

الگوی بومی و یکپارچه توسعه سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران

دکتر حسنعلی آقاجانی^۱

امیر کوه‌کن موخر^۲

مریم علی نژاد^۳

چکیده

سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال مولد است. با توجه به اهمیت کارآفرینی و کارآفرینان در ایجاد اشتغال مولد در جامعه، در جوامع امروزی لازم است انقلاب کارآفرینی رخ دهد. در مقاله حاضر، با هدف بومی‌سازی علم و عمل مدیریت سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران، به طراحی، تبیین و ارائه الگوی بومی و یکپارچه توسعه سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و ایجاد اشتغال در استان مازندران با رویکردی سیستماتیک و کل‌گرا اقدام شده است. در پایان تلویحات کاربردی برای مدیران، سیاست‌گذاران و پژوهشگران ارائه شده است.

واژگان کلیدی: الگو، توسعه، سرمایه‌گذاری، کارآفرینی، اشتغال

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رساله جامع علوم انسانی

۱. استادیار دانشگاه مازندران

۲. کارشناس ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه مازندران

۳. کارشناس ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه پیام نور ساری

دریافت مقاله: ۹۱/۲/۱۵ تصویب نهایی: ۹۱/۸/۳۰

واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی اینترپرندر^۱ به معنی متعهدشدن و نیز اصطلاحاً به معنی واسطه یا دلال نشأت گرفته، و مفهومی است که تاکنون از دیدگاه‌های مختلف و متعددی مورد بررسی قرار گرفته است. از اواخر دهه ۷۰، در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و به عبارتی تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خود اشتغال بوجود آمدند؛ به گونه‌ای که این موضوع باعث شده تا مقوله کارآفرینی از جنبه‌های متعدد و بوسیله رشته‌های مختلف علمی نظیر اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روانشناسی مورد مطالعه و بحث قرار گیرد (احمدپور، ۱۳۸۱). کارآفرینی را موتور محرک توسعه اقتصادی کشورها و مناطق دانسته‌اند؛ چرا که می‌تواند باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی گردد (احمدپور و همکاران، ۱۳۸۳). سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال مولد است. کارآفرینی به عنوان سنبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان، پیشگام موفقیت‌های تجاری در جامعه، توانا در بهره‌گیری از فرصت‌ها، و پیشتاز در ابتکار و خلاقیت هستند. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، اثربخشی، بهره‌وری، خلق و استفاده از فرصت‌ها، ایجاد شغل، رقابت و تشکیل شرکت‌های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. آبتین در مقاله‌ای عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در استان سیستان و بلوچستان را شناسایی نموده و راهکارهای مناسب جهت عملیاتی شدن آن‌ها در راستای توسعه همه جانبه استان ارائه کرده است. در نهایت، راهکارهای کلی توسعه کارآفرینی شامل تعیین اهداف، برنامه‌های آموزشی، شیوه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی، مکانیزم‌های ساختاری و نقش دولت در توسعه کارآفرینی در استان سیستان و بلوچستان بوده که مورد تحلیل قرار گرفته‌اند (آبتین، ۱۳۹۰). کاوسی و رحمتی زنجان طلب پژوهشی به منظور طراحی و ارائه الگوی بومی جهت ارتقای کارآفرینی سازمانی در واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران در سال ۱۳۸۸ انجام داده‌اند. یافته‌های تحقیق نشان داد که این واحد

1. Entrepreneurs

از وضعیت کارآفرینی مطلوبی برخوردار نیست و به منظور استقرار کارآفرینی در آن بایستی با توجه به عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای از فعالیت‌های کارآفرینانه حمایت کند و بسترهای لازم را برای اجرای آن فراهم آورد (کاوسی و رحمتی زنجان طلب، ۱۳۹۰). یحیی‌پور و نائیجی در مقاله‌ای به بررسی و شناخت مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها پرداخته‌اند. عوامل شناسایی شده شامل نوآوری، خلاق، ریسک‌پذیری سازمانی، همکاری، ارتباطات باز، تحمل استعدادهای خلاق، انگیزش، کنترل درونی، حمایت مدیریت و رهبری و اعتماد به نفس است. در پایان نیز این عوامل را به شکل مدلی جامع دسته‌بندی کرده است (یحیی‌پور و نائیجی، ۱۳۸۹).

احمدپورداریانی و نیک‌بین در تحقیقی به بررسی و تجزیه و تحلیل سازو کارهای توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی - مهندسی کشاورزی استان زنجان پرداختند. نتایج نشان می‌دهند که سازوکارهای توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی - مهندسی کشاورزی از شش عامل مجزای آموزشی، حمایتی، ارتباطی، مدیریتی، مهارتی و سیاست‌گذاری تشکیل می‌شود (احمدپور داریانی و نیک‌بین، ۱۳۸۹). بیگزاد و رحیم‌پورمقدم در تحقیقی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در دانشگاه جامع علمی - کاربردی را بررسی کردند. نتایج حاصل بیانگر آن است که عوامل درون سازمانی و برون سازمانی و مؤلفه‌های آن بر توسعه کارآفرینی مؤثر است و میزان تأثیر هر یک از عوامل درون سازمانی و برون سازمانی و مؤلفه‌های آن بر توسعه کارآفرینی مؤثر است (بیگزاد و رحیم‌پور مقدم، ۱۳۸۸). عبدالملکی و همکاران در مقاله‌ای رابطه مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی با میزان کارآفرینی سازمانی را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که رابطه معناداری بین مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی با میزان کارآفرینی سازمانی وجود دارد، همچنین میزان کارآفرینی سازمانی با توجه به متغیرهای جنس، سن، سطح تحصیلات و سنوات خدمت متفاوت است (عبدالملکی و همکاران، ۱۳۸۷). زالی از عوامل مؤثر فرآیند کارآفرینی، به بررسی ویژگی‌های فردی توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، نوآوری و خلاقیت، عزم و اراده، و ریسک‌پذیری میان دانشجویان دانشگاه مازندران پرداخته و نتیجه‌گیری کرده است که در جامعه آماری مورد مطالعه، هیچکدام از افراد واجد ویژگی‌های فردی کارآفرینانه

نیستند (زالی، ۱۳۸۵). احمدپور عوامل مؤثر بر کارآفرینی فردی و سازمانی را در قالب سیستمی شامل ورودی‌ها، فرآیند و خروجی خاص (رشد، تغییر و نوآوری) خود در نظر گرفته و اشاره کرده است که مطابق دیدگاه سیستم‌ها باید به همه اجزاء این سیستم توجه شود (احمدپور، ۱۳۸۱). در تحقیقی مک بث^۱ و همکارانش موانع زیر را برای کارآفرینی سازمانی معرفی کرده‌اند: مشکلات عملیاتی، برنامه‌ریزی بی‌دقت و ناکافی، انتظارات سازمانی غیرواقعی، کافی نبودن حمایت سازمانی از فعالیت‌های کارآفرینانه، و اشتباه خواندن بازار (مک بث و همکاران، ۲۰۰۹). نان چن^۲ تحقیق او به این نتیجه منتهی می‌شود که سرمایه اجتماعی می‌تواند تأثیر مثبتی بر جهت‌گیری کارآفرینانه افراد در سازمان داشته باشد (نان چن، ۲۰۰۷). واگنر و استرنبرگ^۳ عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی و تأسیس شرکت‌های جدید را به سه گروه عوامل کلان، خرد و ویژگی‌های شخصی کارآفرینان تقسیم کرده و نتیجه گرفته‌اند که در سطح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی، هر کدام آن‌ها و متغیرهای فرعی مربوط به آن‌ها اثرگذاری مختلفی بر فرآیند کارآفرینی داشته‌اند (واگنر و استرنبرگ، ۲۰۰۴). مارکمن و بارون^۴ معتقدند که موفقیت کارآفرینانه از طریق تأسیس یک شرکت جدید، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، و کسب موفقیت در بازار، به مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینان شامل خودیابی، فرصت‌شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه انسانی و مهارت‌های اجتماعی بستگی دارد (مارکمن و بارون، ۲۰۰۳). ویک و بستر^۵ در پژوهش خود نتیجه گرفتند که بین نگرش کارآفرینانه، شخصیت و متغیرهای کار ارتباط قوی وجود دارد و متغیرهای ذکر شده پیش‌بینی کننده قوی برای نگرش کارآفرینانه هستند (ویک و بستر، ۲۰۰۳). لای‌ولینگ^۶ و همکاران (۲۰۰۳) دوازده خصوصیت کارآفرینانه مؤثر بر تبیین فرآیند کارآفرینی را مرتبط کردن ریسک با عدم قطعیت، عرضه‌کننده سرمایه مالی، مبتکر، تصمیم‌گیرنده، رهبر صنعتی، مدیر یا رئیس، سازمان دهنده یا هماهنگ کننده منابع

1. MacBeath & Meezan
2. Nan Chen
3. Wagner & Sternberg
4. Markman & Baron
5. Wyk & Bester
6. Liewellyn

اقتصادی، مالک شرکت تجاری، به کارگیرنده عوامل مختلف تولید، پیمانکار، حاکم، و سرانجام فردی که منابع را جهت مقاصد مختلف به کار می‌گیرد معرفی کرده است. هورنزیبای و همکاران^۱ به این نتیجه رسیدند که سازماندهی فعالیت‌ها، اختیار و مسئولیت، تقسیم کار، قوانین و مقررات، حمایت‌های مدیریتی، ساختار و سلسله مراتب، فرهنگ سازمانی و دسترسی به منابع در شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها مؤثرند (هورنزیبای و همکاران، ۲۰۰۲). از دیدگاه مایا^۲ زیرساخت‌ها و عامل‌های محیطی در توسعه کارآفرینی مؤثرند (مایا، ۲۰۰۲). کیگوندو^۳ عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینانه را به سه گروه تقسیم کرده است که عبارتند از: ۱- ویژگی‌های شخصیتی خود کارآفرین شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روانشناختی، رفتار کاری، شایستگی‌ها و توانایی‌های مدیریتی. ۲- ویژگی‌های شرکت شامل سازمان شرکت، منابع سرمایه‌ای، نحوه اداره و مدیریت شرکت، و کمک‌های فنی به شرکت. ۳- محیط شرکت شامل شرایط اقتصادی کلان، مدیریت دولتی، ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی/اجتماعی، و زیرساخت‌های محیطی (کیگوندو، ۲۰۰۲). کلین و مور^۴ مدل الزامات ارتباطی در فرایند کارآفرینی سازمانی را مطرح می‌کنند. آن‌ها جهت توسعه و اجرای ایده‌های نو سازمانی نقش مفهوم ارتباطات، مسیرارتباطات، کانال ارتباطات، سبک ارتباطات و شبکه‌های ارتباطی را مهم می‌داند (کلین و مور، ۲۰۰۲). لرنر و هابر^۵ عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های کارآفرینانه را به چهار گروه ویژگی‌های فردی کارآفرینان، حمایت‌های مالی و مشورتی دولتی، جذابیت‌های محیطی محل فعالیت شرکت و تنوع خدمات قابل ارائه تقسیم کرده‌اند (لرنر و هابر، ۲۰۰۰). شاکر و همکاران (۲۰۰۰) عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را در دو بعد عوامل محسوس سازمانی و عوامل نامحسوس سازمانی مورد توجه قرار می‌دهند (زهرا و همکاران، ۲۰۰۰). در مقاله حاضر، با هدف بومی‌سازی علم و عمل مدیریت سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران، ضمن مرور مستند ادبیات موضوعی مربوط به ایده‌پردازی،

1. Hornsby
2. Maia
3. Kiggundu
4. Collins & Moore
5. Lerner & Haber

سرمایه گذاری، کارآفرینی، کارآفرینان، اشتغال و موضوعات مرتبط با آنها، به طراحی، تبیین و ارائه الگوی بومی و یکپارچه توسعه سرمایه گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران با رویکردی سیستماتیک و کل گرا اقدام خواهد شد. بر این اساس، توسعه سرمایه گذاری، کارآفرینی و اشتغال را در قالب طراحی و تبیین سه خرده سیستم بورس ایده، معرفی کارآفرینان و طراحان کسب و کار، و معرفی حامیان کارآفرینان در استان مازندران در نظر گرفته و در پایان مقاله، موارد مذکور جمع بندی شده، بحث و نتیجه گیری، کاربردهای مدیریتی و پیشنهادات مرتبط با آن جهت پیگیری تحقیقات مشابه در آینده ارائه خواهد شد.

مبانی نظری تحقیق

کارآفرینی

کارآفرینی نماد کوشش و موفقیت در امور تجاری است و کارآفرینان نقش اساسی در توسعه اقتصادی جوامع بازی می کنند. آن ها کماکان به لحاظ رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی پژوهشی و توسعه ای، ایجاد شغل، رقابت، بهره وری و تشکیل صنایع جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند (دراکر^۱، ۱۹۸۵). ذیلاً به ذکر چند مورد از تعاریف مختلف ارائه شده در مورد کارآفرینی پرداخته می شود: کارآفرینی عبارت است از: فرآیند نوآوری و بهره گیری از فرصت ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک های مالی، روانی و اجتماعی، که البته با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می پذیرد (دانشکده مدیریت ماستریخت^۲، ۲۰۰۱). کارآفرینی فرآیندی است که در آن، کارآفرین فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود آغاز می کند (هارلی^۳، ۱۹۹۹). کارآفرینی فرآیندی است که بدون توجه به منابعی که در اختیار است، فرصت ها بوسیله افراد تعقیب می شود (مارکمن و بارون، ۲۰۰۳). در مجموع، بهترین تعریفی که می توان از کارآفرینی ارائه کرد این است که

-
1. Drucker
 2. Maastricht School of Management
 3. Hurley

کارآفرینی عبارتست از: فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی، که البته با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد (دانشکده ماستریخت مدیریت، ۲۰۰۱). شومپتر^۱ معتقد است که کارآفرینی موتور محرک اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش کارآفرین عبارت است از نوآوری و ایجاد ترکیب‌های تازه‌ای از مواد (شومپتر، ۱۹۳۴). جانسون^۲ و همکاران معتقدند کارآفرینی یک مفهوم چندوجهی پیچیده‌ای است که امروزه توجه زیادی را به خود جلب کرده است و بیشتر صاحب نظران توافق دارند که کارآفرینی و کارآفرینان سهم به‌سزایی در توسعه اقتصادی دارند (جانسون و همکاران، ۲۰۰۶). از واژه کارآفرینی تقسیمات مختلفی نیز شده است. علاوه بر کارآفرینی فردی، در دهه‌های اخیر دو واژه کارآفرینی درون‌سازمانی و کارآفرینی شرکتی نیز به ادبیات کارآفرینی معرفی شده‌اند. پینگات^۳ معتقد است (پینگات، ۱۹۸۵) کارآفرینی درون‌سازمانی نوعی رویاپردازی است که مسئولیت به ثمر رساندن یک نوآوری را در درون سازمان به عهده دارد. کارآفرینی شرکتی نیز، شامل فعالیت‌های رسمی و غیررسمی است که با هدف ایجاد کسب و کارهای جدید، محصولات و فرآیندهای جدید، و توسعه بازار صورت می‌گیرد. در یکی از مهم‌ترین تقسیم‌بندی‌ها، کارآفرینی را سه نوع دانسته‌اند: کارآفرینی شرکتی (فردی یا مستقل)، کارآفرینی درون‌سازمانی و کارآفرینی سازمانی (آقاجانی، ۱۳۸۵). در کارآفرینی مستقل، شرکت و سازمان (کسب و کار) جدیدی تأسیس می‌شود تا کالا و خدمت جدیدی به جامعه عرضه گردد. در کارآفرینی درون‌سازمانی، نوعی نوآوری در درون سازمان‌ها و شرکت‌های موجود شکل می‌گیرد تا کالا و خدمت جدیدی به جامعه عرضه شود. در کارآفرینی سازمانی نیز، شرایط مدیریتی داخل سازمان‌ها مورد بررسی و آسیب‌شناسی مدیریتی قرار می‌گیرد تا بستر و شرایط لازم به منظور نوآوری و بالندگی سازمانی فراهم گردد.

-
1. Schumpeter
 2. Johnson
 3. Pinchot

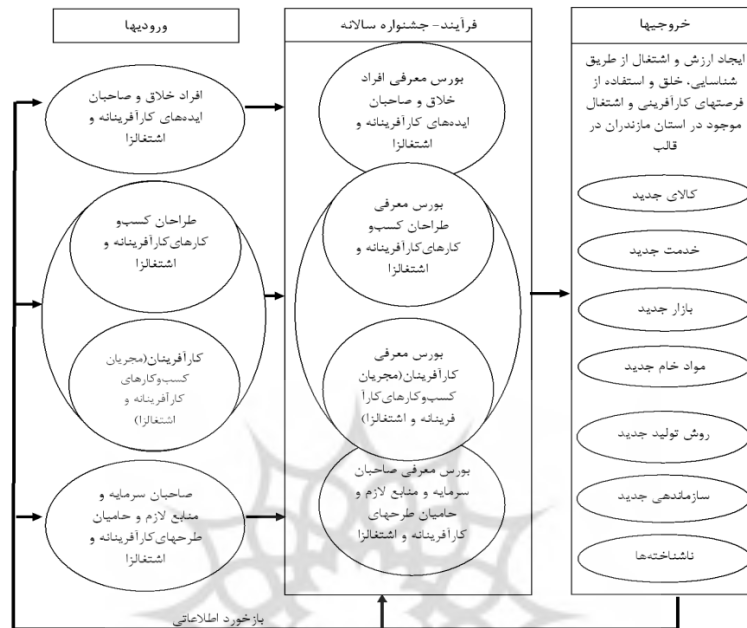
در جهان پیچیده و متحول امروز تحولات اساسی وقوع یافته در قالب انقلاب کارآفرینی، تأثیر عمده‌ای در میزان توسعه کشورها داشته است تا آنجا که در حال حاضر توسعه کارآفرینی هسته برنامه توسعه بسیاری از کشورها است. در ایران نیز توسعه و ترویج کارآفرینی یکی از نیازهای جدی جامعه بوده و شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نحوه تعامل آن‌ها با یکدیگر از ضروریات است (احمدامینی و همکاران، ۱۳۸۹).

مدل مفهومی تحقیق

هر الگو و مدل، به عنوان نقطه شروع و مبنایی جهت انجام مطالعات و تحقیقات و اقدامات آتی است؛ به گونه‌ای که متغیرهای موردنظر تحقیق و روابط میان آن‌ها را مشخص می‌سازد (کیگان‌دو، ۲۰۰۲). به عبارت دیگر، می‌توان گفت که به صورتی ایده‌آل، الگو و مدل مفهومی یا همان نقشه ذهنی^۱ (ساتر و لیزن^۲، ۱۹۹۹) و ابزار تحلیلی^۳ (احمدپور و همکاران، ۱۳۸۳)، یک استراتژی جهت شروع و انجام تحقیق و عمل است؛ به گونه‌ای که انتظار می‌رود در حین اجرای تحقیق، متغیرها، روابط و تعاملات بین آن‌ها مورد بررسی و آزمون قرار گیرد، و برحسب ضرورت تعدیلاتی در آن‌ها انجام شده و عواملی نیز از آن‌ها کم و یا به آن‌ها اضافه شود (زهرا و همکاران، ۲۰۰۰). بدون توجه به بحث‌های گوناگونی که معمولاً در مورد تئوری و تئوری‌پردازی مطرح می‌شود، در مجموع می‌توان هرگونه نوآوری تئوریک را در چهار گروه بدین شرح در نظر گرفت (لرنر و هابر، ۲۰۰۰): بسط یا بهبود تئوری‌های موجود، مقایسه دیدگاه‌های تئوریک مختلف، بررسی پدیده‌ای خاص با استفاده از دیدگاه‌های تئوریک مختلف و بالاخره اینکه، بررسی پدیده‌ای مستند و تکراری (تحقیقی که قبلاً انجام شده است) در محیط و شرایطی جدید. مبتنی بر این دیدگاه، مقاله حاضر در گروه سوم یعنی بررسی پدیده‌ای خاص با استفاده از دیدگاه‌های تئوریک مختلف قرار می‌گیرد. بر این

1. Mental map
2. Sautter & Leisen
3. Analytical instrument

اساس، هدف عملیاتی مقاله حاضر، ارائه الگویی مفهومی از چگونگی توسعه سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران در پاسخ به این مسئله است که مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط، چگونه می‌توان به صورتی عملی و پایدار، توسعه سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران را نهادینه نمود؟



نمودار شماره ۱: الگوی مفهومی سیستمی توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران

تشریح اجزای مدل

مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط به توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال، ضروری است به منظور دسترسی به هدف مذکور عوامل مختلف و متعددی مورد بررسی و توجه قرار گیرند که این در حقیقت همان گفته تئوری اقتضا در مدیریت است (زالی، ۱۳۸۵). به همین منظور، در الگوی فوق سعی شده تا تمامی ابعاد و عوامل مرتبط با دسترسی به هدف مقاله حاضر به صورتی سیستماتیک و کل‌گرا در نظر گرفته شده و مورد بررسی و تحلیل قرار گیرند که ذیلاً به شرح آن‌ها پرداخته می‌شود:

کلیت و سیستمیک بودن الگو

روش سیستمی برای حل مسائل مختلف، در مقابل تمام روش‌هایی قرار می‌گیرد که هر مجموعه را تنها متشکل از اجزای تشکیل‌دهنده آن می‌داند. نگرش سیستمی، چارچوبی را برای تجسم، تشریح و توصیف روابط کلی موجود در دنیای واقعی و تجربی و تمامی عوامل مرتبط با یک پدیده نشان می‌دهد (کاوسی و رحمتی زنجان طلب، ۱۳۹۰). نکته مهم مرتبط با اجزای تشکیل‌دهنده الگوی فوق این است که اگر چه هر کدام از آنها به تنهایی می‌توانند اثر خود را بر توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران ایفا کنند، اما باید گفت که روابط متقابل آنها با هم (کاوسی و رحمتی زنجان طلب، ۱۳۹۰) و تأثیر آنها بر چگونگی ارزش‌آفرینی و استفاده از فرصت‌های موجود در جامعه را نباید از نظر دور داشت؛ لذا تعریف هر یک از این عوامل، مستلزم در نظر داشتن وابستگی و ارتباط تعاملی بین آنهاست (آقاجانی و کیاکجوری، ۱۳۸۵). بنابراین لازم است ضمن شناخت انفرادی هر کدام از این اجزاء، به وابستگی بین آنها نیز توجه شود.

ورودی‌ها

هر سیستمی داده‌ها و منابعی را از محیط خود می‌گیرد تا بخشی از آنها را صرف ادامه حیات خود نموده و مابقی را جهت تبدیل به خروجی‌ها در اختیار فرآیند قرار دهد. ورودی‌های سیستم توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران، مستند به ادبیات موضوعی مربوط سه گروه در نظر گرفته شده‌اند، که ذیلاً به شرح آنها پرداخته می‌شود.

خلاقیت به عنوان جوهر و اساس کارآفرینی نه تنها عامل موفقیت افراد و سازمان‌ها بوده و موجب رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی فرهنگی جوامع می‌گردد؛ بلکه به عنوان رمز و راه میان‌بری جهت کمال و سعادت معنوی انسان نیز محسوب می‌شود. خلاقیت، به توانایی و قدرت ایجاد فکر و ایده‌های جدید گفته می‌شود. اگر چه از خلاقیت و ایده‌پردازی تعاریف مختلف و متعددی شده است، اما در مجموع می‌توان گفت که همه آنها بر بکارگیری توانایی‌های ذهنی در ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید، فرآیند تفکر، و تولید یک فکر و ایده جدید تأکید داشته‌اند. استعداد و

قدرت خلاقیت و نوآوری در همه انسان‌ها موجود است، اما درجه بروز آن‌ها متفاوت است و نحوه ظهور و استفاده از شیوه‌های آن در افراد مختلف مبتنی بر قاعده خاصی ناست. به عبارت دیگر، خلاقیت و ایده‌پردازی در اختیار فرد یا افراد خاصی نیست؛ بلکه می‌توان با تمرین و از میان برداشتن موانع، آن را به موضوعی عمومی و عام تبدیل کرد (کیسون^۱، ۱۹۸۲).

کارآفرینان همانند رهبر یک گروه موسیقی هستند که مهارت و توانایی‌های مختلف را در کنار هم ترکیب نموده و برنامه‌ای تدوین شده را ارائه می‌دهند. کارآفرین ایده‌ای را یافته و آن را تبدیل به فرصتی اقتصادی می‌کند. در فضای کسب و کار، فرصت فکر نوینی است که قابلیت تجاری شدن دارد. آگاهی از محیط بازار و نیازهای مشتری به همراه نگرش کارآفرینانه، کارآفرین را در یافتن فرصت و پرداختن به آن یاری می‌دهد. سپس کارآفرین یک طرح تجاری می‌نویسد که در آن، مسائلی چون بازار محصول یا خدمت، سازماندهی و مدیریت کسب و کار را بررسی می‌نماید. از سوی دیگر، شکل‌گیری بازارهای سرمایه به صورت یک صنعت نوین و تمایل آن به سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز سبب شده تا کارآفرینان با سهولت بیشتری نسبت به گذشته بتوانند برای تحقق افکار و اجرای پروژه‌هایشان به منابع مالی دست یابند (لیولین و همکاران، ۲۰۰۳). شومپتر از معروف‌ترین دانشمندان رشته اقتصاد است که درباره کارآفرینان نظریات جالب و درخور توجهی ارائه داده است. شومپتر معتقد بود که کارآفرین، نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصاد است و نقش وی عبارتست از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد (هیسریچ و پیترز^۲، ۲۰۰۲). پیتر دراگر از جمله معروف‌ترین دانشمندانی است که در مورد کارآفرینی و کارآفرینان نظرات جالبی ارائه نموده است (دراگر، ۱۹۸۵). در یکی از تعاریف او این‌گونه بیان شده است: کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود آغاز می‌کند. کارآفرین سعی می‌کند تا از طریق شناسایی و پیگیری فرصت‌ها بدون در نظرگیری منابع در اختیار

-
1. Casson
 2. Hisrich & Peters

۶۰ فصل نامه مهارت آموزی

خویش به ارزش آفرینی پردازد (احمدپور، ۱۳۸۱). کارلند^۱ و همکاران، انواع ویژگی‌هایی که از بدو امر تا سال ۱۹۸۴ مورد بررسی قرار گرفته بود جمع‌آوری نمودند (کارلند و همکاران، ۱۹۸۴) که تعدادی از مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: آینده‌نگر بودن و داشتن چشم‌انداز، مصمم بودن، تمرکز، انگیزش، وقف و از خودگذشتگی، کنترل درونی، استقلال، خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری و تحمل ابهام.

صاحبان سرمایه و دارندگان منابع و امکانات، افرادی حقیقی یا حقوقی هستند که در صورت وجود شرایط لازم تمایل دارند تا بتوانند در فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا شرکت نمایند. البته شکل‌گیری بازارهای سرمایه به صورت یک صنعت نوین و تمایل آنها به سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز سبب شده تا کارآفرینان نسبت به گذشته با سهولت بیشتری بتوانند برای تحقق افکار و اجرای پروژه‌هایشان به منابع مالی دست یابند (لیولین و همکاران، ۲۰۰۳). یکی از مدل‌های معروف، بیان‌گر اعتقاد و تمایل سرمایه‌گذاران به مشارکت در طرح‌ها و فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا، در نظر داشتن مثلث جادویی سرمایه‌گذاری^۲ است. نمودار شماره ۲ مثلث مذکور را نشان می‌دهد. مستند به ابعاد مدل، سرمایه‌گذار در صورتی تمایل به همکاری با استفاده‌کننده از سرمایه‌اش را خواهد داشت که سه شرط مذکور در مدل؛ یعنی امنیت، سودآوری و نقدینگی^۳ برای سرمایه‌اش وجود داشته باشد^۴. کارآفرین کسی است که می‌تواند در خصوص مطلوبیت نوآوری خویش، صاحبان سرمایه را متقاعد نموده و آن‌ها را با خود همراه سازد (ویک و بستر، ۲۰۰۳).



1. Carland
2. Investment Magical Triangular
3. Security, Profitability, Cash

۴. اقتباس از دوره آموزشی کارگاه بین‌المللی آموزش کارآفرینی طی سال ۱۳۸۴ در دانشگاه تهران

به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقداماتی که به منظور تغییر ورودی‌های سیستم به خروجی‌ها انجام می‌گیرند، به گونه‌ای که این تبدیل در حقیقت با ارزش‌آفرینی نیز همراه باشد، فرآیند گفته می‌شود (رضائیان، ۱۳۶۹). فرآیندها در واقع هسته اصلی سیستم هستند. در مقاله حاضر، فرآیند الگوی سیستمیک ارائه شده (جشنواره سالانه کارآفرینی و اشتغال استان مازندران) از سه جزء تشکیل شده، که در ادامه به تشریح آن‌ها پرداخته می‌شود.

همانگونه که قبلاً نیز اشاره شد، استعداد و قدرت خلاقیت و نوآوری در همه انسان‌ها موجود است، اما درجه بروز آن‌ها متفاوت بوده و نحوه ظهور و استفاده از شیوه‌های آن در افراد مختلف، مبتنی بر قاعده خاصی ناست. به عبارت دیگر، خلاقیت و ایده‌پردازی در اختیار فرد یا افراد خاصی نیست؛ بلکه می‌توان با تمرین و از میان برداشتن موانع، آن را به موضوعی عمومی و عام تبدیل کرد. اولین جزء فرآیند (جشنواره سالانه کارآفرینی و اشتغال استان مازندران) شامل مکانیزم‌هایی است که در طول یکسال از طریق اطلاع‌رسانی مناسب و اقتضایی، ایده‌های قابل تبدیل به فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زای افراد را از تمامی استان مازندران و حتی خارج از استان جمع‌آوری نموده، آن‌ها را در قالبی مشخص و استاندارد به نگارش درمی‌آورد. از مهم‌ترین مزایای وجود بورس ایده‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا در استان مازندران، تشویق افراد در به‌دام‌انداختن ایده‌هایی است که در هر زمان ممکن است به سراغ انسان بیاید (زالی، ۱۳۸۵) ولی تاکنون به آن‌ها توجه نمی‌شده است. در حقیقت بورس ایده، بازار سالانه‌ای است که ایده‌پردازان، خلاقیت‌ها و نوآوری‌های خود را به منظور جذب کارآفرینان در آنجا عرضه خواهند نمود تا خریداران و مشتریان آن‌ها که همان کارآفرینان هستند، بتوانند به راحتی به آن‌ها دسترسی یابند.

مستند به الگوی ارائه شده در نمودار شماره ۱، دو حلقه مهم فرآیند توسعه کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران، یعنی صاحبان ایده و صاحبان سرمایه، به تنهایی به صورتی جدا از هم و ناآشنا نسبت به یکدیگر هستند. لذا در اینجا به حلقه دیگری نیاز است که بتوان دو حلقه منفک قبلی را به همدیگر اتصال دهد که در الگوی حاضر، حلقه میانی کارآفرینان و طراحان کسب و کار، این مهم را انجام خواهند داد. دومین جزء

فرآیند (جشنواره سالانه کارآفرینی و اشتغال استان مازندران) همانند جزء اول، شامل مکانیزم‌هایی است که در طول یکسال از طریق اطلاع‌رسانی مناسب و اقتضایی، کارآفرینان و فرصت‌شناسان مازندرانی و حتی خارج از استان را به منظور تشویق در جهت ایجاد و راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا شناسایی نموده و اطلاعات و مستندات آن‌ها را در قالبی مشخص و استاندارد به نگارش درمی‌آورد.

از مهم‌ترین مزایای وجود بورس معرفی کارآفرینان و طراحان کسب‌وکارهای کارآفرینانه و اشتغال‌زا در استان مازندران، تشویق افراد به کارآفرین شدن و ایجاد و راه‌اندازی طرح‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا است. مطالعات و تحقیقات مختلف نشان داده‌اند که علیرغم اینکه روحیه و اخلاق کاری توفیق‌طلبی انسان در دوران کودکی شکل می‌گیرد، ولی در عین حال می‌توان با یک برنامه صحیح آموزشی، روحیه خلاق و رسالت کاری را در افراد بوجود آورد. در جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت که مطالعات و تحقیقات تأیید کرده‌اند که ویژگی‌های کارآفرینانه اغلب اکتسابی هستند، نه ارثی. از این رو، هم‌اکنون آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت دانشگاه‌ها تبدیل شده است (آقاجانی، ۱۳۸۴). در حقیقت، هدف اصلی از آموزش کارآفرینی همانا تعلیم افرادی دارای اعتماد به نفس و آگاه به فرصت‌ها، و به طور کلی افرادی است که انگیزه‌ای قوی جهت استفاده از فرصت‌ها و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید را داشته باشند و بتوانند نسبت به شناسایی، خلق و استفاده از فرصت‌های موجود اقدام نموده و از طریق کارآفرینی شرکتی و یا سازمانی، ایده‌های نو و جدید را به واقعیت‌های سودآور و تجاری، در قالب کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه تبدیل کنند. مستند به مطالعات و جمع‌بندی‌های صورت گرفته، دوره‌های آموزشی مورد نیاز مرتبط با توسعه و ترویج فرهنگ و عمل کارآفرینی عبارتند از: کلیات مدیریت کارآفرینی، مدیریت کارآفرینانه سازمان‌های (شرکت‌ها و مؤسسات) تازه‌تأسیس و کوچک و متوسط، طرح تجاری یا طرح کسب و کار، طرح تجاری یا طرح کسب و کار، آشنایی با انواع سازمان‌ها و مراحل تأسیس آن‌ها، مدیریت کارآفرینی و مسائل حقوقی، آشنایی با روش‌های تأمین منابع مالی طرح‌های کارآفرینانه، حسابداری و مدیریت مالی

1. Small and Medium Enterprises

سازمان‌های تازه‌تأسیس و کوچک و متوسط، مدیریت تولید و عملیات در سازمان‌های تازه‌تأسیس و کوچک و متوسط، بازاریابی و مدیریت بازار برای سازمان‌های تازه‌تأسیس و کوچک و متوسط، خلاقیت و ایده‌پردازی، نامه‌نگاری اداری و گزارش‌نویسی، مدیریت استراتژیک کارآفرینی (فرصت‌ها و تهدیدات، نقاط قوت و ضعف)، مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی (مدیریت پرسنل)، کار تیمی^۱، مدیریت زمان، کارآفرینی سازمانی، تفکر مثبت، مدیریت بهره‌وری و کیفیت در سازمان‌های تازه‌تأسیس و کوچک و متوسط، کارآفرینی و توسعه، کارآفرینی و ایجاد اشتغال، مقایسه تطبیقی نقش کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه (مورد خاص ایران)، پرورش ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان، آشنایی با کارآفرینان بزرگ دنیا، ایران و به خصوص استان مازندران.

همان‌گونه که قبلاً نیز اشاره شد، شرط علاقه‌مندی و حضور صاحبان سرمایه و دارندگان منابع در بکارگیری سرمایه و امکاناتشان در راستای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا، وجود سه شرط مثلث جادویی سرمایه‌گذاری یعنی امنیت، سودآوری و نقدینگی برای سرمایه‌اش است (ویک و بستر، ۲۰۰۳). سومین جزء فرآیند (جشنواره سالانه کارآفرینی و اشتغال استان مازندران) همانند اجزای اول و دوم، شامل مکانیزم‌هایی است که در طول یکسال از طریق اطلاع‌رسانی مناسب و اقتضایی، صاحبان سرمایه و امکانات را به منظور تشویق در جهت حمایت از ایجاد و راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا شناسایی نموده و اطلاعات و مستندات آن‌ها را در قالبی مشخص و استاندارد به نگارش درمی‌آورد. از مهم‌ترین مزایای وجود بورس معرفی صاحبان سرمایه و حامیان طرح‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا در استان مازندران، آگاهی علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در استان، از طریق رودرو شدن آن‌ها با صاحبان ایده‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا و نیز خود کارآفرینان در فضای جشنواره و نیز تشویق دیگر افراد دارای سرمایه به حمایت از ایجاد و راه‌اندازی طرح‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا در استان مازندران است.

هر سیستمی داده‌ها و منابعی را از محیط خود می‌گیرد تا بخشی از آن‌ها را صرف

1. Teamwork

دامه حیات خود نموده و مابقی را جهت تبدیل به خروجی‌ها در اختیار فرآیند قرار دهد. نتیجه کار جزء فرآیند هر سیستم، باز داده‌هایی است که به عنوان خروجی آن سیستم شناخته می‌شود. در الگوی سیستمی توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران، مهم‌ترین خروجی سیستم، ارزش‌آفرینی در قالب تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال مولد از طریق شناسایی، خلق و استفاده از فرصت‌های کارآفرینی و اشتغال موجود در استان مازندران در نظر گرفته شده است (احمدپور و همکاران، ۱۳۸۳). کارآفرینان، با تولید و فروش کالاها یا خدمات، در حقیقت بازار جدیدی ایجاد کرده و یا اینکه بازارهای قدیمی را نوسازی می‌کنند (جانسون و همکاران، ۲۰۰۶). فرصت‌های کارآفرینانه، وضعیت‌هایی هستند که در آن‌ها کالاها، خدمات، مواد خام، بازارها و روش‌های سازماندهی جدیدی از طریق شکل‌دهی ابزارها، اهداف یا روابط میان آنها به جامعه عرضه می‌گردد (هیستریچ و پیترز، ۲۰۰۲). طی زنجیره ایجاد ارزش از طریق کارآفرینی، در نهایت، کالا یا خدمت جدیدی به جامعه عرضه می‌شود. شومپتر پنج منبع ایجاد تغییر در زنجیره ارزش را بدین شرح بر شمرده است (شومپتر، ۱۹۳۴): تولید کالا یا خدمت جدید، کشف یک بازار جغرافیایی جدید، خلق یا کشف مواد خام جدید، روش تولید جدید، و روش سازماندهی جدید. اگر این پنج منشأ ایجاد ارزش را در قالب یک الگو یا یک مدل در نظر بگیریم، می‌توان نتیجه گرفت که ارزش‌آفرینی از طریق هر یک آن‌ها می‌تواند باعث ارزش‌آفرینی منشأ دیگر این الگو یا مدل باشد. همان‌گونه که مستندات فوق نشان می‌دهند، خروجی‌های سیستم کارآفرینی و اشتغال از نظر علما و دانشمندان می‌توانند طیف وسیعی از عناوین را شامل گردند. در یکی از مهم‌ترین تقسیم‌بندی‌ها، ارزش‌آفرینی کارآفرینان به گروه‌های هفتگانه زیر طبقه‌بندی شده است که در مقاله حاضر نیز، به عنوان خروجی‌های سیستم توسعه کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران در نظر گرفته شده‌اند. این خروجی‌ها عبارتند از: تولید کالای جدید، ارائه خدمت جدید، کشف بازار جدید، کشف مواد خام جدید، معرفی روش تولید جدید، معرفی روش سازماندهی جدید، ناشناخته‌ها- مواردی که در فهرست بالا نیستند ولی می‌توانند جزء خروجی‌های فرآیند کارآفرینی و اشتغال باشند.

مستند به تئوری سیستم‌ها (کاوسی و رحمتی زنجان طلب، ۱۳۹۰)، یکی از ویژگی‌های سیستم‌های باز، دریافت مستمر اطلاعات از محیط و تنظیم روابط خود با آن به منظور انجام اقدامات اصلاحی در راستای رفع انحرافات احتمالی است که ممکن است در عملکرد سیستم رخ دهد. این ویژگی را بازخورد گویند. پس از اجرای سالانه الگوی سیستمیک توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران، گزارش عملکرد آن بر اساس شاخص‌های تعیین شده در راستای رسیدن به اهداف جشنواره، مورد تحلیل و نقد قرار خواهد گرفت. بر این اساس انتظار می‌رود که مستند به یکی دیگر از ویژگی‌های سیستم‌های باز یعنی حرکت بسوی رشد و توسعه (کاوسی و رحمتی زنجان طلب، ۱۳۹۰)، طرح توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران هر ساله به سمت رشد و تعالی حرکت کند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق فوق با نتایج کاوسی و رحمتی زنجان طلب (۱۳۹۰) که پژوهشی به منظور طراحی و ارائه الگوی بومی جهت ارتقای کارآفرینی سازمانی انجام دادند و به این نتایج رسیدند که به منظور استقرار کارآفرینی در واحد بایستی با توجه به عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای از فعالیت‌های کارآفرینانه حمایت کند همخوانی دارد. همچنین نتایج تحقیق با یافته‌های مارکمن و بارون (۲۰۰۳) که معتقدند که موفقیت کارآفرینانه از طریق تأسیس یک شرکت جدید، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، و کسب موفقیت در بازار، به مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینان شامل خودیابی، فرصت‌شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه انسانی و مهارت‌های اجتماعی بستگی دارد همخوانی دارد. یافته‌های تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات آبتین (۱۳۹۰) که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی را در استان سیستان و بلوچستان شناسایی کرده و راهکارهای مناسب جهت عملیاتی شدن آن‌ها ارائه نموده نیز همخوان است. همچنین یافته‌های تحقیق با نتایج پژوهش بیگزاد و رحیم‌پورمقدم (۱۳۸۸) که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در دانشگاه جامع علمی - کاربردی را بررسی نمودند و نیز واگنر و استرنبرگ (۲۰۰۴) که عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی و تأسیس شرکت‌های جدید را به سه گروه عوامل کلان، خرد و ویژگی‌های شخصی کارآفرینان تقسیم کرده و نتیجه گرفته‌اند که

هر کدام آن‌ها و متغیرهای فرعی مربوط به آن‌ها اثرگذاری مختلفی بر فرآیند کارآفرینی داشته‌اند همخوانی دارد. همچنین نتایج تحقیق با یافته‌های کیگوندو (۲۰۰۲) که عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینانه را به سه گروه ویژگی‌های شخصیتی خود کارآفرین شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روانشناختی، رفتار کاری، شایستگی‌ها و توانایی‌های مدیریتی، ویژگی‌های شرکت و محیط شرکت تقسیم کرده و نیز لرنر و هابر (۲۰۰۰) که عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های کارآفرینانه را به چهار گروه ویژگی‌های فردی کارآفرینان، حمایت‌های مالی و مشورتی دولتی، جذابیت‌های محیطی محل فعالیت شرکت و تنوع خدمات قابل ارائه تقسیم کرده‌اند، همخوانی دارد.

هدف کلی از نگارش مقاله حاضر، همان‌گونه که در متن مقاله نیز اشاره شده است، تشریح و تبیین چگونگی توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران و هدف عملیاتی آن، ارائه الگویی سیستمی بدین‌منظور بوده است. مستند به هدف از نگارش مقاله، توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران به سه حلقه صاحبان ایده‌های کارآفرینانه، صاحبان سرمایه و منابع، و نیز حلقه متصل‌کننده دو حلقه قبلی، یعنی کارآفرینان و طراحان کسب و کار بستگی دارد. مدیران و مسئولین استان مازندران باید بدانند که توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان به سه حلقه ایده‌پردازان کارآفرینانه و اشتغال‌زا، صاحبان حقیقی و یا حقوقی سرمایه و امکانات مالی، و نیز حلقه متصل‌کننده دو حلقه جدا از هم قبلی، یعنی کارآفرینان و طراحان کسب‌کارهای کارآفرینانه و اشتغال‌زا بستگی دارد. مستند به مرور ادبیات علمی مربوط به سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال تأیید شده که خلاقیت و ایده‌پردازی در اختیار فرد یا افراد خاصی نیست؛ بلکه می‌توان با آموزش، تمرین و از میان برداشتن موانع، آن را به موضوعی عمومی و عام تبدیل کرد. کارآفرین کسی است که می‌تواند در خصوص مطلوبیت نوآوری خویش، صاحبان سرمایه را متقاعد نموده و آن‌ها را با خود همراه سازد. مطالعات تحقیقات تأیید کرده‌اند که ویژگی‌های کارآفرینانه اغلب اکتسابی هستند، نه ارثی. از این رو، هم‌اکنون آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت دانشگاه‌ها تبدیل شده است. الگوی ارائه شده در مقاله حاضر به صورت یک طرح تجاری تهیه و

تدوین شده که در صورت لزوم، جهت برگزاری جشنواره توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران مورد استفاده قرار خواهد گرفت. با توجه به مستندات ارائه شده در متن مقاله، موارد زیر به عنوان پیشنهادهای به منظور انجام تحقیقات آتی در ارتباط با موضوع مقاله حاضر می‌تواند ارائه گردد:

ارائه الگوها یا مدل‌های دیگری به منظور توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران از طریق متصل نمودن سه حلقه ایده‌پردازان، کارآفرینان و صاحبان سرمایه به هم، مطالعه و تحقیق درخصوص چگونگی اجرای الگوی توسعه عملی و پایدار سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و اشتغال در استان مازندران.



منابع

- آبتین، ع. ا. (۱۳۹۰). بررسی شیوه‌های نوین توسعه کارآفرینی در استان سیستان و بلوچستان. *ماهنامه کار و جامعه*، ۷۵-۵۵.
- احمدامینی، ز.، امانی تهران، م.، و سقزچی، م. (۱۳۸۹). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی با رویکرد زنجیره ارزش. *فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی*، ۱۴، ۳۵-۴۷.
- احمدپورداریانی، م.، و نیکبین، ح. (۱۳۸۹). بررسی و تجزیه و تحلیل ساز و کارهای توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی- مهندسی کشاورزی استان زنجان. *فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، ۱۵، ۱۶-۳۰.
- احمدپور، م.، و همکاران. (۱۳۸۳). *تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب*. تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- احمدپور، م. (۱۳۸۱). *کارآفرینی*. تهران: انتشارات پردیس.
- آقاجانی، ح. (۱۳۸۵). کلیات مدیریت کارآفرینی، فصل اول از کتاب مدیریت کارآفرینی، تألیف گروه مدرسین مرکز کارآفرینی دانشگاه مازندران، بابلسر: زیر چاپ.
- آقاجانی، ح.، و کیاکجوری، ک. (۱۳۸۵). ارائه الگویی مفهومی از عوامل مؤثر بر اثربخشی همکاری‌های بین‌سازمانی میان دولت، دانشگاه و صنعت، مجموعه مقالات سمینار همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی، رشت: دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.
- آقاجانی، ح. (۱۳۸۴). کارآفرینی: مفاهیم، نظریات و ضرورت وجودی. *رویش: فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی*، ۱۰ و ۱۱.
- بیگزاد، ج.، و رحیم‌پور مقدم، ک. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاه جامع علمی- کاربردی. *ماهنامه کار و جامعه*، ۱۰۹، ۱۶-۳۳.
- رضائیان، ع. (۱۳۶۹). *اصول مدیریت*، تهران: انتشارات سمت.
- زالی، م. ر. (۱۳۸۵). *ارزیابی خصبه‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران*، طرح پژوهشی، بابلسر: دانشگاه مازندران، مرکز کارآفرینی.
- عبدالملکی، ج.، یوسفی افراشته، م.، پیرمحمدی، م.، سبک‌رو، م.، محمدی، ن. (۱۳۸۷). بررسی رابطه مهارت‌های کارآفرینی با کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: مدیران میانی شرکت ایران خودرو). *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۱(۲)، ۱۰۳-۱۲۹.

کاوسی، ا.، و رحمتی زنجان طلب، ف. (۱۳۹۰). طراحی و ارائه الگویی بومی جهت ارتقای کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مطالعه موردی: واحد علوم و تحقیقات تهران. فصلنامه راهبرد، ۲۰(۵۹)، ۲۴۱-۲۱۷.

نائبی، م. ا.، و همکاران. (۱۳۸۹). اصول کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار در ایران. انتشارات: فرهیختگان دانش.

یحیی پور، ا.، و نائیجی، م. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها، ماهنامه کار و جامعه، ۱۲۵، ۶۱-۵۴.

Carland, J. W., et al. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of Management Review*, (9), 354-359.

Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Totowa, N. J.: Barnes & Nobel.

Collins, O., & Moore, D. (2002). *The organization makers: A behavioral study of independent entrepreneurs*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.

