

فهرست مطالب

- ۲..... کار آفرینی و کشش
- ۳..... کارگاه آموزشی بین‌المللی کار آفرینی فناورانه
- ۷..... معرفی شرکت‌های دانش‌بنیان: شرکت نیل افشان توس
- ۹..... معرفی منابع فارسی
- ۹..... معرفی کتب لاتین

شوق کار آفرینی

ماهنامه الکترونیکی علمی و ترویجی دفتر توسعه
کار آفرینی دانشگاه‌ها/شماره سی و یک/آبان ۱۳۹۴

صاحب امتیاز: دفتر توسعه کار آفرینی دانشگاه‌ها -
سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران
مدیر مسئول: علیرضا اللهیاری

سردبیر: ناهید مهریزی

همکاران: فرحناز کی‌کلادوز، آمنه برنگی
طراح و صفحه‌آرایی: نادر میرزاجانی شلمانی

نشانی: بزرگراه آزادگان - مسیر شمال به جنوب
- احمدآباد مستوفی - بعد از میدان پارسا -

کوی انقلاب - خیابان شهید احسانی راد

سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

صندوق پستی: ۳۳۵۳۵۱۱۱

تلفکس: ۰۲۱-۵۶۲۷۶۳۳۴

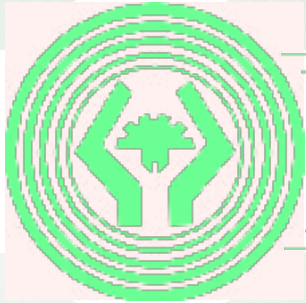
رایانامه: shogheka@irost.org

وبگاه: <http://karad.irost.org>

یادگیری

این [پاداش] برای شماست و کوشش شما مقبول افتاده است.

(سوره انسان - آیه ۲۲)



کارآفرینی و کشش

در شماره قبل، کتابی با عنوان "کشش: چگونه هر شرکتی می‌تواند به رشد انفجاری مخاطب برسد؟" معرفی شد که در آن به طور خلاصه طیفی از فعالیت‌ها برای جذب گسترده مخاطب (مشتری، مصرف‌کننده) مطرح گردیده بود. این مسئله انگیزه‌ای برای پرداختن به موضوع کارآفرینی و کشش در یادداشت حاضر شد.

در حالی که عبارت کشش به طور شاخص با مفاهیم اصطکاک، لغزش و شرایط رانندگی پیوند می‌خورد، به طور روزافزون در کارآفرینی و چرخه سرمایه‌گذاری به کار می‌رود. از نظر شغلی این عبارت در موضوع شرکت‌های نوپا استفاده می‌شود و به توانایی یک شرکت جدید در به دست آوردن بنیانی در بازار مصرف و توسعه جریان درآمد ثابت و محکم اشاره می‌کند.

موفقیت‌های اولیه در جذب مصرف‌کننده و کسب درآمد لزوماً به این معنا نیست که کشش لازم به دست آمده است، بنابراین باید کسب و کار و راه‌حل‌هایتان را در بازار مصرف خاصی قرار دهید تا به واسطه آن نه تنها بتوانید ایجاد درآمد کنید، بلکه در رشد شرکت، ادامه کار و ابقای آن توانا باشید. بدست آوردن کشش همچنین به پرداخت هزینه‌ها برای ورود به بازار و بازپرداخت بدهی‌های کوتاه مدت کمک خواهد کرد.

چالش‌ها

چالش اساسی در ایجاد کشش شغلی اتخاذ راه‌حل‌های پیش‌برنده و فروش منحصربفرد به مشتری هدف است. ممکن است شما یک محصول یا خدمت کیفی داشته باشید، اما در هر

صورت برای جذب مشتری، آن محصول یا خدمت باید تفاوت و برتری محسوس را با آنچه در بازار هست، نشان دهد. **مراحل ایجاد کشش**

رشد دادن کسب و کار بدون توجه به بازار مانند رانندگی با دو دست بر روی چشم می‌ماند.

برای مالک یک شرکت مفهوم کشش در تضاد با این مفهوم است که شما امروز نمی‌دانید فردای مشاغل چه خواهد بود و چه کاری باید انجام شود؟ مراحل کشش شامل توانایی شما در توسعه بودجه، درآمد پروژه، مشخص کردن تمام فرصت‌ها در بازارهای احتمالی و توسعه یا پیشنهاد راه‌حل‌هاییست که نیازهای مصرف‌کنندگان را برآورده می‌کند. هم چنین عبارت است از:

۱- بسیاری از مشاغل در اولین فعالیت‌هایشان شکست می‌خورند. این مسئله اغلب مربوط به کمبود برنامه کارآمد و عدم تمرکز در مراحل اولیه توسعه است. برای بدست آوردن کشش، شما احتیاج به یک برنامه مناسب بازاریابی و کسب و کار دارید که می‌گوید برای عرضه محصول و دستیابی به مصرف‌کنندگان هدف چطور عمل کنید.

۲- بررسی آغازین و مستمر نقاط قوت، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌های یک شرکت کمک می‌کند تا فعالانه بر نیازهای دراز مدت و اهداف کوتاه مدت متمرکز شوید. این امر به شما در تعیین و تشخیص اینکه چه چیزی در کسب و کارتان خوب کار می‌کند و چه چیز نیاز به ترمیم دارد، کمک می‌نماید. قدرت واقعی برای اخذ تصمیمات آگاهانه زمانی بدست می‌آید که ما داده‌های غنی و با پشتوانه از بازار داشته باشیم. کارآفرینان نیز می‌دانند که چطور تحلیل‌های درست، کسب و

کار را رشد می‌دهد.

۳- اشکالات کسب و کار را رفع نمایید و زمان تولید محصول و یا ایجاد خدمت، کارآمدی آن را اندازه بگیرید و از فرآیند درس بگیرید و سعی کنید تکرار این اشکالات را به حداقل برسانید. ۴- هم چنین نیاز دارید که به طور کارآمد مصرف‌کننده‌هایی را که در جستجوی محصولات نوآورانه هستند، حفظ کنید. ایجاد یک سابقه فروش دقیق راهکاری در این زمینه است. مزایای زیر را دارد و به جذب سرمایه نیز کمک می‌کند:

الف. دال بر برآورده ساختن نیازهای مشتری است، از این طریق نشان دهید که کشش لازم برای کار را بوجود آورده‌اید. **ب.** اقناع‌کننده‌ترین شاهد برای نشان دادن ارزش سرمایه‌گذاری در کسب و کار به واسطه ارائه فهرست درخواست‌هاست. البته مهم فروش واقعی است و افزایش تعداد بازدید کننده سایت شرکت مهم نیست.

پ. اطمینان از وجود تناسب بین محصول و بازار. از آنجایی که می‌توانید کسب و کارتان را اندازه‌گیری کنید، پس این امکان را دارید که کشش بوجود بیاورید.

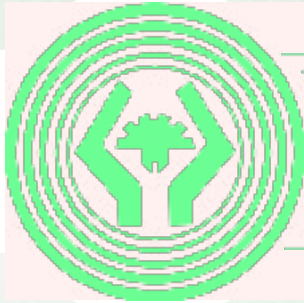
۵- استفاده از تبلیغات رایگان

۶- توجه تام به پوشش رسانه‌ای

دلایل عدم وجود کشش

دلایل زیادی وجود دارد که ممکن است کشش لازم وجود نداشته باشد:

*مهم‌ترین مسئله عدم آگاهی مشتری در باره محصول و شرکت است. این روزها رقابت بسیار زیاد شده است و رقابت بودن در بازار به رقابت برای جلب مشتری تغییر ماهیت داده است. این امر به خصوص مربوط به شرکت‌هایی است که این



کارگاه آموزشی بین‌المللی کارآفرینی فناورانه

کارگاه آموزشی بین‌المللی کارآفرینی فناورانه در تاریخ ۵-۶ آبان ۱۳۹۴ در سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران برگزار شد. سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران (IROST) با همکاری مرکز انتقال فناوری در آسیا و اقیانوسیه APCTT، و مرکز منطقه‌ای علوم و انتقال فناوری اتحادیه کشورهای حاشیه اقیانوس هند IORA-RCSTT برگزار کننده این کارگاه بودند.

هدف اصلی این کارگاه آموزشی کمک به توسعه ظرفیت تولید ملی در کشورهای آسیا و اقیانوسیه به وسیله ترویج و ارتقای دانش توسعه کارآفرینی فناورانه و تبادل دانش، تجربیات، سیاست‌های عملی و اجرایی کشورهای متبوع و همچنین ارائه بهترین عملکردها و یادگیری از نمونه‌های موفق کارآفرینی فناورانه اعلام شده بود.

بر همین اساس شش نشست دو روزه با حضور اساتید ایرانی و خارجی از کشورهای فنلاند، کره جنوبی و تایلند و ارائه سخنرانی‌هایی در سه محور: ۱. مفاهیم، مدل‌ها و شکل‌گیری کارآفرینی ۲. زیرساخت‌های توسعه کارآفرینی فناورانه ۳. کارآفرینی فناورانه در ایران برگزار گردید. در ادامه به اختصار موضوعات مطرح در برخی از سخنرانی‌ها مرور می‌شود.

ضرب‌المثل قدیمی را کنار گذاشته‌اند: من محصول را تولید کرده‌ام، پس مشتری آن حتماً به سراغش می‌آید. چون ممکن است مردم از محصول آگاه نباشند، فکر کنند آنچه هست نیازشان را برآورده نمی‌سازد و یا قیمت بالا مانع توجه به آن شود.

*وقتی یک سرمایه‌گذار می‌گوید شما باید کشف بیشتری بوجود بیاورید، به این خاطر است که آنها هنوز نیاز به متقاعد شدن در باره رشد مشتریان دارند.

*کامبود بودجه و تأمین پراکنده آن، همچنین مانع توانایی یک شرکت برای پیشرفت در این زمینه می‌شود.

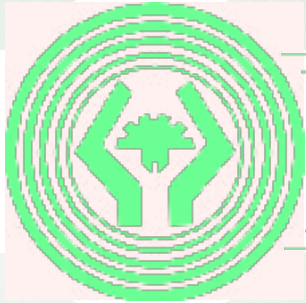
*عدم مشاهده رشد شاید به این معنا باشد که شما نیاز به سرمایه‌گذاری بیشتر در بازاریابی، توجه به برخی از تحقیقات بازار بین‌المللی و یا بعضی از تحلیل‌های رقابتی و بررسی مستمر فعالیت‌های در دست انجام دارید.

در مجموع:

تمام کارآفرینان باید از مفهوم کشف، حضور مشتری‌های مستمر، یعنی آنهایی که برای استفاده دوباره از خدمات و محصولات مراجعه می‌کنند و شرکت را به دوستانشان معرفی می‌کنند، آگاه باشند. اگر بتوانید این سطح از کشف را بدست آورید، قدرتتان به طرز قابل توجهی به خصوص در جلسه‌های مذاکره برای سرمایه‌گذاری ثابت می‌شود. همچنین امکانات را برای بالا رفتن از نردبان ترقی نشان می‌دهد.

سردبیر

محور اول: مفاهیم، مدل‌ها و شکل‌گیری کارآفرینی یکی از سخنرانی‌ها در این بخش با عنوان "کارآفرینی فناورانه مؤلفه اصلی و خروجی نظام ملی نوآوری (NIS)" توسط آقای سرینویسان، هماهنگ‌کننده برنامه علوم، فناوری و نوآوری مرکز انتقال فناوری آسیا و اقیانوسیه (APCTT) ارائه شد. وی گفت در دو دهه اخیر با پیشرفت زیست‌فناوری، نانوفناوری و فناوری اطلاعات، نه تنها فرصت‌هایی برای کارآفرینی به منظور رشد سازمان‌ها به وجود آمد، بلکه تأسیس شرکت‌های جدید را به همراه داشت. این فناوری سه‌گانه و فناوری‌های همگرا منجر به تولید محصولات و خدمات جدید شده است و انتظار می‌رود افزایش زیاد درآمدهای فناوری و علم باعث تقویت رشد اقتصادی کشورها شود. هم‌زمان، تأثیر این فناوری‌ها بر محیط از نظر علمی ثابت شده است. یک موقعیت دیگر، توسعه استانداردها و پروتکل‌های ایمنی است. در پاسخ به توسعه این فناوری‌ها و موقعیت‌های پدید آمده از آنها، بسیاری از کشورها مفهوم نوآوری در فناوری را برای توسعه اقتصادی ملی شناسایی کرده و به کار گرفته‌اند. سخنران جنبه‌های مختلف و مؤلفه‌های کلیدی سیستم‌های ملی را مرور کرد. بیان تفاوت‌های کارآفرینی و کارآفرینی فناورانه، ابعاد و چالش‌های مختلف پرورش و ارتقای کارآفرینی فناورانه و حضور آن به عنوان یک عنصر نظام ملی نوآوری (اصلی‌ترین) و نقش اساسی دیگر مفاهیم، اصول و نقش چارچوب سیاست‌گذاری، به‌خصوص سرمایه‌گذاری دولتی در زیرساخت‌ها و تحول منابع مالی فناوری‌های نوآورانه برای کارآفرینی فناورانه، از دیگر بخش‌های این سخنرانی بود.



سخنرانی بعدی با عنوان ” ایجاد اکوسیستم نوآوری و کارآفرینی“ از سوی دکتر میتال، مشاور و رئیس هیئت توسعه ملی علوم و کارآفرینی فناورانه، دپارتمان علوم و فناوری دولت هند ارائه شد و در آن خصوصیات متمایزکننده و برجسته نوآوری و کارآفرینی فناورانه و تفاوت آن با کارآفرینی معمول، مطالعات موردی در رابطه با تأثیر نوآوری و فناوری بر تحریک کارآفرینی مورد بحث قرار گرفت. همچنین بر مدل‌های مختلفی که در سراسر دنیا به منظور ارتقای نوآوری در سازمان‌ها انجام شده است، تأکید گردید و به ۹s نوآوری و اکوسیستم کارآفرینی (searching, scouting, sustaining, seed-ing&supporting, securing, scaling, systematising and showing) به منظور ارتقای نوآوری و اکوسیستم کارآفرینی در زندگی واقعی و نقش بخش خصوصی و دولتی در زیرساخت کارآفرینی فناوری اشاره شد.

سخنرانی دیگر در این بخش با عنوان ”سیاست دولت و رشد کارآفرینی فناورانه در کره جنوبی“ توسط دکتر استنیوس، مدیرعامل شرکت Reddal فنلاند / کره جنوبی به ترتیب زیر ارائه شد:

داستان رشد کره جنوبی که به وسیله سرمایه‌گذاری‌های کلان در صنایع و تحقیق و توسعه محقق شد، بسیار قابل توجه است. در حقیقت، در میان کشورهای آسیایی نرخ رشد کره بسیار بالا بوده است. تشابه بین فرصت‌های رشد آینده ایران و زمان بعد از جنگ کره جنوبی بیانگر این است که چگونه سیاست‌ها و برنامه‌هایی که با تأمل در کل نظام کسب و کار

به چالش‌های آن پی می‌بریم، می‌توانند به کارآفرینی فناورانه کمک کنند. به دست آوردن تعادل در نرخ رشد برای شرکت‌ها بسیار مهم است و تجربه کره نشانگر خوبی برای مشکلات پیش رو است. همانطور که گفته شد کره جنوبی در دهه‌های گذشته سرمایه‌گذاری کلانی در تحقیق و توسعه انجام داده است. به غیر از نتایج مثبت، کره جنوبی در بسیاری از فناوری‌های صنعتی حرف اول را در دنیا می‌زند.

البته مسیر سیاست‌هایی که برای این منظور انتخاب شد و نظام کسب و کار حاصل آن بود، اکنون با مشکلاتی مواجه است. در سال ۲۰۱۳ سیاست‌های رئیس‌جمهور تحت عنوان اقتصاد خلاق با تزریق سرمایه و فرهنگ و با هدف تقویت بهبود سهم فناوری بنگاه‌های کوچک و متوسط در نظام اقتصادی به اجرا درآمد. با هجوم سرمایه دولت نظام کسب و کار خیلی زود رشد کرد. اما هزینه کردن بودجه به شیوه‌ای کارآمد سؤال مطرح این سیاست است.

تجربه نشان داده است چگونه سیاست‌های اولیه دولت، ملت را در مسیر توسعه قرار می‌دهد. این درس برای ایران مفید است در صورتی که هر چه زودتر به آن عمل کند.

نشست دوم، با محوریت مبحث زیرساخت‌ها و مکانیزم‌های پشتیبانی کارآفرینی فناورانه شامل سخنرانی‌های زیر می‌شد:

”عناصر اصلی زیرساخت‌ها و مکانیزم‌های پشتیبانی برای کارآفرینی فناورانه“ عنوان سخنرانی آقای ساهیو هماهنگ کننده برنامه هوشمندی تکنولوژیک APCTT بود که

مسایل زیر در آن مطرح گردید:

کارآفرینی فناورانه و مراکز رشد تجاری به عنوان عواملی که نقش مهمی بر توسعه اقتصادی کشورها دارند، بررسی می‌شوند. در این فرآیند، هدف از سیاست‌های ملی، ارتقای کارآفرینی، توسعه مهارت‌های فنی و ترویج فناوری‌های نوآورانه در کسب و کارهای پایدار به منظور خلق ثروت و موقعیت‌های شغلی است. با شناسایی اهمیت کارآفرینی فناورانه، سیاست‌گذاران سراسر جهان رویکردها و مدل‌های مختلفی از چارچوب‌های سیاست‌گذاری، زیرساخت‌ها و سیستم‌های حمایتی نهادی را به کار برده و توسعه داده‌اند. زیرساخت‌های اساسی و مکانیزم‌های پشتیبانی مهم و مورد نیاز برای توسعه یک برنامه ملی قدرتمند و پویا در زمینه کارآفرینی شامل چنین مواردی است:

شوراهای نوآوری / سازمان‌ها / منابع مالی، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد کسب و کار فن‌آوری، ظرفیت‌سازی (به عنوان مثال آموزش کارآفرینانه، دانش و توسعه مهارت)، تشویق تجاری‌سازی تحقیقات، همکاری دانشگاه و صنعت، تسهیل IPR، نظارت و حمایت مالی (مانند سرمایه‌گذاری) از شرکت‌های نوپا، و مشارکت استراتژیک و شبکه‌ای برای ترویج ارتباط بین توسعه‌دهندگان فناوری، مراکز رشد، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران.

در ادامه سخنران به نمونه‌های موفق برای ترویج کارآفرینی فناورانه و شرکت‌های نوپا در کشورهای مختلف اشاره کرد که عبارتند از: برنامه فناوری صنعتی، TECHNOLIS (اروپا).

Innopolis (کره جنوبی)؛ پارک‌های علم و فناوری، مراکز



این تناقض، یک خلاء عملکرد اکوسیستمی بین سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز اخیر و مراحل قبلی بوجود آورده و بر توسعه رشد شرکت‌های موفق تأثیر گذاشته است.

آنچه مهم است آینده رشد صنعت سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز بخش خصوصی، تشابه آن با وضعیت ایران و درس‌های فراوانی است که می‌تواند از عملکرد بخش عمومی فنلاند بیاموزد.

دومین مطالعه موردی نشست با عنوان **”مراکز رشد کسب و کار در پارک فناوری نرم‌افزار تایلند“** توسط آقای تاجپیندا ارائه شد و طی آن به نمونه‌هایی از شرکت‌های نوپا و رشد آن در تایلند اشاره شد و هدف، بیان نحوه اعمال نفوذ آنها در استفاده از مکانیزم و حمایت‌های ارائه شده توسط دولت ذکر گردید. اینها موارد مختلفی از قبیل کسب و کارهایی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، فناوری سبز و فناوری پزشکی هستند. شناخت و بررسی این نمونه‌ها باعث دسترسی به مکانیزم حمایت‌های دولت و ایجاد تغییرات در کسب و کار آنان می‌شود. در این سخنرانی همچنین در باره عملیات پارک فناوری نرم‌افزار تایلند و اینکه چگونه باعث رشد نوآوری، تقویت و تأثیرگذاری شرکت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات گردید، بحث شد.

در دومین روز نشست، بر اساس سومین محور کارگاه آموزشی یعنی کارآفرینی فناورانه در ایران سخنرانی‌های ذیل ارائه گردید:

”به سوی یک اقتصاد کارآفرینانه“ عنوان سخنرانی خانم دکتر پریسا ریاحی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بود و

در این روند، شرکت‌های نوپای فناوری تایلند در میان نسل جدید، مانند بسیاری از کشورها در سراسر جهان به جایگزین اشتغال تبدیل شده است. شرکت‌های خصوصی به سرعت در حال رشد می‌باشد. مکانیزم‌های مختلف و پشتیبانی‌های ارائه شده توسط سازمان‌های دولتی برای حمایت و ترویج شرکت‌های فناوری جدید در مراحل مختلف چرخه کسب و کار وجود دارد؛ از جمله توسعه چشم‌انداز شرکت‌های نوپا در تایلند و نشان دادن یک نمای کلی از کشورهای همسایه در حوزه شرکت‌های فناورانه

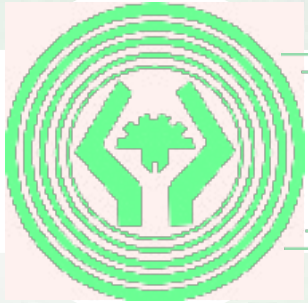
اولین مطالعه موردی توسط دکتر استنیوس با عنوان **”درس‌هایی از ساختار حمایتی برای راه‌اندازی مشترک شرکت‌های صنعتی - دانشگاهی در فنلاند“** ارائه شد.

موضوع این سخنرانی بررسی عملکرد و ویژگی‌های عمومی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز و سهام خصوصی صنعتی در فنلاند و مراحل توسعه آن از **”موج اول“** در اوایل دهه ۱۹۹۰ تا امروز بود. این صنعت در طول دهه گذشته رشدی پیوسته داشته و مشارکت دولت در بازار سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز سهام خصوصی بالاترین رتبه را در جهان دارد. در حقیقت کمک‌های مالی و وام‌های تحقیق و توسعه و سرمایه‌گذاری بخش دولتی تبدیل به بخش قابل توجهی از تأمین مالی برای رشد شرکت‌های فنلاندی شده و در عین حال این فرایند تبدیل به یک اکوسیستم پیچیده گردیده است. زیرا با وجود سادگی، فنلاند هنوز دارای ساختار پیچیده حمایت دولتی برای سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز سهام خصوصی است.

رشد با فناوری بالا (چین، کره،)؛ پارک‌های فناوری نرم‌افزاری (STPI) (هند)؛ و دره سیلیکون (USA). روش‌های نو و ابتکاری از قبیل مدل‌های مشارکت دولتی و خصوصی نیز در برخی از کشورها به عنوان ابزار حمایتی و مکمل برای ترویج کارآفرینی فناورانه و شرکت‌های نوپا تجربه شده‌اند. در این سخنرانی همچنین شناخت عناصر اصلی سیاستگذاری‌ها، زیرساخت‌ها و مکانیزم‌های پشتیبانی برای طراحی یک برنامه ملی مؤثر در راستای ترویج کارآفرینی و راه‌اندازی آن بر مبنای فناوری با نمونه‌هایی از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه مورد بحث قرار گرفت.

سخنرانی بعدی با عنوان **”مکانیزم پشتیبانی دولت تایلند از کارآفرینی فناورانه (TB)“** توسط آقای تاجپیندا، مدیرکل پارک فناوری نرم‌افزار تایلند انجام شد و چنین مواردی در آن مطرح گردید:

تایلند کشوری با درآمد متوسط است و دولت تایلند قصد دارد این سطح درآمد را افزایش دهد. در دولت کنونی طرح‌های جدیدی به منظور ارتقای پژوهش، توسعه و نهادینه سازی علوم، فناوری و نوآوری توسعه یافته‌اند. حداقل یازده سازمان تحت نظر شش وزارتخانه با برنامه‌هایی برای حمایت از دانشجویان، محققان، شرکت‌های نوپای فناورانه، شرکت‌های کوچک و متوسط و یا سازمان‌های بزرگ در مراحل مختلف وجود دارد. باید در مورد طرح‌های موجود و جدید، برنامه‌ها و مکانیزم‌های حمایتی برای توسعه فناوری و کسب و کار بحث شود و مطلوبیت آنها برای سازمان‌های مختلف نشان داده شود.



تهران) را داراست. بنابراین کارآفرینی فناوری مسئله بسیار مهمی در زمینه توسعه اقتصادی در ایران است. کارآفرینی فناورانه (TE) آخرین مسئله در حوزه کارآفرینی و دانش است. TE روند شناسایی فرصت‌های فناورانه و کاربرد نوآوری‌های علمی و فنی به منظور ایجاد ارزش فناوری نوآورانه است. وی همچنین در مورد اهمیت حمایت از برنامه‌های سیاست‌گذاری از منظر توسعه کارآفرینی فناورانه در ایران صحبت نمود.

پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران ارائه شد و هدف آن بیان افکار و ایده‌های ضروری کارآفرینی، فرایند کارآفرینی و چگونگی تبدیل شدن به یک کارآفرین و تأثیر به اشتراک‌گذاری تجارب و زندگی حرفه‌ای یک کارآفرین، چالش‌ها و موفقیت‌های او در طول سالیان ذکر شد. پس از آن تجربه شخصی در مورد تجارب کارآفرینی و کار گروهی در دانشگاه و چالش‌های آن مطرح گردید. سخنران تجارب کار حرفه‌ای خود را به عنوان یک کارآفرین با ذکر موارد زیر مطرح کرد:

ارائه آمار و اطلاعات از رشد و توسعه در کسب و کار دانش‌بنیان با فناوری بالا، روش‌های به کار گرفته شده در شرکت برای به کارگیری مهندسی فناوری پیشرفته، استراتژی‌های مدیریت یک شرکت با پنجاه کارمند جوان و چگونگی رسیدن به "جایزه کارآفرین برتر".

"کارآفرینی فناورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی"
عنوان سخنرانی دکتر کامبیز طالبی، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران در محور سوم بود. این سخنرانی به چنین مواردی پرداخت:

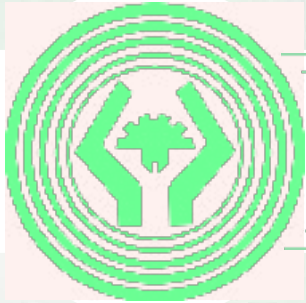
ایران یک استراتژی توسعه اتکاء به خود را با موفقیت دنبال کرده است و با وجود منابع نفت و گاز طبیعی فراوان، با محدودیت واردات مواجه نیست. ایران امروز، کشوری با درآمد متوسط و در حال توسعه با پایه‌های صنعتی قابل توجه و زیرساخت‌های علم و فناوری توسعه یافته و منابع انسانی مناسب است. ایران تعداد قابل توجهی کارآفرین تحصیلکرده در حوزه علوم مهندسی دارد و در منطقه خاور میانه، تنها دانشکده کارآفرینی (دانشگاه

این نکات مطرح شد:

در عصر دانش و نوآوری، کارآفرینی، محرک اصلی اقتصاد است. کشورها تلاش می‌کنند تا فعالیت‌های کارآفرینی را برای اطمینان از دستیابی به رشد پایدار و فراگیر، کار مناسب و معقول و بالا بردن استانداردهای زندگی برانگیزانند. دولت‌ها نقشی حیاتی در گذار به اقتصاد دانش بنیان و کارآفرینی بر مبنای توسعه و اجرای سیاست‌های مناسب دارند. این نقش به ویژه در کشورهایی که یک اقتصاد نیمه دولتی و در نتیجه بخش خصوصی ضعیف‌تری (مانند ایران) دارند، پررنگ‌تر است. رد پای سیاست‌های کارآفرینی را می‌توان در برنامه‌های دولتی ایران در اواخر دهه ۹۰ دید. سؤال در مورد سیاست، روندها و چالش‌های کارآفرینی در ایران این است: آیا ما در مسیری مستقیم به سمت اقتصاد کارآفرینانه و دانش‌بنیان در حرکت هستیم؟ مطالعه رفتار دولت ضرورتی برای اطمینان از جهت‌گیری صحیح و یا احتمال تغییر مسیر است. با پی‌گیری تصمیمات سیاست‌گذاران ایرانی در برنامه‌های توسعه ملی، روش‌های مختلفی در مفهوم کارآفرینی شناسایی شده است که سیاست‌های متفاوتی را مطرح می‌کنند. این روش‌ها مکمل و منتهی به سمت یک اقتصاد موفق هستند. ضمناً برخی از تغییرات در دیدگاه سیاست‌گذاران برای تغییر جهت به سمت اقتصاد کارآفرینانه مورد نیاز است.

"کارآفرینی، روبه‌ای برای یادگیری"
یکی از سخنرانی‌ها در محور سوم بود که توسط مهندس محمد همتی، مدیر عامل شرکت سرو هیدرولیک پویا، مستقر در مرکز رشد سازمان

**تحقیق و توسعه رویکردی
جهانی برای انعطاف پذیر
کردن بنگاه‌های اقتصادی
در بازار رقابتی است.**



تقسیم کار هدفمند یکی از عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های دانش بنیان است

معرفی شرکت‌های دانش بنیان
در مصاحبه با آقای مهندس مهدی حیاتی
بنیاندار و رئیس هیئت مدیره شرکت نیل افشان توس

جناب آقای مهندس حیاتی لطفاً از سابقه تحصیلی و شغلی خودتان به عنوان رئیس هیأت مدیره شرکت و فعالیت‌های مدیرعامل شرکت برای خوانندگان نشریه بگویید.

خانم دکتر فاطمه جمیلی مدیرعامل شرکت، دانشجوی دکترای مهندسی نساجی هستند که به عنوان مدرس دانشگاه نیز مشغول فعالیت می‌باشند و سابقه مسئولیت کنترل کیفیت و مدیریت مهندسی صنعتی در کارخانه‌های مختلف و عضویت در اتاق تعاون، کمیته‌ها و انجمن‌های حوزه علمی خود را دارند.

بنده هم دانش آموخته رشته علوم الیاف‌شیمی نساجی در مقطع کارشناسی ارشد از دانشگاه صنعتی اصفهان هستم و علاوه بر مدیریت چندین کارخانه در سال‌های گذشته و عضویت مستمر در کمیته‌های مرتبط با حوزه علمی خود، در ابتدا به عنوان بنیان‌گذار و اکنون به عنوان رئیس هیئت مدیره شرکت نیل افشان توس مشغول فعالیت می‌باشم.

لطفاً فعالیت‌های شرکت را معرفی نمایید.

شرکت تعاونی دانش بنیان نیل افشان توس در سال ۱۳۸۹ در زمینه تولید بررسی اثر مواد نانوکلی روی محصولات چوب در استان خراسان، شهرستان مشهد و در پارک علم و پلاست داشته است.

فناوری خراسان تأسیس گردید و در حال حاضر در شهرک

صنعتی چناران با اشتغال‌زایی هفتاد نفر به صورت مستقیم

و غیرمستقیم با تولید انواع محصولات نانوجوب پلاست در

عرصه مسکن توانسته است نماهای بیرونی ساختمان، انواع

کفپوش‌های بیرونی و مبلمان شهری را ارائه نماید. این

زمینه کامپوزیت‌های الیاف طبیعی-پلیمر در سطح کشور

مجموعه در سال ۱۳۹۳ تبدیل به یک شرکت دانش بنیان و

ساختمانی، خودروسازی، ساخت وسایل ورزشی، کشتی

سازی، هواپیماسازی، مبلمان، وسایل اداری و منزل و ... با در

نظر گرفتن مسائل مربوط به بازیافت و مسائل زیست محیطی

امیدوار بود و از آنجایی که سلامت محیط زیست از اهمیت

ویژه‌ای در تولید مواد و محصولات جدید برخوردار است، امروزه

فلسفه برنامه‌ریزی برای بازیافت در بیشتر مواد و تولیدات مورد

توجه قرار گرفته است.

سرمایه‌گذاری شرکت به چه ترتیب بوده است؟

سرمایه‌گذاری شخصی بود و سپس از تسهیلات بانک کشاورزی

استفاده شد.

مشکلات پیش روی شرکت در زمان شکل‌گیری

فعالیت‌ها و امکانات و فرصت‌های موجود برای آغاز کار

چه مواردی بودند؟

ناشناخته بودن محصول در بازار و مسئله بازاریابی از مشکلات

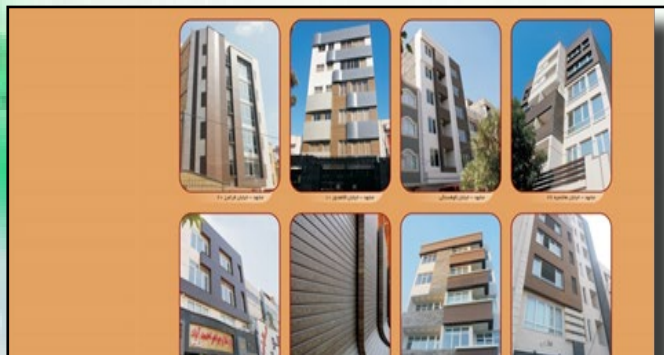
اساسی بود، اما حمایت پارک علم و فناوری مشهد در راه

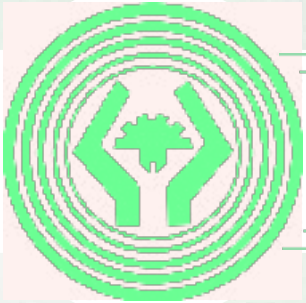
تحقق طرح یکی از حمایت‌های اصلی محسوب می‌شد.

ارتباط شرکت با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی داخلی و

خارجی چگونه است؟

شرکت ارتباط خوبی با پارک علم و فناوری مشهد و دانشگاه





میزان تقاضا در بازار:

– صنایع خودروسازی: در حال حاضر شرکت‌های ایران خودرو و سایپا فعالیت گسترده‌ای را برای استفاده از این محصولات آغاز کرده‌اند.

– صنایع هواپیما سازی : شرکت هواپیمایی فجر در صد استفاده از این کامپوزیت‌ها می‌باشد.

– صنایع ساختمانی : جهت ساختمان‌های پیش ساخته، در و پنجره و بعضی قطعات مورد استفاده در ساختمان‌ها همچون دستگیره‌های در، کلید و پرز برق و با توجه به رشد ساختمان‌سازی در ایران و کمبود مصالح ساختمانی

– صنایع ساخت وسایل و لوازم ورزشی
– صنایع کابینت سازی و دکوراسیون و فرآورده‌های صفحه‌ای جایگزین مناسب و ارزان قیمتی برای MDF محسوب می‌شود.

– صنایع مبلمان و لوازم اداری با جایگزین مناسب و ارزان قیمت تر نسبت به شیت‌های پلاستیکی، چوبی و غیره

– صنایع تولید محصولات پلاستیکی

– راه آهن، واگن سازی، پل سازی و غیره

برای بازاریابی نیز اقدامات زیر صورت گرفته است: با توجه به قیمت بالای محصولات پتروشیمی در سطح دنیا و قابلیت بالای محصول ما در رقابت با تولیدکنندگان خارجی، فعالیت‌هایی

برای شناخت بازارهای خارجی انجام شده است. همچنین از نمایشگاه‌ها مانند نمایشگاه‌های چوب، صنایع شیمیایی- سلولزی دبی جهت صادرات با توجه به در دسترس بودن آنها استفاده کرده‌ایم.

رقبای داخلی و خارجی شرکت کدامند؟

رقیب اصلی ما شرکت‌های واردکننده چوب‌های ترمووود فنلاند و آلمان می‌باشند که اخیراً در نماهای ساختمان کاربرد دارد. قیمت بالا (سه برابر محصول ما) و نیاز به نگهداری بعدی از نقاط ضعف آنها است.

آیا شرکت صادرات محصول هم دارد؟

با توجه به کاربرد فراوان این محصولات در تمام صنایع زیربنایی مانند ساختمان و صنعت، قابلیت صادرات به اکثر کشورهای در حال توسعه را دارد. از طرفی همانطور که ذکر شد به دلیل قیمت تمام شده پایین این مواد و دانش فنی مناسب آن قابلیت رقابت حتی با کشور چین را دارد. هم اکنون در کشورهای عراق (کردستان عراق) و ترکمنستان نمایندگی فروش دایر نموده‌ایم.

اختراعات ثبت شده در زمینه فعالیت‌ها چه مواردی است؟

ثبت اختراع نانو کامپوزیتهای چوب پلاست در دست انجام است

تاکنون چه تقدیرهایی از شرکت صورت گرفته است؟

این شرکت دارای مجوز فناوریانه ایزو ۲۰۰۸: ۹۰۰۱ می باشد و به ترتیب زیر مورد تقدیر قرار گرفته است:

برگزیده جشنواره علم تا عمل /

تعاونی برتر استان سال ۹۱ /

تعاونی برتر سال ۹۳ /

عوامل مؤثر در پیشرفت و موفقیت شرکت را چه می‌دانید؟
پشتکار مداوم در بازاریابی و تقسیم کار تیمی هدفمند و استفاده از نیروی انسانی کارآمد

برنامه آینده شرکت چیست؟

توسعه محصولات چوب پلاست‌های چند لایه و گسترش تنوع محصولات و تولید خانه‌های پیش ساخته بدون سازه

مشکلات کار در این مرحله چیست؟

عدم حمایت کافی از طرف شهرداری‌ها در خرید این محصولات برای مبلمان شهری

آیا موردی هست که بخواهید آن را ذکر کنید؟

شرکت برای نشر فعالیت‌ها، اقدامات زیر را نیز انجام داده است:

۱- ارائه مقاله در دومین همایش ملی فناوری‌های نوین ساختمان (مشهد - آذر ۹۰) با عنوان: جایگاه و کاربرد کامپوزیت چوب

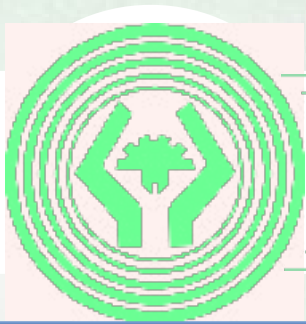
پلاستیک در صنعت ساختمان

۲- شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی ساختمان، پژوهش، فناوری‌های نوین ساختمان، درب و پنجره، ایران پلاست و

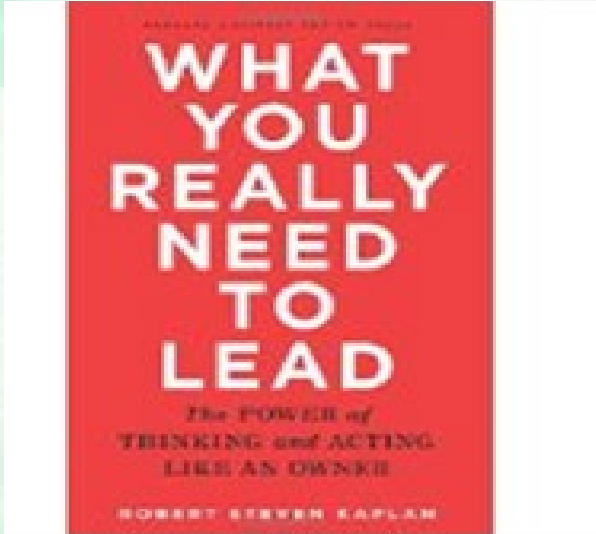
کارآفرینان برتر

۳- ارائه سمینار " کاربردهای چوب پلاست " در دانشگاه آزاد اسلامی قوچان

* با سپاس از شما به خاطر وقتی که به این مصاحبه اختصاص دادید.



معرفی کتب لاتین



What You Really Need to Lead: The Power of Thinking and Acting Like an Owner / Robert Steven Kaplan/2015. Publisher: Harvard Business Review Press
ISBN: 9781633690554.

معرفی منابع فارسی

کارآفرینی در مدیریت / مؤلفان مجید سلوکی، جمشید علیدادیان. تهران: پیام کوثر، ۱۳۹۴

کارآفرینی سازمانی: از نظریه تا عمل / تألیف محمود احمدپورداریانی، آصف کریمی. تهران: دانشگاه تهران، موسسه انتشارات، ۱۳۹۴

کارآفرینی و جنسیت در نظام آموزش و پرورش / پژوهش و نگارش محبوبه سادات بهار. تهران: منشور صلح، ۱۳۹۴
گرایش به کارآفرینی استراتژی ورود اثربخش سازمان‌ها به فرآیند کارآفرینی / احسن عباس‌زاده؛ با مقدمه سیدمهدی الوانی. تهران: گهواره کتابیران، ۱۳۹۴
مدیریت کارآفرینی / مؤلف محمد ملک پور. تهران: راز نهان، ۱۳۹۴

مقدمه‌ای برای کارآفرینی دانش / حجت‌الله مرادی‌پردنجانی، محمد اسماعیلی‌فارسانی، فرحناز امینی‌ناغانی. فرخ شهر: جهان بین، ۱۳۹۴
مهارت‌های فردی برای کارآفرینان / نویسنده ملیسا کنترااس؛ مترجمان فردین شورج... و دیگران. اصفهان: علم آفرین، ۱۳۹۴

نقش و جایگاه کامپیوتر در کارآفرینی / مولف عبدالله رضائی. آمل: وارث وا، ۱۳۹۴
هشت راز نظامیان برای سرمایه‌گذاری و کارآفرینی / رابرت کیوساکی؛ مترجم فرزانه نوری. تهران: طاهریان، ۱۳۹۴

تحلیلی بر کسب و کار فروشگاه‌های زنجیره‌ای در ایران و آینده‌نگری در این حوزه / مؤلفان تیمور رحمتی، محمدرضا خرمی، حیدر امیران. تهران: امیران، ۱۳۹۴

راهنمای مدیریت مزرعه کارآفرینی: کارآفرینی در بخش کشاورزی / نویسنده دیوید کاهان؛ مترجمان محمدمهدی مردانشاهی، ایوب حیدرزاده. ساری: آوای مسیح، ۱۳۹۴.

سلام دوست من! به دنیای کارآفرینی خوش آمدی / نویسندگان کامبیز طالبی، نورالهدی سادات‌اسدی. تهران: اکسیر باران، ۱۳۹۴

علوم و فنون کارآفرینی: همراه با پیوست‌ها / مؤلفان فرهاد خسروانی، حامد صفاری، علی معصومیان‌کلشتری؛ لویراستار سیدصاحب سادات‌حسینی. تهران: پیام رسان، ۱۳۹۴

کارآفرین شویم / گردآورنده ریحانه گودرزی. اراک: جهاد دانشگاهی، سازمان انتشارات، واحد استان مرکزی، ۱۳۹۴

کارآفرینی آموزشی و مشکلات آن / طیبه رضائی، محمود حاج‌حسینی. تهران: نشر تی آرا، ۱۳۹۴



آنچه که شما واقعا برای رهبری نیاز دارید: قدرت تفکر و عمل مانند یک مالک

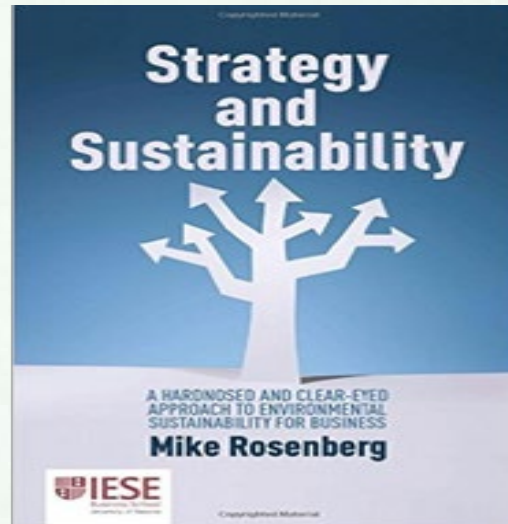
چه نکاتی شخصیت یک رهبر را شکل می‌دهد؟ آیا واقعا می‌توان هدایت کردن را آموخت؟ ممکن است شما باور داشته باشید که رهبری ذاتی است نه ایجاد شدنی. شاید فکر کنید که باید یک شغل مهم داشته باشید تا بتوانید رهبر و هدایت‌کننده شوید. رهبری یکی از جنبه‌های مهم اجتماع ماست. هنوز اختلاف نظرها و تشتت آرای زیادی در باره معنای رهبری و اینکه آیا واقعا می‌توان آن را یاد گرفت، وجود دارد.

نویسنده کتاب می‌گوید رهبری مشخصه‌ای نیست که فرد داشته باشد و یا بالعکس. رهبری یک مقصد یا موجودیت نیست، بلکه بحث بیشتر در باره کاری است که صورت می‌پذیرد و با ذهنیت مالکیت شروع می‌شود. از نظر نویسنده یادگیری این مبحث، سه اصل اساسی زیر را درگیر می‌کند: فکر کردن مانند یک مالک، تمایل به عمل کردن بر اساس باورها و تمرکز شدید برای افزودن ارزش به دیگران

او با تأکید این نکته را مطرح می‌نماید که سازمان‌های بزرگ با حضور افرادی ساخته می‌شوند که فکر نموده و با ذهنیت مالکیت بر کار عمل می‌نمایند. او معتقد است که رهبری فقط یک نقش ذخیره شده برای آنها نیست که برداشت‌ها و موقعیت‌های درست قدرت را دنبال می‌کنند. امروزه رهبری برای هر کدام از ما قابل دسترس است و نایل شدن به آن نیازمند فرایندی از کار سخت، تمایل به پرسیدن سؤال و پذیرا بودن یادگیری است.

هدف این کتاب رفع ابهام در مفهوم رهبری و طرح یک برنامه ویژه است که خواننده را در بدست آوردن مهارت‌های رهبری تقویت خواهد کرد. نویسنده مواردی را از تجربیات خودش در کار

با انواع مختلف رهبرانی که به فکر بهبود کارآیی و ساختن موفقیت‌آمیزتر سازمان‌هایشان هستند، ارائه می‌نماید، سؤالات کاوشگرانه می‌پرسد، تمریناتی را مطرح و دنبال کردن مراحل را که به توسعه مهارت‌ها کمک خواهد کرد، پیشنهاد می‌دهد و توصیه می‌کند عادات جدیدی را ایجاد نموده و برای دستیابی به پتانسیل رهبری اقدام کنید. در معرفی کتاب آمده است این مجموعه به شما کمک خواهد کرد تا قابلیت‌تان را با گسترش قدرت تفکر و عمل نمودن مانند یک مالک در راستای رهبری توسعه دهید.

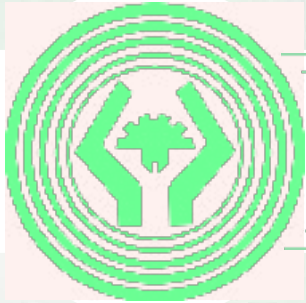


Strategy and Sustainability: A Hard-Nosed and Clear-Eyed Approach to Environmental Sustainability For Business/ Michael Rosenberg/ 2015. Publisher: Palgrave Macmillan. ISBN: 9781137501738

استراتژی و توسعه پایدار: یک شیوه مجدانه و توأم با بصیرت برای پایدار سازی محیط زیست برای کسب و کار

کسب و کار و پایداری محیط زیست به طور طبیعی هم راستا نیستند. کسب و کار راه به‌دست آوردن درآمد است. پایداری در باره حمایت از سیاره و شیوه زندگی در آن است. کسب و کار در هر ماه یا هر فصل ارزیابی می‌شود. تغییرات جوی، قطع درختان جنگلی و کاهش در تغییرات جوی طی دهه‌ها و قرن‌ها اتفاق می‌افتد. کسب و کار در باره افزایش سود سالانه است. پایداری نیازمند هزینه‌های کوتاه مدت در تأمین یک سود دراز مدت است. پر کردن شکاف بین این دو موضوع دشوار است.

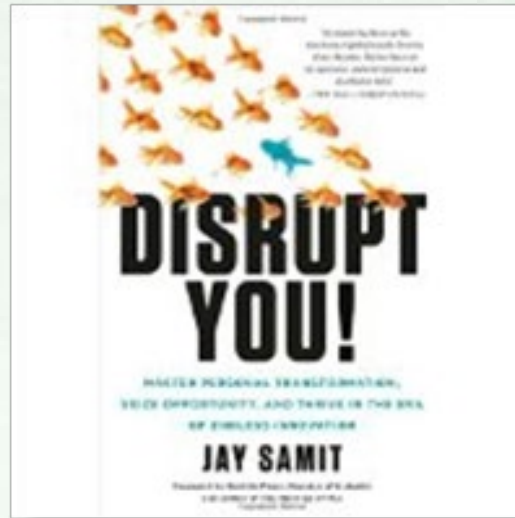
کتاب حاضر خوانندگان را تشویق می‌کند فراتر از عادات حرکت نموده و به طور مصمم به طرفداران کسب و کار بپیوندند و با واقع نگری و تشخیص پیچیدگی‌های مسایل در دست انجام در زمینه کسب و کار انتخاب‌های استراتژیک داشته باشند. کتاب آثار برخی از متفکران دانشگاهی را با نمونه‌های عملی بخش‌های کسب و کار مقایسه نموده و یک نقشه راه در باره درگیر شدن با موضوع، نه در نجات سیاره، بلکه در برآورده کردن رسالت و مسئولیت دراز مدت سهامداران و دیگر ذینفعان، پیشنهاد می‌نماید.



در همان موقع کارآفرینان با ایده‌های بزرگ برای محصولات یا فناوری‌های جدید که می‌تواند دنیا را تغییر دهد، اغلب برای جلب توجه شرکت‌های سرمایه‌گذاری و مراکز رشد چالش دارند. تأمین بودجه مورد نیاز برای تأسیس یک شرکت می‌تواند به نظر غیر ممکن بیاید و رهبران شغلی آینده باید تغییرات را در ایجاد فرصت برای رضایت شخصی و موفقیت حرفه‌ای پیش بینی کنند. در این کتاب نویسنده که متخصص رسانه‌های دیجیتالی است و شرکت‌های متعددی را راه‌اندازی کرده است، روش منحصر بفردی را که خود در ایجاد بازارهای جدید و گسترش کسب و کار بکار برده، توصیف می‌کند.

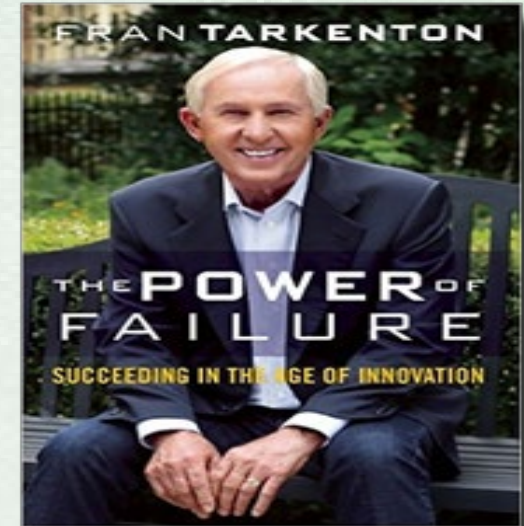
او که خود در حوزه تجارت الکترونیکی، رسانه‌های اجتماعی، صنعت موبایل و نرم‌افزار فعالیت می‌کند، در این کتاب نشان می‌دهد که چطور استراتژی‌های ویژه باعث شکوفایی شرکت‌ها می‌شود و برای کمک به هر فردی در انجام کار و دستیابی به موفقیت بدون نیاز به سرمایه‌گذاری بیرونی بکار می‌رود.

نویسنده با به اشتراک گذاشتن مطالبی از تجربیات خود و دیگر نوآوران، نشان می‌دهد که چگونه تغییر شخصی می‌تواند جوایز حرفه‌ای و کارآفرینانه را درو کند. کتاب یک راهکار واضح و محکم برای افرادی است که می‌خواهند شیوه‌های معمول را تغییر دهند، کسانی که ایده‌های بزرگ دارند اما نمی‌دانند چگونه آن را عملی نمایند. همچنین برای اشخاصی است که نگران هماهنگ نبودن با تغییرات فناورانه هستند. این مجموعه از مکانیسم تغییر برای اشخاص و مشاغل ابهام‌زدایی می‌کند.



Disrupt You!: Master Personal Transformation, Seize Opportunity, and Thrive in the Era of Endless Innovation/ Jay Samit/ 2015. Publisher: Flatiron Books . ISBN: 9781250059376

متفاوت ساختن شما! ارتقای موقعیت شخصی برای رسیدن به فرصت‌ها و رشد در عصر نوآوری‌های بی پایان در روزگار کسب و کار بی ثبات امروزی، سازگاری و خلاقیت از هر دوره‌ای مهم‌تر است. دیگر نمی‌شود یک مجموعه از مهارت‌های شغلی را یاد بگیرید و کار کنید و از نردبان ترقی بالا بروید. چون



The Power of Failure: Succeeding in the Age of Innovation / Fran Tarkenton/2015. Publisher: Regnery Publishing/ ISBN: 9781621574033

قدرت شکست: موفقیت در عصر نوآوری
نویسنده این کتاب با ارائه مثال‌هایی از زندگی واقعی نشان می‌دهد که چرا اکثر کارآفرینان موفق حتی با تشویق، انعطاف‌پذیری، هوشمندی و روحیه رقابتی اغلب در مراحل شکست خورده‌اند تا به موفقیت نهایی برسند.