنایع نفت و گاز را ارائه می‌دهد. این مطالعات شامل مطالعات کامل میدان (FFS)، تهیه طرح توسعه میدان (MDP)، مطالعه و ارائه طرح‌های ازدیاد برداشت از مخازن (EOR)، انجام مطالعات آسیب سازند (Formation Damage)، ارائه خدمات آنالیز و تعیین خواص سنگ‌های مخزن (آنالیز ویژه مغزه، آنالیز عمومی مغزه) و انجام مطالعات پژوهشی می‌باشد.

ساخت تجهیزات با روش مهندسی معکوس و مجدد انجام می‌شود. گروه طراحی و ساخت این شرکت نیز مجموعه کامل تجهیزات آموزشی و پژوهشی مهندسی نفت را در اختیار شرکت‌های ارائه

کننده خدمات آزمایشگاهی، مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی قرار می‌دهد. از جمله این تجهیزات می‌توان به مجموعه کامل دستگاه‌های اندازه‌گیری خواص عمومی سنگ مخزن (RCAL)، دستگاه‌های اندازه‌گیری خواص ویژه سنگ مخزن (SCAL)، دستگاه‌های آزمایشگاهی خواص سیالات مخزن (PVT) اشاره نمود. در شرکت ما تا کنون ۳۵ دستگاه ساخته و تجاری سازی شده است. نرم‌افزارهای تولید شده هم نرم‌افزارهای متنوع مهندسی نفت بر پایه هوش مصنوعی است.

سرمایه گذاری شرکت به

چه ترتیب بوده است؟

شرکت در واقع کار خود را با سرمایه گذاری علمی مرکز تحقیقات ازدیاد برداشت دانشگاه شیراز آغاز کرد. اما سرمایه مادی با فروش دستگاه‌های ساخته شده توسط خود شرکت فراهم شد. در شکل گیری فعالیت با

چه مشکلاتی روبرو بودید؟

مهم‌ترین چالش قبولاندن این نکته بود که دستگاه‌های ساخت داخل با نمونه خارجی ارزش برابری دارند. مشتریان سال‌ها از محصولات شرکت‌های خارجی استفاده کرده بودند، برای همین پذیرش محصول داخلی برایشان سخت بود. در حالی که باور و اعتماد به محصول داخلی رمز موفقیت و پیشرفت شرکت‌های دانش بنیان است.

کار گروهی چه مشکلاتی دارد؟

در کار گروهی مهم‌ترین مسئله همگرا کردن سلیقه‌ها در بخش‌های مختلف اعم از پژوهش، طراحی، ساخت و بازاریابی است. ماهیت چنین فعالیت‌هایی نیازمند سلیقه‌های متنوع است. اما هنر مدیریت این است که این تنوع دیدگاه‌ها را در یک راستا نظام‌مند سازد.

مشتریان شرکت چه طیفی هستند و

بازاریابی برای محصولات چگونه است؟

مشتریان محصولات، گروه‌های خاصی از قبیل دانشگاه‌ها، شرکت‌های ارائه دهنده خدمات





مهندسی و شرکت‌های ملی و بین‌المللی نفتی هستند که بر اساس سفارش آنها دستگاه‌های مورد نظر ساخته می‌شود. البته برای محصولات تولید شده با شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی، حضور در شرکت‌ها و ارائه سمینار، بازاریابی نیز صورت می‌گیرد.

صادرات محصولات چگونه بوده است؟

برنامه صادرات تا کنون در تعامل با کشور عمان بوده است. در این ارتباط، طرفین عمانی هم در ابتدا همان احساس شرکت‌های داخلی را داشتند، اما یکی از دست‌اندرکاران آنها به مدت یک ماه آمدند و در مرکز ما با دستگاه ازدیاد برداشت میکروبی کار کردند، و با انجام طرح، دستگاه مذکور را خریداری نمودند. بعد از آن دستگاه ازدیاد برداشت حرارتی هم توسط آنها خریداری شد و ارتباط همچنان ادامه دارد.

رقبای داخلی و خارجی شرکت کدامند؟

در داخل کشور یک شرکت در این زمینه کار می‌کرد که موفق به ادامه فعالیت نشد و دو شرکت هم در حال تأسیس هستند. به هر حال وجود رقبای باعث ارتقای کار می‌شود. در سطح دنیا هم سه شرکت vinci-technologies.com فرانسه، corelab.com آمریکا و

corex.com انگلیس در این زمینه کار می‌کنند.

در این زمینه ثبت اختراع داشته‌اید؟ و آیا با مشکل خاصی روبرو بوده‌اید؟

پنج مورد ثبت اختراع داخلی داشته‌ایم. مشکل عمده، زمان طولانی است که صرف این برنامه می‌شود. همچنین مسئله استقرار مراکز ثبت در تهران مطرح است که برای هر بار اقدام باید به تهران مراجعه کنیم و این امر فرآیندی وقت‌گیر است.

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

به هر حال فعالیت ما از درون دانشگاه آغاز شد و همکاری‌ها ادامه دارد. بخش تحقیق و توسعه شرکت در دانشگاه مستقر است و هزینه‌های مرکز تحقیقات ازدیاد فارس از همین بخش شرکت تأمین می‌شود. اقدامات زیر هم در راستای تعامل با مراکز تحقیقاتی انجام شده است: - تجهیز آزمایشگاه‌های مهندسی نفت در دانشگاه‌های شیراز، صنعتی شریف، خلیج فارس، تربیت مدرس، علوم و تحقیقات فارس، شرکت مپسا و

- امضای تفاهم نامه همکاری مشترک با پژوهشگاه صنعت نفت

برای تجهیز آزمایشگاه‌های پژوهشگاه.

- همکاری در اجرای موفقیت آمیز چندین طرح پژوهشی دانشگاهی با وزارت نفت.

تقدیرهای صورت گرفته از شرکت چیست؟ مواردی از این قبیل:

- انتخاب به عنوان فناور برتر کشور در هفته پژوهش ۱۳۹۱
- دریافت لوح زرین فن آفرین برتر سال ۱۳۹۱ هشتمین جشنواره ملی فن آفرینی شیخ بهایی (اردیبهشت ۱۳۹۱).
- رونمایی از دستگاه ازدیاد برداشت میکروبی به عنوان یکی از چهارده دستاورد برجسته وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در هفته پژوهش توسط ریاست جمهوری (آذر ۱۳۹۰) که منجر به تأسیس کنسرسیوم دانشگاهی ازدیاد برداشت گردید.
- کسب مقام برگزیده کشوری و تقدیر توسط رئیس جمهور در دومین جشنواره ملی علم تا عمل (شهریور ۱۳۹۰).
- و کسب مقام اول و دوم استانی در جشنواره علم تا عمل ۱۳۹۰ و تقدیر توسط استاندار فارس.



دانشگاه کار آفرین

(مفهوم، زمینه‌های پیدایش و عوامل زمینه ساز)

این نوشتار با کنکاشی در زمینه‌های پیدایش دانشگاه کارآفرین، مفهوم آن و فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی و نیز عوامل موثر در تبدیل دانشگاه‌ها به دانشگاه کارآفرین در صدد است درک و شناخت بیشتری را از این پدیده ارائه دهد.

دانش که در نیروی انسانی متخصص و فناوری تجسم می‌یابد، همیشه برای توسعه اقتصادی مهم بوده است، ولی با گذشت زمان و خصوصاً در چند دهه اخیر، اقتصاد دانان به درک جدیدتری از تاثیر مستقیم تر دانش در تولید و بهره‌وری و رشد اقتصادی رسیده‌اند.

در پارادایم جدید که پارادایم فراصنعتی یا اقتصاد دانش بنیان نامیده می‌شود از نظر اقتصادی تولید، انتشار و استفاده از دانش اهمیت اساسی دارد و به همین لحاظ نظام علمی کشورها از اهمیت رو به تزایدی برخوردار شده است. نظام های علم در سطح جهان از دیر باز و هماهنگ با تغییرات اجتماعی و اقتصادی کشورها در تغییر و تحول بوده‌اند، اما در دهه های اخیر با توجه به روند جهانی شدن اقتصاد، ارتباط متقابل اقتصاد با فناوری و اینکه نوآوری فناورانه مولفه اساسی رقابت پذیری صنعتی و قدرت

بهمن فکور

bfakour@gmail.com

عضو هیأت علمی پژوهشکده
فناوری‌های نوین - سازمان پژوهش
های علمی و صنعتی ایران



این نوشتار در چند بخش تهیه شده است که اولین بخش آن در شماره حاضر به چاپ می‌رسد.

مقدمه

در سطح جهان نظام علم اغلب کشورها در پاسخگویی به نیازهای فزاینده اجتماعی و اقتصادی به دانش و فناوری در حال تغییر و تحول است. نظریه دانشگاه کارآفرین یکی از مدل‌های مطرح شده برای تبیین چهره جدید و متحول شده دانشگاه‌ها است که یکی از ویژگی‌های مهم آن تعامل گسترده‌تر دانشگاه‌ها با جامعه است.

آیا برنامه گسترش محصولات را داشته اید؟

دستگاه‌های ما با توجه به مشکلات خاص و یا رفع مشکلات معمول صنایع نفت ساخته می‌شود. طبیعی است که برای ارتقای سطح کار تلاش خواهیم کرد. ضمناً هم‌اکنون در حال طراحی و ساخت نمونه اولیه برخی دستگاه‌ها مانند دستگاه مطالعه رفتار فشار حجم و دمای نفت هستیم و امیدواریم تا اواسط سال آینده بتوانیم آن را تجاری سازی نماییم.

علاوه بر موارد صحبت شده چه عواملی را در پیشبرد اهداف شرکت خود موثر می‌دانید؟

داشتن تشویق‌ها و پشتیبان‌هایی مانند مرکز تحقیقات و حضور افرادی که حداقل در کلام به ما قوت قلب دادند و همراهی افراد خانواده برای پشت سر گذاشتن اضطراب‌ها و نگرانی‌های کار

و مشکلات کار در این مرحله:

همان عدم اعتماد و باور محصول داخلی. بسیاری از شرکت‌های مشتری حاضرند محصول خارجی را با پنج برابر قیمت بخرند، اما به محصول داخلی اعتماد ندارند.

از فرصتی که در اختیار ما گذاشتید، سپاسگزاریم و برای تان آرزوی موفقیت داریم.



اقتصادی شناخته می‌شود، همزمان با سرعت تغییرات علمی و فناوریانه، نظام علمی و دانشگاهی با تغییرات اساسی در محیط اجتماعی اقتصادی خود مواجه شده و انتظارات جامعه از این نظام تغییر و افزایش یافته است.

در شناخت و تبیین تحولات ایجاد شده در نظام‌های علم و روند این تحولات دیدگاه‌های مختلفی از طرف صاحب نظران مطرح است و آنها ویژگی‌های این تحولات را تحت عناوین مختلفی مطرح نموده‌اند که برخی از آنها عبارتند از: تحقیق یا علم راهبردی (Strategic research)، نظام‌های نوآوری (Strategic science Innovation)، سرمایه‌گرایی دانشگاهی (Academic systems)، علم پسا دانشگاهی (Post academic capitalism)، مارپیچ سه گانه (Triple helix) و دانشگاه کارآفرین (Entrepreneurial university). این دیدگاه‌ها عموماً تبیین‌کننده تغییرات جاری در تولید دانش علمی و نیز تغییر نحوه ارتباط بین علم و جامعه می‌باشد. ویژگی مشترک تمامی این دیدگاه‌ها، گسترش تعامل نظام علمی با محیط اجتماعی و اقتصادی آنها است.

این نوشتار که مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای است، در صدد است دیدگاه دانشگاه کارآفرین را مورد توجه قرار داده

و با بررسی ادبیات موجود مفاهیم و ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین، زمینه‌های پیدایش آن و نحوه تحول به دانشگاه کارآفرین را مورد کنکاش بیشتری قرار دهد.

زمینه‌های پیدایش نظریه دانشگاه کارآفرین

دانشگاه کارآفرین جریان تحقیقاتی وسیعی را در ادبیات سیاست‌های علم به خود اختصاص داده است و با گذشت زمان تحقیقات بیشتری ابعاد گوناگون این پدیده را مورد تحقیق و بررسی قرار می‌دهند.

مارتین و اتزکویتز (Martin, B. R. Etzkowitz, H)

با بررسی تاریخچه و کارکرد دانشگاه‌ها در سطح اروپا از قرون وسطی تاکنون نشان می‌دهند که چگونه در طی این سده‌ها این موسسات خود را با تغییرات اجتماعی اقتصادی پدیدار شده منطبق ساخته و در پاسخگویی به نیازهای اجتماعی اقتصادی جدید، کارکردها و ساختارهای خود را تغییر داده‌اند. آن‌ها معتقدند در کشورهای توسعه یافته خصوصاً از حدود دهه ۱۹۸۰، تحولات جدیدتر و با شدت بیشتری در دانشگاه‌ها پدیدار شده‌اند که این تحولات تحت تاثیر دو دسته عوامل درون دانشگاهی و عوامل محیط دانشگاهی بوده‌اند.

از دیدگاه این محققین از جمله عوامل محیطی تاثیر گذار بر این تحولات عبارتند از:

- افزایش اهمیت فناوری‌های نوین، با توجه به اینکه تحقیق و توسعه این فناوری‌ها وابسته به تحقیق بنیادی می‌باشد، با پدیدار شدن نظریه اقتصاد دانش بنیان، در کشورهای توسعه یافته دانشگاه‌ها در جهت کمک به تحقق اقتصاد دانش بنیان تحت فشار بیشتری قرار گرفته‌اند.
- جهانی شدن، رشد رقابت و پی آمد این پدیده که تبدیل علم و فناوری به منابع راهبردی رقابت بوده است، موجب شده است که کشورها تلاش خود را به استفاده حداکثر از علم و فناوری معطوف دارند.
- محدودیت بودجه‌های عمومی، این محدودیت‌ها باعث افزایش تقاضا برای جوابگویی دولت‌ها در تمامی مصارف بودجه‌ای خود از جمله بودجه مصرف شده برای دانشگاه‌ها شده و ارزیابی عملکرد دانشگاه‌ها رواج پیدا کرده است.
- عوامل درون دانشگاهی تاثیر گذار بر این تحولات عبارتند از:
- پدیدار شدن تحقیقات بین رشته‌ای که باعث بروز تنش‌هایی در ساختارهای دانشگاهی و شاید ضعیف‌تر شدن ارتباط آموزش و تحقیق شده است.
- بروز ضعف در زیرساخت‌های دانشگاهی
- افزایش فشار در جهت آموزش بیشتر که منجر به حرکت



مشارکت با طرف دومی از دانشگاه، دولت یا صنعت صورت می‌گیرد. دانشگاه‌ها سازمان‌های جدیدی را برای انتقال دانش و فناوری تاسیس کرده‌اند و تحقیقات چند رشته‌ای یا مافوق رشته‌ای شدت بیشتری پیدا کرده است. بدیهی است این تغییرات در اهداف و ارزش‌های حاکم در دانشگاه‌ها و نهایتاً در نتایج فعالیت‌های تحقیقاتی آنها نیز تاثیر گذاشته است.

در این شرایط انتظارات جدید از آموزش عالی منجر به هدف گذاری‌های جدید در این موسسات شده است. یکی از مدل‌هایی که اغلب جهت دانشگاه‌های در حال تغییر استفاده می‌شود، دانشگاه کارآفرین است که در بخش‌های بعد مورد کنکاش بیشتری قرار می‌گیرد.

سازمان‌هایی با ساختارهای سازمانی سیال و به احتمال زیاد با اتکاء به خود اشتغالی تربیت نمایند.

کلارک (Clark, B.R.) به عنوان یکی از صاحب‌نظران مهم و از اولین کسانی که دانشگاه کارآفرین را در اروپا مطرح کرده است. در مورد زمینه پیدایش دانشگاه کارآفرین معتقد است. یک عدم توازن رشد یابنده بین انتظارات ایجاد شده از دانشگاه‌ها و ظرفیت سنتی آنها برای پاسخ گویی به این انتظارات وجود دارد.

از دیدگاه وی، ظرفیت پاسخگویی دانشگاه‌ها به انتظارات فزاینده جدید با کمبود بودجه‌های دانشگاهی و انعطاف ناپذیری ساختارهایی که در دوره‌های زمانی قبل ایجاد شده‌اند محدودیت بیشتری می‌یابند. جهت کنترل این عدم توازن، تغییرات سیستمی در دانشگاه‌ها می‌تواند مفید باشد. سبک کردن مقررات، حرکت به سمت تمرکز زدایی و دادن آزادی بیشتر به دانشگاه‌ها جهت پیمودن مسیر خویش از جمله این تغییرات است.

اما تغییراتی که به تدریج در دانشگاه‌های کشورهای توسعه یافته عملاً به چشم می‌خورد از این قرار است: تغییر در سازمان فعالیت‌های تحقیقاتی، به عبارت دیگر انجام تحقیقات بطور فزاینده‌ای در گروه‌ها و در همکاری و

به سمت نظام آموزش عالی با انبوه دانشجویان شده است. در واقع در این کشورها دانشگاه‌ها مواجه با محیطی با ویژگی‌های مهم: ناپایداری فزاینده، رشد تقاضا در کنار افزایش تنوع تقاضا برای آموزش عالی، بین‌المللی شدن آموزش و تحقیق، توسعه همکاری‌های نزدیکتر و کارآتر با صنعت و عرصه اقتصاد، عدم وابستگی به مکان تولید و توزیع دانش و ایجاد مزیت‌های جدید برای صنعت جهت تولید دانش‌های نوین، اهمیت یافتن تولید دانش برای رقابت پذیری و نوآوری می‌باشند.

مجموعه این شرایط تغییرات اساسی در انتظارات از دانشگاه‌ها را باعث شده است. به عبارت دیگر انتظار می‌رود دانشگاه‌ها نقش و مشارکت بیشتری را در رقابت پذیری جهانی اقتصاد کشورها به ویژه از طریق تجاری سازی تحقیقات عهده دار شوند، در کنار آن تقاضای روبه‌افزایشی از آنها جهت مشارکت اساسی‌تر در توسعه اقتصادی اجتماعی ناحیه‌ای وجود دارد و انتظار می‌رود دانشگاه‌ها نقش اصلی‌تری را در راهبردهای توسعه منطقه‌ای ایفاء نمایند و از طرف دیگر انتظار می‌رود دانشگاه‌ها دانشجویان را برای زندگی در دنیایی با پیچیدگی‌ها و عدم اطمینان‌های بیشتری نظیر تغییرات شغلی، اشتغال دوره‌ای، کار در

رهرو آن نیست گهی تند و گهی خسته رود
رهرو آن است که آهسته و پیوسته رود



کار آفرینان غیررسمی

نجمه کیهانی، دانشجوی کارشناسی ارشد رشته کار آفرینی

(گرایش کسب و کار)، دانشگاه تهران

n.kaihani@ut.ac.ir

مهنراز، صاحب یک نمایشگاه طراحی لباس که با استفاده از مواد باز یافتی برای طرح‌های خود بروشور چاپ می‌کند و سجاد که با استفاده از شعر خوانی در خیابان برای مغازه‌های مشخصی تبلیغ می‌کند، هر دو در اقتصاد غیررسمی مشغول به کار هستند. شغل یا کسب و کار آن‌ها در هیچ جایی ثبت نشده و نمی‌توان رد پای رسمی از وجود آن‌ها پیدا کرد. مهنراز هیچ مالیاتی پرداخت نمی‌کند و سجاد نیز بیمه نیست. با نگاه به اطراف خود به راحتی می‌توان دید تعداد افراد و کار آفرینان مشغول در بخش غیررسمی کم نیست. اما چرا تحقیقات در این زمینه هنوز مطالب زیادی برای گفتن ندارند؟

در گذشته تصور بر این بوده است که بخش غیررسمی به مرور زمان در بخش صنعتی جذب خواهد شد. در دهه ۱۹۵۰، آرتور لوویس یک مدل نظری از توسعه اقتصادی ارائه داد که در آن فرض شده در بیشتر کشورهای در حال توسعه نیروی کار نامحدودی وجود دارد و این میزان نیروی کار با رشد این کشورها، جذب بخش صنعتی مدرن و رسمی خواهند شد. اما سازمان بین‌المللی کار در ۱۹۷۲ هنگام انجام مأموریتی در کنیای آفریقا متوجه شد که این بخش برخلاف توقعات، افزایش نیز یافته است. در آن زمان بسیاری از منتقدان اعلام کردند که بخش رسمی کنیا هنوز به قدر کافی گسترش پیدا نکرده است که بتوان جذب بخش غیررسمی را در خود داشته باشد. عده‌ای دیگر نیز بر این باور بودند که این غیررسمی‌ها، ارتباطی با رسمی‌ها ندارند و باید هر یک را به طور جداگانه بررسی نمود. اما با گذشت زمان تجربیات

کشورها خبر از پیوند قدرتمندی بین اقتصادهای رسمی و غیررسمی دادند. بازارهای این دو، کالا، مواد خام، ابزار، تجهیزات، مهارت‌ها و دانش انجام کار را مبادله می‌نمایند. فعالان غیررسمی برای فعالان رسمی کار می‌کنند و افراد نیز امکان مشارکت در هر دو اقتصاد را دارند (بکر، ۲۰۰۴).

اشنایدر در سال ۲۰۰۲ اندازه اقتصاد غیررسمی را در ۱۱۰ کشور بررسی کرد. طبق تحقیقات او در سال ۲۰۰۰، اندازه اقتصاد رسمی به عنوان درصدی از تولید ناخالص ملی، در کشورهای در حال توسعه ۴۱٪، در کشورهای در حال گذار، ۳۸٪ و در کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه ۱۸٪ بود. جالب است بدانید در کشورهای در حال توسعه، خود اشتغالی در مقایسه با کار استخدامی سهم بیشتری از کار غیررسمی را به خود اختصاص داده است. برای مثال در مقطعی خود اشتغالی در آفریقای سیاه ۷۰٪ کار غیررسمی را به خود اختصاص داده است. این عدد در آفریقای شمالی ۶۲٪، در آمریکای لاتین ۶۰٪ و در آسیا ۵۹٪ بود (بکر، ۲۰۰۴).

با گسترش بخش غیررسمی، امروزه شاهد فعالیتهای قشرهای مختلفی در آن هستیم و دیگر تنها فقرا نیستند که با انگیزه زنده ماندن به کار غیررسمی رو آورده‌اند. محققان در تحقیقات مختلف حضور کار آفرینان در این بخش را به وضوح نشان داده‌اند. این کار آفرینان همانند کار آفرینان رسمی، با انگیزه‌های مختلف مالی و اجتماعی (ویلیامز و نادین، ۲۰۱۱) وارد این بخش شده‌اند، اما اکنون برای درآمد اصلی خود به آن تکیه می‌کنند و در این زمینه برنامه‌های بلند مدتی دارند (اشنایدر، ۲۰۰۴).

در کشورهایی که قوانین دست و پا گیر رواج بیشتری دارند، افراد نیز بیش از مناطق دیگر به دنبال فعالیت غیررسمی هستند (د سوتو). طبق آمار بانک جهانی، ایران از نظر سهولت کسب و کار از بین ۱۸۵ کشور، در رتبه ۱۴۵ قرار دارد (بانک جهانی، ۲۰۱۲) و این موضوع می‌تواند نشان دهنده علاقه زیاد کار آفرینان ایرانی به فعالیت در بخش غیررسمی باشد.

امروزه با روشن شدن حضور فعال این کار آفرینان در بخش غیررسمی، کشورها و دولت‌ها با این چالش روبرو هستند که آیا باید این کار آفرینان را به سمت رسمی شدن سوق دهند یا خیر، و این فرآیند چگونه است؟ منابع: Becker, K.F. (2004). The Informal Economy. Sida. De Soto, H. (1990). The Other Path: The Invisible Revolution in the Third World. New York: HarperCollins Press, Inc. Lewis, A.W. (1954). Economic development with unlimited supplies of labor. Manchester School of Economics and Social Studies, 22, 139-91.

Schneider, F. (2002). Size and measurement of the informal economy in 110 countries around the world. Australian National Tax Center Workshop.

Snyder, A. S. (2004). Routes to the informal economy in New York's east village: Crisis, economics, and identity. Sociological Perspectives, 47(2), 215-240.

Williams, C. C., & Nadin, S. (2012). Entrepreneurship in the informal economy: Commercial or social entrepreneurs? International Entrepreneurship and Management Journal, 8, 309-324. World Bank. Economy Rankings. Retrieved from <http://www.doingbusiness.org/rankings>



اخبار

پنجمین همایش رؤسای مراکز کار آفرینی

دانشگاه‌های شمال کشور

دانشگاه دامغان روز چهارشنبه ۲۴ آبان ماه ۱۳۹۱ میزبان پنجمین همایش مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های منطقه شمال کشور با حضور روسای مراکز کارآفرینی بود. دانشگاه‌های مازندران، دامغان، صنعتی شاهرود، سمنان، پیام نور مازندران، پیام نور گلستان، پیام نور سمنان در این همایش شرکت داشتند.

در آغاز دکتر حقیقی اصل رییس دانشگاه دامغان بیاناتی را در راستای ضرورت گسترش فعالیت مراکز کارآفرینی و کاربردی نمودن آموزش‌های دانشگاهی مطرح کردند. سپس دکتر فرهادی رییس مرکز کارآفرینی دانشگاه دامغان گزارش مختصری از برنامه‌های مرکز کارآفرینی ارائه نمودند. در ادامه همایش، سخنرانی علمی توسط مهندس رهبر مدیر کارآفرینی پژوهشگاه فناوری اطلاعات ایران با عنوان «کارآفرینی درون سازمانی» و دکتر خوشبین فر مدیر فناوری و اطلاعات دانشگاه دامغان با عنوان «مجموعه‌ای از توانمندی‌ها و دستاوردهای دانش بنیان دانشگاه دامغان» ارائه شد.

در بخش دوم همایش، رؤسای مراکز کارآفرینی با بیان برنامه‌های مراکز، مشکلات و راه‌کارها به بحث و تبادل نظر درخصوص کارآفرینی دانشگاهی پرداختند. دکتر اللهیاری مدیر کل دفتر توسعه کارآفرینی نیز در خصوص چالش‌های کارآفرینان دانشگاهی، شرکت دانشجویان در برنامه‌های مرکز کارآفرینی، برگزاری مسابقات و جشنواره‌های ایده پردازی، برنامه‌های ویژه با تبلیغات وسیع و فراگیر برای دانشجویان ورودی دانشگاه‌ها و آموزش‌های کاربردی کارآفرینی در سال‌های

اول تحصیل صحبت کردند.

طرح‌های برگزیده موفق در تولید ملی در بیست و ششمین جشنواره بین‌المللی خوارزمی معرفی می‌شوند

دبیرخانه جشنواره بین‌المللی خوارزمی اقدام به شناسایی و تقدیر از پژوهشگرانی نموده است که طرح‌های بنیادی، کاربردی، نوآوری و یا اختراع برگزیده آنها در سال‌های مختلف جشنواره بین‌المللی به تولید انبوه رسیده است.

هدف اصلی این حرکت، تقویت تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی و معرفی الگوهایی از پشتکار و پایداری در عرصه اقتصادی و شرکت‌های دانش بنیان است.

در این راستا با هشتاد پژوهشگر برگزیده غیر دولتی در طول دوره‌های مختلف جشنواره مکاتبه شده است و پاسخ‌های ارسالی به این فراخوان در حال بررسی می‌باشد.

برگزیدگان این بخش در بیست و ششمین جشنواره بین‌المللی خوارزمی معرفی خواهند شد.

کنگره جهانی کار آفرینی

کنگره جهانی کارآفرینی از تاریخ ۱۸-۲۱ مارس ۲۰۱۳ توسط تشکیلات هفته جهانی کارآفرینی، بنیادهای کافمن و ایندور برزیل در ریودوژانیرو برگزار می‌شود.

این کنگره یک همایش بین رشته‌ای است که گروه‌های تازه تأسیس را از سراسر جهان دور هم جمع می‌کند. در نشست مزبور، کارآفرینان، مقامات دولتی، سرمایه‌گذاران، محققان، رهبران فکری و سیاستگذاران با هم کار می‌کنند تا ایده‌های

جدید را مطرح نموده و برنامه‌های رشد و رفاه اقتصادی را گسترش دهند.

طی چند سال گذشته کنگره برای گسترش فرهنگ کارآفرینی، مرتبط ساختن افراد در سراسر مرزها و بخش‌ها در راستای بیان و تبدیل ایده به واقعیت تلاش نموده است.

اولین کنگره با شرکت ۶۰ کشور در مارس ۲۰۰۹ در ایالات متحده برگزار شد. کنگره بعدی در سال ۲۰۱۰ با حضور ۹۰ کشور در دبی و کنگره سوم سال ۲۰۱۱ در شانگهای چین با حضور ۱۰۰ کشور برگزار شد. سال ۲۰۱۲ شهر لیورپول در انگلستان با حضور ۱۲۰ کشور، میزبان چهارمین کنگره بود.

کنفرانس کار آفرینی "EFMD"

کنفرانس کارآفرینی توسط "EFMD" - بنیاد اروپائی توسعه مدیریت - با شعار "توانمندسازی کارآفرینان در راستای رشد" در تاریخ ۴-۵ مارس ۲۰۱۳ در مادرید اسپانیا برگزار می‌شود. محورهای کنفرانس عبارتند از:

- کارآفرینی و نوآوری اجتماعی: چالش‌های رشد، واکنش کارآفرینان اجتماعی به تحولات اجتماعی، مسئولیت اجتماعی کارآفرینان شرکت‌های بزرگ،

- مدل‌های جایگزین برای رشد: مدل‌های جدید آغاز کار، سرمایه گذاری برای کارآفرینان، تفاهم جهانی،

- استراتژی آموزش کارآفرینی: آموزش‌های فوق برنامه، برنامه‌هایی برای آموزش کارآفرینی، تجربه‌های استفاده از ابزار فناوری اطلاعات در آموزش کارآفرینی و دانشگاه مجازی



کار آفرینی دانشگاهی: نقش کار آفرینی فناورانه در توسعه رضایت شغلی اعضای هیأت علمی

متون دانشگاهی مملو از شواهدی مبنی بر جنبه‌های مثبت ترویج و حفظ فرهنگ کار آفرینی در سازمان‌هاست. به هر حال شکاف متون در باره نقش کار آفرینی فناورانه درون موسسات پژوهشی حاکی از آن است که این موسسات در طول تاریخ در پرورش و دربرگیری فعالیت کار آفرینی فناورانه منفعل بوده اند. این مطالعه استادان را به دو گروه کار آفرینان دانشگاهی و اعضای هیأت علمی سنتی تقسیم می‌نماید و ادراکات هر گروه مربوط به حقوق ماهانه، همکاران، مدیران، فرصت‌ها و رضایت شغلی را با استفاده از شاخص‌های توصیفی و مقیاس‌های عمومی شغل مطرح می‌کند. نویسنده، کار آفرین دانشگاهی را به عنوان عامل درگیر در فرآیند ایجاد و اکتشاف فرصت‌های جدید از داخل بخش‌های مختلف موسسه‌های دانشگاهی معرفی می‌نماید. آزمون آنالیز واریانس برای تعیین و تشخیص تفاوت آماری معنادار در ابعاد مزبور، رضایت شغلی بین کار آفرینان دانشگاهی و هیأت علمی سنتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. یافته‌ها نشان می‌دهد که ۴۲٪ پاسخ دهندگان خود را کار آفرین دانشگاهی در نظر گرفته‌اند.

از روش‌های اقتباسی دیگران، ترکیب می‌کنند. مولفان نه تنها یک فراخوان فوری اقدام، بلکه هم چنین یک راهنمای عملی برای موسسات پیشرویی که مدعی حل مهم‌ترین مسایل جهان هستند، ارائه می‌دهند. نتیجه کار یک آغاز هیجان انگیز و متفکرانه در تعامل میان مربیان، حامیان، متولیان، سیاستگذاران و عموم مردم در باره این مسئله است که دانشگاه پژوهش محور امریکا چگونه می‌تواند به بهترین وجه مسئولیت اجتماعی خود را انجام دهد.



Academic Entrepreneurship: The Role of Intrapreneurship in Developing Faculty Job Satisfaction/Matthew G.Kenney, 2009, Publisher: VDM Verlag Dr.Muller, ISBN:9783639114300

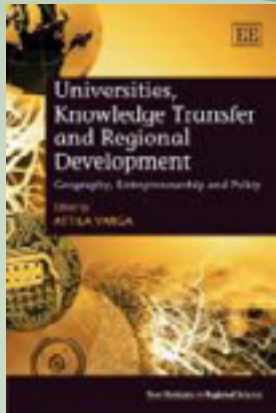


Engines of Innovation: The Entrepreneurial University in the Twenty-First century/HoldenThorp, Buck Goldstein, 2010, Publisher: the University of North Carolian press, ISBN: 9780807834386

موتورهای نوآوری: دانشگاه کار آفرین در قرن بیست و یک

در این کتاب هولدن ترپ و باک گلدستین در مورد نقش محوری دانشگاه‌ها به عنوان عوامل تغییر اجتماعی بحث نموده و می‌گویند که دانشگاه‌ها باید از منابع فکری و ملی گسترده خود برای مواجهه با چالش‌های جهانی مانند تغییرات جوی، فقر شدید، بیماری‌های کودکان و کمبود قریب الوقوع آب پاک در سراسر جهان استفاده نمایند.

آنها تجربیات خود در باره پرورش ذهنیت کار آفرین را در یکی از دانشگاه‌های برگزیده دولتی با شرح مفصلی



Universities, knowledge Transfer and Regional Development: Geography, Entrepreneurship and policy /Attila varga,2009, Publisher: Edward Elgar Pub., ISBN:9781845429317

تحقیقی تاریخی گسترده نشان می دهد که چگونه دولت تحت تاثیر این استدلال که نوآوری هدایت کننده اقتصاد است، باعث این انتقال شد.

امریکایی ها سنتی دیرینه در قهرمان سازی مخترعان دارند. اما قبل از دهه ۶۰ و ۷۰ سیاستمداران و اقتصاددانان هیچ کدام توجه زیادی به نقش اقتصاد محور مخترعان نداشتند. به هر حال در اواخر دهه ۷۰ یک تلاقی رویدادها- مسایل و معضلات صنعتی با زوال درک نوآوری در ایالات متحده، تحقیقات اقتصادی در حال



Creating the Market University: How Academic Science Became an Economic Engine/Elizabeth Popp Berman, 2011, Publisher: Princeton University press, ISBN: 9780691147086

دانشگاه ها، انتقال دانش و

رشد، پیرامون اهمیت نوآوری و رکود اقتصادی گسترده - منجر به منافع گسترده سیاسی در ترویج اختراعات شد. تصمیمات سیاسی شکل گرفته بر اساس این تغییر دانشگاه به اقتصاد منطقه‌ای، توجه دانشگاهیان، متنوع بود و محدوده اختراعات، مالیات، سیاست علمی و استادان و سیاستگذاران را جلب کرده است. کتاب روی رویه های تشویقی که به طور ویژه روی ارزش اقتصادی سه مسئله در این زمینه تمرکز می کند: جغرافیای علوم دانشگاهی متمرکز می شوند را در بر می گرفت. در انتقال دانش آکادمیک، مکانیزم این انتقال‌ها با توجه اوایل دهه ۸۰ دانشگاه‌ها رشد سریعی در محدوده‌هایی به کارآفرینی دانشگاهی و پویایی دانش آموختگان و مانند کارآفرینی بیوتکنولوژی، ثبت اختراع و مراکز تجربه سیاستگذاری در توسعه اقتصادی دانشگاه محور. تحقیقات صنعتی و دانشگاهی داشتند.

توسعه منطقه ای: جغرافیا، کارآفرینی و خط‌مشی - منجر به منافع گسترده سیاسی در ترویج اختراعات انتقال دانش جدید و مفید (به لحاظ اقتصادی) از شد. تصمیمات سیاسی شکل گرفته بر اساس این تغییر دانشگاه به اقتصاد منطقه‌ای، توجه دانشگاهیان، متنوع بود و محدوده اختراعات، مالیات، سیاست علمی و استادان و سیاستگذاران را جلب کرده است. کتاب روی رویه های تشویقی که به طور ویژه روی ارزش اقتصادی سه مسئله در این زمینه تمرکز می کند: جغرافیای علوم دانشگاهی متمرکز می شوند را در بر می گرفت. در انتقال دانش آکادمیک، مکانیزم این انتقال‌ها با توجه اوایل دهه ۸۰ دانشگاه‌ها رشد سریعی در محدوده‌هایی به کارآفرینی دانشگاهی و پویایی دانش آموختگان و مانند کارآفرینی بیوتکنولوژی، ثبت اختراع و مراکز تجربه سیاستگذاری در توسعه اقتصادی دانشگاه محور. وارگا بررسی‌های پیشرفته و مطالعات دقیق تجربی با مشارکت در موضوع ارتباط بین دانشگاه‌ها، دولت و این حوزه را برای مقایسه داده‌های سه زمینه، مطرح

صنعت این کتاب نشان می دهد که چگونه دانش و سیاست می نماید راه میانبری در ساختار بندی اقتصاد است.

ایجاد دانشگاه بازار : چگونه

علوم دانشگاهی تبدیل به یک موتور اقتصادی شدند. امروزه دانشگاه‌های امریکایی به عنوان موتورهای اقتصادی خدمت می کنند، تحقیقات علمی را در راستای ایجاد صنایع جدید و رشد اقتصادی انجام می دهند و ایالات متحده را در سطح جهانی قابل رقابت نگه می دارند. چند دهه قبل، این دانشگاه‌ها خود آگاهانه خود را از دنیای تجارت جدا می ساختند. در معرفی کتاب آمده است، این مجموعه اولین کتابی است که به طور نظام‌مند دلیل حرکت حیرت انگیز علوم دانشگاهی را به سمت بازار بررسی می کند. الیزابت پاپ در قالب یک طرح