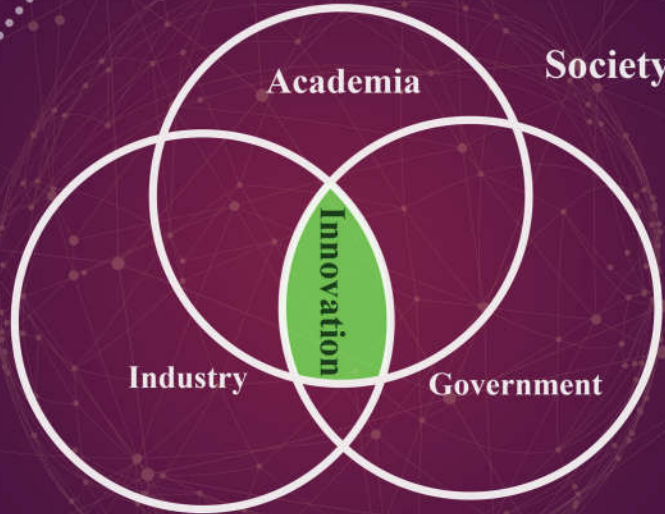




۳ سو هین کنفرانس ملی



توسعه نوآوری منطقه‌ای؛

نقش دولت، دانشگاه، بخش خصوصی و جامعه

ثبت نام و ارسال مقاله: www.stpia.ir



نواحی نوآوری شهری فرصتی برای خدمات متقابل شهر و زیست بوم نوآوری

مقاله

Article



مسعود ابراهیمی

هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس

(فروشنده‌گان بنگاه‌داران و غیره) بوده و از طریق ایجاد انگیزه در هر یک از عناصر و همچنین سازوکارهای ارتباطی موثر قابل اجراست. راهبرد دوم ایجاد یک سازمان مستقل برای اداره ناحیه نوآوری با مشارکت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شهرداری‌ها و سایر ذی‌نفعان شبکه به‌منظور بهره‌مندی از خرد جمعی در برنامه‌ریزی و چابکی و بهره‌وری در مقام اجرا می‌باشد.

تجربیات جهانی و حداقل آسیب‌رسانی به شهر طراحی و دنبال نماید. راهبرد اول شبکه‌سازی گسترده و کارآمد بین همه ذی‌نفعان ناحیه نوآوری شامل موسسات آموزشی (مهدهای کودک، مدارس، دانشگاه‌ها و غیره)، نهادهای دولتی و شرکت‌های خصوصی، سازمان‌های مردم‌نهاد، حاکمیت محلی، جامعه مدنی و رسانه‌ها، تامین‌کنندگان مالی (صندوق‌های پژوهش و فناوری، بانک‌ها و غیره)، اندیشمندان، پژوهشگران، کارآفرینان و اصناف

غنی به‌عنوان قلب این نواحی در نظر گرفته می‌شوند. پارک‌های علم و فناوری از عناصر متعدد زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی نظیر تسهیلات قانونی، مراکز رشد، شتابنده‌ها، صندوق‌های پژوهش و فناوری، شبکه مشاوران و مربیان و طیف وسیعی از واحدهای فناور با توانمندی‌های مختلف بهره‌مندند. پارک می‌تواند به‌عنوان مغز متفکر ناحیه نوآوری با به‌کارگیری بازوهای اجرایی توانمند دو راهبرد اساسی را به‌منظور بهره‌مندسازی ساکنین ناحیه نوآوری از حداکثر مزایای نواحی نوآوری بر مبنای

جریان دانش و نوآوری پس از گذر از مدل‌های کلاسیک خطی در دهه ۹۰ میلادی به‌منظور افزایش کارایی بیشتر در تولید دانش و کاربست آن در فضای رقابتی جهانی از مدل غیرخطی و تعاملی مارپیچ سه‌گانه مبنی بر روابط دانشگاه-دولت-صنعت بهره گرفت. این فرآیند با اضافه شدن حوزه‌های جامعه مدنی (و رسانه) و محیط طبیعی در قالب مارپیچ‌های چهارگانه و پنج‌گانه تکامل یافت. در کنار این تحولات دانشگاه‌ها با گذر از نسل آموزشی و پژوهشی در حال گام گذاشتن به نسل جدید دانشگاه‌های کارآفرین و به دنبال آن دانشگاه پاسخگو به نیازهای جامعه هستند. از دیگر سو پارک‌های علم و فناوری با پشت سر گذاشتن نسل‌های مبتنی بر فشار علم و مبتنی بر کشتش بازار که در مناطق صنعتی یا حومه شهرها به صورت محدوده‌های جغرافیایی منفک شده از سایر مکان‌ها به‌منظور اثرگذاری بیشتر در حال پوست‌اندازی و تجربه نسل جدیدی هستند. به نظر می‌رسد محل تلاقی و تکامل جریان دانش و نوآوری دانشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری، نواحی نوآوری شهری خواهند بود.

دانشگاه‌های بزرگ با برخورداری از استادان میرز، دانشجویان نخبه، زیرساخت‌های آزمایشگاهی، پایگاه‌های داده و منابع کتابخانه‌ای



توسعه زیست‌بوم‌های فناوری و نوآوری کشاورزی و منابع طبیعی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر

مقاله

ARTICLE



مجدد ولدان

رئیس سابق پارک علم و فناوری کشاورزی
و منابع طبیعی کشور

- نیاز شرکت‌ها و واحدهای کشاورزی و منابع طبیعی به ظرفیت‌هایی متفاوت با آنچه در عموم زیست‌بوم های فناوری و نوآوری کشور وجود دارد (نظیر زمین زراعی با آب کشاورزی، گلخانه و...)، با عنایت به آنچه اشاره شد، با هدف تسهیل شکل‌گیری و فعالیت شرکت های کوچک و متوسط کشاورزی و منابع طبیعی و تعدیل رقابت آنها با شرکت‌های متناظر در سایر بخش های اقتصادی، توسعه زیست‌بوم‌های فناوری و نوآوری اختصاصی کشاورزی و منابع طبیعی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

خطر مترتب بر آنها (اضافه بر همه عوامل خطر مترتب بر شکست شرکت‌ها و واحدهای فناور سایر بخش‌های اقتصادی، عوامل اقلیمی نیز اضافه بر سایر عوامل، بر شرکت ها و واحدهای فناور بخش کشاورزی و منابع طبیعی تاثیرگذار هستند):

- پائین بودن سطح آگاهی و سواد بهره‌برداران بخش کشاورزی و منابع طبیعی (بر اساس آمار منتج از آخرین سرشماری کشاورزی در سال ۱۳۹۵، بخش کشاورزی ۴/۲ میلیون بهره‌بردار دارد، که حدود ۳۶ درصد آنها بی‌سواد و حدود ۴۰ درصد آنها کم‌سواد هستند. بدون شک ورود فناوری‌های نوین به چنین جامعه‌ای سهل نیست)؛

- ارزش افزوده پائین بخش کشاورزی نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی کشور؛

- زنجیره‌ای بودن تولید محصولات کشاورزی (چنانچه اگر رسیدگی به یک حلقه زنجیره در قالب حمایت قابل قبول از یک گروه خاص از شرکت‌های دانش‌بنیان یا واحدهای فناور، توأم با رسیدگی ناکافی به حلقه‌های قبل و بعد آن باشد، عملاً نتیجه مطلوب حاصل نمی‌شود)؛

مصوب جلسه مورخ ۱۴۰۱/۱/۱۴ هیات وزیران (که وزارت جهاد کشاورزی را مکلف به افزایش تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان بخش، به ۲۰ درصد کل شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور کشور، در تعامل با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری نمود)، سهم بخش کشاورزی از شرکت‌های دانش بنیان و فناور، اندک و حدود ۶ درصد است.

بررسی‌های به عمل آمده نشان می‌دهد که عامل اصلی پائین بودن درصد شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور کشاورزی و منابع طبیعی از کل، "توان پائین شرکت‌ها و واحدهای مزبور در رقابت با شرکت‌ها و واحدهای فناور سایر بخش‌های اقتصادی کشور" به دلایل زیر است:

- نیاز بیشتر بخش کشاورزی و منابع طبیعی به فناوری‌های سطح متوسط نسبت به سطح بالا (در حالی که چنین فناوری‌هایی، ملاک دانش‌بنیانی یا استقرار در زیست‌بوم‌های فناوری و نوآوری نمی‌باشند)؛

- بالاتر بودن احتمال شکست شرکت ها و واحدهای فناور کشاورزی و منابع طبیعی به دلیل بیشتر بودن عوامل

ایران یکی از پنج کشور جهان در تولید بیش از ۲۰ محصول کشاورزی است. بخش کشاورزی ایران، عهده‌دار تحقق ۳۰ درصد صادرات غیرنفتی (بدون در نظر گرفتن میعانات گازی)، تأمینکننده ۹۵ درصد مواد غذایی مورد نیاز کشور و ۹۰ درصد مواد اولیه مورد نیاز صنایع تبدیلی کشاورزی می‌باشد. بخش مذکور با تولید حدود ۱۲۵ میلیون تن انواع محصولات کشاورزی (زراعی، باغی، دامی، شیلاتی و...)، بیش از ۱۵ درصد تولید ناخالص ملی و ۲۰ درصد اشتغال کشور را بر عهده دارد. این در حالی است که بر اساس آخرین آمار موجود (دی‌ماه سال ۱۴۰۱) و علیرغم تحرک ناشی از تصویب و ابلاغ "آئین‌نامه حمایت از تولید دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین در بخش کشاورزی و منابع طبیعی"،



دعوت‌نامه

INNOVATION

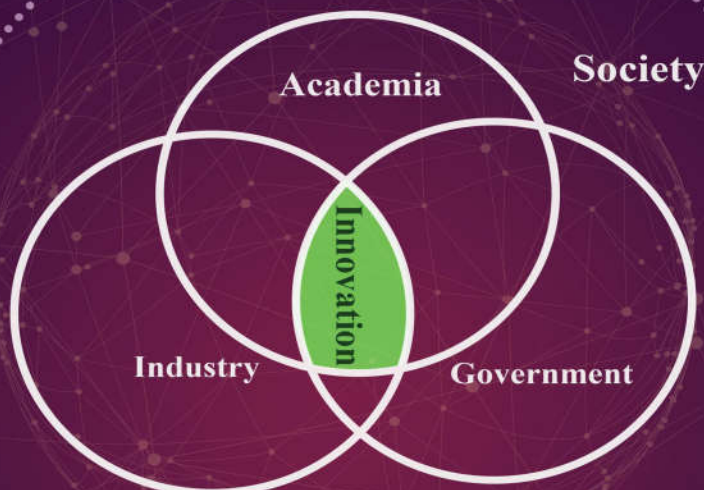
۳ سوومین کنفرانس ملی

انجمن علمی پارک‌های فناوری و سازمان‌های نوآوری ایران

3rd

NATIONAL CONFERENCE

Iran Association of Science Parks
and Innovation Organizations (STPIA)



توسعه نوآوری منطقه‌ای؛

نقش دولت، دانشگاه، بخش خصوصی و جامعه

۱۷ الی ۱۸ آبان ماه ۱۴۰۲ - یزد

مهلت ارسال مقاله تا مرداد ۱۴۰۲

ثبت نام و ارسال مقاله: www.stpia.ir



انتخاب پارک علم و فناوری یزد به عنوان میزبان سومین کنفرانس انجمن علمی پارک‌های فناوری و سازمان‌های نوآوری ایران

پارک علم و فناوری یزد پس از کسب حداکثر آراء از اعضاء مجمع، به عنوان میزبان کنفرانس سال آینده انتخاب شد. ضمن تبریک، به پارک علم و فناوری یزد، امیدواریم که کنفرانس سال بعد نیز با مشارکت، حضور و حمایت حداکثری معاونت فناوری و نوآوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد، صندوق نوآوری و شکوفایی و صندوق های پژوهش و فناوری، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دانشگاه‌ها و بخش‌های خصوصی در سطح ملی و با حضور سخنرانان بین المللی برگزار گردد و تدام داشته باشد.

پارک علم و فناوری یزد در مجمع عمومی انجمن علمی پارک‌های فناوری و سازمان‌های نوآوری ایران به عنوان میزبان سومین کنفرانس ملی انجمن با اکثریت آراء اعضای پیوسته انجمن انتخاب شد.

به گزارش دبیرخانه انجمن، پس از انتشار فراخوان در خصوص اعلام آمادگی پارک‌ها برای میزبانی کنفرانس سال آینده و پخش تیزر تبلیغاتی و معرفی و صحبت رئیس پارک‌های متقاضی میزبانی، در مجمع عمومی چهار پارک علم و فناوری قزوین، کردستان، کرمان و یزد درخواست میزبانی داشته‌اند.



اعضای دوره چهارم هیأت مدیره انجمن علمی پارک‌های فناوری و سازمان‌های نوآوری ایران انتخاب شدند

اعضای اصلی هیأت مدیره:

- دکتر علی معتمدزادگان - رئیس فعلی هیأت مدیره و عضو هیأت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری - عضو اصلی
- خانم دکتر معصومه خان احمدی - مدیر دبیرخانه کارگروه صندوق‌های پژوهش و فناوری کشور و مشاور رییس هیأت عامل صندوق نوآوری و شکوفایی کشور - عضو اصلی
- دکتر مصطفی کریمیان اقبال - عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت مدرس - عضو اصلی
- دکتر علی باستی - رئیس پارک علم و فناوری گیلان - عضو اصلی
- مهندس حمید مهدوی - رئیس پارک علم و فناوری شیخ بهائی اصفهان - عضو اصلی
- دکتر محمد سپهر - مدیر عامل صندوق پژوهش و فناوری یزد - عضو اصلی
- دکتر مجید ولدان - رییس پارک علم و فناوری کشاورزی و منابع طبیعی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی - عضو اصلی

اعضای علی‌البدل هیأت مدیره شامل:

- مهندس محمدصادق سبط الشیخ انصاری
- دکتر بابک مختاری
- دکتر پدram ابراهیم‌نژاد

بازرسین اصلی شامل:

- سرکار خانم فهیمه کریمی شاد
- دکتر عطالله ربانی

بازرس علی‌البدل شامل:

- دکتر ایوب فرهادی

چهارمین نشست مجمع عمومی انجمن علمی پارک‌های فناوری و سازمان‌های نوآوری ایران به منظور برگزاری انتخابات دوره چهارم هیأت مدیره و بازرسان و نیز انتخاب میزبان کنفرانس سال ۱۴۰۲، با حضور نماینده کمیسیون انجمن‌های علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در روز چهارشنبه مورخ ۱۸ آبان ۱۴۰۱ در حاشیه دومین کنفرانس انجمن در شهر رشت برگزار شد.

به گزارش دبیرخانه انجمن علمی پارک‌های فناوری و سازمان‌های نوآوری ایران، در ابتدای جلسه مجمع عمومی، هیأت رئیسه مجمع شامل آقایان دکتر پورسراجیان، دکتر فریدوند، دکتر ارکان و دکتر نوری‌نیا انتخاب شدند. با حضور نماینده تام‌الاختیار کمیسیون انجمن‌های علمی وزارت عتف، جناب آقای دکتر جعفر هاشمی، مدیر عامل صندوق پژوهش و فناوری مازندران و عضو هیأت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری دستور جلسه به ترتیب اجرا گردید.

در ابتدا جناب آقای دکتر معتمدزادگان، رئیس هیأت مدیره دوره سوم هیأت مدیره گزارشی از عملکرد انجمن ارائه دادند. سپس، گزارش بودجه و بازرسی توسط آقای دکتر بابک مختاری (خزانه‌دار) و آقای دکتر عطالله ربانی (بازرس) ارائه گردید.

پس از انتخاب میزبان سومین کنفرانس با رای اعضای مجمع، انتخابات هیأت مدیره برگزار شد. در ادامه از ۵۱ عضو پیوسته انجمن، ۲۱ نفر درخواست کاندیداتوری به عنوان عضو هیأت مدیره و بازرس را داشتند. پس از رای‌گیری و شمارش آرا به ترتیب افراد زیر به عنوان هیأت مدیره و بازرس اصلی و علی‌البدل انتخاب شدند.



انجمن علمی پارک‌های فناوری و سازمان‌های نوآوری ایران

اسامی هیأت مدیره جدید انجمن علمی پارک‌های فناوری و سازمان‌های نوآوری ایران

اعضای اصلی



دکتر مصطفی کریمیان اقبال



دکتر معصومه خان احمدی



دکتر علی معتمدزادگان



دکتر مجید ولدان



دکتر محمد سپهر



مهندس حمید مهدوی



دکتر علی باستی

بازرس ها



دکتر عطا... ربانی



مهندس فهیمه کریمی شاد

اعضای علی‌البدل



مهندس محمدصادق سبط الشیخ انصاری



دکتر بابک مختاری



دکتر پدram ابراهیم‌نژاد



دکتر ایوب فرهادی

مرکز رشد و نوآوری ویژه معلولین

علی معتمد زادگان

رئیس هیأت مدیره انجمن
amotgan@yahoo.com

بسیاری از معلولین، به دلیل اینکه زمان زیادی در تنهایی به سر می‌برند، به تدریج چنانچه ذوق هنری ذاتی داشته باشند، این ذوق در آنها پدیدار شده و به هنر روی می‌آورند. از طرف دیگر به دلیل وجود هزینه‌های بالای درمان و تامین وسایل کمکی، عدم آشنایی با بازار و نیز عدم حضور در شبکه‌های اقتصادی بسیاری از این هنرمندان خلاق از هنرشان فاصله می‌گیرند و به تدریج آن را به فراموشی می‌سپارند. همچنین، رشد تدریجی بیماری در برخی از معلولین جسمی حرکتی (نظیر ام اس، دیستروفی و ...) موجب می‌شود که آنها نیاز داشته باشند با گذر زمان به دلیل محدودیت‌های جدیدشان، برای تداوم حضور در بازار مهارت‌های جدیدی آموخته و به کار ببرند. آماده‌سازی ذهنی این افراد و جلب توجه آنها به کسب و کارهایی با ماهیت منعطف و قابل تغییر در گذر زمان، از الزامات یک مرکز ویژه معلولین به شمار می‌رود. هدف این مقاله بررسی امکان ایجاد یک مرکز رشد و نوآوری برای اشتغال معلولین و بررسی خدمات اختصاصی قابل ارائه در این مراکز می‌باشد. برای درک بهتر ماهیت این مراکز باید به سؤالات ذیل پاسخ داده شود:

- افراد دارای محدودیت جسمی هنگام راه اندازی یک کسب و کار با چه موانعی روبرو هستند؟
- آیا این موانع با موانعی که کارآفرینان دیگر با آن روبرو هستند؛ متفاوت است؟ چه تفاوتی؟
- ماهیت کسب و کارهای معلولین نسبت به کسب و کار افراد عادی چه تفاوت‌هایی دارد؟
- نظر به تنوع معلولیت‌های جسمی و آسیب‌های روانی - اجتماعی، تنوع خدمات مورد نیاز این مخاطبین چگونه است؟
- قوانین و سیاست‌های اصلی موجود در کشور برای کمک به این گروه برای نوآوری و کارآفرینی چگونه است؟
- چگونه می‌توان سیاست‌های فعلی کشور را برای حمایت از نوآوری و خلاقیت معلولین بهبود بخشید؟
- چگونه می‌توان فضای سخت افزاری و نرم افزاری یک مرکز رشد را برای فعالیت معلولین مناسب سازی نمود؟
- معلولین نیاز به چه نوع خدمات تخصصی برای شروع و گسترش یک کسب و کار دارند؟
- در طراحی یک مرکز رشد ویژه معلولین آنچه بديهی است، تفاوت اساسی آن با مراکز رشد متداول به لحاظ فضای فیزیکی، فرایند ها و روش‌های اجرایی و نیز نوع خدمات می‌باشد. پاسخ به سؤالات فوق می‌تواند به شکل گیری مراکز رشد و نوآوری تخصصی ویژه معلولین کمک نماید. البته جزئیات چنین مراکزی در محدوده این مقاله نمی‌گنجد، لیکن این مقاله می‌تواند فرصتی برای اندیشیدن به نیازمندی‌های قشر پر جمعیت و خلاق جامعه ای باشد که در آن زندگی می‌کنیم.

تا جایی که نگارنده این مطلب در زیست‌بوم نوآوری کشور تجربه کرده و یا سازمان‌های نوآوری جهانی را رصد نموده یک بخش از افراد توانمند جامعه تقریباً یا تماماً فراموش شده و یا نادیده انگاشته شده‌اند. همانطور که از عنوان این نوشته مشخص است، این گروه فراموش شده، **معلولین** هستند. معمولاً حدود ۱۰ درصد از افراد جامعه را معلولین تشکیل می‌دهند. این عدد در برخی نقاط جهان بیشتر است. اگر دولت‌ها در سطح کلان و پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد در سطوح میانی مسئول توسعه نوآوری، حمایت از افراد خلاق و تسریع فرایندهای تولید و تجاری سازی هستند، لاجرم باید تمام ظرفیت‌های کشور را در نظر بگیرند.

خوشبختانه، در برخی کشورها نظیر اسکاندیناوی، معلولین به خوبی رصد شده و بستر فعالیت‌های اجتماعی آنها با کیفیت بالا فراهم می‌باشد. لیکن، در بسیاری از کشورها فضای حضور در اجتماع و لذا، کسب و کار معلولین با وجود ندارد یا کم کیفیت است. سازمان‌های نوآوری نظیر پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و نوآوری، خانه‌های خلاق و ... به افراد صاحب ایده یا خلاق در نمونه سازی، تولید و تجاری سازی ایده‌های نوآورانه و خلاقانه کمک نموده و خدمات متنوعی ارائه می‌نمایند. بهترین مخاطبین این مراکز افرادی هستند که دغدغه‌ای به جز تکمیل تیم کاری، داشتن برنامه کسب و کار مناسب و موفقیت در تولید و بازار ندارند. همچنین، به تدریج، افراد با شرکت‌هایی که دغدغه‌های جدی دیگری (برای مثال درمان بیماری و ...) به جز کسب و کار دارند، در ارزیابی‌های سالیانه، امتیاز کافی برای ماندن و بهره مندی از خدمات آن سازمان (مرکز رشد/پارک) را به دست نیاورده و حذف می‌شوند. هدف سازمان‌های تسهیل‌گر نظیر پارک‌ها و مراکز رشد، معمولاً روی افزایش اشتغال، رشد اقتصادی بالا و توسعه بازار شرکت‌های عضو متمرکز است. معلولین و مددجویان اجتماعی که جمعیت قابل توجهی هم دارند، فرصت کمی برای ورود و فعالیت در چنین سازمان‌هایی پیدا می‌کنند. محدودیت‌های جسمی و روحی این افراد موضوعی است که معمولاً نه تنها در طراحی فضای فیزیکی مراکز نوآوری مورد توجه قرار نمی‌گیرد، بلکه در فرایندها، روش‌های اجرایی و ارزیابی این سازمان‌ها نیز معمولاً جایگاهی ندارند.

با افزایش سن جمعیت، تصادفات، خطاهای پزشکی و بروز بیماری‌های مزمن، شمار افراد دارای محدودیت‌های جسمی نیز افزایش می‌یابد. این افراد اغلب نرخ مشارکت در بازار کار بسیار کمی را نسبت به میانگین جامعه دارند و گاهی این عدد نزدیک به صفر است! طبق آمار سازمان ملل بیش از یک میلیارد نفر از جمعیت جهان با نوعی از معلولیت زندگی می‌کنند. بطور عادی ۱۰ درصد مردم کشورها دچار معلولیت هستند. در کشورهایی که در آن‌ها جنگ حادث شده است؛ این عدد ممکن است تا ۱۵ درصد نیز افزایش یابد. افراد دارای محدودیت جسمی با موانعی روبرو هستند که آنان را از مشارکت کامل و مؤثر همچون دیگر اعضای جامعه محروم می‌سازد. اشتغال، خود اشتغالی و استقلال مالی یکی از کلیدی‌ترین و مهمترین نیازهای هر فرد و به خصوص معلولین است. اشتغال و درآمدزایی نه تنها نیاز مالی معلولین را برای زندگی بهتر و درمان مرتفع می‌سازد، بلکه به دلیل درگیر شدن ذهن آنها با محیط کار، آنها را از نگرانی‌های دائمی روحی و روانی به دور نگاه می‌دارد.



گزارش

REPORT



www.stpia.ir
@stpia.ir

دعوت به عضویت در

انجمن علمی پارک‌های فناوری و سازمان‌های نوآوری ایران

با ما همراه باشید...



قابل توجه :

- پارک‌های علم و فناوری
- مراکز رشد دانشگاهی
- صندوق‌های پژوهش و فناوری
- شتابدهنده‌ها و باشگاه‌های کارآفرینی
- شرکت‌های خدماتی حوزه نوآوری
- سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر
- شخصیت‌های حقیقی حوزه نوآوری
- دانشجویان



مقاله

ARTICLE

ضرورت تاسیس مراکز نوآوری شرکتی، مطالعه موردی مرکز نوآوری عالین



سیده فاطمه شهرستانی

کارشناس واحدهای فنآور، پارک علم و فناوری خراسان

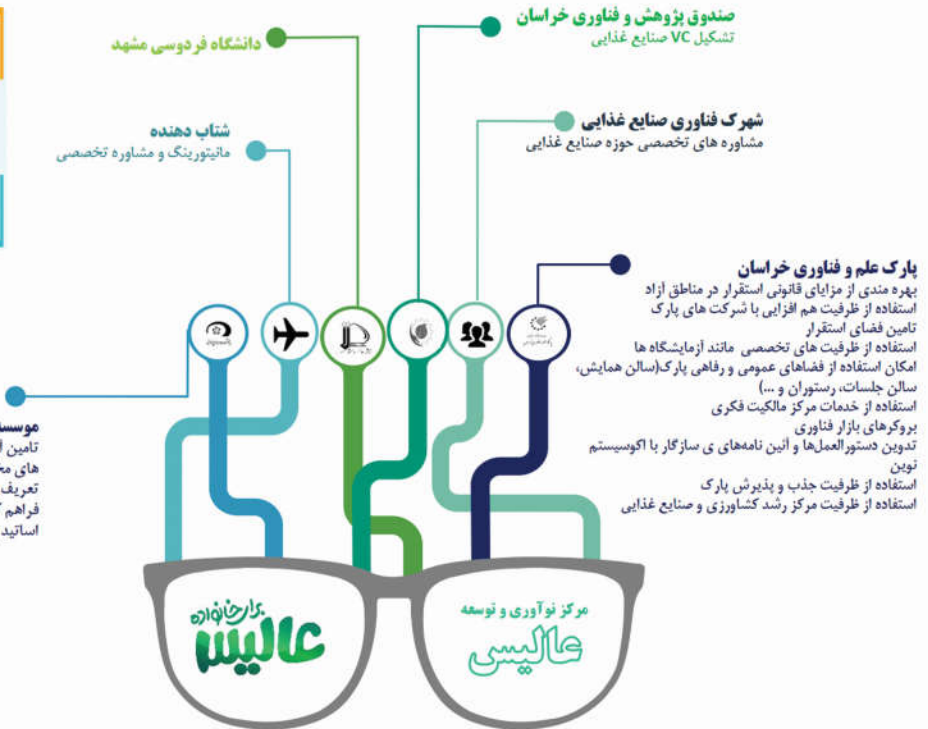
حتی ممکن است تحقیق و توسعه بالغی نداشته اند؟ از نظر جغرافیایی مکان مرکز نوآوری شرکتی کجا باشد؟ (در محل شرکت، دانشگاه یا پارک های علم و فناوری)؟ مدل استفاده از سر ریز دانشی در مرکز نوآوری و آزمایشگاه های نوآوری چگونه می تواند باشد؟ شرکت از ایجاد مرکز نوآوری شرکتی چه ریسک هایی را متحمل می شود؟

اختصاصی سرمایه گذاری جسورانهی شرکتی، شتابدهی و رشددهی تشویق می کند. در راستای عملی نمودن این هدف، هدینگ عالین کلیه وظایف مرتبط با راه اندازی این مرکز را به یکی از شرکتهای متبوع خود با نام "پیشگامان اکسیر سبز آروند" محول نموده است. ساخت یک زیست بوم نوآوری با هدف پیشبرد اهداف رشد نمایی کسب و کار و با محوریت مرکز نوآوری دارای اما و اگرهای فراوانی است که لازم است در ادامه توسعه این گونه مراکز به آن توجه شود. در سطح شرکت این سوال مطرح می شود که آیا مرکز نوآوری در امتداد چرخه ای قرار میگیرد که ابتدای آن واحد تحقیق و توسعه بالغ قرار گرفته؟ یا اینکه مرکز نوآوری پنجره فرصتی برای شرکتهایی هست که

در اختیار قرار دادن تجهیزات پیشرفته و ابزارهای تست و نمونه سازی سریع، اقدام به راه اندازی این مراکز می کنند که به عنوان بازوی نوآوری شرکتهای و روشی برای خلق محصولات و خدمات نوآورانهی فراتر از مرزهای کنونی سازمان ایجاد میشوند تا فرصتهای رشد را برای تمامی بخشهای کسب و کار فراهم آورند. نمایش دستاوردهای نوآورانهی شرکت هم یکی از ویژگیهای مشترک مراکز نوآوری است. در راستای مأموریت پارک علم و فناوری خراسان در توسعه اکوسیستم نوآوری منطقه و کشور و به منظور گسترش و اشاعه فرهنگ نوآوری باز در میان شرکتهای صنعتی، این پارک، شرکتهای بزرگی مانند هدینگ عالین را به راه اندازی مرکز نوآوری به عنوان ابزاری برای تقویت راهبرد نوآوری، ایجاد سازوکارهای

در علم مدیریت نوآوری از مرکز نوآوری برای توصیف یک مفهوم ویژه در سطح شرکتهای عمدتاً بزرگ استفاده می شود. مرکز نوآوری را می توان به اختصار چنین معرفی کرد: فضایی فیزیکی متعلق به شرکت اما دارای استانداردهای فرهنگی متفاوت با آن شرکت. فرهنگ حاکم بر این مراکز، بازتر، خطرپذیرتر و تعاملی تر است تا در این فضا بتوان طراحان، ایده پردازان و همکاران خلاق را برای رشد ایده های نوآورانه و فناوری های کاربردی جذب کرد. این مراکز معمولاً با نگاه مساله محور اداره می شوند و امروزه یکی از مهمترین کارکردهای مرکز نوآوری شرکتی، کمک به ساخت و میانداری زیست بوم نوآوری برای شرکت مادر است. عموماً شرکتهای بزرگ و جا افتاده با

مدل تعامل مرکز نوآوری عالین با سایر اجزای اکوسیستم نوآوری استان خراسان رضوی



موسسه پژوهشی علوم و صنایع غذایی
تأمین آزمایشگاه های تخصصی و نیروهای با تجربه در حوزه های مختلف
تعریف پروژه های بسا دکترا مطابق با نیازهای مرکز نوآوری فراهم کردن امکان استفاده از فرصت های مطالعاتی برای اساتید و دانشجویان

پارک علم و فناوری خراسان
بهره مندی از مزایای قانونی استقرار در مناطق آزاد استفاده از ظرفیت هم افزایی با شرکت های پارک تأمین فضای استقرار
استفاده از ظرفیت های تخصصی مانند آزمایشگاه ها امکان استفاده از فضاهای عمومی و رفاهی پارک (سالن همایش، سالن جلسات، رستوران و ...)
استفاده از خدمات مرکز مالکیت فکری پروکراهای بازار فناوری
تدوین دستورالعملها و آیین نامه های سازگار با اکوسیستم نوین
استفاده از ظرفیت جذب و پذیرش پارک
استفاده از ظرفیت مرکز رشد کشاورزی و صنایع غذایی



برگزیده مطالب تور فناوری پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف

موضوع: مدیریت نوآوری



- هیچ شرکتی را بیش از سه سال در مرکز رشد نگه ندارید. حتی اگر شرکت جدید ندارید، حتماً خارج کنید.
- در تامین منابع انسانی مرکز رشد، شخصیت را استخدام کنید و مهارت را به او یاد بدهید. کسی را انتخاب کنید که از رشد دیگران خوشحال باشد.
- مهمترین محصولی که هر شرکت تولید می‌کند، ارزش سهام آن شرکت است. خیلی مهم است که شرکت سرمایه‌پذیر، ذائقه سرمایه‌گذار را درست درک کند. سرمایه‌گذاری مثل ازدواج است. لذا، انتخاب سرمایه‌گذار دقت کنید.



- مرکز رشد خوب باید خدمات شخصی‌سازی شده بدهد. همه خدمات یکسان لازم ندارند.
- تیم‌های دانشگاهی اغلب فنی هستند و باید به این نکته توجه داشت.
- برای پیش‌رشته‌ها تشکیل تیم مهم است. برای آنها رسیدن به ساختار مهم است.
- مدیریت مرکز رشد مشابه معلمی در کلاس اول است.



- اظهار نظر در مسایلی از شرکت که تخصص ندارید اظهار نظر نکنید. در بخش فنی نباید وارد شد، اما در بخش تجارت و کسب و کار تا حد مشخصی می‌شود نظر داد.
- در ارزیابی‌ها باید نسبت به شناختی که از شرکت‌ها داریم انعطاف‌پذیر باشیم.
- نقش انتخاب فرد مناسب مهمتر از مشوق‌های مالی است - استفاده از ظرفیت کار دانشجویی.
- مدیر مرکز رشد نباید تمرکز گرا (Generalist) باشد. نقش او مشابه پزشک عمومی است.
- گردش کار منابع انسانی و خروج طبیعی است. باید جذابیت ایجاد کرد، برند شد و نیز برای جایگزینی او از قبل فکر کرد.
- مدیریت مرکز رشد مشابه معلم کلاس اول است.

برگزیده مطالب تور فناوری پارک علم و فناوری گلستان

موضوع: جذب و پذیرش واحدها و هسته‌های فناوری



- کارشناس پذیرش باید مخاطب شناس بوده و روابط عمومی خوبی داشته باشد. خوب است در زمان پذیرش پذیرایی خوبی داشته باشید.
- مشاوره را به بعد از جذب و پذیرش موکول نکنید، در حین جذب و پذیرش مشاوره را شروع کنید.
- گاهی برای فرصت آفرینی برای متقاضی در حال جذب، از شرکت های موفق برای داوری استفاده کنید.
- تعامل و اعتماد سازی کنید تا مشاوره شما موثر باشد.



- به کل اکوسیستم کمک کنید، شرکت ها را فقط از خودتون ندانید. مراجعین رو به جایی هدایت کنید که برایشان بهتر است، حتی مجموعه ای که با شما نیست.
- باید شفاف بود، ابهام گمراه کننده است. برای یک کسب و کار موفق صداقت بسیار مهم است.
- ایجاد فضاهای غیر رسمی نظیر کافه هایی با ماهیت مختلف و مرتبط نظیر کافه ایده، کافه کتاب، کافه هنر خیلی جاذبه ایجاد می کند.
- فردی که درگیر جذب و پذیرش است باید خوش برخورد باشد، مستقل باشد.
- در شروع خیلی سخت گیرانه برخورد نکنید. بهتر است همه افراد پارک به نوعی درگیر جذب و پذیرش باشند.



- شبکه سازی بهتر است با نگاه کمک به توسعه زیست بوم انجام شود تا کسب پول. برگزاری رویدادهای غیر رسمی با مشارکت سازمان های همکار به توسعه شبکه کمک می کند.
- اشتباهات متداول جذب و پذیرش: تاکید زیاد روی حوزه فناوری تا بازار، فکر کردن به جای واحد فناوری، بالا بردن سطح توقعات در متقاضیان، نداشتن همکاری مناسب با متقاضیان ورودی، موازی کاری با مراکز مجاور، عدم استفاده از گروه داوری، رفتار به نحوی که حس کنیم متقاضی خیلی به ما محتاج است.
- ثبات افراد شاغل در جذب و پذیرش و مرکز رشد، مثبت تلقی می گردد.
- جذب شرکت های بزرگ در زیست بوم به توسعه استارت آپ های کوچک کمک می کند.

ادرس: مازندران، ساری، کوی طبرستان، میدان شهید شهبازون، پارک علم و فناوری مازندران، طبقه سوم، دبیرخانه انجمن علمی پارکهای فناوری و سازمانهای نوآوری ایران

کد پستی: ۴۸۱۶۴۵۱۵۵

تلفن: ۰۱۱۳۳۱۰۹۵۹۹

فکس: ۰۱۱۳۳۲۰۸۲۹۹

سایت: www.stpia.ir

پست الکترونیک: stpia.mails@gmail.com

صاحب امتیاز نشریه نو: فصلنامه انجمن علمی پارکهای فناوری و سازمانهای نوآوری ایران
مدیر مسئول: دکتر علی معتمدزادگان
سردبیر: دکتر مصطفی کریمیان اقبال
اعضای هیأت تحریریه: دکتر علی باستی
دکتر بابک مختاری . دکتر علی معتمدزادگان
دکتر مصطفی کریمیان اقبال . دکتر خالد سعیدی
دبیرخانه انجمن: سمیه دهقان زاده . مهدی عموزاده
طراح جلد و صفحه آرای: مهدی عموزاده



معرفی کتاب

Book Introduction

فرهنگ ساختن فرهنگ

در اثرگذاری فرهنگ هیچ شکی نیست. اما چطور باید فرهنگ را شکل داد؟ چطور باید در ذهن افراد نهادینه‌اش کرد؟ و وقتی راهش کج شد، چطور باید اصلاحش کرد؟ کارکرد فرهنگ در شرایط مختلف چگونه است؟ چه چیزی باعث می‌شود عمرش از چند سال فراتر برود؟

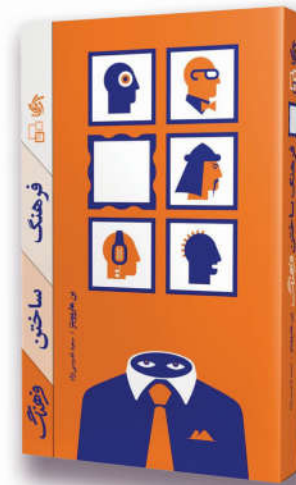
با خواندن کتاب «فرهنگ ساختن فرهنگ» پاسخ پرسش‌های بنیادینی را که پیش روی هر سازمانی است، پیدا خواهید کرد: شما که هستید؟ با مشتریانتان چطور رفتار می‌کنید؟ آیا روز مبدا به داد آدم‌ها می‌رسید؟ می‌شود به شما اعتماد کرد؟

وقتی هفت فصل اول را می‌خوانید، با دیدگاه رهبرانی مثل توسن لوورتور و چنگیزخان به فرهنگ و ابزارهایی که برای تغییر فرهنگ در شرایط فوق دشوار پیدا کردند آشنا خواهید شد.

هم‌چنین در فصل‌های این کتاب مثال‌های امروزی هم گنجانده شده که غالباً نتیجه مکالمات بن هارویتز (نویسنده کتاب) با رهبرانی است که سعی کرده‌اند شرکتشان را متحول کنند.

در بخش دوم کتاب، گام‌به‌گام یاد می‌گیرید که چطور شخصیت خود و استراتژی شرکتتان را بهتر بشناسید و چطور از این شناخت برای ساختن فرهنگی که برای رسیدن به موفقیت نیاز دارید، استفاده کنید.

همان‌طور که نویسنده کتاب می‌گوید: «هیچ فرهنگ مشخصی نیست که به درد همه بخورد. فرهنگ شرکت شما باید تجلی منحصربه‌فردی باشد از شخصیت، باورها و استراتژی شما، و باید پایه‌های رشد شرکت و تغییر شرایط، تکامل پیدا کند. پس در این کتاب «بهترین فرهنگ» را پیدا نخواهید کرد، بلکه صرفاً تکنیک‌هایی خواهید یافت برای گرفتن نتیجه دلخواه از فرهنگ خودتان.»



قهرمان‌های کسب و کار

«بابا! توی محل کارت، چه کار می‌کنی؟»

وقتی الکساندر استروالدر، طراح بوم مدل کسب‌وکار، تلاش می‌کرد پاسخ سؤال بالا را به فرزندانش بدهد، ایده کتاب مصور «قهرمان‌های کسب‌وکار» به ذهنش رسید.

او و دوستش هُلگر نیلسن، مربی کسب‌وکار و طراح استراتژی محتوای بصری، با همراهی تیم تصویرگران، داستان‌های کتاب را ساختند و پرداختند، شخصیت‌ها را خلق کردند، و با حمایت فرزندانشان و دوستان آنها، تصاویر کتاب را طراحی کردند و کشیدند.

کتاب مصور «قهرمان‌های کسب‌وکار»، یک داستان بامزه و هیجان‌انگیز است که اصول اولیه کسب‌وکار و کارآفرینی را نیز به کودکان آموزش می‌دهد. همچنین معلمان، والدین، پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها هم از خواندن این کتاب برای کودکانشان لذت خواهند برد.

استروالدر اعتقاد دارد که نباید کسب‌وکار و کارآفرینی را فقط مختص بزرگسالان دانست بلکه کودکان باید هر چه زودتر با این موضوعات مهم آشنا شوند. فهماندن نحوه عملکرد کسب‌وکار به کودکان در سنین پایین، به آنها امکان می‌دهد تا از فرصت‌های بی‌شماری که در دنیای امروز وجود دارد، بهره‌گیرند.

