



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

دفتر توسعه کار آفرینی دانشگاه‌ها

شماره هفتم - خرداد ۱۳۹۲

شوق کار آفرینی

فهرست مطالب

- ۲..... میلاد مهدی موعود (عج) مبارک
- ۳..... تصمیم‌گیری‌های کار آفرینانه
- ۴..... دانشکده کار آفرینی دانشگاه تهران
- ۷..... دانشگاه کار آفرین - بخش آخر
- ۱۲..... معرفی کتاب

شوق کار آفرینی

ماهانامه الکترونیکی علمی و ترویجی دفتر توسعه

کار آفرینی دانشگاه‌ها / شماره هفتم / خرداد ماه ۱۳۹۲

صاحب امتیاز: دفتر توسعه کار آفرینی دانشگاه‌ها -

سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

مدیر مسئول: علیرضا اللهیاری

سردبیر: ناهید مهریزی

همکاران: فرحناز کی کلادوز، آمنه برنگی

طراح لوگو و صفحه آرای: محمد نعیم آبادی

و عباسعلی امانی (روابط عمومی)

یاد

واله روز در کاری نو مشغول است

(سوره الرحمن: آیه ۶۹)

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>



میلاد باسعادت و پربرکت مهدی موعود (عج) مبارک‌باه



تصمیم‌گیری‌های کارآفرینانه

موفقیت یا شکست در کارآفرینی ترکیبی از بصیرت و شوق، کار سخت، برنامه‌ریزی متفکرانه، احساس مسئولیت و تصمیم‌گیری ماهرانه است. تصمیم‌گیری یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی است که کارآفرینان باید بیاموزند و آن را توسعه بدهند. پذیرش فرآیند کارآفرین شدن، خود یکی از دشوارترین تصمیماتی است که افراد با آن مواجهند. در ادامه نیز آنان هر روز مجبور به اخذ تصمیمات مختلف هستند. بنابراین مسئله مورد بحث یک بخش اساسی از فرآیند کارآفرینی است.

جایگاه تصمیم‌گیری در کارآفرینی

قبل از آغاز فعالیت، از یک سو کارآفرینان باید فرصت‌های شغلی بالقوه را ارزیابی و برای انتخاب یک یا چند مورد تصمیم بگیرند. از سوی دیگر سرمایه‌گذاران باید برای سرمایه‌گذاری روی فعالیت کارآفرینی تصمیم‌گیری نمایند. تحقیقات تجربی می‌گویند در این مرحله، ساختار کارآفرینی دو مفهوم جدا اما مرتبط به هم دارد که در جلب سرمایه مؤثر است. یکی شوق و دیگری آمادگی کار. شوق به نحوه معرفی محصول و خدمت مورد نظر بر می‌گردد و آمادگی حاصل شناخت دقیق نیازهای بازار، ایجاد محصول یا خدمتی که این نیازها را برآورده می‌سازد، تعیین تفاوت محصول مورد نظر با موارد مشابه، مشخص نمودن میزان سرمایه موجود و سرمایه مورد نیاز، شناخت بازار و رقبای بالقوه و بالفعل، زمان بندی فعالیت‌ها، احاطه بر نحوه برگشت سرمایه و مشکلات کار است. بنابر این فرآیند تصمیم‌گیری در مورد سرمایه‌گذاری یک فرآیند اقناعی است که در آن کارآفرینان، برنامه کسب و کار را به منظور جذب سرمایه‌گذار

ارائه می‌دهند. شوق کارآفرینی روی تصمیمات سرمایه‌گذار تأثیر می‌گذارد، اما در مراحل بعد این آمادگی است که در تصمیم‌گیری او نقش بازی می‌کند. بعد از شروع فعالیت هم کارآفرینان اغلب با مشکلات جدی، نامحسوس و غیر قابل پیش‌بینی که به راحتی قابل حل نیستند، مواجهند. مشکلات ممکن است در بخش مالی، بازاریابی، در گروه اجرایی و یا در برنامه کسب و کار باشد. در این مرحله اقتدار کارآفرین با تصمیم‌گیری‌های مقتدرانه نمایان می‌شود.

عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری کارآفرینان

- عوامل روانی، پیشینه و تجربیات قبلی افراد و سطح تعهد آنها
- منابع و دانش در دسترس، کسب میزان صحیح و مناسبی از این دانش و اطلاعات و مشارکت آن در کار
- ثبات، استحکام و توانایی تجزیه و تحلیل اطلاعات
- مشورت با متخصصان، کارکنان و مشتریان و مهم شمردن اطلاعات دریافتی از ایشان
- سرعت - و نه عجله - در تصمیم‌گیری
- بر عهده گرفتن مسئولیت تمام تصمیمات
- و نهایتاً مواجهه جسورانه با موقعیت‌های مختلف، مغشوش نشدن در حین رو در رویی با مشکلات، حفظ آرامش، تقویت روحیه و شوق و اشتیاق کار و پاسخگویی به این سؤالات: - آیا من در باره فعالیت‌م اشتیاق دارم؟ آیا تصمیم درستی گرفته‌ام؟

این سؤال به‌خصوص در مراحل اولیه که ساعات طولانی کار انجام می‌شود، اما سود و بازده کم است، مطرح می‌گردد. - میزان بردباری و تحمل من برای پذیرش مخاطرات چه میزان است؟ چون حتی با وجود شور و شوق کافی برای راه‌اندازی کسب و کار، دلایل متعددی برای شکست وجود دارد. - آیا من در تصمیم‌گیری‌ها خوب هستم؟ وقتی شما مالک کار هستید، هیچکس دیگری نمی‌تواند این تصمیمات را برای شما اتخاذ کند: آیا می‌توانم در خانه کار کنم و یا باید دفتر اجاره کنم. آیا باید کارمند استخدام کنم؟ شریک داشته باشم؟ تبلیغات انجام بدهم؟ از خانواده و آشنایان وام بگیرم؟ پس انداز خود را وارد کار کنم. آیا به دنبال مشتریان خاص باشم و یا به مشتریان مختلف فکر کنم؟

- آیا توان و تمایلی به قبول مسئولیت‌های مختلف دارم؟ کارآفرینان باید تطبیق پذیر باشند و نقش‌های مختلفی را بازی کنند.

سردبیر



آشنایی با فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینی،

این شماره:

دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

تاریخچه

با توجه به تأکید سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی بر اقتصاد دانش‌محور و همچنین توجه برنامه‌ریزان به تأمین نیازهای تخصصی برنامه چهارم توسعه کشور، هیأت امنای دانشگاه تهران با حمایت مادی و معنوی وزارت کار و امور اجتماعی و مصوبه شورای عالی اشتغال در اردیبهشت ماه ۱۳۸۶ تأسیس دانشکده کارآفرینی را به تصویب رساند و از آغاز سال تحصیلی ۸۶-۸۷ پذیرش دانشجو در مقطع کارشناسی ارشد آغاز شد. در زمان شروع کار، این دانشکده نخستین دانشکده کارآفرینی در ایران و خاورمیانه محسوب می‌شد.

اهداف تأسیس دانشکده کارآفرینی

تربیت هیأت علمی و کادر مربی کارآفرینی برای تدریس در دانشگاه‌ها و آموزشگاه‌های کشور؛ تربیت سیاستگذاران و کارشناسان کارآفرینی مورد نیاز دولت و بخش عمومی؛ تربیت پژوهشگر کارآفرینی؛ تربیت کارآفرین حرفه‌ای؛ تربیت مشاور و مربی کارآفرینی؛ ایجاد الگوی دانشگاه کارآفرین در کشور به منظور انطباق فعالیت‌های دانشگاه‌ها با نیازهای جامعه؛ انجام تحقیقات بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای در زمینه کارآفرینی؛ ارائه مشاوره تخصصی کارآفرینی به کارآفرینان بالقوه و بالفعل؛

تولید و انتشار دانش بومی کارآفرینی؛ کمک به توسعه پایدار و دستیابی به چشم‌انداز مصوب کشور؛ ترویج الگوهای موفق کاری در جامعه و تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش‌های اقتصادی - اجتماعی به همراه برنامه ریزی برای بهره‌برداری از آنها؛ پژوهش، برنامه ریزی و سازماندهی کارآفرینی دولتی و سازمانی برای ارتقای عملکرد دستگاه‌های دولتی و انجام سایر پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی؛

گروه‌های آموزشی دانشکده

- گروه آموزشی توسعه کارآفرینی با گرایش‌های توسعه و آموزش و ترویج کارآفرینی
- گروه آموزشی کارآفرینی فناورانه با گرایش فناوری
- گروه آموزشی کسب و کار با گرایش‌های خدمات کشاورزی، گردشگری و کسب و کار
- گروه آموزشی کارآفرینی سازمانی با گرایش‌های کسب و کار الکترونیکی، سازمانی، بین‌الملل، فناوری اطلاعات و MBA

تعداد دانشجویان

تعداد کل دانشجویان شاغل به تحصیل دوره‌های حضوری (کارشناسی ارشد و دکتری) چهارصد و بیست و سه نفر در یازده گرایش و تعداد کل دانشجویان شاغل به تحصیل در دوره‌های مجازی ششصد و بیست و دو نفر در نه گرایش می‌باشد.

نحوه پذیرش دانشجو

پذیرش دانشجو در این دانشکده از طریق کنکور و به صورت آزاد است. البته در مقطع کارشناسی ارشد، پذیرش دوره‌های

حضور از طریق کنکور سراسری و دوره‌های مجازی از طریق آزمون داخلی سازمان سنجش می‌باشد و در مقطع دکتری پذیرش از طریق کنکور سراسری انجام می‌شود.

آموزش‌های آزاد

دفتر آموزش آزاد دانشکده به منظور فراهم آوردن امکان دسترسی بیشتر افراد مستعد و علاقه‌مند به آموزش‌های کاربردی و پاسخگویی به تقاضای روز افزون متقاضیان، دو دسته آموزش‌های عمومی و تخصصی را ارائه می‌کند. دسته اول دوره‌های آموزشی کارآفرینی است که با هدف ترویج و اشاعه فرهنگ کارآفرینی و آشنایی هرچه بیشتر اقشار جامعه با مهارت‌های عمومی و کسب و کار و توسعه این مهارت‌ها طراحی شده است و دسته دوم شامل آموزش‌های تخصصی کارآفرینی می‌شود. برنامه‌های این دوره‌ها به طور خاص برای سازمان‌ها و صاحبان صنایع کوچک و برای آشنایی با چگونگی مدیریت کسب و کار طراحی شده است.

دوره‌های آموزشی کاربردی کوتاه مدت مختلف، دوره‌های ۶۴ ساعته، تربیت مربی کارآفرینی، MBA یکساله و تک درس‌های کاربردی مدیریتی و کارآفرینی در گرایش‌های مختلف از مهم‌ترین برنامه‌هایی باشد

نحوه تعامل دانشکده کارآفرینی با مراکز آموزشی و جامعه

از آنجایی که درس کارآفرینی جزء دروس اختیاری دانشگاه است، دانشکده کارآفرینی متولی تأمین اساتید مورد نیاز این



دوره‌ها در دانشکده‌های مختلف است.

از طرفی پاسخگویی به نیازهای پژوهشی سازمان‌های مختلف، تولید آمار از فضای کسب و کار برای سیاستگذاران، برگزاری همایش‌های مختلف برای ارتقای فرهنگ کارآفرینی در جامعه، برگزاری دوره‌های آموزشی آزاد برای شهروندان، انتشار مجلات علمی و پژوهشی برای ارائه دستاوردهای علمی دانشگاهیان، چهارچوب ارتباط دانشکده با جامعه و سازمان‌های مختلف را شکل می‌دهد.

فعالیت‌های پژوهشی

فعالیت‌های پژوهشی دانشکده به صورت غیرمتمرکز در قالب دفاتر و یا مراکز پژوهشی از قبیل: مرکز پژوهش‌های توسعه کارآفرینی، دفاتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی و کرسی یونسکو در کارآفرینی انجام می‌شود. در این راستا، معاونت پژوهشی انجام بررسی‌های لازم در خصوص مسائل اجرایی پژوهشی، نظارت و ارزیابی عملکرد پژوهشی، همکاری با سازمان‌ها و نهادهای آموزشی و پژوهشی و همکاری اجرایی برای انجام طرح‌های تحقیقاتی درون و برون دانشگاهی را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده است. در ادامه به شرح هر یک از این موارد می‌پردازیم:

طرح‌های پژوهشی

در آغاز اساتید یک برنامه پژوهشی پنج‌ساله طراحی و در آن حوزه‌های پژوهشی مربوط به تخصص خود را مشخص می‌کنند، سپس با توجه به اولویت پژوهشی دستگاه‌های دولتی پروپوزال‌هایی را آماده و با امضای دانشگاه به صورت رسمی به

آنها اعلام می‌نمایند. در صورت پذیرش، قراردادی بین دانشکده یا دانشگاه با آن دستگاه منعقد می‌گردد.

در پنج سال گذشته بیش از پانزده پروژه پژوهشی منعقد شده است.

دستگاه‌هایی که دانشکده تاکنون با آنها همکاری کرده است، عبارتند از: وزارت کشور، شهرداری تهران، وزارت کار و امور اجتماعی، موسسه کار و تأمین اجتماعی، سازمان صنایع کوچک **اسامی برخی از طرح‌ها**

۱. تدوین سند رسانه‌ای توسعه کمی و کیفی زیارت امام رضا (ع)
 ۲. شناسایی و الویت بندی نیازهای پژوهشی محوری کشور در حوزه کارآفرینی
 ۳. شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در بخش فوم EPS و XPS
 ۴. طراحی نظام حمایت از واحدهای تولید نان به روش مکانیزه
 ۵. کارآفرینی در حوزه سلامت
 ۶. شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه توسعه کسب و کارهای گازهای صنعتی در ایران
 ۷. پژوهش و نیازسنجی آموزشی در صنایع اولویت دار مستقر در شهرک‌های صنعتی تهران
 ۸. ورزش حرفه‌ای و منابع درآمدی به عنوان بنگاه اقتصادی
- اقدامات صورت گرفته برای دریافت بازخوردهایی از عملکرد آموزشی و پژوهشی**
- این اقدامات برای اولین بار در ایران به منظور بهینه‌سازی وضعیت کیفی آموزشی و پژوهشی دانشکده و ردیابی سرانجام کار دانشجویان صرت گرفته است:

- تدوین کارگاه آموزشی برنامه توسعه شخصی (IDP)

- تهیه بسته آموزشی ویژه اعضای هیأت علمی جدید

- ارزیابی درونی گروه‌های آموزشی دانشکده (شناسایی و الویت‌بندی معیارهای ارزیابی گروه‌های آموزشی کارآفرینی)

- تهیه و تدوین ابزار گردآوری داده‌ها (طرح ارزیابی درونی گروه‌های آموزشی دانشکده)

- طراحی سایت سیرنگار تحصیل و کار دانشجویان (TRACER STUDY) و اجرای طرح برای بررسی وضع موجود.

کرسی کارآفرینی یونسکو

مأموریت و هدف یونسکو، طبق اساسنامه این سازمان تشویق و ترویج همکاری‌های بین‌المللی بین دانشگاهی است و کرسی‌های دانشگاهی در سال ۱۹۹۲ به عنوان ساز و کاری برای گسترش پژوهش و تعلیم و توسعه برنامه‌های یونسکو از طریق ایجاد و تشویق همکاری بین دانشگاه‌ها و تبادل اطلاعات بین آنها به وجود آمد. کرسی کارآفرینی یونسکو چهارمین کرسی یونسکو در ایران است که حاصل سه سال فعالیت و پی‌گیری می‌باشد و با نگرش به این مسأله که تجارب حاصله از برنامه کرسی‌های یونسکو می‌تواند انگیزه بیشتری برای تحرک علمی و انتقال سریع دانش از طریق ایجاد ترتیبات و شبکه‌های ارتباطی فی‌ما بین باشد؛ در نتیجه این سازمان و دانشگاه تهران موافقت‌نامه‌ای را در سال ۲۰۱۰ امضاء کرده‌اند که منجر به راه‌اندازی کرسی کارآفرینی یونسکو در ایران گردید. این کرسی در تاریخ ۹۰/۳/۱۷ در دانشکده کارآفرینی افتتاح شد.



• و نشریه انگلیسی زبان JOURNAL OF GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH

کتابخانه تخصصی کارآفرینی

کتابخانه دانشکده کارآفرینی فعالیت خود را از سال ۱۳۸۶ آغاز نموده است. هدف اصلی آن گردآوری منابع علمی و آموزشی و همچنین اشاعه اطلاعات در راستای تقویت برنامه‌های آموزشی و پژوهشی این دانشکده است. مجموعه این کتابخانه شامل ۱۱۲۰۰ کتاب فارسی و لاتین، ۵۰ نشریه فارسی، ۳۴۰ عنوان پایان نامه، ۱۶۰ لوح فشرده و ۵۰۰۰ کتاب الکترونیک در زمینه کارآفرینی، مدیریت، بازاریابی، کسب و کار، اقتصاد، آمار و سایر موضوعات مرتبط است. سیستم اداره کتابخانه باز است و رده بندی کتاب‌ها به روش کتابخانه کنگره آمریکا (LC) است. نحوه عضویت، استفاده از منابع و قوانین و مقررات این کتابخانه منطبق بر آیین نامه استفاده از کتابخانه های دانشگاه تهران است.

امام علی (ع):

کوتاهی در کار موجب اندوه می‌گردد.

موثر در توسعه کارآفرینی است. پس از عضویت دانشگاه تهران در این کنسرسیوم، دانشکده کارآفرینی با حمایت مادی و معنوی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی و مؤسسه کار و تامین اجتماعی از سال ۱۳۸۷ برنامه پژوهشی GEM را همزمان با حداقل ۶۷ کشور عضو این کنسرسیوم اجرا می‌کند. در برنامه ارزیابی کارآفرینی در برنامه پژوهشی GEM سه دسته شاخص‌های ادراکات کارآفرینانه، فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه ارزیابی می‌شود.

ارتباطات بین الملل

دانشکده کارآفرینی در ادامه و گسترش اهداف آموزشی خود، در خصوص همکاری‌های علمی با دانشگاه‌های خارج از کشور طی ملاقات‌ها و نشست‌های علمی اقدام به عقد تفاهم نامه با دانشگاه‌های مختلف می‌نماید. مذاکرات بین طرفین دانشگاهی که در متن تفاهم نامه‌ها می‌آید، به شرح ذیل است:

- مبادله اساتید و دانشجویان
- برگزاری دوره‌های مشترک در مقاطع تحصیلی کارشناسی ارشد و دکتری
- برگزاری سمینار، کنفرانس و کارگاه‌های علمی
- دوره‌های کوتاه مدت آموزشی
- فرصت مطالعاتی اساتید
- انجام فعالیت‌های پژوهشی

نشریات

- دانشکده در حال حاضر انتشار نشریات زیر را بر عهده دارد:
- فصلنامه توسعه کارآفرینی (فارسی-انگلیسی)

اهداف کرسی یونسکو

این کرسی به منظور ترویج نظام یکپارچه پژوهشی، آموزشی و گردآوری اطلاعات و مستندسازی در حوزه کارآفرینی برقرار گردید تا به این طریق موجبات همکاری‌های لازم را در سطح عالی بین المللی میان پژوهشگران و اساتید دانشگاه و سایر موسسات آموزشی در ایران و نیز در آسیا و به ویژه در منطقه غرب آسیا و سایر نقاط جهان فراهم آید.

گروه‌های کرسی کارآفرینی یونسکو

گروه آموزشی؛ گروه پژوهش (نوآوری، کارآفرینی، مدیریت و کسب و کار...); گروه مشاوره؛ افراد ذینفع در کرسی کارآفرینی یونسکو؛ دانشجویان، اساتید دانشگاهی؛ متخصصان کسب و کار و سایر ذینفعان کارآفرینی شامل مدیران، بازار کار انجمن‌های علمی و...

چشم انداز کرسی

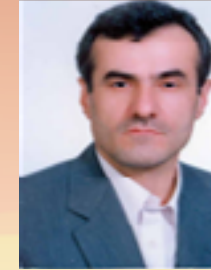
ارائه تصویری روشن از سیمای کسب و کارها و کارآفرینی ایران در راستای بهبود آن و از طریق همکاری دو جانبه با سازمان تربیتی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو)

دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM)

دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM)، کنسرسیوم دانشگاهی مرکب از تیم‌های علمی پژوهشی است که هدف اصلی آن ارزیابی و ارائه داده‌های پژوهشی معتبر در سطح بین‌المللی در خصوص فعالیت‌های کارآفرینی در جهان، کشف رابطه نظامند میان کارآفرینی و توسعه اقتصادی و شناسایی عوامل



دانشگاه کارآفرین - بخش آخر



مهندس بهمن فکور

عضو هیأت علمی و رئیس گروه نوآوری
و کارآفرینی - پژوهشکده فناوری‌های نوین
سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

BFAKOUR@GMAIL.COM

اقدامات مؤثر در کارآفرین تر شدن دانشگاه‌ها

از دیدگاه اترکویتز (۲۰۰۴)، در تبدیل یک دانشگاه به دانشگاه کارآفرین سه مرحله وجود دارد که کیفیت هر مرحله معمولاً و نه ضرورتاً متأثر از کیفیت مراحل قبلی است و البته ممکن است ترتیب مراحل بر حسب ویژگی‌های محیطی معکوس گردد.

- در مرحله ابتدایی، مؤسسه دانشگاهی دیدگاهی استراتژیک نسبت به تجاری سازی دارائی‌های فکری اتخاذ کرده و توانایی تنظیم و تعیین اولویت‌های خود را کسب می‌کند.
- در مرحله دوم مؤسسه دانشگاهی نقش فعالی را در تجاری سازی دارائی‌های فکری حاصل از فعالیت‌های اساتید و دانشجویان خود پیدا می‌کند.
- در مرحله سوم، مؤسسه دانشگاهی نقش پیشروئی را در بهبود محیط نوآوری محلی خود از طریق همکاری با صنعت و دولت ایفا می‌کند.
- کلارک (۱۹۹۸)، براساس بررسی پنج دانشگاه برجسته

اروپایی، مسیر تغییرات سازمانی جهت تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین را این گونه جمع‌بندی کرده است:

- ایجاد هسته رهبری قوی: دانشگاه کارآفرین دارای مدیریتی قوی است که با داشتن چشم‌انداز و تنظیم راهبردها آن را اداره می‌کند.
- گسترش مرزهای ساختاری (مانند ایجاد دفتر انتقال فناوری) و ایجاد ساز و کارهایی جهت تعامل با محیط خارج از دانشگاه.
- ایجاد تنوع در منابع مالی: دانشگاه کارآفرین کاملاً وابسته به بودجه دولتی نیست، بلکه دارای جریان‌های درآمدی چندگانه و متوازن است.
- ایجاد پایه دانشگاهی قوی: جهت بهترین بودن در بین سایر دانشگاه‌ها، داشتن تحقیقات چند رشته‌ای و مابین رشته‌ای ضروری است.
- ایجاد فرهنگ کارآفرینی جامع در کل مؤسسه دانشگاهی.

آدریش و فیلیپس (۲۰۰۷)، بر اساس مطالعات خود توصیه‌های زیر را جهت تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین دارند:

- ۱- لازم است مأموریت دانشگاه شامل راهبرد حمایت از نوآوری و کارآفرینی و التزام به گسترش فرهنگ و مهارت‌های

کارآفرینی در تمام سطوح دانشگاهی شامل اساتید، دانشجویان و مدیران گردد.

- ۲- جهت فرآیند انتقال تکنولوژی لازم است تمرکز زدایی با سبکی مشابه بنگاه‌های کسب و کار مورد استفاده قرار گیرند.
- ۳- در صورت استفاده از دفاتر انتقال تکنولوژی در دانشگاه‌ها لازم است تمهیداتی اندیشیده شود که این دفاتر تحت رقابت با سایر کارگزاران مشابه خود در بیرون از دانشگاه قرار گیرند. این کار مسیرهای جایگزینی را برای تجاری سازی تحقیقات اعضای دانشگاهی فراهم می‌سازد.

- ۴- مقررات تسهیم حقوق دارایی‌های فکری بین دانشگاه و اساتید باید به نحوی تدوین شود که با تأکید اصلی بر سرریز و تجاری سازی دانش تولید شده در دانشگاه، ارتقاء دهنده کارآفرینی بین اساتید و دانشجویان باشد.

- ۵- اساتید دانشگاهی بهتر است اجازه یابند به‌طور مقطعی موسسه خود را جهت پی‌گیری تأسیس شرکت کارآفرینانه ترک نمایند.

- ۶- گسترش آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها و حمایت از دانشجویانی که در صدد تأسیس کسب و کار جدید در حین تحصیل خود هستند.

یوسف و جین (۲۰۰۷)، معتقد هستند با جستجوی مشخصه‌های مشابه در تعاریف محققان مختلف از دانشگاه



کارآفرین، می‌توان عوامل تأثیرگذار و حمایت‌گر فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها را شناسایی نمود. بر این اساس با بررسی عناصر کلیدی مدل‌های ارائه شده از طرف محققان مختلف، مبنایی را برای عوامل تأثیرگذار بر فعالیت‌های کارآفرینانه سطح دانشگاهی ارائه کرده‌اند که در جدول (۱) آمده است.

جدول ۱- عناصر کلیدی مدل‌های مختلف دانشگاه کارآفرین

محققان	Clark (1998)	Sporn (2001)	Etzkowitz (2004)	Kirby (2006)	Rolhaermel et al (2007)
عناصر کلیدی مدل‌های مختلف دانشگاه کارآفرین	هسته رهبری قوی گسترش مرزهای ساختاری تنوع در منابع مالی پایه دانشگاهی قوی فرهنگ کارآفرینی جامع	مأموریت، اهداف، ساختار، مدیریت، رهبری و فرهنگ واسطه محیطی شبکه‌ها و اتحادهای راهبردی	سرمایه سازی دانش همبستگی با صنعت و دولت استقلال از سایر نهادها اشکال سازمانی هیبریدی نوسازی نهادی	صحه گذاشتن (تأیید نقش کارآفرینانه دانشگاه در بالاترین سطح سازمانی) مشارکت (همه سطوح دانشگاهی شامل بخش‌های علمی، اساتید و سایر پرسنل) اجرا (تعیین اهداف مورد پایش) ارتباطات (انتشار راهبردها و ارائه مشاوره در مورد آن‌ها) تشویق و حمایت (حمایت‌های سخت؛ مراکز رشد، پارک‌های ملی، پشتیبانی خدمات اداری) حمایت‌های نرم (آموزش، مشاوره، پشتیبانی فنی و مدیریتی) تشخیص و پاداش دهی (تقسیم منافع، ترفیع و غیره) سازمان‌دهی (تشکیل گروه‌های تحقیقاتی و آموزشی بین رشته‌ای، مراکز کارآفرینی چند منظوره) ارتقاء (رقابت‌های بین طرح‌های کسب و کار، معرفی موارد مشهور کارآفرینی)	عوامل داخلی: سیستم تشویقی، وضعیت دانشگاه، محل قرار گرفتن، فرهنگ، عوامل واسطه، خط مشی دانشگاه، تجربه، نقش تعریف شده برای دانشگاه، مشخصات و نقش اساتید، ماهیت فناوری مورد تجاری سازی. عوامل خارجی: سیاست‌های عمومی، صنعت محیطی و شرایط محلی



روترمل و دیگران (۲۰۰۷)، با بررسی ۱۴۶ مقاله دانشگاهی منتشر شده در فاصله ۱۹۸۱ تا ۲۰۰۵، تلاش ارزشمندی را جهت بازشناسی جریان‌های تحقیقاتی در زمینه دانشگاه کارآفرین داشته‌اند. آنها معتقدند جریان تحقیقاتی در موضوع دانشگاه کارآفرین، فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه را به عنوان مرحله‌ای از تکامل طبیعی سیستم دانشگاهی می‌بیند که بر توسعه اقتصادی علاوه بر مأموریت‌های سنتی آموزش و تحقیق تأکید می‌ورزد. در نتیجه اغلب مقالات در این جریان تحقیقاتی سعی در پرداختن به ویژگی ساختارهای سازمانی دانشگاه‌ها دارند که این ساختارها باعث ارتقاء یا مانع از تجاری‌سازی اختراعات دانشگاهی می‌شوند.

بر اساس بررسی آنها، مطالعات انجام شده اغلب حول سیستم‌های تشویقی در دانشگاه، وضعیت دانشگاه، مکان آن، فرهنگ حاکم بر دانشگاه، کارگزاران واسط در دانشگاه، میزان تمرکز بر کارآفرینی، تجربه دانشگاه در این زمینه، نقش و هویت تعریف شده برای دانشگاه می‌باشند.

سایر مطالعات انجام شده علاوه بر ساختار سازمانی، بر مشخصات و نقش اساتید و ماهیت فناوری مورد تجاری‌سازی نیز متمرکز شده‌اند.

عوامل یاد شده تشکیل دهنده عناصر درون دانشگاهی مؤثر بر کارآفرینی در دانشگاه می‌باشند. اما محققان دریافته‌اند که فرآیند کارآفرینی دانشگاهی تحت تأثیر عوامل خارجی

نظیر سیاست‌ها و قوانین، وضعیت صنعت محیطی و شرایط ناحیه‌ای نیز قرار دارد و در این راستا عوامل زیر به عنوان عوامل تأثیرگذار مورد تحلیل قرار گرفته‌اند.

وجود برنامه‌های رسمی، توافق‌نامه‌های همکاری، پشتیبانی از تحقیقات، فعالیت‌های بازاریابی، کیفیت خروجی‌های تجاری (لیسانس‌ها و پتنت‌ها)، وجود مشارکت در همکاری‌های تحقیقاتی، وجود مراکز رشد، پارک‌ها و غیره. مجموعه عوامل ذکر شده در نمودار ۱، مورد اشاره قرار گرفته‌اند.

جمع بندی

تحولات اقتصادی و فناورانه چند دهه اخیر در کشورهای توسعه یافته و نقش پر اهمیتی که تولید، توزیع و بهره‌برداری از دانش در قدرت اقتصادی این کشورها یافته است، نظام علم و نظام دانشگاهی آن‌ها را در معرض تحولات اساسی قرار داده است، به عبارت دیگر انتظار می‌رود نظام دانشگاهی علاوه بر نقش سنتی خود در آموزش و تحقیق، در حین تعاملات گسترده‌تر با بخش اقتصادی و صنعت و با انتشار دانش در پیشبرد توسعه اقتصادی محلی و ملی نقش فعال تری را بر عهده بگیرد.

در واقع دانشگاه کارآفرین مدلی برای توصیف تغییرات ساختاری و کارکردی دانشگاه‌ها است که از یکی دو دهه قبل مورد توجه بیشتری قرار گرفته و در ادبیات سیاست‌های علم به آن پرداخته شده است.

ویژگی‌های اصلی دانشگاه کارآفرین، تعامل وسیع‌تر آن با سایر بخش‌های اجتماعی و اقتصادی، تجاری‌سازی دانش‌های جدید تولید شده در دانشگاه، کسب منابع درآمدی جدید غیر از بودجه‌های دولتی و بازرگاری و تنظیم مجدد ساختارهای درونی جهت ایفای نقش‌های تازه‌تر می‌باشد.

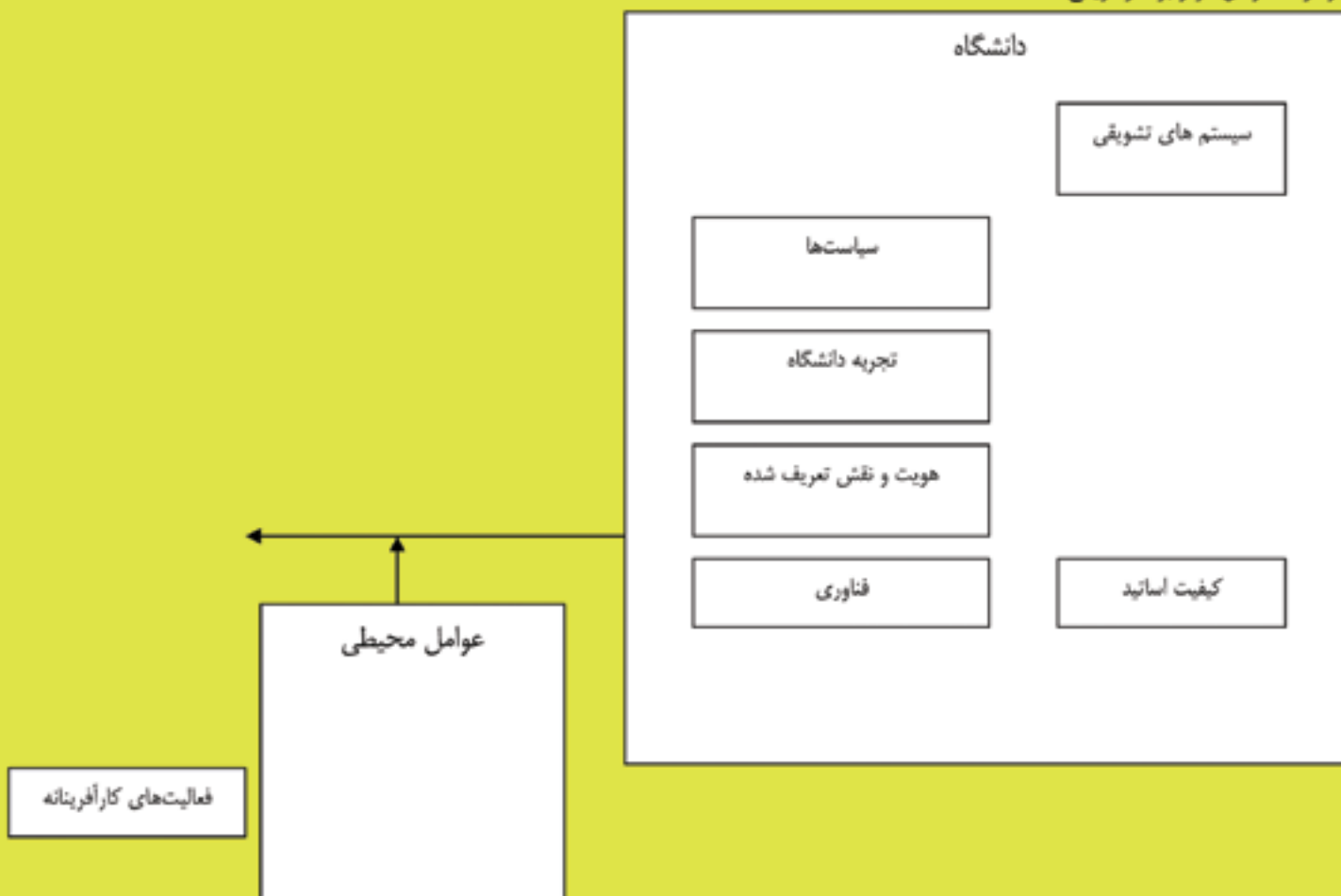
انتظار می‌رود در دانشگاهی که رویکرد کارآفرینی دارد شاهد فعالیت‌های زیر به عنوان شاخصه‌های فعالیت کارآفرینی دانشگاهی باشیم:

- ۱- ثبت و حفاظت حقوقی از دارایی‌های فکری حاصل از دانشگاه
- ۲- انجام تحقیقات مشترک و قراردادی با صنعت و سایر سازمان‌ها
- ۳- لیسانس‌دهی و انتقال حقوق دارایی‌های فکری حاصل از دانشگاه
- ۴- تشکیل شرکت‌های دانشگاهی
- ۵- ارائه آموزش‌ها و مشاوره‌های مختلف به صنعت و سایر سازمان‌ها

در مسیر تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین، لازم است دانشگاه‌ها در ابعاد ساختاری، مدیریتی، فرهنگ حاکم بر دانشگاه‌ها و نیز زیر ساخت‌های مورد نیاز، خود را متحول ساخته و با توجه به شرایط بومی خود زمینه را برای ایفای



نمودار ۱- عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاه





ROTHAERMEL, F. T. AGUNG, S. D. JIANG, L., (2007)"
UNIVERSITY ENTREPRENEURSHIP: TAX-
ONOMY OF THE LITERATURE"

OXFORD JOURNALS, INDUSTRIAL AND CORPORATE
CHANGE, 16(4):691-791

[HTTP://PAPERS.SSRN.COM/SOL3/PAPERS.CFM?ABSTRACT_](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=963401)
[ID=963401](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=963401)

YUSOF, M. JAIN, K. K. ,(2007) "CATEGORIES OF UNI-
VERSITY-LEVEL ENTREPRENEURSHIP:

A LITERATURE SURVEY" INT ENTREP MANAG J , DOI
10.1007/s11365-007-0072-x

AUDRETSCH, D. B. PHILLIPS R.J. , (2007) "EN-
TREPRENEURSHIP, STATE ECONOMIC DEVELOPMENT
POLICY, AND THE ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY."
CEPR DISCUSSION PAPER NO. 6242, CENTRE FOR
ECONOMIC POLICY RESEARCH.

CLARK, B. R., (1998)" THE ENTREPRENEURIAL UNI-
VERSITY: DEMAND AND RESPONSE" TERTIARY EDUCA-
TION AND MANAGEMENT, VOL. 4, No.1, PP 5-16

ETZKOWITZ, H. , (2004)" THE EVOLUTION OF THE
ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY" INT. J. TECHNOLOGY
AND GLOBALISATION, VOL. 1, No. 1

منابع:

کارکردهای جدیدتر فراهم سازند. اگر چه شرایط اجتماعی و اقتصادی هر کشوری متمایز از کشورهای دیگر می باشد و این تمایز خصوصاً در کشورهای در حال توسعه اهمیت بیشتری می یابد ولی استفاده از دانش و تجربه مشترک در این مسیر که حاصل مطالعه و تحقیقات انجام شده در سطح کشورهای مختلف است، خود توانمندی و دانش باارزشی را جهت شناخت مسیر تحول و عوامل زمینه ساز این تحول در درون و بیرون از دانشگاه‌ها ایجاد می کند که می تواند ابزار ارزشمندی برای محققان و سیاست‌گذاران نظام دانشگاهی هر کشوری باشد. این نوشتار در قسمت آخر خود تلاش نمود این عوامل را که متکی به نتایج مطالعات و تحقیقات سایر کشورها می باشد، مورد توجه قرار دهد.

**رشد پایدار حاصل تفکر به شیوه‌ای جدید و تبدیل
ایده‌ها به محصول یا خدمتی مفید برای جامعه است.**



معرفی کتاب

با مقیاس‌هایی فراتر از حد معمول فعالیت می‌نمایند و به راه‌حل‌های قابل توجهی برای مشکلات متعدد بدون مقید شدن به منابع یا امکانات موجود، دست می‌یابند. کتاب این ضوابط را در مورد شهروندان کارآفرین به کار می‌برد. نویسندگان مطالعات موردی عمقی را در بررسی این کارآفرینان مورد استفاده قرار می‌دهند و چندین دیدگاه نظری در مورد کارآفرینی اجتماعی ارائه می‌نمایند.

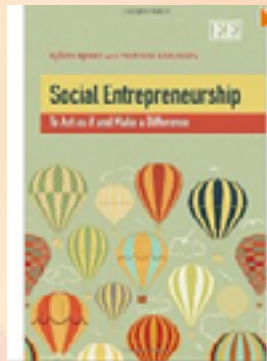
بدترین ایالات در اتحادیه کسب و کار نموده، بررسی می‌نماید. مصاحبه با سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و رهبران آن جامعه از جمله مباحث کتاب است. نویسنده می‌گوید فرهنگ منحصر بفرد دره سیلیکون، مهم‌ترین نقطه امید در موفقیت آینده آمریکا و کسب و کار جهانی است و درس‌هایی را از این منطقه برای الهام بخشی و اصلاح صنایع و جوامع دیگر مطرح می‌کند.



Secrets of Silicon Valley: What Everyone Else Can Learn from the Innovation Capital of the World/ Deborah Perry Piscione /2013. Publisher: Palgrave Macmillan. ISBN: 9780230342118



Exploring Entrepreneurship: Practices and Perspectives/ Richard Blundel , Nigel Lockett /2012. publisher: Oxford University Press, . ISBN: 9780199211555



Social Entrepreneurship: To Act as If and Make a Difference / Bjorn Bjerke , Mathias Karlsson/2013. Publisher: Edward Elgar Pub. ISBN: 9781781006979

رازهای دره سیلیکون: از پایتخت نوآوری دنیا چه چیز می‌توان آموخت؟

در حالی که اقتصاد جهان در شرایط رکود به سر می‌برد، دره سیلیکون علی‌رغم ورشکستگی بانک‌ها، بازار نامطمئن و بیکاری همچنان در حال گسترش است. در دو سال گذشته بیش از صد انکوباتور در آن منطقه ایجاد شد و تعدادی از سرمایه‌گذاران کار خود را توسعه دادند. امروزه چهل درصد تمام سرمایه‌ها برای سرمایه‌گذاری در آمریکا از ناحیه شرکت‌های دره سیلیکون است و ده درصد از نیویورک.

در این کتاب کارآفرین و مفسر رسانه، دبورا پری پیسیون ما را به محیطی (دره سیلیکون) می‌برد که در آن شایسته‌سالاری وجود دارد. او فرهنگ خطرپذیری فوق‌العاده در دره سیلیکون و دلایل شکوفایی آن را علی‌رغم بسیاری از قواعدی که کالیفرنیا را تبدیل به یکی از

کارآفرینی اجتماعی: عمل برای ایجاد تغییر.

این کتاب برخی از کارآفرینان اجتماعی در کشورهای متعدد را بررسی کرده است و بر این کارآفرینان که آنها را شهروند کارآفرین می‌نامد، تمرکز نموده و می‌گوید دنیای امروز نیاز روزافزونی به حضور چنین افرادی دارد. کارآفرینان نه تنها برای ایجاد تغییرات عمل می‌کنند، بلکه

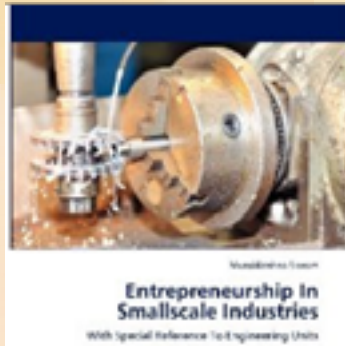
کاوش در کارآفرینی: شیوه‌ها و دیدگاه‌ها

این کتاب ماهیت فعالیت کارآفرینی در قرن بیست و یک را بررسی می‌کند و هدف آن کمک به دانشجویان در توسعه مهارت‌ها و ارائه دانش مورد نیاز کارآفرینان اجتماعی و تجاری است. خوانندگان این متن بینشی عمیق‌تر نسبت به فعالیت‌های کارآفرینی در هر دو بخش به‌دست می‌آورند



کارآفرینی و مدیریت

کتاب کارآفرینی و مدیریت یک متن آموزشی برای دانشجویان است. این کتاب مسئولیت‌های تصمیم‌گیری در سطح مدیریت را مرور می‌کند و نقش کارآفرینان را در ایجاد و توسعه یک سازمان مطرح می‌سازد.



Entrepreneurship In Smallscale Industries: With Special Reference To Engineering Units/ MuraliKrishna Sivvam. 2012. Publisher:

LAP LAMBERT Academic Publishing.
ISBN: 978659106279

کارآفرینی در صنایع مقیاس کوچک: با تأکید خاص بر واحدهای مهندسی

کارآفرینی به منزله یک ورودی مهم در فرایند توسعه اقتصادی است. رشد اقتصادی از جریان ایده‌ها، ابتکارات، ابداعات و نوآوری‌های جدید تغذیه می‌کند. بدون درک کارکردهای کارآفرینانه فرصت‌ها براساس خلاقیت و ارتقای یک سازمان کسب و کار بر مبنای نوآوری، توسعه مدرن قابل تصور نخواهد بود.

و قادر به درک ماهیت اساسی کارآفرینی و نقش آن در سرمایه‌گذاری خواهند بود.

کتاب با معرفی یک چشم‌انداز آغاز می‌شود و تغییر روند کارآفرینی را در اوایل قرن حاضر نشان می‌دهد. سایر بخش‌های آن در دو فصل مجزا اما مرتبط مسایل عملی مربوط به سرمایه‌گذاری کارآفرینانه و بحث‌های نظری در باره کارآفرینی را مطرح می‌نماید. در هر فصل آخرین شواهد تحقیقی همراه با گفته‌های کارآفرینان، محققان و سیاستگذاران نیز ارائه می‌شود.

در معرفی کتاب آمده است، این متن استفاده قابل ملاحظه‌ای از مثال‌های موردی می‌کند. بنابر این دانشجویان می‌توانند نکاتی را از تجربیات کارآفرینان واقعی در حین فعالیت، ایجاد و توسعه سرمایه‌گذاری بیاموزند. طرح چالش‌های محیطی یا اجتماعی نیز از جمله اهداف کتاب است..



Management and Entrepreneurship/Kanishka Bedi . 2012. Publisher: Oxford University .Press
ISBN: 9780198061908 |

کارآفرینی نیاز به سه ویژگی مهم دارد: روح مشاهده‌گر برای بررسی دلایل شکست یا موفقیت، به‌خاطر سپاری این دلایل و توانایی تنظیم رفتار که مجال عکس‌العمل مناسب به شرایط را می‌دهد.