

علی میرزایی سیسان

واکاوی پل شکسته صنعت خودرو و دانشگاه در ایران



اندیشکده خودرو
AUTOTHINKTANK



● مقدمه

در فضای رقابتی و پویای فناوری امروز، نوآوری به عنوان شالوده‌ای اساسی برای موفقیت صنعتی شناخته می‌شود و صنعت خودروسازی یکی از برجسته‌ترین نمونه‌های این اصل است. شرکت‌هایی که فاقد توانایی‌های نوآورانه و منحصر به فرد هستند، در بازاری که روز به روز مملو از فناوری‌های نوین و متنوع می‌شود، با چالش‌های جدی در تمایز خود مواجه خواهند شد. این واقعیت با تحولات چشمگیر در حوزه‌هایی همچون خودروهای برقی، خودروهای خودران، فناوری‌های هوشمند متصل، هوش مصنوعی و الکترونیک بیش از پیش تقویت شده است. صنعت خودروسازی نه تنها یک نیروی اقتصادی عظیم است که صدها هزار شغل را ایجاد و حفظ می‌کند، بلکه سرمایه‌گذاری‌های کلانی را نیز به خود جذب می‌کند. بقای این صنعت وابسته به نوآوری پایدار در طراحی محصولات جدید و بهینه‌سازی فرآیندهای تولید است. دانشگاه‌ها به عنوان مخازنی از سرمایه فکری نقش مهم در ارتقا اقتصاد تولید محور کشورمان دارند.

● پل شکسته صنعت و دانشگاه در ایران

صنعت خودروسازی جهانی با چالش‌های بی‌سابقه‌ای روبرو است؛ از تغییرات سریع فناوری گرفته تا تقاضاهای متغیر بازار و تنش‌های ژئوپلیتیکی و ایران نیز از این تحولات در امان نیست. در این شرایط، همکاری میان دانشگاه‌ها و صنایع در ایران می‌تواند به عنوان ابزاری قدرتمند برای تسریع نوآوری عمل کند. با این حال، مدل‌های مشارکت دانشگاه و صنعت در ایران غالباً ناکارآمد بوده‌اند و نتایج ملموسی ارائه نکرده‌اند. این ناکامی‌ها منابع ارزشمند ملی را هدر داده، منابع انسانی کشور را بی‌انگیزه کرده و فاصله ایران را با کشورهای پیشرو بیشتر کرده است. برای پیشرفت صنعتی ایران عزیزمان نیاز به راه‌حل‌های خلاقانه بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود.

● دلایل ناکامی

همکاری‌های دانشگاه-صنعت در ایران

دانشگاه‌ها با برخورداری از قابلیت‌های پژوهشی پیشرفته و تفکر خلاقانه، می‌توانند به عنوان کاتالیزورهایی برای نوآوری عمل کنند. مطالعات علمی نشان داده‌اند که همکاری میان دانشگاه‌ها و صنایع نقش مهمی در فرآیندهای نوآوری

تجاری ایفا می‌کند. شرکت‌های موفق جهانی، به‌ویژه در صناعی که بر تحقیق و توسعه تمرکز دارند، همواره دانشگاه‌ها را به عنوان منابع کلیدی دانش بهره‌برداری کرده‌اند. با وجود پتانسیل بالا، همکاری میان دانشگاه‌ها و صنایع در ایران اغلب با شکست مواجه شده است. یکی از دلایل اصلی این ناکامی‌ها تفاوت‌های بنیادین سازمانی میان این دو نهاد است. دانشگاه‌ها معمولاً بر تولید دانش بنیادی تمرکز دارند و کمتر به تجاری‌سازی محصولات توجه می‌کنند، در حالی که صنایع بر سودآوری، زمان ورود به بازار و بازگشت سرمایه متمرکز هستند. عدم درک صحیح این تفاوت‌ها منجر به ایجاد اصطکاک‌هایی شده که روند همکاری را مختل کرده است. در واقع هنگامی که این نقش‌های متمایز مبهم یا دچار سردرگمی می‌شوند، همکاری آسیب می‌بیند. اگر دانشگاه‌ها را وادار کنیم مانند صنایع فکر کنند، هیچ نوآوری وجود نخواهد داشت. و اگر صنعت را وادار کنیم مانند دانشگاه‌ها فکر کنند، پیشرفت هدفمندی برای دستیابی به محصولات تجاری با توجیه اقتصادی وجود نخواهد داشت.

در واقع شکست بسیاری از همکاری‌ها از سوءتفاهم اساسی درباره نقاط قوت اصلی هر موجودیت ناشی می‌شود. دانشگاه‌ها در علوم پیشرفته و تفکر اصیل بدون بار فشارهای تجاری برتری دارند، که پیشرفت‌هایی لایه علمی را امکان‌پذیر می‌سازد. در مقابل، صنایع در بهبود مستمر محصولات از لحاظ تجاری قابل اجرا، بهینه‌سازی زنجیره‌های تأمین برای اجزای تولید انبوه در راستای چارچوب‌های قانونی ملی و بین‌المللی شکوفا می‌شوند. برای موفقیت این همکاری‌ها، ضروری است نقش‌ها و انتظارات هر دو طرف به روشنی تعریف شود. دانشگاه‌ها

اگر دانشگاه‌ها را وادار کنیم مانند صنایع فکر کنند، هیچ نوآوری وجود نخواهد داشت. و اگر صنعت را وادار کنیم مانند دانشگاه‌ها فکر کنند، پیشرفت هدفمندی برای دستیابی به محصولات تجاری با توجیه اقتصادی وجود نخواهد داشت.

باید بر نقاط قوت خود مانند پژوهش‌های پیشرفته تمرکز کنند، در حالی که صنایع باید بر تجاری‌سازی این دستاوردها تأکید داشته باشند. تنها با درک توانمندی‌های منحصر به فرد هر نهاد می‌توان زمینه‌ای برای پیشرفت مشترک فراهم کرد. در نهایت نوآوری ستون فقرات حیات صنعت خودروسازی مدرن است. برای حفظ رقابت‌پذیری در این صنعت پرشتاب، همکاری مؤثر میان دانشگاه‌ها و صنایع ضروری است.

● بحران نوآوری در اکثر مدل‌های همکاری

صنعت و دانشگاه در ایران

همکاری میان صنعت و دانشگاه در ایران، به‌ویژه در حوزه خودروسازی، همواره با چالش‌های ساختاری و اجرایی روبرو بوده است. مدل‌های مختلفی برای تقویت این ارتباط امروز استفاده شده، اما بسیاری از آنها به دلایل متعدد شکست خورده‌اند. در ادامه، به بررسی سه مدل رایج و مشکلات اساسی آنها پرداخته می‌شود.

۱. ناکارآمدی مراکز تحقیقاتی صنعتی مستقر

در دانشگاه: تأسیس مراکز تحقیقاتی توسط شرکت‌های خودروسازی در دانشگاه‌ها معمولاً بدون خروجی ملموس بوده است. این مراکز با مأموریت‌های فراتر از توانایی‌های واقعی خود، مانند حل مشکلات پیچیده زیرساختی ملی، مواجه می‌شوند. علاوه بر این، ساختارهای انگیزشی اساتید و پیچیدگی‌های همکاری، خروجی‌های ناهماهنگ و ناکارآمدی را به دنبال داشته است.

۲. ضعف سازمان‌های مستقل تحقیقاتی:

تلاش‌ها برای ایجاد نهادهای مستقل میان دانشگاه و صنعت اغلب به دلیل نبود مسیرهای تأمین مالی پایدار و ساختارهای



ناکارآمدی مراکز تحقیقاتی صنعتی مستقر در دانشگاه



اداری سنگین با شکست مواجه شده‌اند. این سازمان‌ها به دلیل عدم شفافیت در اولویت بندی میان نیازهای دانشگاه و صنعت، نتوانسته‌اند ارزش افزوده مشخصی ارائه دهند و در نهایت برای هیچ یک از ذینفعان ارزش عملی قابل توجهی ایجاد نکرده‌اند.

۳. چالش مراکز تحقیقاتی صنعتی: مراکز تحقیقاتی مستقر در شرکت‌های خودروسازی نیز با مشکلات خاص خود روبرو هستند. این مراکز معمولاً از حمایت پایدار مدیریت ارشد محروم‌اند و در دوران تغییرات مدیریتی، با انتظارات نامشخص و استراتژی‌های ناپایدار مواجه می‌شوند. در چنین شرایطی، این مراکز به جای اینکه به عنوان دارایی استراتژیک دیده شوند، اغلب به عنوان هزینه اضافی تلقی شده و در شرایط فشار بازار، اولین گزینه برای حذف می‌شوند.

• واکاوای دلایل شکست

یکی از موانع بنیادین در مسیر همکاری‌های موفق میان نهادهای دانشگاهی و صنعتی، شکاف عمیق ارتباطی است که هرگونه تعامل سازنده را با دشواری مواجه می‌سازد. این دو نهاد کلیدی توسعه و نوآوری، در دو جهان متفاوت با پارادایم‌های متمایز فعالیت می‌کنند. نهادهای دانشگاهی بر ساختارهای نظری، دقت متدولوژیک و افق‌های پژوهشی بلندمدت تأکید می‌ورزند، در حالی که بخش صنعت اولویت خود را بر کاربردپذیری، مقیاس‌پذیری

و آمادگی بازار قرار می‌دهد. ترازوی موفقیت نیز به کلی متفاوت است؛ دانشگاهیان ارزش خود را با انتشارات لبه علمی و اعتبار پژوهشی می‌سنجند، در حالی که صنعتگران به سهم بازار، حاشیه سود و رضایت مشتری می‌اندیشند. این تفاوت بنیادین، زیربنای بسیاری از سوء تفاهم‌ها در همکاری‌های مشترک است. این تفاوت‌های بنیادین به شکل‌گیری برداشت‌های منفی دوسویه منجر شده است. صنعت غالباً دانشگاه را نهادی کندر و واکنش به تحولات بازار، ناکارآمد در استفاده از منابع، منفصل از چالش‌های واقعی کسب و کار، و متمرکز بر پژوهش‌های انتزاعی می‌پندارد. در مقابل، دانشگاهیان، بخش صنعت را متمرکز بر دستاوردهای کوتاه‌مدت، بی‌علاقه به پژوهش‌های بنیادین، محدودکننده در زمینه مالکیت فکری و بی‌توجه به ارزش پژوهش‌های علمی ارزیابی می‌کنند. این فضای بی‌اعتمادی، پتانسیل همکاری‌های سازنده را به شدت تضعیف می‌نماید.

چالش‌های ساختاری در همکاری دانشگاه-صنعت در ایران را می‌توان حول سه محور خلاصه کرد:

۱. مأموریت‌های غیرواقع بینانه: در بافت صنعتی ایران، به ویژه در بخش خودروسازی، عملیاتی‌سازی دانش دانشگاهی در راستای تقویت اکوسیستم‌های نوآوری با چالش‌های جدی مواجه بوده است. یکی از علل اصلی این ناکامی، تعیین اهداف غیرواقع بینانه‌ای است که نیازهای حقیقی هیچ یک از طرفین را

برآورده نمی‌سازد. مراکز تحقیقاتی دانشگاهی اغلب با حباب مأموریت‌ها مواجه می‌شوند، به گونه‌ای که گاه مسئولیت حل معضلات زیرساختی ملی را به ناچار می‌پذیرند که فراتر از حیطه تخصصی حتی خود شرکای صنعتی است. چنین رویکردی ناگزیر به شکست می‌انجامد.

۲. موانع ارتباطی و تفاوت‌های زبانی: فقدان مکانیسم‌های ارتباطی کارآمد به طور مستمر مشارکت‌های دانشگاه-صنعت را تضعیف می‌کند. زبان تخصصی متفاوت، سبک‌های کاری ناهمگون و فرهنگ‌های سازمانی متباین، موانع قابل توجهی ایجاد می‌کنند که پیشرفت همکاری‌ها را مختل می‌سازد.

۳. ناپایداری ساختاری و مالی: همکاری‌های دانشگاه-صنعت با مدل‌های تأمین مالی بی‌ثبات و ساختارهای بوروکراتیک دست‌وپاگیر در ایران مواجه است. حتی آن دسته از سازمان‌های تحقیقاتی مستقل که برای پر کردن این شکاف تلاش می‌کنند، اغلب خود را در وضعیتی بینابینی می‌یابند که به سمت منافع دانشگاهی متمایل می‌شوند و گاه به سوی اولویت‌های صنعتی. در نبود حاکمیت شفاف و منابع مالی پایدار، این سازمان‌ها به نهادهایی واسطه‌ای اثربخشی محدود تبدیل می‌شوند.

این سوءبرداشت‌های متقابل و چالش‌های ساختاری، فضایی از بی‌اعتمادی ایجاد می‌کند که پتانسیل همکاری‌های پایدار را تضعیف می‌نماید و سبب می‌شود بسیاری از شرکت‌های صنعتی پس از یک تجربه ناموفق اولیه، از همکاری‌های آتی با دانشگاه‌ها یا سایر نهادهای پژوهشی اجتناب کنند.

• نه دانشگاه خیریه است

و نه صنعت روی گنج نشسته است.

شایستگی‌های دانشگاه و صنعت ماهیتی غیرقابل تعویض دارند و هدف از ارتباط میان این دو نهاد، نه نزدیک کردن یا یکسان‌سازی این شایستگی‌ها، بلکه ایجاد هم‌افزایی میان قابلیت‌ها آنهاست. در همین راستا مراکز تحقیقاتی در شرکت‌های خودروسازی زمانی با شکست مواجه می‌شوند که تلاش می‌کنند رویکردهای دانشگاهی را تقلید کنند؛ به ویژه هنگامی که اولویت را به آزمون و خطای آزمایشگاهی می‌دهند، در حالی که نیاز واقعی آنها نمونه‌سازی تولید انبوه است. از سوی

دیگر، آزمایشگاه‌های دانشگاهی نیز در مواجهه با جدول‌های زمانی سختگیرانه محصولات تجاری، با چالش‌های جدی روبه‌رو می‌شوند. این تضاد ذاتی در ماهیت کاری دو نهاد ریشه دوانده است، چرا که دانشگاه اغلب واقعیت‌های بازار را نادیده می‌گیرد، در حالی که صنعت تفکر آزاد و بدون محدودیتی را که محرک نوآوری انقلابی است، زیر چارچوب مدیریت هزینه و فایده محدود می‌کند.

فقدان هماهنگی (و نه هم‌شکلی) میان پژوهش‌های دانشگاهی و نیازهای صنعتی، همچنان به عنوان مانعی پایدار در مسیر همکاری این دو نهاد باقی مانده است. با این وجود، نباید فراموش کرد که با وجود این چالش‌ها، همکاری‌های موفق میان دانشگاه و صنعت در ایران با اتخاذ رویکردی مناسب کاملاً امکان‌پذیر است. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که چارچوب‌ها و روش‌هایی وجود دارند که می‌توانند نتایج این همکاری‌ها را به طور قابل توجهی بهبود بخشند. رویکرد صحیح در این مسیر، احتمال دستیابی به «نوآوری بهره‌بردارانه» را افزایش می‌دهد؛ نوآوری‌هایی که بر دانش موجود بنا شده و آن را به سطحی عالی‌تر ارتقا می‌دهند. همچنین انتقال دانش میان دانشگاه و صنعت تأثیر مثبت چشمگیری بر ارزش پروژه‌های مشترک دارد و می‌تواند همچون پلی استوار، انتظارات هر دو طرف را مدیریت کند. این انتقال دانش، به ایجاد ارتباطات منظم منجر می‌شود و زمینه‌ای برای حل مسائل بلندمدت فراهم می‌آورد. علاوه بر این، فرصت‌هایی برای منفعت متقابل شناسایی می‌شود که خود می‌تواند همکاری را پربارتر کند و از آن یک رابطه پردرآمد بسازد که استمرار آن به نفع هر دو نهاد باشد.

یکی از راهکارهای مؤثر برای تقویت همکاری دانشگاه-صنعت که می‌تواند نقشی کلیدی در پیوند این دو ایفا کند، توسعه برنامه‌های درسی مرتبط‌تر است. دانشگاه‌ها می‌توانند با مشارکت رهبران صنعتی، برنامه‌های آموزشی مشترکی طراحی کنند که با نیازهای واقعی بازار کار همسو باشد. این همسویی نه تنها عدم تطابق مهارت‌ها میان فارغ‌التحصیلان و نیازهای صنعتی را کاهش می‌دهد، بلکه جریان استعدادهایی آماده‌تر برای ورود به عرصه صنعت را فراهم می‌آورد و به این ترتیب، چرخه ارتباطی میان دانشگاه و صنعت را تقویت می‌کند.

موفقیت این همکاری در گرو پذیرش متقابل مسئولیت‌ها از سوی هر دو طرف است. صنعت باید از نگاه ابزاری به دانشگاه فاصله گیرد و

بپذیرد که دانشگاه خیریه نیست و نمی‌تواند خدمات رایگان ارائه دهد؛ متقابلاً، دانشگاه نیز باید به این واقعیت توجه داشته باشد که صنعت روی منابع نامحدود مالی ننشسته است و با این حال، لازم است هزینه‌ها تا حد امکان مدیریت شوند تا همکاری پایدار و مؤثر شکل گیرد. این درک متقابل از واقعیت‌های یکدیگر، بنیانی استوار برای شکل‌گیری همکاری‌های بلندمدت و ثمربخش خواهد بود که می‌تواند افق‌های نوینی از توسعه را پیش روی هر دو نهاد بگشاید.

● چارچوب ترمیم پل شکسته صنعت و دانشگاه

تدوین یک چارچوب شفاف و هم‌افزا می‌تواند به ترمیم پل شکسته میان صنعت خودروسازی و دانشگاه کمک شایانی می‌کند. در این راستا، هماهنگی روشن در اهداف و انتظارات، مشارکت دانشجویان به عنوان کاوشگران علمی و نه صرفاً حلال مشکلات روزمره صنعت، تمرکز بر چالش‌های خاص صنعتی، ایجاد چارچوب‌های نهادی پشتیبان و تعهد بلندمدت از هر دو طرف، عناصر کلیدی این پیوند سازنده به شمار می‌روند. با بهره‌گیری از پژوهش‌ها و مطالعات موردی موفق، می‌توان چارچوبی جامع برای همکاری مؤثر دانشگاه-صنعت ترسیم کرد. شفاف‌سازی نقش‌های متمایز در عین تقویت درک متقابل نخستین گام این چارچوب است؛ دانشگاه‌ها و صنعت باید ضمن حفظ هویت‌های متمایز خود، درک عمیق‌تری از محدودیت‌ها و فرصت‌های یکدیگر پرورش دهند. نهادهای دانشگاهی باید نقش خود را به عنوان کاوشگران بی‌حد و مرز دانش حفظ کنند، در حالی که نسبت به نیازهای صنعت پاسخگوتر می‌شوند؛ متقابلاً صنعت نیز باید به آزادی علمی احترام بگذارد و همزمان، راهنمایی‌های شفاف‌تری درباره چالش‌های عملی که می‌توانند از بینش دانشگاهی بهره ببرند، ارائه دهد.

گام دوم در این راستا، توسعه سازوکارهای مؤثر و همسوسازی چارچوب‌های زمانی و انتظارات طرفین با نفع اقتصادی متقابل باشد. از آنجا که دانشگاه‌ها و صنعت در افق‌های زمانی متفاوتی عمل می‌کنند، همکاری‌های موفق باید این تفاوت‌ها را به رسمیت بشناسند. چنین همکاری‌هایی مستلزم تدوین مراحل مشخص با چارچوب‌های زمانی واقع‌بینانه و تعریف اهداف کوتاه‌مدت پروژه‌ای در درون برنامه‌های پژوهشی

بلندمدت برای حل مسائل اساسی است. علاوه بر این، ایجاد چارچوب‌های انعطاف‌پذیر که توانایی سازگاری مالی با شرایط متغیر را داشته باشند و تبیین معیارهای شفاف برای ارزیابی موفقیت، از دیگر ملزومات این همسوسازی به شمار می‌روند. نکته حائز اهمیت دیگر در این میان، نقش برجسته دانشجویان در همکاری‌های دانشگاه-صنعت است. منابع بی‌نظیر ایران فاخرالتحصیلان جوانان ایرانی است. مشارکت دانشجویان در پروژه‌ها می‌تواند دیدگاه‌ها و ایده‌های نوینی به جریان همکاری تزریق کند و با گسترش کارآموزی‌های واقعی (نه سوری)، به توسعه اعتماد و درک متقابل میان دانشگاه و صنعت بینجامد. چنین مراوداتی به انباشت دانش و استمرار پژوهش برای بخش صنعت منجر می‌شود که ارزشمندترین دستاورد این همکاری محسوب می‌گردد. بدین ترتیب، دانشجویان نه تنها در فرآیند یادگیری خود را ارتقا می‌بخشند، بلکه به پل ارتباطی پویایی بین دو نهاد تبدیل می‌شوند که می‌تواند به تداوم و تعمیق همکاری‌ها در طول زمان کمک شایانی کند و با اشتیاق بیشتر جذب صنعت بعد از دوره تحصیلات خود بشوند.

● نتیجه‌گیری: به رسمیت شناختن تفاوت‌های بنیادی میان دانشگاه‌ها و صنعت در عین ایجاد پل میان آنها

شکست مداوم مشارکت‌های دانشگاه-صنعت در بخش خودروسازی، فرصت و منابع انسانی و مالی مهم از دست رفته در مقطعی بحرانی برای این صنعت محسوب می‌شود. با پذیرش چالش‌های ساختاری و اجرای عوامل موفقیت ثابت‌شده، ذینفعان می‌توانند مدل‌های همکاری مؤثرتری ایجاد کنند که از نقاط قوت مکمل شرکای دانشگاهی و صنعتی بهره می‌برند. آینده صنعت خودروسازی به نوآوری‌های پیشرفته‌ای بستگی دارد که چالش‌های پیچیده‌ای از برقی‌سازی تا رانندگی خودران و الکترونیک و هوش مصنوعی را حل می‌کنند. تنها از طریق همکاری مؤثر بین دانشگاه‌ها و صنعت می‌توان این نوآوری‌ها را با سرعت مورد نیاز در فضای رقابتی امروز توسعه داد و اجرا کرد.

نباید دانشگاه را وادار کنیم مانند صنعت فکر کند و برعکس. اینها دو موجودیت متفاوت هستند که به گونه‌ای متفاوت می‌اندیشند، به شکلی متفاوت سازماندهی می‌شوند، با اهداف

متفاوت، اما یکدیگر را تکمیل می‌کنند. به نظر می‌رسد نیاز به یک چارچوب ساختاری جامع برای شکوفایی هر دو نهاد وجود دارد. همکاری موفق دانشگاه-صنعت اغلب نیازمند ساختارهای پشتیبانی ملی است. ارتباط صنعت و دانشگاه نه سریع اتفاق می‌افتد و نه به زور اتفاق. بلکه کلید موفقیت، ایجاد اکوسیستمی است که به نقش‌های متمایز دانشگاه‌ها و صنعت احترام می‌گذارد در حالی که تعامل سازنده آنها را تسهیل می‌کند. در چنین اکوسیستمی، نهادها خود به بلوغ همکاری می‌رسند و تعاملات به صورت طبیعی رشد می‌کند. و دانشگاه‌ها آزادی خود را برای پیگیری پژوهش‌های پیشگامانه حفظ می‌کنند در حالی که نسبت به نیازهای صنعت پاسخگوتر می‌شوند، و صنعت تمرکز خود را بر قابلیت تجاری حفظ می‌کند در حالی که نسبت به نوآوری اکتشافی گشوده‌تر می‌شود. با به رسمیت شناختن تفاوت‌های بنیادی میان دانشگاه‌ها و صنعت در عین ایجاد پل میان آنها، می‌توانیم از پتانسیل کامل نوآورانه همکاری‌های دانشگاه-صنعت برای پرداختن به چالش‌های فوری پیش روی صنعت خودروسازی و فراتر از آن بهره‌مند شویم.

● راهبرد پیشنهادی:

جسارت در ارتقای تعاملات علم و صنعت

علی‌رغم تجربیات نه‌چندان درخشان در عرصه پیوند دانشگاه و صنعت خودرو در ایران، باید اذعان داشت که در گستره محدودی، همکاری‌های موفقیت‌آمیزی به ظهور رسیده است. برای نیل به موفقیت‌های فراگیرتر، ضروری است که مراکز علمی و پژوهشی ما پیوندهای استواری هم در عرصه داخلی و هم با پیش‌تازان صنعت و دانش جهانی برقرار سازند. چنین مشارکت‌هایی که با بالندگی و تکامل طبیعی (نه نمایش‌های سطحی و تظاهرآمیز) همراه باشند، به مرور زمان شرکای بیشتری از بخش‌های دولتی و صنعتی را به سوی خود جلب خواهند کرد و امکان توسعه زیرساخت‌ها و برنامه‌های خود را فراهم خواهند آورد. برای گشودن گره‌های موجود و بسط دامنه این همکاری‌ها، راهبردهای ذیل شایان توجه می‌نماید:

۱. **اهداف روشن:** همکاری‌های موفق نیازمند رصد مستمر و بازتعریف "اهداف روشن و چالش‌برانگیز" در کنار "معیارهای دانشگاهی و صنعتی" و سنجش منظم این تعاریف هستند. این رویکرد نظام‌مند امکان اصلاح مسیر را

در مواقع ضروری فراهم می‌سازد. همچنین، نگرش راهبردی بلندمدت ضروری است، چرا که ایجاد اعتماد متقابل و دستیابی به ادراک و زبان مشترک، فرآیندی زمان‌بر است. تفکر کوتاه‌مدت می‌تواند پیوندهای بنیادین لازم برای موفقیت تعامل صنعت و دانشگاه را تضعیف کند.

۲. **مدیریت حرفه‌ای:** رویکرد مدیریت حرفه‌ای از عناصر حیاتی همکاری‌های موفق است. چنین رویکردی مشارکت‌های دانشگاهی و صنعتی را با مهارت تخصصی و دقت هدایت می‌کند و مجاری ارتباطی منظم را به صورت حرفه‌ای حفظ می‌نمایند. پژوهش‌ها نیز باید با همان دقت و وسواسی که در دیگر ابتکارات راهبردی تجاری وجود دارد، مدیریت شوند. این امر برای افزایش ضریب موفقیت مشارکت‌های دانشگاه-صنعت به‌ویژه در حوزه خودروسازی، در حال حاضر ضروری است.

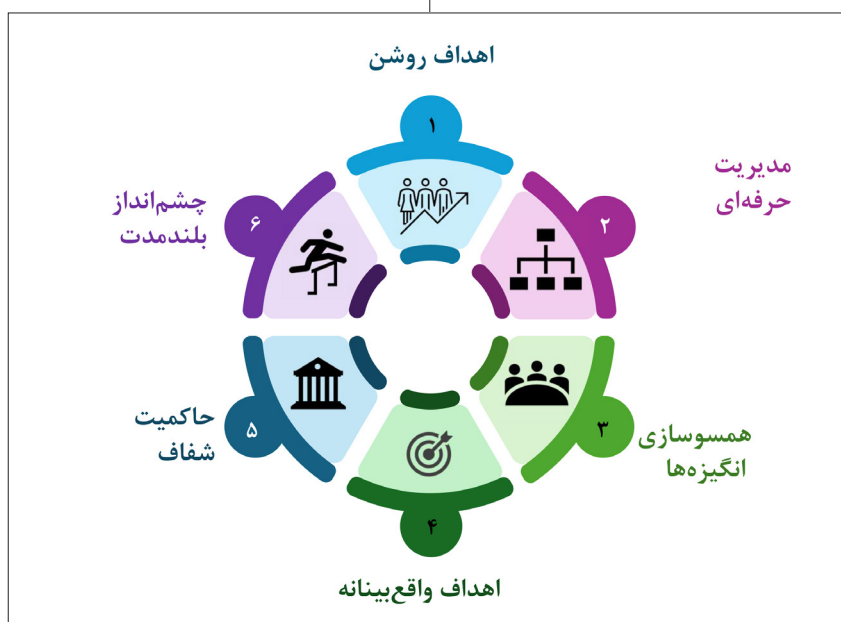
۳. **همسوسازی انگیزه‌ها (نه مهارت‌ها):** همسوسازی ساختارهای انگیزشی یکی از رویکردهای نویدبخش است. مراکز دانشگاهی باید معیارهای ارتقا و تصدی را بازنگری کنند تا همکاری با صنعت به اندازه معیارهای سنتی آکادمیک مورد توجه قرار گیرد. در همین راستا، بنگاه‌های اقتصادی نیز باید مسیرهای مشخصی برای شناسایی و پاداش‌دهی به پژوهشگرانی که به طور مؤثر با شرکای دانشگاهی و صنعتی تعامل دارند، تدوین کنند.

۴. **اهداف واقع‌بینانه:** تدوین مأموریت‌های واقع‌بینانه اهمیت بسیاری دارد. مشارکت‌ها

باید با اهداف دست‌یافتنی که بر چالش‌های خاص صنعتی متمرکز هستند آغاز شوند، نه اینکه تلاش کنند مشکلات گسترده صنعت را یک‌شبه حل کنند. با ایجاد اعتماد و افزایش توانمندی‌ها، دامنه فعالیت‌ها می‌تواند به تدریج گسترش یابد.

۵. **حاکمیت شفاف:** استقرار نظام حاکمیتی شفاف و ارتباطات اثربخش از الزامات اصلی است. مشارکت‌های موفق نیازمند ساختارهای حاکمیتی منسجم با نقاط تماس مستمر میان شرکا هستند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که "احتمال همکاری بنگاه‌های اقتصادی با دانشگاه‌ها به اهمیت ادراک شده آنها از مراکز دانشگاهی به عنوان خاستگاه نوآوری وابسته است." این ادراک تنها از طریق ارتباطات معنادار و مداوم قابل تقویت است. فقط برند خودروسازی مطرح نیست. دانشگاهی‌ها هم برای ارتقا برند پژوهشی خود باید سعی کنند و البته حمایت مالی شوند.

۶. **چشم‌انداز بلندمدت:** تعهد به چشم‌انداز بلندمدت همراه با دستاوردهای کوتاه‌مدت، حلقه تکمیلی این زنجیره است. شکل‌گیری همکاری اثربخش بین دانشگاه و صنعت مستلزم صرف زمان است، در حالی که ارزش‌آفرینی تدریجی نیز ادامه دارد. برای تقویت تعامل دانشگاه-صنعت، مراکز دانشگاهی باید خود را به عنوان کانون‌های نوآوری عملگرا معرفی کنند. این امر نیازمند صبر و نمایش مستمر ارزش‌آفرینی است.





اندیشکده خودرو
AUTO THINK TANK

اندیشکده خودرو، به عنوان پیشگام‌ترین نهاد مشاوره‌ای ایران در حوزه خودرو و حمل و نقل، با ارائه مطالعات راهبردی علمی و عملی، رسالتی بزرگ در ترویج نوآوری، پایداری و شناخت عمیق روندهای جهانی بر عهده دارد. این اندیشکده با اتکا به توانمندی‌های منحصر به فرد هسته دانشی خود و همکاری گسترده با دانشگاه‌های برجسته کشور، طیف وسیعی از تحلیل‌های سیاسی، اقتصادی و صنعتی را ارائه داده و از حرکت به سوی توسعه خودروهای پایدار و تقویت تاب‌آوری زنجیره تأمین حمایت می‌کند. همچنین با تمرکز بر هوش مصنوعی، ارتقای منابع انسانی و تجارت بین‌الملل، از طریق تحلیل‌های بازار، آموزش تخصصی و مشاوره حرفه‌ای، نقشی کلیدی در افزایش رقابت‌پذیری صنعت ایران در عرصه جهانی ایفا می‌کند.

۰۹۱۲۳۴۸۴۲۹۳

۰۲۱-۹۱۶۹۰۹۲۶



AUTOTT.IR

