



شوق کار آفرینی

فهرست مطالب

- ۲.....آموخته‌های کار آفرینان درزنجیره کار آفرینی
- ۳.....مرکز کار آفرینی دانشگاه تربیت مدرس
- ۶.....معرفی شرکت‌های دانش بنیان: شرکت شریف نانو پارس
- کار آفرینی دانشگاهی و نقش دوره‌های تحصیلات تکمیلی
- ۹.....پژوهش محور بر آن
- ۱۵.....معرفی کتاب
- ۱۷.....فراخوان جشنواره خوارزمی

ماهنامه الکترونیکی علمی و ترویجی دفتر توسعه

کار آفرینی دانشگاه‌ها/ شماره نهم/ مرداد ماه ۱۳۹۲

صاحب امتیاز: دفتر توسعه کار آفرینی دانشگاه‌ها -

سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

مدیر مسئول: علیرضا اللهیاری

سر دبیر: ناهید مهریزی

همکاران: فرحناز کی کلادوز، آمنه برنگی

طراح لوگو و صفحه آرای: محمد نعیم آبادی

و عباسعلی امانی (روابط عمومی)

نشانی: بزرگراه آزادگان - مسیر شمال به جنوب

- احمدآباد مستوفی - بعد از میدان پارسا -

انتهای خیابان انقلاب - خیابان شهید احسانی راد -

سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

صندوق پستی: ۳۳۵۳۵۱۱۱

تلفکس: ۰۲۱-۵۶۲۷۶۳۳۴

رایانامه: shogheka@irost.org

وبگاه: http://karad.irost.org

یاد

و هر کسی که کارهای شایسته کند و مؤمن

باشد نباید از هیچ ستمی و شکستی

بهراسد

(سوره طه - آیه ۸: ۱۱۷)



آموخته‌های کارآفرینان در زنجیره کارآفرینی

دانش و مهارت مورد نیاز کارآفرینان پدیده‌ای منحصر بفرد نیست. اصل مهم فراگیری مفاهیم کلیدی و کاربرد آن در مراحل مختلف است. قبل از بیان بحث به یک نکته اشاره می‌شود: پژوهشگران اظهار می‌دارند که کارآفرینی دارای سه سطح است: سطح اولیه، سطح میانی و سطح پیشرفته.

در سطح اولیه انجام کارهای قراردادی مکمل شغل اصلی و تمام وقت است. در این مرحله تصمیمات شغلی محدودی اتخاذ می‌شود، مانند: تعیین ایده‌های کار و مشخص کردن بازار - میزان خطر پذیری در این مرحله محدود است.

در سطح میانی، خود اشتغالی به عنوان کسب و کار اصلی فرد مطرح می‌شود. افراد به طور تمام وقت در قراردادهای کاری آزاد مشغول هستند، تمام تصمیمات شغلی را اتخاذ می‌کنند و با مخاطرات مالی مواجهند.

در سطح پیشرفته کار با سرمایه فراهم شده توسط کارآفرین برای تأسیس شرکت آغاز می‌شود. او مالک، مدیر و تهیه کننده اصلی محصول یا خدمت است. گروهی از افراد به عنوان کارمند با او همکاری می‌کنند. نمونه شاخص این گروه صاحبان مشاغل و کسب و کارهای کوچک هستند. **این سه سطح یک زنجیره را شکل می‌دهند.**

کارآفرینان برای حرکت و پیشروی در زنجیره کارآفرینی باید مجهز به آموخته‌هایی باشند که آنها را در مراحل مختلف فعالیت حمایت کند. در اینجا به بخشی از این آموزش‌ها اشاره می‌شود.

- تأکید بر مجموعه‌ای از واحدهای عمومی دانشگاهی که امکان ایجاد یک بینش خاص و تفکر انتقادی را برای فرد به وجود می‌آورد.

- تسلط به ادبیات و دستور زبان مبدأ و زبان دوم برای برقراری ارتباط و تعامل گسترده ملی و بین‌المللی و استفاده از منابع علمی

- تأکید بر واحدهای تخصصی و علمی برای دست‌یابی به ایده‌های مختلف و تسلط بر راهکارهای برون رفت از مشکلات کاری

- انجام کارهای دانشجویی که زمینه ساز ارتباط با اساتید، سازمان‌ها و کارشناسان است و تجربیات و آموزش‌های عملی برای ایجاد کسب و کار را در اختیار فرد می‌گذارد.

- کار بر روی ایده‌ها در دوران دانشجویی. در این مورد شاید کار افراد به نتیجه مطلوب نرسد، اما حداقل توانایی افراد را نشان می‌دهد و امکان اشتغال در سازمان‌های سنتی را به وجود می‌آورد.

- تمرکز بر برنامه‌هایی که کمتر آموزش محور هستند. این آموخته باید در ذهن هر فرد نهادینه شود که وقتی روش‌های قدیمی پاسخگوی نیازها نیستند، باید به روش‌های جدید روی آورد. انعطاف‌پذیری در آزمودن راه‌های جدید یکی از مهم‌ترین اصول در این زمینه است.

- آشنایی با شبکه‌های اطلاعاتی، طراحی صفحه وب، توسعه وبگاه، ظرفیت شبکه‌سازی (در حد یک کاربر کیفی) و سیستم

مدیریت منابع

- ارائه دانسته‌ها در صفحه‌های خانگی به منظور به اشتراک‌گذاری یافته‌ها

- ممارست در زمینه روش انجام کار گروهی و مهارت‌های ارتباطی

- آموزش در زمینه نحوه اداره شرکت برای تسلط به امور ذیل: نحوه جذب سرمایه، روش تنظیم بودجه و مدیریت پروژه، مدیریت زمان و اطلاعات، نحوه مذاکره هنگام عقد قراردادهای، برقراری ارتباطات کسب و کار، انجام امور مالیاتی، امور بیمه و نحوه اخذ مجوزها و ثبت اختراعات

- آموزش در زمینه شناسایی مشتریان و بازارهای بالقوه، بازاریابی و تحلیل مخاطبان

- آشنایی با روش جذب حامیان

- شناخت روش تبلیغات

- آشنایی با روش برگزاری نشست‌های حضوری و مجازی به منظور فراگیری از نظرات صاحب‌نظران و تبادل دانسته‌ها

سردبیر

این مطلب با استناد به منابع زیر تهیه شده است:

--NEED FOR INSTRUCTION IN ENTREPRENEURIAL JOURNALISM: PERSPECTIVE OF FULL-TIME FREELANCERS / CINDY ELMORE, BRIAN MASSEY/ JOURNAL OF MEDIA PRACTICE, 2012: VOL.13, NO.2 PP.109-124

--FROM STUDENT JOURNALISTS TO LOCAL NEWS ENTREPRENEURS: A CASE STUDY OF TECHNICALLY MEDIA/ MARK BERKLEY-GERARD/ 13TH ANNUAL INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON ONLINE JOURNALISM

DAY 1, APRIL 20, 2012:



مهارت‌های کارآفرینی و نیز کارگاه‌های کارآفرینی جهت تمرین عملی طراحی و اجرا می‌شود. این دوره‌ها که پس از نیازسنجی در سطح دانشجویان طراحی شده است، کلیه مهارت‌های لازم جهت ورود به کسب و کار آزاد را آموزش می‌دهد. مهم‌ترین اهداف آموزشی مرکز کارآفرینی دانشگاه بدین شرح است:

- برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی به صورت کوتاه‌مدت و بلندمدت.

- طراحی و تدوین جزوات، مقالات و کتاب‌های آموزشی در زمینه کارآفرینی.
- طراحی کارگاه‌های کارآفرینی جهت تمرین عملی برای مطالب نظری ارائه شده.

- طراحی و تدوین عناوین و دروس دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی در دانشگاه.

- برنامه‌ریزی و زمینه‌سازی برای ارائه درس کارآفرینی در گروه‌های پنجگانه

عملکرد آموزشی در یک نگاه:

اهداف و وظایف امور مشاوره و ترویج مرکز

مقوله کارآفرینی (با ارائه تعریفی دقیق از آن و بررسی موارد مشابه با کارآفرینی و تحلیل تفاوت‌ها و در نتیجه ایجاد ذهنیتی دقیق و شفاف از این مبحث)، مشخص نمودن موانع و مشکلات و همچنین راهکارهای حل آن صورت می‌پذیرد. برخی از این فعالیت‌ها شامل موارد زیر است:

- طراحی و انتشار کاتالوگ، بروشور و نشریه تخصصی کارآفرینی

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 فعالیت‌شان می‌تواند الگویی برای دیگر مراکز باشد. این شماره:

مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس

* با تشکر از آقای دکتر خداداد حسینی رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس و آقای امیراحمدی مدیر اجرایی مرکز برای ارائه این گزارش

پیشینه مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس

مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس در سال ۱۳۷۹ و پس از تصویب طرح کاراد (کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور) تأسیس شد و در سال ۱۳۸۱ پس از تشکیل گروه جدید و مجرب در مباحث کارآفرینی، فعالیت‌های خود را آغاز نمود.

این مرکز به صورت مستقل از معاونت‌ها و زیر نظر رئیس دانشگاه اداره می‌شود. به همین دلیل طی ۱۰ سال گذشته دارای ثبات مدیریت و برنامه بوده است. این مرکز فعالیت‌های خود را در سه بخش: ۱- آموزش ۲- مشاوره و ترویج و ۳- پژوهش دنبال می‌کند که کلیه فعالیت‌ها به صورت برنامه‌ریزی شده و در راستای اهداف مورد نظر به انجام می‌رسد.

اهداف و وظایف امور آموزشی مرکز

در بخش آموزش، دوره‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت در زمینه

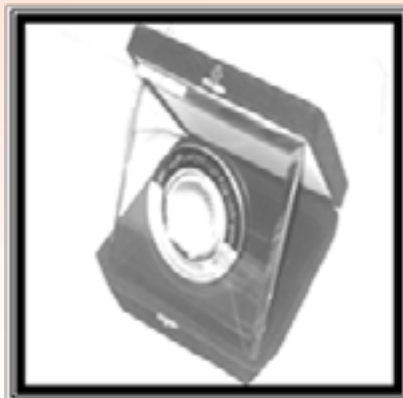
عملکرد ترویجی در یک نگاه:

اهداف و وظایف امور پژوهشی مرکز

در بخش پژوهش؛ این دسته فعالیت‌ها با حضور اساتید برتر در زمینه کارآفرینی و اعضای هیأت علمی دانشگاه در زمینه الگوسازی



۲- در سال ۱۳۸۴ در هفته پژوهش، در بین بیش از ۷۰۰ شرکت‌کننده در جشنواره وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به عنوان یکی از چهار واحد برگزیده انتخاب شده و تندیس طلایی



۴- اجرای پروژه «نقش دولت در ارتقای سطح کارآفرینی در کشور»

۵- اجرای پروژه «شناسایی و تدوین تجربیات ۲۰ کارآفرین برتر کشور».

۶- اجرای پروژه «تهیه و تدوین کتاب زندگی‌نامه ۱۰ کارآفرین برتر ایران». به سفارش سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران

۷- اجرای پروژه «تهیه و تدوین کتاب زندگی‌نامه ۱۰ کارآفرین برتر دنیا» به سفارش سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران

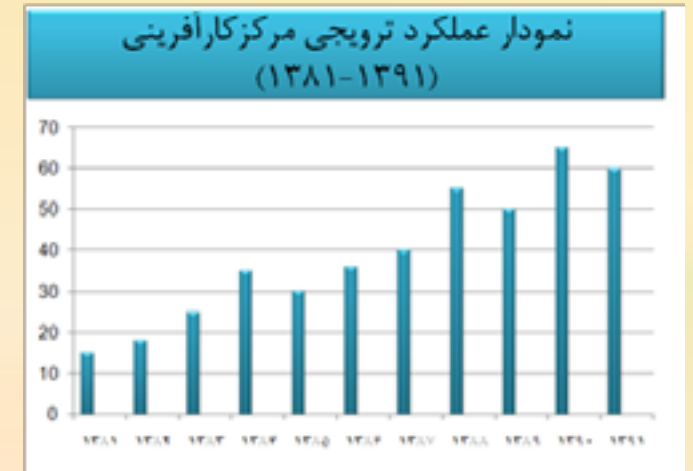
۸- تشکیل تیم متخصص در زمینه ترجمه، به منظور ترجمه کتب مرتبط با مبحث کارآفرینی و ترجمه دو کتاب در این راستا.

۹- حمایت علمی و مالی از پایان‌نامه‌های دانشجویان در زمینه کارآفرینی در هر پنج گروه علوم انسانی، فنی مهندسی، علوم پایه، کشاورزی و هنر دانشگاه تربیت مدرس.

۱۰- اجرای چهار پروژه «الگوهای برتر کارآفرینی» که شامل مصاحبه، نگارش و چاپ کتاب سرگذشت کارآفرینان برتر ایران می‌شود.

عناوین، افتخارات و دستاوردهای مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس

۱- این مرکز در سال ۱۳۸۳ در جشنواره شیخ بهایی موفق به کسب تندیس زرین جشنواره به عنوان برترین حامی کارآفرینی در ایران شد.



کارآفرینان و انجام پروژه‌های پژوهشی در سطح نهادها، مؤسسات و شرکت‌ها انجام می‌شود. این مرکز جهت فرهنگ‌سازی کارآفرینی در سطح جامعه و خارج از محیط دانشگاه، مشغول انجام فعالیت‌هایی است. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به پروژه الگوسازی کارآفرینان و اجرای پروژه‌های مختلف در سطح نهادها، مؤسسات و شرکت‌ها اشاره کرد.

عملکرد پژوهشی: (۱۳۸۱-۱۳۹۱)

۱- اجرای پروژه «طراحی دوره کارشناسی‌ارشد رشته مدیریت کارآفرینی» در دانشگاه تربیت مدرس.

۲- اجرای پروژه «طراحی آزمون استاندارد شناسایی ویژگی‌های کارآفرینان».

۳- اجرای پروژه «تدوین عناوین و سرفصل‌های درس کارآفرینی ویژه دانشجویان ارشد و دکتری».



را کسب نمود.

• دومین نرم افزار آموزش کارآفرینی در ایران (۱۳۸۶)

۵- مجموعه کتاب‌های چاپ شده مرکز کارآفرینی (چهار کتاب جدید نیز در دست چاپ می باشد).



۳- طراحی و تهیه مجموعه نرم افزارهای آموزش کارآفرینی برای اولین بار در ایران

• اولین نرم افزار آموزش کارآفرینی در ایران (۱۳۸۴)



• اولین نرم افزار آموزش خلاقیت در ایران (۱۳۸۸)



۴- تهیه انواع فیلم‌ها و لوح‌های فشرده آموزشی در حوزه



پایداری شرکت‌های دانش بنیان و امدار تحقیق و توسعه مستمر است

معرفی شرکت دانش بنیان شریف نانو پارس

در مصاحبه با آقای فرشاد صالحی دانشجوی دکتری
مهندسی و علم مواد (نانومواد) دانشگاه صنعتی شریف
و مدیر عامل شرکت

WWW.SHARIFNANOPARS.COM

INFO@SHARIFNANOPARS.COM

زمینه فعالیت شرکت شریف نانو پارس: فناوری نانو
" ایده محوری: تحقیق و تولید پوشش‌های پاک بر پایه فناوری نانو "

نمی شود". "امکان پذیر نیست". "نمی باشد". این افعال، مدتهاست که به گوش مردم جامعه ما شناسست. عبارتی در یک قدمی یأس و ناامیدی! اما باید رفت جستجو کرد، تلاش‌ها را دید و فهمید فرهیختگانی هستند که با پشتوانه دانشگاهی، به تعبیر خودشان "نیازها را رصد کرده اند" و به تحقیق و توسعه و تولید می پردازند و عبارات نیست و نمی شود و نمی باشد را از قاموس واژگان خود حذف کرده اند.



آقای دکتر صالحی لطفا در باره سوابق تحصیلی و شغلی خود توضیح دهید:

رشته تحصیلی من در مقطع کارشناسی شیمی و در کارشناسی ارشد رشته مواد گرایش خوردگی بود و اکنون هم در دوره دکتری در رشته مهندسی و علم مواد (نانو مواد) مشغول تحصیل می باشم. قبل از آغاز کار شرکت هم در چند شرکت از جمله شرکت ساختمانی گلشن مدیریت تعدادی پروژه را بر عهده داشتیم.

لطفا بفرمایید شرکت در چه سالی تأسیس شد و زمینه فعالیت‌های آن چیست؟

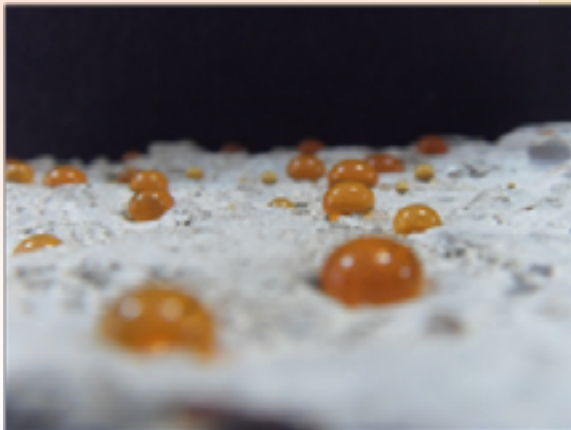
شرکت شریف نانو پارس یک شرکت تولیدی مواد با فناوری نو محسوب می شود که در مرداد ۱۳۹۰ فعالیت خود را به صورت رسمی آغاز کرد و شامل گروهی از استادان دانشگاه در حوزه فناوری نانو و دانش‌آموختگان دوره‌های کارشناسی ارشد و مهندسان مجرب است که با یکدیگر در محیطی حرفه ای در زمینه نوآوری و تولید محصولات نانو فن آوری همکاری دارند. کلیه محصولات جدید توسط گروه تحقیقاتی شریف نانو پارس تهیه و با نام تجاری پوشش‌های نانو پاک معرفی و به بازار ارائه شده است. این شرکت پویا بوده و قابلیت مهندسی، طراحی و

اجرای پوشش‌های نانو بر روی سطح دلخواه را دارد. بخشی از محصولات تولید شده عبارتند از:

محصولات آب گریز شامل سطوح بالا (پارچه، شیشه، سنگ)
محصولات خود تمیز شونده شامل سطوح بالا
محصولات فتوکاتالیست مخصوص آلودگی شامل سطوح بالا
محصولات آنتی باکتریال شامل سطوح بالا
محصولات ضد گرد و غبار یا آنتی ایستاتیک برای سطوح شیشه‌ای، بتنی و رنگ شده
محصولات ضد آب (محصولاتی که کاملاً از نفوذ آب جلوگیری می کند) برای سطوح سنگی و بتنی
محصولات ضد سایش برای سنگ کف، سطوح بتنی و نماهای در معرض سایش
محصولات وت لوک مخصوص سنگ نما
محصولات براق ضد آب با خواص خود تمیز شوندگی مخصوص سطح نما
محصولات آنتی تارنیش (ضد تارشدگی) مخصوص طلا و نقره.
مجموع این محصولات را می توان ادغام هم کرد. برای مثال ادغام آنتی باکتریال و خود تمیز شونده ها و غیره
نحوه سرمایه گذاری شرکت به چه ترتیب بوده است؟



این شرکت تا کنون با سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگی مانند شهرداری، ایران خودرو، سایکو، زامیاد و گوهرافان در خصوص تأمین محلول پوشش‌های نانو پاک برای تمیزی سطوح وارد مذاکره شده و پروژه‌های بزرگی مانند حرم امام حسین (ع) و حرم‌های کاظمین و سامرا در کشور عراق، حرم شاه عبدالعظیم و مرقد مطهر امام خمینی (ره) را در ایران مدیریت و نظارت کرده است. دیگر مصرف کنندگان پوشش‌های این شرکت، شرکت‌های نساجی، بیمارستان‌ها و شهرداری در خصوص آنتی باکتریال کردن سطوح؛ پیمانکاران نمای شهری در خصوص تمیز نگه داشتن نما از جمله بتن، سنگ، چوب و نماهای کامپوزیت؛ میراث فرهنگی در خصوص محافظت از



مورد استفاده قرار گرفت. بازار خوب این محصول باعث شد کار را توسعه دهیم. شرکت ثبت شد و فعالیت‌ها ادامه پیدا کرد. در این زمینه ما بدون رقابت کار را آغاز کردیم و این امر بسیار تأثیرگذار بود و هنوز هم هست. از طرفی کمک‌های مرکز رشد دانشگاه نقش زیادی داشت. در واقع این مرکز شرکت‌های فناور را با روش اداره شرکت، تبلیغات و معرفی محصولات آشنا می‌نماید و این بسیار مهم است.

مشکلات موجود مانند اکثر مراکز با مسئله بودجه آغاز می‌شود و مواردی مانند وضعیت مالیات و بیمه هم که هنوز وجود دارد. در حال حاضر شرکت ما، در ماه نزدیک به ۲ میلیون تومان حق بیمه کارکنان را می‌پردازد، اگر شرایط بیمه اصلاح شود و حداقل ضریب کمتری برای آن در نظر گرفته شود، کمک زیادی خواهد بود. مسئله دیگر تبلیغات است. شرکت‌های دانش بنیان نیاز به حضور افرادی دارند که امر تبلیغات را تسهیل کنند.

آیا شرکت با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در ارتباط است؟

بله بسته به نوع تحقیق و محصول در حال تولید با دانشکده‌های دانشگاه صنعتی شریف و مراکز تحقیقاتی مختلف تعامل داریم. مشتریان شرکت چه طیفی هستند و بازاریابی محصولات چگونه است؟

تمام سرمایه گذاری شرکت به صورت شخصی انجام شده است. در زمان شکل گیری فعالیت‌ها چه امکانات و فرصت‌هایی در اختیار داشتید و مشکلات کار چه بود؟ کار ما با درخواستی از پروژه حرم عبدالعظیم آغاز گردید.



مشکل هم این بود که به خاطر نزدیکی حرم به پالایشگاه تهران و باران‌های اسیدی زیادی که می‌آمد، گنبد طلا دچار تیرگی می‌شد. ما این پروژه را قبول کردیم، بعد از تمیزکاری سطح گنبد، برای حل مسئله، پوشش نانویی ابداع شد که مخصوص طلا و نقره بود و با عنوان محصول آنتی تارنیش



برنامه آینده شرکت چیست؟

ورود به طیف جدیدی از پوشش‌ها بر مبنای نیاز بازار، تولید پوشش‌های خاصی به نام آنتی گرافیتی برای نماهای شهری، پوشش‌هایی برای خودرو (چون متأسفانه پوشش‌های موجود در دنیا پاسخگوی نیاز خودروها در شرایط آب و هوایی ایران نیست)، تولید رنگ‌های تصفیه کننده آلودگی هوا در داخل منزل و انشاءالله برنامه بسته بندی و عرضه خرد این محصولات به بازار به عنوان مواد کمک شوینده را در دستور کار داریم.

و مشکلات کار در این مرحله؟

در شرکت‌هایی مانند شرکت ما تمام درآمدها برای کار هزینه شده، البته از این به بعد هم خواهد شد، چون این خصلت کار دانشگاهی است. بنابر این همچنان مشکل بودجه وجود دارد و فرایند وقت گیر و تماماً بوروکراسی اخذ مجوز از سازمان‌های مختلف مانند وزارت صنایع، ثبت اختراع نیز هست. در واقع اگر کسی می‌خواهد به شرکت‌های دانش بنیان یاری برساند، باید در زمینه تسهیل بیمه، مالیات و مجوزدهی با آنها همکاری کند.

• با سپاس فراوان از وقتی که در اختیار ما گذاشتید.

اما تا کنون برنامه ثبت اختراع نداشتیم. چون این فرآیند بسیار زمان بر است. نیروی ما همه در خدمت تحقیق و تولید می‌باشد. تعداد پوشش‌های ما طی یک سال از ۴ مورد به ۲۵ مورد رسیده است. همین مسئله حجم کار تحقیق، توسعه و تولید را نشان می‌دهد. این سرعت در تولید، مانع پرداختن به مسایل دیگر می‌شود. به اعتقاد من یک شرکت دانش بنیان باید تماماً به کارپژوهش و توسعه کار بپردازد. در این شرایط دیگر فرصتی برای طی مراحل بوروکراسی اداری نمی‌ماند. اگرچه نمونه‌های زیادی در سطح جامعه هستند که با تأانی و طمأنینه به کار ثبت اختراع و گرفتن مجوزهای مختلف می‌پردازند. اما کار آنها پشتوانه دانشگاهی ندارد و تولید محصولاتشان هم امکان پذیر نیست.

تقدیرهای صورت گرفته از شرکت چه مواردی هستند؟

این شرکت به عنوان یکی از شرکت‌های برتر نانو شناخته شده، توسط مرکز رشد مرتباً مورد تقدیر قرار گرفته است و خود بنده سال گذشته توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به عنوان فناور برتر انتخاب شدم.

عوامل مؤثر در پیشرفت و موفقیت شرکت را چه می‌دانید؟

مواردی مانند به کارگیری فناوری نو و پیشرفته در کار. رصد نیازهای بازار و اقدام بر اساس آن، استفاده از توانمندی دانشجویان کارشناسی ارشد و دکترای دانشگاه. ضمن اینکه بسیاری از این افراد می‌گویند به خاطر کار در این شرکت، مهاجرت نکرده‌اند. خب این عوامل همگی باعث دلگرمی و پیشرفت کار است.

بناهای تاریخی و کاه گلی در مقابل شستشوی باران و سطوح قدیمی و غیره می‌باشد.

بازاریابی محصولات توسط نمایندگان ما در صنایع به عنوان مثال صنعت ساختمان، شرکت در نمایشگاه‌های مختلف و آشنایی با شرکت از طریق رسانه‌های جمعی صورت می‌گیرد.

در باره رقبای شرکت برای ما توضیح دهید:

همانطور که گفتیم کار ما در سطح کشور در شرایط بدون رقیب آغاز شد. در سطح خارجی شرکت‌های مختلف هرکدام از این محصولات را تولید می‌کنند، اما شرکتی نیست که به طور واحد این طیف از محصولات را پوشش دهد. مسئله هم این است که آنها شرایط جوی ما و دغدغه و مشکل ریزگرد را ندارند. کشور ما با شرایط آب و هوایی چهار فصل این مسایل را تجربه کرده است و همین نیاز پایه‌گذار بسیاری از فعالیت‌ها بوده است.

آیا شرکت برنامه صادرات محصول داشته است؟

بله صادرات محصولات مختلف به کشور عراق و ترکیه صورت گرفته است. به هند به صورت آزمایشی صادرات داشته ایم و صدور محصول به امارات نیز در دستور کار قرار دارد.

اختراعات ثبت شده در زمینه فعالیت‌ها و مسایل موجود در این زمینه چه بوده است؟

در حالی که تمام محصولات تولیدی ما اختراع محسوب می‌گردد و می‌توان گفت نیمی از فناوری کشور در این شرکت تولید می‌شود،



دکتر نگین فلاح حقیقی

FALLAHNEGIN@GMAIL.COM

مقدمه

تحولاتی که در دو دهه اخیر در زمینه‌های مختلف در کشورهای جهان رخ داده است، آموزش عالی را به‌ویژه در کشورهای جهان سوم و در حال توسعه با تحولات جدیدی مواجه ساخته است. در ایران به ویژه در دهه ۸۰ افزایش قابل توجه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی دولتی، حضور فعال تر بخش خصوصی در آموزش عالی و افزایش تقاضای اجتماعی این نوع آموزش‌ها با توجه به انگیزه قوی اجتماعی، از جمله دلایل مهم گسترش آموزش عالی بود. اما افزایش کمی هنگامی که با بهبود کیفی آموزش همراه نگردد، در بلندمدت پایدار نبوده و نمی‌تواند زمینه‌های ارتقای توسعه انسانی را فراهم آورد.

در این میان فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، به‌خصوص در رده تحصیلات تکمیلی، به عنوان یکی از مهم‌ترین برون‌دادهای دانشگاه‌ها، پس از فراغت از تحصیل باید مدت زمان زیادی را صرف متناسب‌سازی مهارت‌های خود با نیازهای بازار کار نمایند. این امر لزوم مطرح شدن دوره‌های تحصیلات تکمیلی

کار آفرینی دانشگاهی و نقش دوره‌های تحصیلات تکمیلی پژوهش محور بر آن

پژوهش محور را با توجه به ویژگی‌ها و شرایط خاص آن، بیش از پیش بارز می‌نماید. این مقاله با هدف ارائه تحلیلی بر نقش و اهمیت تحصیلات تکمیلی پژوهش محور بر آن است تا به چگونگی تأثیر این دوره‌ها بر توسعه و ارتقای امر کار آفرینی در دانشگاه‌ها بپردازد.

تحصیلات تکمیلی پژوهش محور

در آستانه ورود به هزاره سوم، دانشگاه‌ها نظیر سایر نهادهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی برای مقابله خردمندانه با چالش‌ها و نیازهای پیش‌رو به استقبال نوعی تجدید حیات و تغییر و تنوع در اهداف، وظایف و کارکردها رفته‌اند. یکی از مهم‌ترین جنبه‌های این تغییر در سطح جهانی، بازنگری در برنامه‌ریزی آموزش عالی و نهاد دانشگاه و تعیین رابطه میان آموزش عالی با فرهنگ و نیازهای جدید جامعه است (گرینوود و همکاران، ۱۹۹۹).

تمرکز بر دوره‌های تحصیلات تکمیلی پژوهش محور می‌تواند الگوی مؤثری در تربیت پژوهشگران توانمند در تمامی حوزه‌های علمی شود. در واقع می‌توان گفت که الگوی آموزشی مبتنی بر تحصیلات تکمیلی پژوهش محور، نقشی اساسی در تربیت

نیروهای متخصص، پژوهشگر و آشنا به مطالعات بنیادی - توسعه‌ای و کاربردی داشته و در شکل‌گیری این گونه تحقیقات در نهادها، سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی تأثیر گذار می‌باشد، به طوری که امروزه نقش تحصیلات تکمیلی پژوهش محور در ارائه راهکارهای مقتضی در سطوح مختلف بدیهی به نظر می‌رسد. از طرف دیگر با توجه به غلبه آموزش محوری در اکثر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی کشور، به دلیل حجم عظیم تقاضا برای آموزش عالی و ضعف ساختارهای موجود در آموزش عالی کشور در ایجاد تحصیلات پژوهش محور، فضا و بسترهای لازم جهت گسترش پژوهش‌های بومی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از این رو راهاندازی دوره‌های تحصیلات تکمیلی پژوهش محور گامی بلند در راستای تحقق اهداف بلند و والای نظام جمهوری اسلامی در توسعه

الگوی آموزشی مبتنی بر تحصیلات تکمیلی پژوهش محور، نقشی اساسی در تربیت نیروهای متخصص، پژوهشگر و آشنا به مطالعات بنیادی - توسعه‌ای و کاربردی داشته و در شکل‌گیری این گونه تحقیقات در نهادها و سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی تأثیر گذار می‌باشد.



دانشگاه‌ها و حتی خود دانشجویان دکتری، هنوز اقبال چندانی به راه‌اندازی دوره‌های تحصیلات تکمیلی پژوهش محور نشان نداده‌اند. در واقع وقتی عالی‌ترین سطح فارغ‌التحصیلان نظام آموزشی کشور با رویکردی تحقیقی و عملی به فعالیت‌های علمی مشغول باشند، در آن شرایط می‌توان امیدوار بود که فرآیند توسعه کشور با شتاب بیشتری به سوی چشم‌اندازهای تعریف شده، حرکت می‌کند.

جریان پژوهشی دانشگاه کارآفرین به فعالیت‌های کارآفرینانه به منزله گامی در تکامل طبیعی سیستم دانشگاه نگاه می‌کند و بر رسالت سوم دانشگاه یعنی توسعه اقتصادی علاوه بر دو رسالت قبلی یعنی آموزش و پژوهش تأکید دارد..

مثالی در این زمینه نقش دانشگاه‌ها، به‌ویژه MIT و استنفورد در تحریک توسعه اقتصادی منطقه‌ای است که رسالت توسعه اقتصادی، توسعه پروژه‌های تحقیقاتی در این دانشگاه را موجب گردیده است. در این بستر رئیس MIT "کارل کامپتون" بیان می‌دارد که مزیت رقابتی نیوانگلند یعنی تمرکز آن بر پژوهش‌های آکادمیک، مبنای مد جدید توسعه اقتصادی است. او تز جدید توسعه اقتصادی دانش‌بنیان را ارائه نمود و تشویق

مرکز ثقل اقتصادی و هم از لحاظ نقش‌های اجتماعی است که به فارغ‌التحصیلان برای نیل به اهداف توسعه کشور محول می‌گردد. از سوی دیگر، تغییرات اقتصادی در شرایط نوین به طرق مختلف بر ماهیت مهارت‌های مورد نیاز بازار کار تأثیر گذاشته و می‌گذارد. بنابراین؛ باید راه کاری نوین با قابلیت‌های بالا را برای برطرف ساختن این معضل مد نظر قرار داد که توسعه دوره‌های پژوهش محور، خصوصاً در مقاطع تحصیلات تکمیلی راهکاری در این زمینه است که هم برای دستیابی به اهداف کارآفرینانه مثمر ثمر می‌باشد و هم با رویکردی اشتغال محور، با تمرکز محض بر نیازهای بخش صنعت و بازار کار، به یکی از مهم‌ترین اهداف نظام آموزش عالی یعنی تربیت فارغ‌التحصیلانی کاردان و مجرب، کمک می‌کند. براساس نقشه جامع علمی کشور، نظام آموزش عالی باید فعالیت‌های پژوهشی را در اولویت نخست برنامه‌های خود قرار دهد و مطابق مفاد همین نقشه راهبردی، جذب دانشجویان تحصیلات تکمیلی پژوهش محور می‌تواند تولید علم کاربردی را در کشور توسعه دهد. چیزی که هم اکنون در دانشگاه‌های ما برای تحقق آن تلاش می‌شود؛ ولی در عمل بر اساس نتایج پیمایش‌های گوناگون در سطح کشور، با واقعیت فاصله زیادی دارد. یعنی در حالی که کشور ما به فعالیت‌های پژوهشی و هم‌افزایی علم و ثروت، نیاز مبرم دارد و قرار است تا سال ۱۴۰۴ نیز در رتبه نخست علم و فناوری در منطقه خاورمیانه قرار گیرد، اما

کشور عزیزمان ایران نیز هست.

نتایج برخی از تحقیقات نشان می‌دهد که بررسی نقش اقتصادی نظام آموزشی به‌طور عام و نظام آموزش عالی به‌طور ویژه و تأکید بر تحکیم روابط این نظام با بنگاه‌های اقتصادی خالی از مخاطره نیست. زیرا حداقل برای تعدادی از دانشگاهیان تأکید بر این امر به منزله نوعی ضدیت با عقل‌گرایی تلقی می‌شود که در راستای حذف آزادی علمی است و با هدف معطوف و محدود کردن آموزش عالی به آموزش دانشجویان و آماده ساختن آنان صرفاً برای فرصت‌های شغلی صورت می‌گیرد، در صورتی که آموزش عالی از نظر آنان فقط برای شکوفایی فکری دانش‌آموختگان تلاش می‌کند (هاروی، ۱۹۹۹). بنابراین توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها با مقاومت روبه روست.

افزون بر این، عدم تناسب کافی میان آموزش در دانشگاه‌ها و نیازهای بازار کار باعث گردیده است که آموزش‌ها از بازده اقتصادی لازم برخوردار نبوده و ثمره آن هدر رفتن هزینه‌های اجتماعی در آموزش عالی و گسترش بیکاری میان تحصیل کرده‌ها باشد. این در حالیکه جهان امروز به سمت اقتصاد، فرهنگ و روش‌های کارآفرینانه در حرکت است. از این رو محوریت کارآفرینی و اشتغال فارغ‌التحصیلان، یکی از مسائلی می‌باشد که همواره مورد توجه برنامه‌ریزان آموزشی بوده است. این بذل توجه هم از لحاظ اهمیت بازار کار، به‌عنوان



اختصاص پیدا کرده است. مزیت اصلی دوره‌های پژوهش محور آن است که دانشجویان پژوهش محور، ضمن تحصیل، درگیر اجرای پروژه‌ها خواهند شد و می‌توانند در پایان تحصیل خود ضمن کمک به پیشبرد این پروژه‌های بزرگ، تبدیل به دانش‌آموختگانی منحصر به فرد شوند. این دانش‌آموختگان چون از نزدیک در جریان اجرای طرح‌ها بوده‌اند در سطح جهانی قدرت رقابت در حوزه تخصصی خود را خواهند داشت.

تحصیلات تکمیلی پژوهش محور در دانشگاه یونشوپینگ سوئد

سوئد یکی از کشورهای اسکاندیناوی واقع در شمال اروپاست که اگرچه از لحاظ مساحت با فرانسه یا ایالت کالیفرنیا برابری می‌کند، اما تنها جمعیتی حدود ۹ میلیون نفر دارد. با این وجود جالب است بدانیم که بسیاری از شرکت‌های مهم و مشهور دنیا همچون VOLVO, SCANIA, IKEA, SONY, ERICSSON, HUSKVARNA در این کشور به ظاهر کم جمعیت واقع شده‌اند. ضمن این که سوئد در صنایع چوب و کاغذ نیز از جمله پیشروان این صنعت می‌باشد. سوئد نه تنها یکی از معدود کشورها با سطح بالای رفاه اجتماعی در دنیا محسوب می‌شود، بلکه بر اساس گزارش کمیسیون اتحادیه

گروه‌های مختلف دانشگاهی (اعضای هیأت علمی، مدیران، کارشناسان و دانشجویان) ۲- بازنگری در برنامه‌ها و محتوای درسی رشته‌های مختلف دانشگاهی ۳- انجام مطالعات نیازسنجی آموزشی در صنایع و مراکز تولیدی و خدماتی محلی ۴- تعریف و ارائه انواع دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت ۵- همسو نمودن پژوهش‌های دانشگاهی با نیازهای اجتماعی - اقتصادی منطقه ۶- تشویق و حمایت از طرح‌های خلاقانه کادر علمی و دانشجویان ۷- تخصیص بخشی از اعتبارات دانشگاه به تأسیس مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری ۸- به‌کارگیری راهکارهای جدید تأمین منابع مالی دانشگاه از طریق همکاری علمی و پژوهشی با مراکز و نهادهای تولیدی و خدماتی (چمبرز، ۲۰۰۲). همان‌گونه که ملاحظه می‌گردد "تأکید بر پژوهش و همسو نمودن پژوهش‌های دانشگاهی با نیازهای اجتماعی - اقتصادی منطقه" و "به‌کارگیری راهکارهای جدید تأمین منابع مالی دانشگاه از طریق همکاری علمی با مراکز و نهادهای تولیدی و خدماتی" (جذب منابع از بخش صنعت و سایر مؤسسات حمایتی) دو موردی هستند که منطبق بر ویژگی‌های دوره‌های پژوهش محور در دانشگاه‌ها می‌باشند. ولی با توجه به اهمیت و ضرورت موضوع، نکته کاملاً مشهود این است که در کشور ما همچنان اکثر ظرفیت‌های دوره‌های دکترای تخصصی در بسیاری از دانشگاه‌ها به دوره‌های دکتری مبتنی بر واحدهای درسی یا درس محور (COURSE-BASED)

شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های جدید را جهت تحریک رشد اقتصادی در سطوح ملی و در پاسخ به رکود اقتصادی پیشنهاد داد (اتزکویتز و دیگران، ۲۰۰۱). امروزه ایجاد و راه‌اندازی شرکت‌های دانش‌بنیان و مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته و به‌ویژه شرکت‌های مشتقه دانشگاهی، از مصادیق بارز کارآفرینی دانشگاهی‌اند که تمرکز بر نیازهای پژوهشی جامعه و در پیش گرفتن پژوهش محوری در تحصیلات تکمیلی می‌تواند به توسعه و گسترش آن کمک شایانی کند.

دانشگاه بولگاریا نیز یکی از موفق‌ترین دانشگاه‌ها در زمینه کارآفرینی دانشگاهی است و دارای رکوردهای قابل توجهی در این زمینه می‌باشد. سال ۲۰۰۰ هیأت‌امنای دانشگاه بولگاریا تصمیم به ایجاد تغییرات اساسی در برنامه‌ها و محتوای دوره‌های مختلف دانشگاهی گرفتند و بدین‌منظور چهار کمیته تخصصی با حضور متخصصان رشته‌های مختلف و مشارکت برخی از صاحب‌نظران و صاحبان صنایع محلی تشکیل دادند. از میان راهکارهای متعدد پیشنهادی، مؤثرترین، اقتصادی‌ترین و هماهنگ‌ترین راهکارها با اهداف و سیاست‌های دانشگاه انتخاب شد. علاوه بر این، کمیته‌ها بر چند راهکار عملی جهت تحقق اهداف کارآفرینی دانشگاه تأکید نمودند که اکثر آنها مورد موافقت و تصویب شورای دانشگاه قرار گرفت. این راهکارها عبارت بودند از: ۱- برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرین برای



سیلیکون هم دارد که به صورت دهکده‌ای خارج از شهر واقع گردیده و در آن کارگاه‌های کوچک، محصولاتی با کارایی بالا را تهیه و ارائه می‌نمایند که در سطح بازارهای بین‌المللی دارای خریداران پرتعدادی است. از این گذشته، محیط چندملیتی دانشگاه یونشوپینگ باعث شده که فارغ‌التحصیلان این دانشگاه بتوانند به راحتی جذب بازار کار در محیط‌های بین‌المللی شوند چرا که در تمام مدت تحصیل، توانایی کار گروهی با دانشجویانی از سراسر دنیا را می‌آموزند. درواقع در طی تمام دروسی که در مقاطع مختلف تحصیلی ارائه می‌گردد، دانشجویان مجبورند پروژه‌ها و تکالیف درسی خود را در گروه‌های کاری ارائه نمایند و عدم توانایی دانشجوی در این زمینه، به منزله کسب امتیاز بسیار منفی در آن درس خواهد بود. نتایج مشاهدات و مطالعه موردی نگارنده نشان داد که متأسفانه دانشجویان ایرانی که در این دانشگاه حضور داشتند دارای مشکلات بسیار زیادی در انجام کارهای گروهی در دانشگاه بودند و سطح روابط گروهی آنان نسبت به دانشجویان با ملیت‌های دیگر در سطح پایینی قرار داشت. از ۳۲ دانشجوی ایرانی مورد مطالعه در این دانشگاه در سال ۲۰۰۹، بیش از ۲۵ نفر از آنان میزان تمایل به انجام کار گروهی را در سطح بسیار کم و کم بیان نمودند و اذعان داشتند که در انجام تکالیف درسی و پروژه‌های مشترک با مشکلاتی مواجه هستند.

از جمعیت را به خود اختصاص داده است. بنابراین پر واضح است که دانشجویان نقش به‌سزایی در شکل‌گیری محیط فرهنگی این شهر ایفا می‌کنند. در این میان JÖNKÖPING INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL که دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه یونشوپینگ هم محسوب می‌شود، هر ساله رشته‌هایی را به زبان انگلیسی در مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری ارائه می‌نماید. جالب است بدانیم که این دانشگاه با ۲۰۰ دانشکده از ۶۵ کشور مختلف دنیا به امر تبادل دانشجو می‌پردازد و بیش از یک سوم دانشجویان آن غیر سوئدی هستند که خود حاکی از محیطی کاملاً چند فرهنگی و چندملیتی در این دانشگاه می‌باشد. فضای بین‌المللی موجود در دانشگاه به دانشجویان غیر سوئدی کمک می‌کند تا بتوانند به راحتی همراه با دانشجویانی از ملیت‌های دیگر در فعالیت‌های دانشجویی شرکت کرده و تجربه لازم را برای کار در محیط‌های بین‌المللی کسب نمایند.

از آنجایی که کارآفرینی دارای جایگاه ویژه‌ای در برنامه‌های آموزشی دانشگاه یونشوپینگ است، دانشجویان در دوران تحصیل خود همواره مهارت‌ها و تکنیک‌های لازم را جهت خلاقیت و ایجاد ایده‌های جدید کاری کسب کرده تا در صورت علاقه و پس از اتمام تحصیل، انگیزه، دانش و توانایی لازم را جهت کارآفرینی داشته باشند. افزون بر این شهر یونشوپینگ به مرکز SME های سوئد تبدیل شده است. این شهر یک دره

اروپا، از لحاظ نوآوری و کارآفرینی رتبه نخست را در بین کشورهای اروپایی به خود اختصاص داده است.

در بین شهرهای مختلف، شهر یونشوپینگ یکی از شهرهای بسیار زیبای کشور سوئد است که بین دو شهر بزرگ استکهلم و گوتنبرگ قرار گرفته است، از شهرهای مهم و استراتژیک سوئد محسوب می‌شود و در مرکز پرجمعیت‌ترین ناحیه مسکونی سوئد (ناحیه محصور بین دریای بالتیک و پایتخت کشورهای سوئد، نروژ و دانمارک) واقع شده است. یکی از ویژگی‌های منحصر بفرد شهر یونشوپینگ مناظر بسیار زیبای آن به‌خصوص در فصول گرم سال است که محیطی دلپذیر را برای شهروندان به ارمغان می‌آورد و از این روست که دانشجویان زیادی از سراسر دنیا دانشگاه یونشوپینگ را به عنوان مقصد تحصیلی خود انتخاب می‌کنند. دانشگاه یونشوپینگ که از چهار دانشکده اقتصاد و مدیریت، مهندسی، پزشکی و ارتباطات تشکیل شده، در مرکز این شهر قرار گرفته است و به این ترتیب امکان دسترسی دانشجویان به کلیه مراکز دیدنی و مهم شهر همچون کتابخانه، سینما، مراکز ورزشی، پارک‌ها، موزه‌ها، هتل‌ها و رستوران‌ها و مراکز خرید به آسانی فراهم می‌باشد. شهر یونشوپینگ به تنهایی میزبان جمعیتی در حدود ۱۱۰۰۰ دانشجو در سال است که در مقایسه با جمعیت ۱۲۰۰۰۰ نفری آن، درصد قابل توجهی



جریان پژوهشی دانشگاه کارآفرین به فعالیت‌های کارآفرینانه به‌منزله گامی در تکامل طبیعی سیستم دانشگاه نگاه می‌کند و بر رسالت سوم دانشگاه یعنی توسعه اقتصادی علاوه بر دو رسالت قبلی یعنی آموزش و پژوهش تأکید دارد. به‌طور کلی اگر دانشگاه‌ها بخواهند نقش‌ها و اهداف خود را در جامعه ایفا کنند و ادامه دهند، نیازمند کارآفرین شدن هستند، چون این فرآیند خلاقیت و پاسخگویی به تغییر در ابعاد فرهنگی، اخلاقی، علمی، فناوری و اقتصادی را پرورش می‌دهد (گریگ، ۱۹۹۴). البته برخی از دانش‌پژوهان نیز درصددند آراء و عقاید متضاد را با مشاهده این مسئله که امروز رسالت دانشگاه‌ها مستلزم تعادل در نقش‌های سنتی و کارآفرینانه است، آشتی دهند ((اتزکویتز و دیگران، ۲۰۰۰)؛ (ون‌لوی و دیگران، ۲۰۰۴)). برخی نیز معتقدند که دو نقش، در واقع مکمل و تقویت‌کننده یکدیگرند (زیگل و دیگران، ۲۰۰۴). به نظر این دانش‌پژوهان، عمل متعادل‌سازی بایستی میان دانشگاه و صنعت تقسیم کاری ایجاد کند، چون هر یک از آنها مزیت‌های نسبی خاصی داشته و با این کار آن را نیرومندتر می‌سازد: دانشگاه‌ها در تحقیقات بنیادی بهترند در حالی که صنعت در توسعه و تجاری‌سازی فناوری بهتر است (روزنبرگ و نلسون، ۱۹۹۴). این راه‌حل می‌گوید هرچند اعضای هیأت علمی ممکن است در فعالیت‌های صنعتی درگیر

اندر کار اجرا در صنعت مزبور، انجام می‌شود. نگارنده شاهد دفاع از چندین پایان‌نامه در این دانشگاه بوده که به‌صورت گروهی و با کیفیتی بسیار بالا انجام شده است. مسلماً بررسی چنین دانشگاه‌هایی و استفاده بهینه از تجربه‌ها و دستاوردهای آنها می‌تواند در طراحی دوره‌های پژوهش محور نقش مهمی ایفا نماید.

ارتباط دانشگاه با صنعت و فعالیت‌های کارآفرینی

بلومنتال و دیگران (۱۹۹۷) در پیمایشی در ۵۰ دانشگاه علوم اجتماعی دریافتند که اعضای هیأت علمی حمایت شده از سوی صنعت از لحاظ تجاری بهره‌ورتر از آنانی بودند که با صنعت ارتباط مالی نداشتند (بلومنتال و دیگران، ۱۹۹۶). پاورز و مکدوگال (۲۰۰۵) با تحقیق روی دانشگاه‌هایی که دوره دکتری دارند، طی مطالعات چندبخشی، رابطه مثبت و معنی‌داری را بین هزینه‌هایی که دانشگاه سالانه صرف تحقیق و توسعه می‌کند و کارآفرینی دانشگاهی یافتند. رایت و دیگران (۲۰۰۴) به این نتیجه رسیدند که مشارکت در کارکردهای صنعت از طریق پیوند با شرکت‌های مشتقه خطرپذیر، ظهور شرکت‌های مشتقه دانشگاهی را تسهیل می‌کند، زیرا آنها منابع مالی لازم و تخصص تجاری‌سازی جهت انتقال موفقیت‌آمیز فناوری‌ها به بازار را دارا هستند.

دانشگاه یونشوپینگ در قلب یکی از صنعتی‌ترین شهرهای سوئد قرار گرفته است. همکاری نزدیک این دانشگاه با کارخانجات صنعتی از یک طرف و انجام پژوهش‌های آکادمیک این دانشگاه در سطح جهانی از طرف دیگر باعث شده که محتوای آموزشی درس‌ها و رشته‌ها همواره به روز و متناسب با نیاز فعلی بازار جهانی باشد تا علاوه بر دانش آکادمیک دانشجویان، مهارت‌های فنی آنها نیز افزایش یابد. جالب است بدانیم که دانشگاه یونشوپینگ سوئد سالهاست که دانشجویان تحصیلات تکمیلی خود را به ویژه در مقطع دکتری با رویکرد پژوهش محور جذب می‌نماید و شیوه پذیرش دانشجویان در دوره‌های دکتری پژوهش محور و رقابت آنان برای پذیرش در این دوره‌ها و استفاده از بورس‌های تحصیلی بسیار عالی، با ارائه پروپوزال و بررسی سوابق تحصیلی و شغلی آنان امکان پذیر است. دانشجویان در طول مدت تحصیل خود با صنعت مربوط به زمینه تخصصی خود دارای ارتباط نزدیک بوده و پروژه‌های که به عنوان پایان‌نامه تعریف می‌نمایند در نهایت می‌بایست مرتفع‌کننده مشکلی در صنعت مزبور باشد. جالب اینجاست که گاهی پروژه‌ها به صورت گروهی تعریف می‌شوند و چند دانشجو با هم مسئولیت انجام آن را برعهده می‌گیرند. کار راهنمایی و مشاوره پایان‌نامه‌ها هم به صورت گروهی، با تیمی متشکل از اساتید خبره و مدیران و متخصصان موفق و دست



علمی دانشگاه و تجربه‌های صنعت و استفاده از آنها صورت می‌پذیرد (اندرسون، ۲۰۰۰). به طور کلی، ارتباط دانشگاه و صنعت مبنی بر توافق‌های رسمی و غیررسمی میان این دو نهاد است که با هدف دستیابی به موفقیت‌های بیشتر ایجاد می‌شود (شفیعی و آراسته، ۱۳۸۳). در این ارتباط، دانشگاه و صنعت تلاش می‌کنند تا برخی از فعالیت‌های علمی خود را به طور مشترک و هماهنگ انجام دهند. به هر حال، همکاری‌های دوجانبه این دو نهاد فعالیت‌هایی را در بر می‌گیرد که هر یک از آنها به تنهایی قادر به انجام آن نیستند (شفیعی و آراسته، ۱۳۸۳). اگر چه در سال‌های اخیر همکاری‌های دانشگاه و صنعت در برخی زمینه‌ها نظیر انرژی هسته‌ای و پتروشیمی دستاوردهای مهمی برای کشور به ارمغان آورده است، اما این همکاری‌ها و تحقیقات در آموزش عالی کشور فاصله زیادی با کشورهای پیشرفته دارد. این در حالی است که در آغاز قرن بیست و یکم دانش به عنوان منبعی راهبردی و حتی برتر از منابع طبیعی و اقتصادی قلمداد می‌شود و پاسخگویی به نیازهای جامعه، به ویژه در عرصه‌های فناوری، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است ((هرن و رودونز، ۲۰۰۴)، (وای.سی. دی، ۲۰۰۰)، (اشتیگیلیز، ۱۹۹۹)، (آراسته، ۱۹۹۸)، (بانک جهانی، ۱۹۹۸)).

احسانی (۱۳۸۳) معتقد است که ارتباط مؤثر میان دانشگاه و

روپکه (۲۰۰۶) معتقد است که دانش تنها زمانی به یک منبع بهره‌ور تبدیل می‌شود که با کارآفرینی عجین شود (روپکه، ۲۰۰۶). ماسک و استنفورث به این نتیجه دست یافتند که در دانشگاه‌های کارآفرین ۶۰ درصد از دانشجویان با مراکز تولیدی و خدماتی همکاری داشته و ۲۴ درصد دیگر نیز به‌طور انفرادی و یا گروهی و با حمایت دانشگاه خود مستقلاً اقدام به راهاندازی صنایع کوچک نموده‌اند (ماسک و استنفورد، ۲۰۰۰).

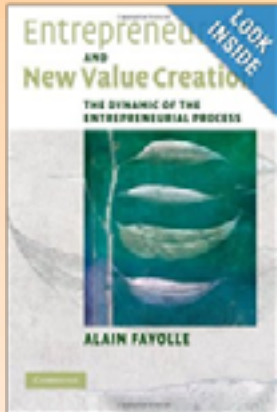
شاخص ارتباط باصنعت یکی از مهم‌ترین شاخص‌های زمینه‌ساز تحقق کارآفرینی دانشگاهی است و ارائه تحصیلات تکمیلی پژوهش محور حداقل در این شاخص باعث رونق کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌های کشور می‌شود. این در حالی است که در قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران بر "پاسخگویی مراکز علمی، پژوهشی و آموزشی کشور به تقاضای اجتماعی، فرهنگی و صنعتی" تأکید شده است. از این‌رو، ایجاد ارتباط بین صنعت و دانشگاه اهمیت بسیاری یافته و طراحی دوره‌های تحصیلات تکمیلی پژوهش محور خود گامی در جهت تحقق این هدف است. در واقع همکاری دانشگاه و صنعت از مصادیق توافق‌های قراردادی است که در خصوص فعالیت‌های علمی و پژوهشی و شرکت‌های تجاری صورت می‌گیرد. این همکاری معمولاً با هدف دستیابی به توان

شوند، اما دانشگاه نیاز ندارد تا در تصمیمات تجاری‌سازی متخصص شود. بنابراین چالش کلیدی در حکمرانی دانشگاه، حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه بدون از دست دادن کنترل بر رسالت و آزادی آکادمیک می‌باشد. در واقع دانشگاه باید خطوط راهنمای کلی و حدود رفتار را تعیین کند و شرایط نوآوری و استراتژی جهت ظهور آن را در محدوده تعریف‌شده ایجاد نماید (گریگ، ۱۹۹۴). در مجموع مسیر پژوهش‌های کارآفرینی دانشگاهی با دیدگاه سیستمی کل‌گرایانه در سطوح مختلف تحلیل از تمرکز جاری و شایع بر زیرسیستم‌های محدود که بازتابی از بخشی‌نگری است، سودمندتر خواهد بود. پژوهش‌های رایج فاقد پیچیدگی در مدل‌ها یا غنی بودن داده‌ها برای درک فرآیندهای مستقل در قبال عاملان، کارگزاران و نهادهای درگیر در کارآفرینی می‌باشند. بنابراین مطالعات با تعامل چندسطحی در قبال واحدهای تحلیل برای تبیین کارآفرینی دانشگاهی، مسیر مهم مطالعات آینده است.

اگر دانشگاه‌ها بخواهند نقش‌ها و اهداف خود را در جامعه ایفا کنند و ادامه دهند، نیازمند کارآفرین شدن هستند، چون این فرآیند خلاقیت و پاسخگویی به تغییر در ابعاد فرهنگی، اخلاقی، علمی، فناوری و اقتصادی را پرورش می‌دهد.



معرفی کتاب



Entrepreneurship and New Value Creation: The Dynamic of the Entrepreneurial Process / Alain Fayolle / 2011. Publisher: Cambridge University Press. ASIN: B0018083RI

کارآفرینی و ایجاد ارزش جدید: پویایی فرآیند کارآفرینی

چگونه برخی از افراد تصمیم به ایجاد یک کسب و کار می‌گیرند و دقیقاً آن را انجام می‌دهند؟ چرا دیگران مخالف این مسیر حرکت می‌کنند، حتی وقتی به نظر می‌رسد شرایط و امکان موفقیت را دارند؟ این دو سؤال اولین سؤالاتی بود که محققان حوزه کارآفرینی سعی کردند به آن پاسخ دهند. اخیراً به نظر می‌رسد حل مسئله مشکل‌تر از آن است که سی سال قبل به نظر می‌رسید. پدیده سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز یک مسئله پیچیده است و طیف گسترده‌ای از موقعیت‌ها را پوشش می‌دهد. هدف کتاب بهبود درک ما از این پیچیدگی‌ها همراه با ارائه یک نظریه از فرایند کارآفرینی و راهکارهای عملی در این خصوص است که کسب و کار جدید را چگونه آغاز و آن را به طور مؤثر و کارآمد مدیریت کنیم. در معرفی کتاب آمده است این نوشتار تحقیق محور است و دانش آموختگان، محققان و متفکران مرتبط با پویایی فرآیند کارآفرینی را جذب خواهد کرد.

در جوار دانشگاه‌ها (فهمی و مداحی، ۱۳۷۷)، کارآموزی تابستانی دانشجویان در واحدهای صنعتی و بهره‌گیری از متخصصان صنعت در فعالیتهای آموزشی (کارگر راضی، ۱۳۷۷)، افزایش کمی و کیفی بازدیدهای علمی دانشجویان و استادان از تأسیسات صنعتی (رضایی، ۱۳۷۷)، تأثیر قراردادهای صنعتی منعقد شده میان اعضای هیأت علمی و سازمان‌ها بر ارتقای آنها، اولویت پذیرش دانشجویان مقاطع کارشناسی‌ارشد و دکتری با سابقه کار در صنعت (منافی، ۱۳۷۷)، تعریف مشکلات صنعت در قالب پایان‌نامه‌ها (رضوی، ۱۳۷۷)، تأسیس آزمایشگاه‌های تحقیقاتی با همکاری در دانشگاه‌ها (نقیان فشارکی، ۱۳۷۷)، تقویت انجمن دانش‌آموختگان (روزی طلب، ۱۳۷۴) و ایجاد مراکز رشد (سلجوقی، ۱۳۸۲) ذکر شده است.

صنعت زمانی تحقق می‌یابد که دانشگاه‌ها با تحقیقات کاربردی در صدد انتقال فناوری برآیند و این امر بدون نهادینه کردن پژوهش در دانشگاه‌ها و همچنین، برآورده ساختن نیازهای آموزشی متخصصان میسر نخواهد شد. جهانگیریان (۱۳۸۳) اولین عامل واقع‌بینانه برای همکاری دانشگاه و صنعت را باور داشتن اهمیت موضوع و ایجاد ارتباط مستمر و محکم برای موفقیت می‌داند. به زعم وی ارتباط میان دانشگاه و صنعت برای مدت‌ها ارتباطی نمایشی بوده است. باید به این موضوع اذعان داشت که صنعت بدون ارتباط تعریف شده و هدفمند با دانشگاه پیشرفت نمی‌کند. برای مثال، یکی از شرایط لازم برای "ارتباط دانشگاه و صنعت ایجاد بخش تحقیق و توسعه در صنعت است که بسیاری از صنایع در ایران فاقد این بخش‌اند".

معتقد (۱۳۷۹) و منافی (۱۳۷۷) همکاری‌های این دو نهاد را در گرو ایجاد فرصت تحقیقات صنعتی و حضور بیشتر در صنعت، ایجاد واحدهای تحقیقاتی با حضور اعضای هیئت علمی و ایجاد ساز و کاری پویا در دانشگاه‌ها برای حل مشکلات صنعت می‌دانند که سرمایه‌گذاری و تمرکز بر تحصیلات تکمیلی پژوهش محور یکی از این راهکارهاست. سایر روش‌ها برای برقراری ارتباط مؤثر دانشگاه و صنعت در ایران، ایجاد پارک‌های علم و فناوری در مجاورت دانشگاه‌ها (کریمیان اقبال، ۱۳۸۲؛ صدیق و اردشیری، ۱۳۸۲)، ایجاد هسته‌های کوچک تحقیقاتی استاد محوری

امام علی (ع):

بر شما باد تلاش و سخت‌کوشی و

مهیا شدن و آماده گشتن

نهج البلاغه - خطبه ۱۳۰



INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP: STARTING, DEVELOPING, AND MANAGING A GLOBAL VENTURE / ROBERT D. (DALE) HISRICH/ 2012. PUBLISHER: SAGE PUBLICATIONS, INC; SECOND EDITION. ISBN: 9781452217390

کارآفرینی بین‌المللی، آغاز، توسعه و مدیریت یک سرمایه‌گذاری جهانی

با روایت طیف گسترده‌ای از نمونه‌های جالب توجه، این کتاب نشان می‌دهد که چگونه کارآفرینان می‌توانند فعالیت‌های کسب و کار را فراتر از مرزهای ملی هدایت کنند و در دنیای ابر رقابتی امروز موفق شوند. مؤلف همچنین نشان می‌دهد که کارآفرینان به چه ترتیب امکان توسعه مهارت‌ها را برای شناخت فرصت‌ها و سپس مدیریت آن در یک بنیان جهانی خواهند داشت. در ویرایش دوم کتاب به فرهنگ توجه ویژه‌ای شده است و تحولات اخیر در این زمینه منعکس می‌شود.



INTRAPRENEURSHIP: MANAGING IDEAS WITHIN YOUR ORGANIZATION/ KEVIN C. DESOUZA / 2011. PUBLISHER: UNIVERSITY OF TORONTO PRESS, SCHOLARLY PUBLISHING DIVISION. ISBN: 9781442641433

کارآفرینی فناورانه: مدیریت ایده‌ها درون سازمان

شما به عنوان یک کارمند، شاید در مورد ارزشمند بودن ایده‌هایتان و امکان سودرسانی آن به سازمان متبوع تردید داشته باشید. از طرفی مدیریت تشخیص می‌دهد که با به‌کارگیری ایده‌های کارمندان رقابت امکان‌پذیر می‌شود. این کتاب راهنمایی برای مدیران و کارمندان در خصوص هدایت جریان ایده‌ها و ترویج فرهنگ کارآفرینی درون ساختار موجود در شرکت است

بر اساس تحقیقات و تجربیات مشاوره با سی سازمان جهانی، این کتاب به منظور تجهیز انواع ایده‌ها، راه‌هایی را شامل شناخت نیروهای بالقوه در ایجاد محصولات و خدمات جدید و ضروری و نوآوری در راستای بهبود فرآیند درونی طراحی می‌کند. با ارائه چهارچوب عملی و نمونه‌های واقعی، کتاب به تعیین ارزش ایده‌های شما به عنوان کارمند و سایر افرادی که نهایتاً برای سازمان مفید هستند، کمک خواهد کرد.

Entrepreneurship Programs and the Modern University/ Michael H. Morris, Donald F. Kuratko and Jeffrey R. Cornwall /2013. Publisher: Edward Elgar Publishing Ltd. ISBN: 9781782544623

برنامه‌های کارآفرینی و دانشگاه مدرن

بعد از گذشت بیش از سی سال، در دانشگاه‌ها در باره برنامه‌های کارآفرینی در سطح بین‌المللی چه آموخته‌ایم؟ نویسندگان این کتاب پس از ترسیم تحول تدریجی کارآفرینی درون مؤسسات آموزش عالی، اصول کلیدی شکل دهنده یک برنامه کارآفرینی جامع را مطرح می‌کنند، بهترین رویه‌ها در هدایت دانشگاه‌ها و تفاوت‌گذاری انواع محیط‌های دانشگاهی را برجسته می‌نمایند، جنبه‌های متعدد مدیریت برنامه و زیر ساخت‌ها، شامل توسعه برنامه آموزشی، نحوه سازماندهی آن و شیوه‌های فراهم‌آوری منابع و استخدام کارمندان را بررسی می‌کنند. چشم‌انداز این کتاب رؤسای دانشگاه‌ها، دانشجویان کارآفرینی، سرپرستان، رؤسای دانشکده‌ها، مدیران برنامه کارآفرینی، اعضای هیأت علمی و دیگران را قادر به سرمایه‌گذاری در زمینه توانمندسازی و تحول نیروی بالقوه کارآفرینی می‌سازد.

سه جمله برای موفقیت:

دانستن بیش از دیگران

کار کردن بیش از دیگران

و انتظار کمتر از دیگران



فراخوان

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

15th Khwarizmi Young Award Call for Participation

پانزدهمین جشنواره جوان خوارزمی

بخش دانشجویی - آزاد و دوره‌های کاردانی

اهداف:

- تشویق و هدایت و پرورش استعدادها در زمینه‌های مختلف علمی و صنعتی
- آزاد کردن ذهن و نگاه دانشجو و کارکنان و تقویت روحیه کار
- فرایض آیدات علمی و صنعتی و ارتقاء سطح علمی و فناوری
- انتقال تجربه‌های علمی و آتی برای کشورها به دانش کشور

زمینه‌های علمی مورد پذیرش:

- زمینه فیزیکی، ریاضی، زیست و علوم پایه و دانش
- علوم رایانه
- مکانیک
- معماری
- مهندسی و مخابرات و فناوری اطلاعات
- مواد، شیمی و انرژی‌های نو
- صنایع غذایی
- علوم و معادن

موضوعات پژوهشی:

- پژوهش‌های بنیادی
- پژوهش‌های کاربردی
- پژوهش‌های توسعه‌ای
- پژوهش‌های نوآوری

شرایط ثبت نام:

- دانشجو، کارکنان، ۲۰ سال تمام (نوابین ۱۵-۲۳/۱۱/۱۳۷۱ به بعد)
- ثبت نام و شرکت در این طریق منتهی به شرکت در این رقابت می‌گردد

مهلت ثبت نام الکترونیکی و ارسال طرح به دبیرخانه:
از اردیبهشت ۱۳۹۲ تا پایان خرداد ماه ۱۳۹۲ (۱۳۹۲/۳/۳۱)

کمیته ثبت نام الکترونیکی و ارسال طرح به دبیرخانه:
دبیرخانه: دبیرخانه ثبت نام الکترونیکی و ارسال طرح به دبیرخانه
آدرس: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۱، طبقه دوم، پانزدهمین جشنواره جوان خوارزمی
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۸۸۸۸۸
پست الکترونیک: khwarizmi@shva.ac.ir
وبسایت: <http://khwarizmi.shva.ac.ir>

فراخوان

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

27th Khwarizmi International Award (KIA) Call for Participation

جشنواره بین‌المللی جوان خوارزمی

بیست و هفتمین

اهداف:

- تشویق و هدایت و پرورش استعدادها در زمینه‌های مختلف علمی و صنعتی
- آزاد کردن ذهن و نگاه دانشجو و کارکنان و تقویت روحیه کار
- فرایض آیدات علمی و صنعتی و ارتقاء سطح علمی و فناوری
- انتقال تجربه‌های علمی و آتی برای کشورها به دانش کشور

زمینه‌های علمی مورد پذیرش:

- زمینه فیزیکی، ریاضی، زیست و علوم پایه و دانش
- علوم رایانه
- مکانیک
- معماری
- مهندسی و مخابرات و فناوری اطلاعات
- مواد، شیمی و انرژی‌های نو
- صنایع غذایی
- علوم و معادن

موضوعات پژوهشی:

- پژوهش‌های بنیادی
- پژوهش‌های کاربردی
- پژوهش‌های توسعه‌ای
- پژوهش‌های نوآوری

شرایط ثبت نام:

- دانشجو، کارکنان، ۲۰ سال تمام (نوابین ۱۵-۲۳/۱۱/۱۳۷۱ به بعد)
- ثبت نام و شرکت در این طریق منتهی به شرکت در این رقابت می‌گردد

مهلت ثبت نام الکترونیکی و ارسال طرح به دبیرخانه:
از اردیبهشت ۱۳۹۲ تا پایان خرداد ماه ۱۳۹۲ (۱۳۹۲/۳/۳۱)

کمیته ثبت نام الکترونیکی و ارسال طرح به دبیرخانه:
دبیرخانه: دبیرخانه ثبت نام الکترونیکی و ارسال طرح به دبیرخانه
آدرس: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۱، طبقه دوم، پانزدهمین جشنواره جوان خوارزمی
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۸۸۸۸۸
پست الکترونیک: khwarizmi@shva.ac.ir
وبسایت: <http://khwarizmi.shva.ac.ir>