



بازکاوی مقوله کارآفرینی،
چالش‌ها و رویکردها

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

اشرف آقاباباپور دهکردی^۱

طاهره آقاباباپور دهکردی^۲

۱. کارشناس ارشد مهندسی کشاورزی دانشگاه صنعتی اصفهان
۲. دانشجوی کارشناسی مدیریت دولتی پردیس قم دانشگاه تهران





چکیده

به موجب اساسنامه سازمان بین‌المللی کار، مبارزه با بیکاری یکی از مهم‌ترین وظایف دولت‌ها می‌باشد. در کشور ما با وجود انبوه جمعیت جوان راه‌کار مناسب در زمینه افزایش به‌کارگیری جوانان جویای کار، گرایش به سمت کارآفرینی است. مهم‌ترین دستاورد کارآفرینی برای توسعه کشور ایجاد اشتغال و رفاه و ثروت و شناخت فرصت‌های مناسب است و حتی عده‌ای معتقدند که کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک مکانیزم، موجب افزایش بهره‌وری در سازمان شود به‌طوری که امروزه کشورهای توسعه‌یافته از یک زاویه‌ی جدید شرکت‌های خود را در یک محیط کاملاً متغیر، پویا نگاه داشته‌اند و علت آن کشف و پرورش انسان‌های خاصی است که نقش‌آفرینی می‌کنند. در این مقاله تاریخچه کارآفرینی، نقش کارآفرینی در حل مشکلات جامعه، چالش‌های موجود در کشور در این زمینه و راه‌کارهایی برای بالا بردن روحیه کارآفرینی ارائه شده است.

واژگان کلیدی

بیکاری، جوانان، کارآفرینی





مقدمه

به موجب اساسنامه سازمان بین‌المللی کار، مبارزه با بیکاری یکی از مهم‌ترین وظایف دولت‌ها می‌باشد. هم‌اکنون در کشور ایران یکی از بزرگ‌ترین معضلات اجتماعی، انبوه جمعیت در سنین فعالیت و بیکاری است. می‌توان از این فرصت به‌نحو احسن استفاده کرد و آن‌را در جهت ارتقای سرمایه انسانی و سطح توسعه کشور به‌کار برد (۵). توسعه کارآفرینی یکی از کم‌هزینه‌ترین سیاست‌ها برای حل معضل بیکاری است. در ادبیات کارآفرینی^۱ تعاریف مختلفی برای آن ارائه شده است اما هنوز تعریف رسمی و استاندارد که قابل قبول اکثریت صاحب‌نظران باشد، وجود ندارد. بعضی می‌گویند کارآفرینی یک رفتار است نه یک صفت ویژه در شخصیت فرد کارآفرین. برخی می‌گویند، کارآفرینی کاربرد مفاهیم تکنیک‌های مدیریت است. برخی کارآفرینی را فرآیندی که منجر به تولید کالایی جدید، ایجاد روشی جدید، بازار جدید و منابع جدید می‌شود، تعریف کرده‌اند (۵).

امروزه همه اندیشمندان و نظریه‌پردازان توسعه به این حقیقت اذعان دارند که توسعه، مدیریت توسعه‌یافته می‌خواهد و مدیریت توسعه‌یافته که محصول توسعه‌ی پایدار است، کسی نیست جز رهبری که با استفاده از روش‌ها و متدهای پیشنهادی افراد خلاق و کارآفرین به‌عنوان حامیان توسعه‌ی پایدار، استراتژی مناسب توسعه را انتخاب و به‌کار می‌گیرد. توسعه‌ی سازمان^۲ (OD) به‌عنوان فرآیندی کلی که به منظر بهسازی و نوسازی سازمان به‌مورد اجرا گذارده می‌شود، تعریف می‌شود و یکی از نافذترین و در عین حال مهم‌ترین مبانی (OD) کاربرد مدلی است برپایه مشارکت کارکنان و عدم بهره‌گیری از جبر. بنابراین کارآفرینان که به‌عنوان نوآوران سازمان سعی می‌کنند روش‌های نوین تولید را جایگزین روش‌های سنتی کنند، عامل کلیدی این بهسازی سازمانی به‌شمار می‌روند. شومپیتر معتقد است کارآفرین کسی است که نوآوری خاصی داشته باشد در نتیجه مدیران با تکیه بر نظرات نو و خلاق کارآفرینان، می‌توانند در شخصیت و ماهیت سازمان تغییراتی به وجود آورند که عملکرد سازمان را متحول کرده و موجب بهسازی و نوسازی سازمان شود. بنابراین ایجاد ساختار سازمانی مدرن و نوین که در آن بستری برای رشد و پرورش کارآفرینی فراهم آید، عاملی در جهت توسعه خواهد بود (۱۰، ۱۳).

کلید موفقیت کارآفرینی، یافتن روش‌های خلاقانه‌ای است که با به‌کارگیری فناوری‌های جدید یا بازاریابی بهتر، سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر، نیازهای مشتری را به‌نحو احسن برآورده می‌سازند. این به‌معنای تولید محصولات موجود با هزینه‌های کمتر یا ارتقای کیفیت آنها و یا به‌معنای ایجاد بازارهایی برای محصولات کاملاً جدید است. کارآفرین با شناخت صحیح از فرصت‌ها و استفاده از سرمایه‌های راکد امکاناتی را فراهم کرده و با سازماندهی و مدیریت مناسب منابع، ایده خویش را عملی می‌کند و علاوه بر آن نقش مهمی در تولید و «اشتغال مولد» دارد (۱۳).

کارآفرینی و کارآفرین اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و همه مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به‌نحو کارآفرینی را در نظریه‌های خود تشریح کرده‌اند (۸).

1 . Entrepreneurship
2 . Organization development



اولین کشورهایی که در این زمینه کار کردند و به ترتیب قدم جلو گذاشته‌اند آلمان، انگلیس و آمریکا بوده‌اند. در آلمان در سالهای ۱۹۳۳ تا ۱۹۳۵ مطالعه و شناسایی بر روی افراد جسور و نوآور و افراد با انگیزه‌ای که اتفاقاً دارای محدودیت‌های شدید مالی بودند آغاز شد. اولین سیاست‌ها، سیاست‌های حمایتی از این افراد بود. به‌همین منظور اولین آموزشکده برای تربیت این افراد در این کشور ایجاد شد. این آموزشکده‌ها بین سال‌های ۱۹۳۷ تا ۱۹۴۰ در انگلیس و سپس کمی دیرتر یعنی بین سال‌های ۱۹۴۲ تا ۱۹۴۳ در آمریکا دایر شد. افراد در این دانشکده‌ها طی دوره‌های کوتاه‌مدت، آموزش‌های لازم را برای شروع کارهای اقتصادی طی می‌کردند و یکی از این مباحث این بود که چگونه اقتصاد از طریق توسعه کارآفرینی رشد یابد. افراد در این آموزشکده‌ها مسائل خود را می‌گفتند و تعدادی روانشناس، رفتارشناس، جامعه‌شناس و استاد مدیریت به اندیشه این افراد جهت می‌دادند (۸).

اواخر دهه ۵۰ میلادی اولین کشوری که در این زمینه خیلی کلاسیک کارکرد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان شروع کرد، کشور ژاپن بود. اولین موسسه در توکیو در سال ۱۹۵۶ میلادی آغاز به کار کرد. در سال ۱۹۵۸ آموزش و پرورش ژاپن دست به کار شد و با پیاده کردن یک طرح توانست در حین تحصیل به دانش‌آموزان خود آموزش دهد که چگونه به دنبال کسب سود باشند. مساله کارآفرینی به سطح دانشگاه‌ها هم در ژاپن کشیده شد. به طوری که اکنون در ژاپن ۲۵۰ موسسه بزرگ کارآفرینان وجود دارد. آمارهای حاصل شده در این زمینه جالب است: بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۲ میلادی بیش از ۹۶٪ نوآوری‌های صنعتی که توانست موقعیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برجسته و برتر تبدیل کند توسط کارآفرینان صورت گرفت. البته سیاست‌گذاری‌ها و حمایت‌های دولت در این زمینه، نقش مهمی داشت. کارآفرین‌ها در یک اتاق خاص و در مراکز مجهز و مناسب کار می‌کردند و تشویق می‌شدند و اختراعات و ابتکارات با نام خودشان ثبت می‌شد و به‌عنوان قهرمان ملی معرفی می‌شدند. هنوز هم در کشور ژاپن در شرکت‌هایی بزرگ مثل میستوبیشی و چند شرکت دیگر یک سری افرادی استخدام می‌شوند و بدون داشتن هیچ نوع پست سازمانی در داخل اتاق‌ها می‌نشینند و در زمینه‌ی نوآوری کار می‌کنند و علاوه بر حقوق ماهیانه قرارداد نوآوری از آن‌ها توسط صاحب شرکت خریداری می‌شود (۸).

در آمریکا بیش از ۹۶٪ از اختراعات و نوآوری‌ها توسط کارآفرینان واحدهای صنعتی کوچک و متوسط انجام شده است (۸).

در تایوان برنامه‌های تربیت کارآفرینان جوان و هم‌چنین ارتقای سطح کارآفرینان شاغل در تایوان براساس یک برنامه بلندمدت و فراگیر که دربردارنده قشرهای مختلف می‌باشد، طراحی شده است. در سال‌های اخیر، کارآفرینان در واحدهای خوداشتغالی، نوآوری‌ها و خلاقیت‌های بسیار زیادی در عرصه صنایع الکترونیک، مخابرات، کامپیوتر (سخت‌افزار و نرم‌افزار) و در بخش خدمات به‌ویژه در نگهداری و خدمات پس از فروش از خود نشان داده‌اند. هسته‌های خود اشتغالی در تایوان همان واحدهای صنعتی کوچکی هستند که توانسته‌اند با استفاده از حجم کمتری از سرمایه‌ی مادی و نیروهای انسانی و در مقابل با بهره‌گیری از حجم گسترده‌تری از نیروهای خلاق و کارآفرین همراه با بهره‌وری فوق‌العاده، نقش و تأثیرگذاری ویژه‌ای بر اقتصاد این کشور بگذارند و شکوفایی اقتصادی را به ارمغان آوردند. این کشور از نظر دارا بودن تعداد شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی (از مجموع شرکت‌های صنعتی) در بین



کشورهای جهان در جایگاه اول قرار دارد، چرا که نزدیک به ۹۸٪ از کل شرکت‌های صنعتی در تایوان را بنگاه‌های کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند. در بخش خدمات نیز بیش از ۸۹٪ از مجموع شرکت‌های تجاری و خدماتی متعلق به بنگاه‌های کوچک و متوسط است (۱۲،۱۱).

در مالزی به دلیل اهمیت موضوع، وزارت توسعه کارآفرینی تشکیل شده است که وظایف زیر را بر عهده دارد (۱۲):

۱. القای فرهنگ کارآفرینی در میان جامعه؛
 ۲. آموزش و راهنمایی کارآفرینان بالقوه در قالب برنامه‌های مشاوره‌ای در جهت ایجاد کسب‌وکار جدید؛
 ۳. بهبود کیفیت و کارایی مدیریت فعلی کسب‌وکار؛
 ۴. تشویق کارآفرینان و تدارک محیط‌های سودمند از طریق کلوب‌ها و انجمن‌ها.
- توسعه کارآفرینی را در یک کشور بسیار فقیر و بدون منابعی نظیر هندوستان نیز می‌توان مشاهده کرد. به طوری که بین سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ یعنی ظرف ۲۰ سال ۵۰۰ مؤسسه ترویج کارآفرینی شروع به کار کردند تا کارآفرینان مجرب بتوانند نوآوری‌های صنعتی ایجاد کنند و در تأمین نیازهای اساسی مردم کمک کنند و باعث جلوگیری از مهاجرت روستاییان و حاشیه‌نشینان به شهرها شوند (۸).
- در کشور ما با وجود انبوه جمعیت جوان راه‌کار مناسب در زمینه افزایش به‌کارگیری جوانان جویای کار، لزوم توجه به کارآفرینی حس می‌شود.

دلایل عمده ضرورت توسعه کارآفرینی را می‌توان به شرح زیر عنوان کرد (۱۳):

- عقب‌نماندن از رقبا؛
- پیشرفت سریع دانش و فناوری؛
- ضرورت ریسک‌پذیری؛
- خروج بهترین نیروهای کاری از شرکت‌ها و اقدام به کارآفرینی مستقل؛
- تعامل سازمان با تحولات بازار؛
- اثرات متحول‌گونه به‌کارگیری طرح‌های جدید در سازمان؛
- ضرورت ایجاد واحدهای مستقل کاری در بنگاه‌های بزرگ؛





- تغییر روند جمعیت‌شناسی؛
- کوچک‌سازی و خصوصی‌سازی واحدهای تولیدی.

چالش‌ها

از چالش‌هایی که در عرصه کارآفرینی وجود دارند می‌توان به این موارد اشاره کرد (۷،۵،۱) :

۱. **انحصار دولت:** نامشخص بودن موفقیت افراد پرتحرک باعث می‌شود که افراد، تمامی فرصت‌های فعالیت را در دست دولت بدانند. لذا اقدام به جست‌وجو برای یافتن فرصت‌های بکر نمی‌کنند و روحیه سکون بر جامعه حاکم می‌شود.
۲. **سرکوبی خلاقیت:** به نیروی انسانی خلاق توجه چندانی نمی‌شود.
۳. **ریسک‌گریزی:** محیط خانواده، مدرسه و جامعه به گونه‌ای است که غالب جوانان، حتی قشر تحصیل‌کرده را به سمت حرفه‌هایی با درآمد مطمئن و بدون ریسک سوق می‌دهد.
۴. **عدم تناسب دروس دانشگاهی با نیازهای بازار کار:** راه‌اندازی و اداره یک واحد اقتصادی فعال، نیازمند آشنایی با طیف وسیعی از دانش‌ها و مهارت‌هاست.
۵. **عدم توجه به آموزش حین کار و توانمندسازی افراد:** علاوه بر خانواده و مدرسه یکی از فرصت‌های مناسب آموزش مهارت‌های کارآفرینی آموزش حین کار است که به آن توجهی نمی‌شود.
۶. **باورهای نادرست:** اگر بتوان این فرهنگ را در جامعه جا انداخت که کار را باید به کاردان سپرد فرصت‌های بسیاری برای اشتغال ایجاد می‌گردد. در جامعه ایران همه‌کاره بودن و خود مشاوره ارزش بالایی دارد.
۷. **مشارکت‌گریزی:** بر طبق آمار ثبت شرکت‌ها و مؤسسات تجاری و غیرتجاری روزانه چندین شرکت ثبت و از سوی دیگر چندین شرکت منحل می‌شوند. درحال حاضر باید پاسخ این سؤال را پیدا کرد که چرا مشارکت در ایران موفق نیست؟
۸. **موانع قانونی:** قانون کار ایران موازنه‌ای معقول و قابل اعمال بین کارفرما و کارگر ایجاد ننموده است. این مهم کارآفرینی را با مشکل مواجه کرده است.
۹. **غفلت از ابداع، نوآوری، اختراع و فقدان سازوکار لازم:** زیربنای اشتغال و کارآفرینی چیزی جز نیاز نیست. نیاز همه جوانب زندگی انسان را در بر گرفته است. درک نیازها و پاسخگویی به رفع آنها صرفاً از طریق نوآوری و اختراع امکان‌پذیر است.





۱۰. مشکل تأمین سرمایه اولیه: کارآفرینان برای عملی ساختن ایده‌های خود با مشکل مواجهند. سرمایه‌داران بزرگ فرصت شنیدن ایده‌های کارآفرینان و پرداختن به کارهای کوچک را ندارند و سرمایه‌های خود را صرف پروژه‌های کلان می‌نمایند.

عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی

این برهه زمانی بهترین فرصت برای توسعه کارآفرینی در جامعه است. در زمان اوج متقاضیان کار که نیروی کار تازه و شاداب وارد بازار کار می‌شود، دولت یا ارگان متولی توسعه کارآفرینی می‌تواند به راحتی کارآفرینان بالقوه و مستعد موجود در خیل عظیم نیروی کار را شناسایی نموده و در طرح جامع توسعه کارآفرینی از آن‌ها کمک بگیرد. وظیفه‌ای که در اینجا وجود دارد این است که به نحوی مقتضی مشکلات فوق حل و فصل شوند.

از جمله راه کارهایی که برای این مهم مؤثرند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد (۹، ۸، ۷، ۶، ۱):

- توسعه فرهنگ کارآفرینی: فرهنگ کارآفرینی نوعی فرهنگ اجتماعی است که رفتار کارآفرینانه را تشویق و حمایت می‌کند. بستر فرهنگی، به عنوان عاملی زیربنایی و یا حتی مبنا و اساس سایر بسترهای لازم برای کارآفرینی، مستلزم تحولات عمیقی در شناخت، باورها، حقوق، آداب و رسوم و اخلاق یک ملت است. فرهنگ جامعه در سطح ملی نیز با تأثیرات قابل توجهی که بر ویژگی‌های اکتسابی فرد می‌گذارد، و هم‌چنین محدودیت‌ها و فرصت‌هایی که برای سازمان‌ها ایجاد کند، اثرات قابل توجهی بر فرایند کارآفرینی می‌گذارد. در توسعه فرهنگ کارآفرینی بایستی چند هدف اساسی دنبال شود: ایجاد بستر لازم برای تربیت کارآفرینان، تشویق افراد به مشارکت فعالانه در طرح‌های کارآفرینی، تشویق سازمان‌های دولتی و غیردولتی به حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی.
- آموزش: در کشورهای اروپایی، مباحث کارآفرینی از چنان اهمیتی برخوردارند که همه رشته‌های دانشگاهی حداقل یک درس با عنوان کارآفرینی ارائه می‌شود؛ به جهت اهمیت موضوع، کاربردی بودن درس و هم‌چنین منافع بسیار زیاد مشاهده شده از آن، مهارت‌های ارائه شده در این درس به دقت و متناسب با اهداف و سیاست‌های کلان اقتصادی تعیین می‌شوند. یکی از چالش‌های پیش روی جوامع مختلف، دانش‌آموختگان فاقد توانایی‌های فردی و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب و کار مناسب است. این امر، آماده‌سازی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را به وسیله توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان مسلم می‌سازد. آماده سازی در مورد کارآفرینی بایستی بعد از فارغ‌التحصیلی باشد. بلکه این امر بایستی در حین تحصیل انجام شود و لازم است روح کارآفرینی در دانشگاه‌ها پرورش داده شود. در این راستا، بازنگری در رشته‌های دانشگاهی و سرفصل‌های دروس آموزشی در تمامی مقاطع به ویژه در دانشگاه‌ها و تأسیس رشته‌های علمی بویژه علومی که خلاء آنها در کشور محسوس است در جهت تأمین منافع ملی امری لازم و ضروری به نظر می‌آید. دلایل نیاز به ارائه درس کارآفرینی را می‌توان تقویت ساختارهای





دانایی محور در تولید علم و فن، توجه به تولید علم و تولید ثروت از دانش، ایجاد توان شناسایی نیازهای جامعه و تطبیق تخصص و تحصیلات، ایجاد و پرورش فرهنگ کارآفرینی، ایجاد توانایی کارگروهی، بالابردن توان ارزش‌آفرینی، آشنایی با منابعی که به دانشجویان در جهت شناسایی فرصت‌های جدید و ایجاد توان پردازش ایده‌های نو کمک خواهد کرد، ایجاد توانایی ارزیابی اقتصادی از طرح تجاری، ایجاد توان شناسایی تحولات در نیازهای جامعه، درک مفهوم کارآفرینی در ارتباط با توسعه اقتصادی، ایجاد و تقویت برخی بسترها و ظرفیت‌های بالقوه برای مسائل علمی حل نشده، نیازهای کشور به ایده‌های نو، تشویق و گسترش خلاقیت برای خلق کسب‌وکارها و مفاهیم کسب‌وکار جدید، افزایش پویایی و بالا بردن قدرت تجزیه و تحلیل دانشجویان در شناسایی بازار، تکنولوژی، فرصت‌های مالی و اقتصادی، شناسایی قوت و ضعف کسب‌وکارهای موجود، تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدها و ارائه راهکارهای بهبود آنها بیان کرد.

- **بررسی جنبه‌های اقتصادی کسب‌وکار:** در این رابطه می‌توان علل عدم موفقیت کارآفرینان در ایجاد کسب‌وکارهای جدید، شیوه‌های تأمین مالی برای حمایت از کارآفرینان، نقش کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی از دیدگاه تئوری‌های اقتصاد، رویه‌ها و روش‌های مالی در مؤسسات کارآفرینی، نقش کارآفرینی در احیای صنایع روبه زوال، نقش کارآفرینی و اشتغال‌زایی (به‌ویژه جوانان)، جایگاه کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورهای جهان سوم، کارآفرینی در بخش کشاورزی را مورد بررسی قرار داد.
- **بررسی ویژگی‌های روانشناختی و فردی:** بررسی علل خروج نیروهای کلیدی شرکت‌ها، شناسایی کارآفرینان موفق و ارائه الگوی موفقیت آن‌ها در بخش صنعت و خدمات، ویژگی‌های شخصی و روانشناسی کارآفرینان فردی، ویژگی‌های شخصیتی - روانشناسی کارآفرینان سازمانی، متغیرهای تسهیل‌کننده و نیازهای مختلف کارآفرینان در صنایع مختلف، مطالعه در خصوص ویژگی‌ها و انگیزه‌های کارآفرینان زن، نقش والدین در تربیت و ایجاد خلاقیت و ویژگی‌های شخصیتی در کارآفرینان، اخلاق کارآفرینی و عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری توسط کارآفرینان در این مقوله می‌گنجد.
- **عوامل اجتماعی و نقش دولت:** نقش سیاست‌های حمایتی دولت در توسعه صنعتی و ایجاد شرکت‌های جدید، نقش دولت در ایجاد مراکز آموزش و ترویج کارآفرینی، جنبه‌های قانونی و حقوقی ایجاد یک فعالیت جدید در قالب یک شرکت، رسانه‌های گروهی در ترویج کارآفرینی در جامعه، ارتباط قانون‌کار و مقررات مربوطه با فرهنگ کارآفرینی را می‌توان در این مبحث بررسی کرد.
- **تکنولوژی اطلاعات:** نقش تکنولوژی اطلاعات و اینترنت در توسعه فرصت‌های کارآفرینی، فرایند انتقال تکنولوژی و فرایند نوآوری در شرکت‌های کارآفرین و استفاده از تکنولوژی اطلاعات در کارآفرینی از اهمیت بالایی برخوردارند.



نتیجه گیری

در وضعیت کنونی کشور ما به منظور بالابردن روحیه کارآفرینی موارد زیر توصیه می شود (۲، ۳، ۴، ۷):

۱. حفظ و توسعه کسب و کارهای موجود: این کسب و کارها را به توسعه اقدامات و فعالیت های خود تشویق و ترغیب کنند.
۲. ایجاد کسب و کارهای جدید: برخی از پژوهشگران با تکیه بر حقایق اقتصادی، ایجاد کسب و کارهای جدید را تنها استراتژی کارآمد برای توسعه اقتصادی می دانند.
۳. عدم تأکید بر یک صنعت یا کسب و کار خاص: تأکید بر یک کار خاص باعث کاهش تنوع اقتصادی شده و مانع به ثمر نشستن ابتکارات و نوآوری ها می شود.
۴. همکاری بانک ها و موسسات مالی و اعتباری: بانک ها می توانند با تأمین مالی برای شرکت ها، ارائه مشاوره های مالی، اعطای وام ها با نرخ بهره ی مناسب، تقویت نقدینگی شرکت ها، کاهش مالیات، کاهش بوروکراسی اداری و ایجاد فضای کارآفرینی باعث توسعه آن گردند.
۵. افزایش سازمان های حمایت کننده از کارآفرینان؛
۶. تأکید بر جذب و توسعه فن آوری های جدید: گسترش و توسعه ی فن آوری اطلاعات و ارتباطات می تواند زمینه را برای ارتباطات مؤثرتر فراهم آورد و موجب رشد و شکوفایی اقتصاد شود. توسعه این فن آوری ها، توانایی شرکت ها را در ایجاد ارتباط با بخش های مختلف، مشتریان و تأمین کنندگان افزایش می دهد. گسترش فن آوری های جدید، نیازمند نیروی انسانی ماهر و کارآمد است. یکی از سیاست های عمده در این زمینه افزایش سطح استانداردهای آموزشی در مدارس است. علاوه بر این برگزاری دوره های آموزشی، جذب نیروی انسانی ماهر و ایجاد محیط مناسبی برای کار و زندگی، تأثیر زیادی در تربیت نیروی ماهر و کارآمد دارد.





منابع و مآخذ

۱. اکبری، کرامت‌الله، ۱۳۸۰، نقش نظام آموزشی - پژوهشی در توسعه کارآفرینی، مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری‌های اطلاعات پیشرفته
۲. بهزادیان نژاد، قربان، ۱۳۸۰، ضرورت توجه به کارآفرینی و فناوری‌های اطلاعات پیشرفته، مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری‌های اطلاعات پیشرفته
۳. صمدآقایی، جلیل، ۱۳۷۸، سازمان‌های کارآفرین، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، ص ۱۳
۴. فخرایی، مرضیه، «کارآفرینی و راهکارهای توسعه آن»، انتشارات سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، دفتر مطالعات و پژوهش‌های راهبردی
۵. معتمدی، غلامرضا، ۱۳۸۵، چالش‌های فرا روی اشتغال در بخش کشاورزی، فصل‌نامه‌ی نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، سال سوم، شماره یازدهم

6. <http://www.imi.ir>
7. <http://www.ebusinessstutor.com>
8. http://www.ffst.hr/ENCYCLOPAEDIA/philosophy_for_children.htm
9. <http://www.karafariny.com>
10. <http://www.mgtsolution.com>
11. <http://www.megasoftco.ir>
12. <http://razavi.itan.ir/>
13. <http://fa.wikipedia.org/wiki/>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی