

از ایده تا کار آفرینی

- بخش اول: توضیح مختصری در مورد مدل **کسب و کار** و نحوه طراحی آن
- بخش دوم: مصاحبه با رئیس **هرگز رند** دانشگاه علوم پزشکی فاس در ارتباط با **کارآفرینی**
- بخش سوم: ملیستی از احتياجات کشور به **تجهیزات پزشکی**
- بخش چهارم: مصاحبه با **دیرباست هژوهشی** دانشکده پرستاری دانشگاه طنوم **پزشکی لرستان** در ارتباط با کارآفرینی

مهر ماه ۱۳۹۸/۱۱/۰۱ اول شماره دوم



دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی فاس



ژوف زومپیتر پدر علم کارآفرینی

شماره دوم نشریه از ایده تا کارآفرینی با همت جمیع از دانشجویان علوم پزشکی فسا و لرستان در رشته های مختلف منتشر شد باشد که مورد پسند خوانندگان عزیز قرار بگیرد.

صاحب امتیاز: کمیته تحقیقات دانشجویی دانشگاه علوم پزشکی فسا

دبیر کمیته تحقیقات: فاطمه آموزگار

مدیر هستول و سردبیر: گامران رنجبر

ویراستار: نگین شریفی

هیئت تحریریه: گامران رنجبر (پرستاری). نگار اکبری (هوشیاری). احمد رضا احمدی (هندسه پزشکی)

نگین اشتی (پرستاری) / کمیته تحقیقات دانشکده پرستاری بروجرد

حسین عقلایی (هندسه نرم افزار). ههرناز شریف حسینی (هوشیاری). زهرا فتوحی آزاد (اتاق عمل)

طراحی و گرافیک: نگین اشتی

مصطفی شوندگان: جناب آقای دکتر اسماعیل عبدالله زاده. سرکارخانم کرمی رشیدی



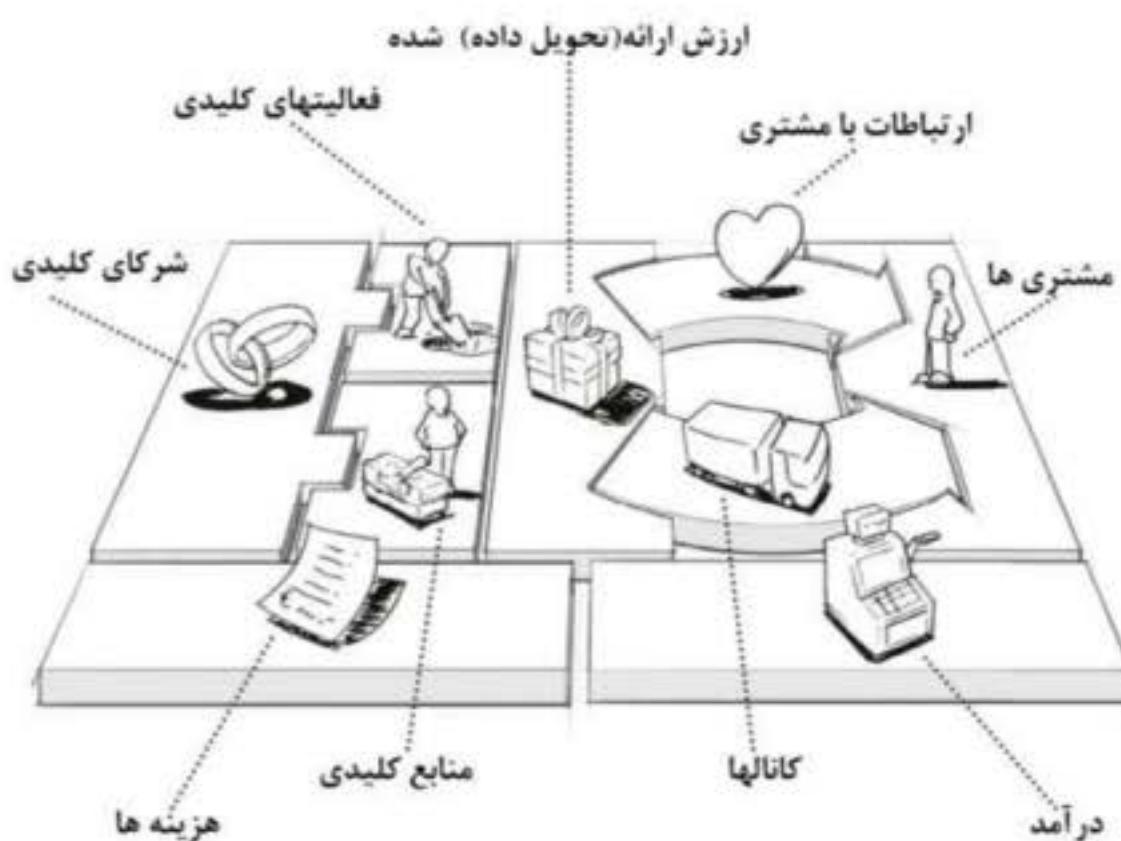
۰۷۱-۵۳۳۱۴۰۶۸

بخش اول: توضیح مختصری در مورد مدل کسب و کار و نحوه طراحی آن

مدل کسب و کار چیست:

نه بلوک سازنده‌ی این بوم عبارت‌اند از: مشتریان، ارزش‌های ارائه شده، کانال‌ها، ارتباطات با مشتری، درآمد، منابع کلیدی، فعالیت‌های کلیدی، شرکای کلیدی و هزینه‌ها.

مدل کسب به عنوان یک نقشه کاری می‌تواند مسیر عملیات سازمانی را برای کارآفرینان ترسیم نماید. هم‌چنین مدیران از مدل کسب و کار برای عملیات‌های ویژه سازمان‌های خود استفاده می‌کنند. این مدل چیزی فراتر از ترسیم مشتری و مبالغ پولی بین مشتری و فروشنده می‌باشد که از نه بلوک وابسته به هم تشکیل شده است و همگی در یک بوم ترسیم می‌شوند.



از جمله مهم‌ترین ارزش‌های ارائه شده می‌توان موارد زیر را ذکر کرد:

۱. آسودگی: عدم ایجاد درد سر و صرفه‌جویی در زمان از مهم‌ترین ارزش‌های ارائه شده هر سازمان می‌تواند محسوب شود.

۲. قیمت: مشتریان اغلب از محصولاتی استفاده می‌کنند که مقداری از پولشان را ذخیره می‌سازند.

تعدادی از مشتریان پرداخت دارند و برخی پرداختی ندارند.

سازمان‌ها اغلب از یک گروه خاصی از مشتریان نسبت به سایرین دریافتی بیشتری دارند.

ارزش ارائه شده (شیوه کمک شما): ارزش ارائه شده ویژگی‌های منحصر به فرد محصولات شما می‌باشد که به عنوان مزايا به مشتری ارائه می‌شود.

مشتریان (کسانی که پاریشان می‌کنند): مشتری بنای وجودی

هر سازمان می‌باشد که هر سازمان بدون آن نمی‌تواند مدت زمان زیادی به حیات خود ادامه دهد.

باتوجه به این موضوع هر سازمان باید موارد زیر را به خاطر بسپارد

مشتریان مختلف به ارزش‌ها، کانال‌ها یا ارتباطات متفاوتی نیاز دارند.

از ایده تا کارآفرینی

صدور مجوز: دارندگان مالکیت معنوی در ازای دریافت هزینه حق استفاده از دارایی‌های حفاظت شده خود را به دیگران می‌دهند.

منابع کلیدی(شما که هستید و چه دارید): معمولاً چهار نوع منابع کلیدی برای سازمان‌های مختلف در نظر می‌گیرند که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

۱-افراد: همه سازمان‌ها برای ادامه حیات خود به نیروی انسانی نیاز دارند. اما برخی از سازمان‌ها که وابستگی ویژه‌ای به نیروی انسانی خود دارند، به عنوان مثال یک شرکت درمانی به شدت به نیروهای درمانی خود نیازمند است.

۲-فیزیکی: منابع فیزیکی شامل زمین، ساختمان، ماشین‌آلات، وسایل نقلیه و... می‌باشد.

۳-فکری: منابع فکری شامل نرم‌افزارها، اختراعات ثبت شده و مالکیت معنوی، برنده و نام تجاری و شیوه‌های توسعه سیستم می‌شود.

۴-مالی: منابع مالی شامل اعتبارات بانکی، سقف اعتبار، وجوده نقد و تضمین‌های مالی می‌شود.

فعالیت‌های کلیدی(آنچه شما انجام می‌دهید):

مهم‌ترین اقداماتی هستند که هر سازمان انجام می‌دهد تا مدل کسب و کارشان عملی شود.

ارتباط با مشتری(نحوه تعامل شما): مهم‌ترین ویژگی هر سازمان در این بخش، شیوه‌ای می‌باشد که مشتری آن را نسبت به سایر روش‌ها ترجیح می‌دهد. به طور مثال شیوه‌ی ارتباط با مشتری می‌تواند تک معامله‌ای، خودکار، خودسرویس یا دارای اشتراک باشد.

درآمد یا مزایا(آنچه به دست می‌آورید): سازمان در مرحله‌ی اول باید به فکر این موضوع باشد که مشتریان برای چه ارزشی هزینه پرداخت می‌کنند و هم‌چنین تمایل مشتری برای نحوه پرداخت را بسنجند.

مهم‌ترین الگوهای کسب درآمد به اختصار در زیر توضیح داده شده است:

فروش کامل: به معنای فروش حقوق مالکیت فیزیکی کل محصول یا جزئی از محصول گفته می‌شود.

اجاره: به معنای خرید موقت برای مدت زمانی معین شده می‌باشد.

هزینه‌های خدمات یا استفاده: به میزان استفاده‌ای که کاربر از محصول بستگی دارد. مهم‌ترین مثال برای این روش درآمد، هزینه پرداخت‌های تلفنی می‌باشد.

هزینه اشتراک: مهم‌ترین مثال برای این روش درآمد، خرید اشتراک‌های بازی‌ها می‌باشد.

۳. طراحی: بسیاری از مشتریان به محصولاتی اهمیت می‌دهند که از کیفیت بالا و طراحی منحصر به فردی برخوردار باشد.

۴. نام تجاری: احساس ممتاز بودن و اعتبار به مشتریان حس بهتری نسبت به خرید محصولات می‌دهد.

کanal ها(شیوه شناخت آنها از شما و شیوه تحويل شما):

کanal ها می‌توانند کارایی‌های زیل را برای مشتری و سازمان داشته باشند:

۱- ایجاد آگاهی از خدمات و محصولات

۲- کمک به مشتریان بالقوه جهت ارزیابی محصولات و خدمات

۳- مهیا کردن مشتریان برای خرید

۴- ارائه (تحویل) ارزش به مشتری ها

۵- تضمین رضایت پس از خرید از طریق پشتیبانی

که از معمول ترین آنها می‌توان موارد زیر را ذکر کرد:

«فردی یا تلفن

«در محل یا در فروشگاه

«تحویل فیزیکی

«از طریق اینترنت (رسانه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، ایمیل و...)

«رسانه‌های سنتی (تلوزیون، رادیو، روزنامه و...) ...

شرکای هر سازمان، شرکای بازاریابی سازمان می‌باشند.

هزینه‌ها(آنچه از دست می‌دهید): به دست آوردن منابع کلیدی، انجام فعالیت‌های کلیدی، و کار با شرکای کلیدی هزینه‌هایی دریبی خواهد داشت.

عمل کند که به طور مستقیم با فروش و ساخت مرتبط نیست.

ساخت: ساخت محصولات، طراحی/ توسعه/ تحویل خدمات و حل مشکلات در این مرحله گنجانده می‌شوند.

شرکای کلیدی(کسی که شما را یاری می‌کند): این قسمت از مدل کسب و کار به موثرترشدن روند کاری هر سازمان می‌تواند کمک کند. از جمله مهم‌ترین

فروش: به معنی ترویج، تبلیغات، یا آموزش مشتریان بالقوه درباره ارزش خدمات یا محصول است.

پشتیبانی: این مرحله سبب می‌شود سازمان در آینده به صورت روان

"بنابراین به یاد داشته باشید برای شروع کارخود نقشه کارخود را طراحی کنید."

منابع مورد استفاده در این بخش: کتاب مدل کسب و کار شما نوشته تیم کلارک

بخش دوم: مصاحبه با رئیس مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی فسا در ارتباط با کارآفرینی

هیئت علمی و حتی افراد خارج از دانشگاه هستند. خوب‌بختانه اخیراً دو شرکت دانش بنیان نیز به جمع شرکت‌های سابق افزوده شده است. همچنین تعداد زیادی محصول تولید شده است که بعضاً آماده تجاری سازی شدن هستند از جمله تولید انواع رک، کابینت PCR، کول باکس فلزی، فرآوردهای دارویی طب سنتی، اپلیکیشن گزارش نویسی پرستاری، پماد تسکین دهنده درد مفاصل، کیت های غذایی و محیط کشت‌های آماده قابل استفاده در بیمارستان‌ها و مراکز بهداشتی. در حال حاضر برخی شرکت‌ها در فضاهای آزمایشگاهی دانشگاه مستقر شده‌اند و برخی دیگر نیز در ساختمان مرکز رشد فعالیت می‌کنند.

مرکز رشد و شرکت‌های دانش بنیان متمایل شوند. در واقع دانشگاه نسل سوم دانشگاهی مبتنی بر کارآفرینی و تولید ثروت است. مرکز رشد نیز یکی از زیرساخت‌های مقدماتی جهت توسعه فناوری در دانشگاه علوم پزشکی فسا است. جهت تسهیل فرآیند تولید باید زیرساخت‌های فناوری بیشتری نظری اتاق تمیز (کلین روم) و فضای آزمایشگاهی در دانشگاه ایجاد کنیم.

اقدامات مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی فسا را نام ببرید؟

در حال حاضر در حدود ۱۵ شرکت فناور در مرکز رشد دانشگاه وجود دارد که این شرکت‌ها متشکل از دانشجویان، کارمندان، اعضای

چشم انداز دانشگاه برای کارآفرینی چیست؟

تغییراتی در وزارت بهداشت در جهت کارآفرینی از طریق سامانه های پایش در قسمت‌های مختلف درمان، آموزش، پژوهش ایجاد شده است که امیدواریم سامانه‌ای تحت عنوان سامانه پایش توسعه فناوری ایجاد شود که دانشگاه‌های مختلف از نظر میزان اختراعات و کارآفرینی رتبه بندی شوند، آنگاه در فضای رقابتی جدید باید به سمت تولید ثروت حرکت کنیم. در این زمینه تمام دانشگاه‌های علوم پزشکی سعی می‌کنند به سوی دانشگاه‌های نسل سوم حرکت کنند و دانشجویانی تربیت خواهند شد که بیشتر به سمت واحد های فناورانه

از ایده تا کارآفرینی

مراکز آموزشی در حال حاضر دانشجویان را محدود به کتاب و جزویه کرده اند و دانشجویان اولین اقدامی که باید انجام دهند این است که از کتاب ها خارج شوند و در فکر کاری جدید مناسب با نیاز بازار باشند. مثلًا واردات چه محصولی متوقف شده است که من آن را وارد کنم یا چه محصولی در حال حاضر مگران است که با توجه به مزیت رقابتی آن ، بتوانم آن محصول را تولید کنم ؟! البته همیشه بحث تولید مطرح نیست بلکه کارهای خدماتی در این زمینه حائز اهمیت است و هنگامی که بتوانیم به خوبی نیازهای جامعه را تشخیص دهیم، می توانیم به نحو احسن خلاقیت و نوآوری خود را بارور کنیم و شرکتی را راه اندازی کنیم که بتواند به نیاز های فعلی و آتی جامعه پاسخ دهد و این کلیدی ترین نکته موفقیت است.

پیشرفت اگر به صورت کلی معنا شود جوابی کلی دارد اما اگر منظورتان پیشرفت در حوزه خلاقیت و فناوری است اجازه دهید خاطره ای را تعریف کنم. بنده قبل از هیئت علمی شدن در زمینه ترجمه فعالیت داشتم و خاطرم هست برای جذب نیرو از رشته های مختلف یک آگهی استخدام در روزنامه همشهری تهران چاپ کردم. برای جذب نیرو نیز فرم های مصاحبه ای از پیش طراحی کرده بودم و به منشی دفتر سپرده بودم که قبل از ورود کارجویان به آنها ارائه کند. دقیقاً بعد از چاپ آگهی تعداد کثیری به شرکت مراجعه کردند و من از ساعت ۸ صبح تا ۹ شب مشغول مصاحبه بودم. دیدم دانشجویان و فارغ تحصیلان زیادی از دانشگاه های تهران، علم و صنعت، شریف و امیرکبیر بیکار بودند و گاهی اوقات خجالت میکشیدم که با آنها مصاحبه کنم. این اتفاق مربوط به ۷ سال قبل بود وضعیت الان را باید حدس بزنید. احساس میکنم که دانشگاه ها و

خوشبختانه تعداد واحد های دانش بنیان روز به روز در حال افزایش است که برای شهرستانی با جمعیت ۲۰۰ هزار نفر جای امیدواری است زیرا فرآیند دانش بنیان شدن یک شرکت کاری پیچیده است و خوشبختانه چند تن از اعضای هیأت علمی موفق شده اند این مسیر را طی کنند. انشا الله با همکاری بیشتر با این شرکت ها می توان بخشی از محصولات مورد نیاز دانشگاه، بیمارستان ها و مراکز بهداشتی را در داخل مرکز رشد دانشگاه تولید کرد. اینجا جا داره از ریاست محترم و هیأت رئیسه محترم دانشگاه که تلاش می کنند تا آنجاییکه امکان پذیر است از خدمات و محصولات شرکت های دانشگاه استفاده کنند، تشکر می کنم. بنده نیز همواره چهت مشاوره در خدمت همکاران و دانشجویان گرامی هستم.

نظر جنابعالی در راستای پیشرفت چیست ؟



بخش سوم: لیستی از احتیاجات کشور به تجهیزات پزشکی

در این چاپ از نشریه لیستی از احتیاجات کشور به تجهیزات پزشکی را با توجه به اولویت آن دسته بندی کرده ایم:

ردیف	نام کالا	ردیف	نام کالا
۱	استنتهاي قلبی دارویی و غیر دارویی	۲۶	گاز های پزشکی شامل بریسکس پزشکی ، DLCO ، اکسیژن مایع ، هلیم مایع و گازی
۲	دربیجه های قلبی	۲۷	دستگاه فلوسایتوسیتر
۳	دفیبریلاتور قلبی	۲۸	کج های درون دیسک مهره ای پلیمری
۴	کاتر ها و گاید وایر قلبی	۲۹	تبیخ جراحی
۵	بالن های قلبی	۳۰	تشک مواج (فقط High Risk)
۶	پیس میکر داخلی و خارج قلبی	۳۱	سوند فولی
۷	دستگاه های سونوگرافی	۳۲	پمپ تزریق
۸	وتیبلاتور	۳۳	میکروسکوپهای تخصصی
۹	پانسمان بیولوژیک	۳۴	استریلایزرهای پلاسما
۱۰	پیتانات و مش	۳۵	دستگاه سل کانتر
۱۱	لنر های داخل چشمی و تماسی و مواد اولیه تولید آن	۳۶	دستگاه آتو آنالایزر بیوشیمی
۱۲	فشارستنج حیوه ای / دیجیتال	۳۷	دستگاه بلاد گاز
۱۳	ماسکهای تخصصی	۳۸	دستگاه الایزا یا انواع ایمونوواسی آنالایزر مانند کمی لومنتوساتس آنالایزر
۱۴	دستگاه های بیمهوشی	۳۹	دستگاه الکتروولیت آنالایزر
۱۵	حلزون شناوری	۴۰	دستگاه کواگولامتر
۱۶	دستگاه های شتاب دهنده خطی با توان مختلف	۴۱	آندوسکوپی (منبع نور ، Imigation ، Suction)
۱۷	دستگاه گلوبکومتر و استریپ	۴۲	رادیوگرافی های دندانی
۱۸	اکسیژناتور	۴۳	X-Ray
۱۹	پرکتنه های استخوان و سیمان های ارتوبدی	۴۴	سیستمهای CAD-CAM در دندانپزشکی
۲۰	پروتزهای تخصصی ارتوبدی و ستون فقرات	۴۵	استنتهاي گوارش
۲۱	ایسترومتهای ارتوبدی (جایگزاری پروتز و پیچ و پلاک)	۴۶	استنتهاي ارولوژی
۲۲	ایمپلنتهای دندانی	۴۷	فیزیوتراپی (RF ، اولتراسوند)
۲۳	فایبرها و مواد اولیه مورد استفاده در صافی های دیالیز کلیه	۴۸	پلی پروپیلن مدیکال گردید
۲۴	لیزر اگزایمر با کاربرد آنتیپلاستی و کراتومی	۴۹	-----
۲۵	انواع لوله تراشه	۵۰	-----

بخش چهارم: مصاحبه با سرپرست کمیته تحقیقات دانشجویی دانشکده پرستاری بروجرد در ارتباط با کارآفرینی

Affiliation: Student Research Committee, Lorestan University of Medical Sciences, Khorramabad, Iran

با این اوصاف دانشجویان چگونه می‌توانند کارآفرینی کنند؟

در ابتداء دانشجو خودش باید رشته تحصیلی خودش را بشناسد. آیا پرستاری هست که حرفی برای گفتن در رشته خودش داشته باشد. سپس جامعه را بشناسد بعد باید خود تفکر کند که آیا از توان دانش من بر می‌یاد که دست به کاری نو بزنم آیا مجوزهای لازم را می‌توانم اخذ کنم، برای آن، به کجا باید مراجعه کنم. هنوز این برای دانشجویان ما شفاف تیست. نظام پرستاری و نظام پژوهشی و وزارت بهداشت باید بستر را بسازند تا افراد کارآفرین جلو بیابند و افرادی که دارای ویژگیهای کارآفرینی هستند را شناسایی و در مسیر درست هدایت کنند.

آیا دانشجویان علوم پزشکی باید منفعل باشند و بعد از اتمام درس فقط به فکر این باشند که دولت برای آنها کاری تعریف کند (به طور مثال گذراندن طرح)؟

ابتدا یک ضعف بزرگ را در سیستم دانشگاهی مطرح نمایم؛ این که یک رشته تحصیلی خاص، چون فرصت شغلی بیشتری دارد، در دانشگاه‌ها اشباع شده و در انتخاب رشته افراد دیگر نیز تأثیر می‌گذارد. این انفاقی

هر کسی نمی‌تواند کارآفرین باشد بلکه باید یکسری ویژگی‌ها در وجودش باشد؛ یا در وجودش کشف شده و پرورش یافته باشند. افراد کارآفرین دارای ویژگیهای مانند: ریسک پذیری، مشکلات را خوب می‌بینند و به راه حل‌ها فکر

می‌کنند، به آینده فکر می‌کنند ولی بدون پیش‌داوری و حرف از موفقیت قطعی نمی‌زنند، به شکست ها هم فکر می‌کنند. اهل عمل هستند، نرس و جسور، پیشرو هستند، ارزش آفرینی می‌کنند، اشتغال ایجاد می‌کنند، تولید محصول می‌کنند، نه صرفاً تولید

بول و ثروت، با شور و شوق کار می‌کند، فرد کارآفرین کاری که می‌کند دیگران برای اهداف او فکر کنند نه او برای اهداف دیگران، استقلال طلبند، دوست ندارند به آنها بگویند که چه کار کنند، اهل فکر و مطالعه، ایده پردازی می‌کنند، چیزی را خلق می‌کنند که قبل از تولید نشده است، از خلق کردن لذت می‌برند، نه از ثروت مند شدن. همه می‌گویند این کار قابل انجام نیست ولی او می‌گوید بگذار امتحان کنم. مهارت حل مساله و تفکر انتقادی دارند. کارآفرین باید مهارت‌های ارتباطی خوبی داشته باشد.

با توجه به اهمیت روز افزون تولید محصولات نوآورانه و ایده پردازی توسط دانشجویان علوم پزشکی بر آن شدیم با سرپرست کمیته تحقیقات دانشجویی دانشکده پرستاری بروجرد در همین ارتباط گفتگویی داشته باشیم.

ضمن عرض ادب و سلام خدمت سرکار خانم کبری رشیدی عضو هیات علمی دانشکده پرستاری بروجرد

از نظر شما کارآفرینی چیست و ویژگی‌های افراد کارآفرین کدام است؟

واژه‌ی کارآفرینی از نظر لغوی یعنی کار را بوجود آوریم، فرصت‌ها را پیدا کنیم، غنیمت بشماریم و آن را پرورش دهیم. در واقع کارآفرینی فرآیندی است که طی آن افراد فرصت‌ها را می‌بینند بدون توجه به منابع موجود خود. یک نکته بسیار مهم این است که کارآفرینی شغل آفرینی نیست این خیلی مهم است. ممکن است علم جدیدی در این میان تولید شود. فرد صاحب نظری به نام پیتر ادراکر می‌گوید: "چند سال زندگی سخت برای بهبود زندگی کارآفرینی است."

اما ویژگی افراد کارآفرین!!!!!!

جون مراکز رشد را از نظر عملکرد و میزان حمایت بشناسند، به گونه ای که دانشجو با فراغ دل و در محیطی امن ایده خود را مطرح نماید و در پرورش آن به وی کمک شود، و حتی شرکت دانش بنیان تاسیس کنند. البته مشکلات دیگری در محیط دانشگاه وجود دارد برای مثال؛ گاهی ازدحام کاری در دانشگاه ها این اجازه را به استاد و دانشجویان نمی دهد به ایده پردازی پردازند. مشکل دانشگاه ها این است که ما کارآفرین تربیت نمی کنیم یا ساعت کارآفرینی در دانشگاه ها قرار نمی دهیم یا بودجه ای برای آن تعریف نمی کنیم. مشکل دیگر این است که کارآفرین گاهی اعتماد نمی کند ایده خود را بیان کند، از این که کسی ایده وی را به سرفت ببرد، نگران است. اینگونه کارآفرینی رخ نمی دهد و کارآفرین پرورش نمی یابد.

نقش دانشجویان در مرکز رشد چیست؟

دانشجویان می توانند قلب تپنده این مراکز باشند. باید از آنها دعوت شود. باید رشته های تحصیلی مختلف دور هم جمع شوند زیرا تک رشته ای موفقیت حاصل نمی شود. باید بین رشته ای کار شود. همچنین باید صرفا به حامیان مالی دولتی متکی شویم بلکه باید بخش خصوصی را جذب کنیم.

نظرتان درباره لزوم ایده پردازی و فناوری توسعه دانشجویان چیست؟

جهت تامین نیازهای مراقبتی از نظر همه ابعاد وجودی یک انسان را برای آنها ایجاد کنند. نه صرفا ارائه مراقبت های ساده، بلکه به گونه ای باشد که تجهیزات لازم برای بازتوانی آن ها فراهم باشد، و آنها را به افرادی تبدیل نماید که خود را سربار و ناتوان ندانند. از طرف دیگر این سوال به ذهن می رسد؛ که آیا مستولان برای این مهم تدبیری مانند، دادن مجوز تاسیس چنین مراکزی را اندیشیده اند و یا قانونی برای حمایت از آنها تدوین شده است، و یا برنامه ای برای آماده سازی جامعه از نظر فرهنگی برای استفاده از این مراکز در نظر دارند یا خیر؟ این گونه می توان پرستاران را به طرف کارآفرینی سوق داد.

کارهایی که مراکز رشد انجام می دهند چیست؟

شرایط و امکاناتی مانند نیروی متخصص را تامین می کنند. ایده پروری می کنند و یک ایده را در بدو بروز پرورش می دهند باید اعتماد ایجاد کنند تا آنرا به عمل برسانند و بعد به مرحله بهره برداری برسانند.

به نظر شما لازم است دانشگاه ما یک مرکز رشد یا پژوهشی داشته باشد؟ برای اینکار چه زیرساخت هایی لازم است؟

بله دانشگاه ما مرکز رشد دارد ولی هنوز مراکز رشد در دانشگاه ها به روش صحیح به دانشجویان جوان شناسانده نشده اند ابتدا باید قشر

است که در حال حاضر در کشور ما رخ می دهد و بسیاری از دانشگاه ها با تاسیس واحد هایی همچون آزاد، غیر انتفاعی، بین الملل و..... به آن دامن می زندند. در حالی که جامعه به همه تخصصی نیاز دارد.

دانشجویان کارآفرین در ابتدای کار باید تصمیم بگیرند و به تهدیدها فکر نکنند اگر درون کار تهدیدی وجود دارد باید یک راه حل برایش پیدا کنند. شما یک دانشجوی پرستاری را در نظر بگیرید که این شخص بعد از فارغ التحصیل شدن باید منتظر بماند تا یک سازمان دولتی تخصص وی را به کار گیرد؟ آیا ما به عنوان پرستار تا به حال به این موضوع فکر کرده ایم که اگر این امکان استخدامی وجود نداشته باشد چگونه از تخصص خود استفاده نماییم؟ یا آیا ما می توانیم از تخصص پرستاری با یک روش جدید و خاص این رشته استفاده نماییم؟ اینجاست که باید با تفکر و اندیشیدن در نقاط قوت و ضعف تخصص خود و محیط پیرامون، فرصت های جدیدی پیدا کنیم. برای مثال با توجه به این موضوع که جامعه ما در حال سالمند شدن است، و روز به روز تعداد سالمندان جامعه ما رو به افزایش است. نیاز به سرویس های حمایتی این قشر سالمندی بیش از پیش احساس می شود. آیا پرستاران در این زمینه می توانند مراکز تخصصی مجهز که با سبک زندگی، فرهنگ، باورها و شرایط مردم ایران و مخصوص آنها،

از ایده تا کارآفرینی

جوان خام را تربیت کرد. ابتدا باید اساتید مجرب کارآفرینی شناسایی بشوند گروهی تشکیل بدهند که روی آن کار کنند.

در پایان نظرخانه درباره آینده علوم پزشکی چیست؟

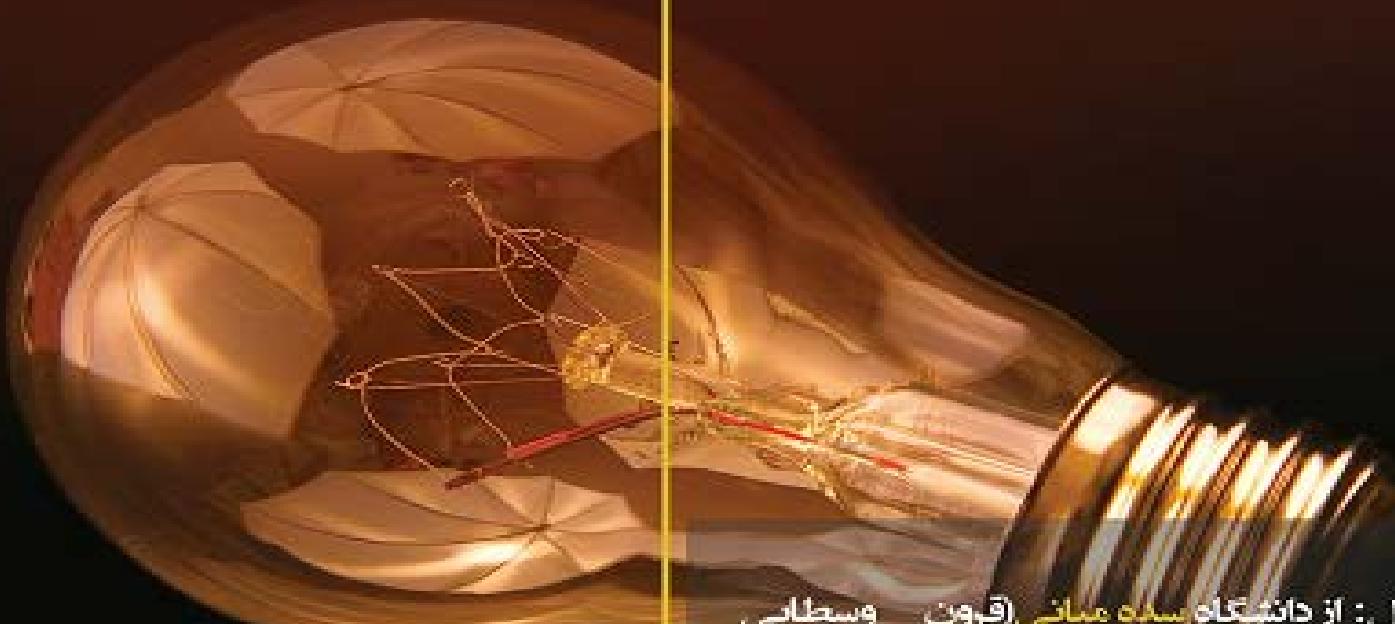
تا زمانی که متخصصین مجربی برای کارآفرینی در آن تربیت نشود، و در راس قرار نگیرند نمی‌توان نیروی

این بستری مناسب برای پرورش افکار دانشجویان است. کرسی آزاد اندیشی، ایده، پردازی، برای دانشجویان برقرار کنیم محیط امن را برای آنها بسازیم. که اعتماد کنند برای فعالیت.



گاهنامه علمی آموزشی خبری

از ایده تا کارآفرینی



■ بخش اول: از دانشگاه سده عیانی (قرون وسطی) پانسل اول) و همبولتی (پانسل دوم) به سوی دانشگاه نسل سوم

■ بخش دوم: آشنایی با مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی فسا

■ بخش سوم: کارگاه‌ها و دیگر برنامه‌های برگزار شده در دانشگاه علوم پزشکی فسا در دوازده ماه اخیر در جهت نسل سه شدن دانشگاه



خرداد ماه ۱۳۹۸ | سال اول، شماره اول



<https://t.me/Fumssrc>



www.Instagram.com/fums_src