

# مقایسه شاخص‌های توسعه کارآفرینی در کشورهای مختلف (با تأکید بر ایتالیا و مالزی)

حجت‌الله رضازاده\*

ناهمید شیخ‌نعمانی\*\*

سازمانها دانست. در واقع، فرایند کارآفرینی دستاورد کسانی است که میل شدیدی به کامیابی دارند و سخت کوشی، با فشاری، ریسک‌پذیری، دورنماسازی شگفت‌انگیز از جمله ویژگی‌های روحی-روانی آنهاست. با این باور، کارآفرین کسی است که با ایده و اندیشه نو و با ایجاد یک کسب و کار، محصول جدید را به جامعه معرفی می‌کند. اصولاً این گونه کسان در همه جوامع حضور دارند و یک بستر زمینه مناسب می‌تواند این حضور را پررنگتر سازد.<sup>۱</sup>

کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی کشورهای در حال توسعه در دهه‌های اخیر، با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، از این پتانسیل برای رویارویی با مشکلاتی چون رکود، تورم و بیکاری و نبود امکان اشتغال بهره‌برداری کرده‌اند.<sup>۲</sup> تدوین استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های لازم برای گسترش روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب‌تر برای فعالیت کارآفرینان در زمینه‌های گوناگون اقتصادی-اجتماعی، رفع موانع و ایجاد ارتباط و همکاری بین آنها و تسهیل دستیابی آنها به بازارهای جهانی از جمله کارهایی است که در این زمینه صورت گرفته و دستاوردهای چشمگیر نیز داشته است.<sup>۳</sup> از سال ۱۹۹۷، با همکاری مراکز معتبر دانشگاهی در برخی کشورها، مدل «جی.ای.ام» (Global Entrepreneurship Monitor) برای ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی طراحی شد و مطالعات لازم در این زمینه براساس سه سؤال محوری به این شرح صورت گرفت.<sup>۴</sup>

● فعالیت‌های کارآفرینی بر رشد اقتصاد ملی و رفاه جامعه چگونه اثر می‌گذارد؟

● فعالیت‌های آغاز کسب و کار میان کشورهای گوناگون تا چه اندازه با هم تفاوت دارند؟

● با کدام معیارها می‌توان یک کشور را کارآفرین معرفی کرد و چگونه می‌توان فعالیت‌های آغاز یک کسب و کار را محدود کرد یا گسترش داد؟

## چکیده

کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی از کشورهای در حال توسعه در دهه‌های اخیر، با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، این پتانسیل را برای رویارویی با مشکلاتی چون رکود، تورم و کمبود امکان اشتغال به کار گرفته‌اند و برای گسترش آن کارهای بسیار انجام داده‌اند. برای پی بردن به تأثیر کارها و برنامه‌های کشورهای در توسعه کارآفرینی، در این مقاله شاخص‌های کارآفرینی که با توسعه اقتصادی ارتباط دارد و دربرگیرنده تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل، توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز برای توسعه و کسب و کار، درک مدیران از کارآفرینی و هزینه «تحقیق و توسعه» است، در برخی کشورهای برگزیده، بررسی شده است.

این مقاله همچنین دربرگیرنده کارها و برنامه‌های گسترده و گوناگونی است که برای کارآفرینی در کشورهای ایتالیا و مالزی صورت می‌گیرد.

## ۱- پیشگفتار

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار جهان امروز که با تغییر و تحولات پرشتاب محیط بین‌المللی، گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و دگرگونی اقتصادی ملی به اقتصاد جهانی همراه است، کارآفرینی را به مثابه «موتور توسعه اقتصادی» به کار گرفته‌اند، زیرا می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشورها که سبب افزایش بهرهوری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی خواهد شد، نقش مهمی داشته باشد. برخی اجزای کارآفرینی را می‌توان نوآوری، خطرپذیری معتدل، جستجوی فرصتها و تجهیز منابع برای بهره‌برداری از آنها از راه ایجاد کسب و کارهای جدید یا دگرگونی

شاخص مهم اقتصادی مرتبط با کار آفرینی، مقایسه ورتبه‌بندی شده‌اند. شاخص‌ها عبارتند از:

- سرانه تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل.
- توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز برای توسعه کسب و کار در کشور.
- وسعت و دامنه‌درك مدیران کشور از کار آفرینی.
- هزینه کل تحقیقات در کشور.
- سپس به منظور آشنایی با سیاست‌ها و برنامه‌های حمایت از کار آفرینی به مطالعه موردی کار آفرینی در ایتالیا می‌پردازیم.

## ۲- مقایسه شاخصهای توسعه «کار آفرینی»

### ۲-۱- سرانه تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل

در کشورهای پیشرفته، از جمله آلمان، هلند، فرانسه و ایتالیا، حدود ۶۰ درصد و در دیگر کشورها حدود ۴۰ تا ۵۰ درصد اشتغال دستاورد «کار آفرینی» و شرکت‌های کوچک و متوسط است که بیش از نیمی از تولید ناخالص داخلی این کشورها را تولید می‌کنند.<sup>۲</sup> از این رو، شاخص سرانه تولید ناخالص داخلی، به ازای هر نفر شاغل، نشان‌دهنده اهمیت رشد و توسعه کار آفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط در این کشورهاست. شکل (۲-۱) این مقایسه را نشان می‌دهند. در این مقایسه کشورهای لوکزامبورگ و بلژیک با بیش از ۶۰,۰۰۰ دلار آمریکا در رده‌های نخست و کشورهای ترکیه و روسیه با کمتر از ۲۰,۰۰۰ دلار آمریکا در رده‌های آخر هستند. همان‌گونه که دیده می‌شود، در بیشتر کشورهای پیشرفته تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل بسیار قابل توجه است و کشورهای کمتر توسعه یافته (و بیشتر بلوک شرق) تفاوت بسیاری با آنها دارند.

### ۲-۲- توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز برای توسعه کسب و کار

این شاخص از شاخص‌های مهم برای ارزیابی کار آفرینی است. در واقع، هرچه توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز در کشور بیشتر باشد، توسعه کسب و کار و در نتیجه کار آفرینی در آن کشور بیشتر خواهد بود. [۲]، شکل (۲-۲) این مقایسه را نشان می‌دهند. برای مقایسه این توانایی کشورها بر اساس مقیاس ۱-۱۰ امتیازبندی شده‌اند. این مقایسه نشان می‌دهد که کشورهای پیشرفته دارای توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز خوبی برای توسعه کسب و کار هستند و بیشتر کشورهای عضو بلوک شرق سابق توانایی کمتری در این زمینه دارند.

### ۲-۳- چگونگی درك مدیران کشور از کار آفرینی

با توجه به اهمیت عملکرد مدیران در تدوین خط‌مشی‌ها و

در سال ۱۹۹۹ این الگو در ده کشور آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، کانادا، فنلاند، دانمارک و اسرائیل بررسی شد و در سال ۲۰۰۰ کشورهای آرژانتین، استرالیا، بلژیک، برزیل، هند، ایرلند، کره جنوبی، نروژ، سنگاپور، اسپانیا و سوئیس هم به آنها پیوستند که دستاوردهای این پژوهش را به این شرح می‌توان بیان کرد:

- فعالیت‌های کار آفرینانه در کشورها بسیار متفاوت است.
- سیاست‌های مناسب و افزایش توان کار آفرینی يك جامعه (از جمله مهارت‌ها و انگیزه‌ها) بیشترین تأثیر را در گسترش کار آفرینی دارد.
- شرکت زنان در کار آفرینی ضرورتی درازمدت برای اقتصاد است.

● برای رسیدن به دستاوردهای پایدار و بلندمدت، سیاست‌ها باید جوانان زیر ۲۵ سال و افراد بالای ۴۴ سال را به کار آفرینی فراخواند و تشویق کند.

● هر دولتی که متعهد به پیشرفت اقتصادی است، باید زمینه حمایت‌های لازم را از همه جنبه‌های سیستم اقتصادی که هادی و حامی افزایش بسترهای کار آفرینی هستند، از جمله به کمترین رساندن مالیات‌ها، دسترسی به نیروی کار، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی غیر حقوق بگیر، کاهش مقررات و آسان‌سازی کسب و کار توسط دولت را فراهم سازد.

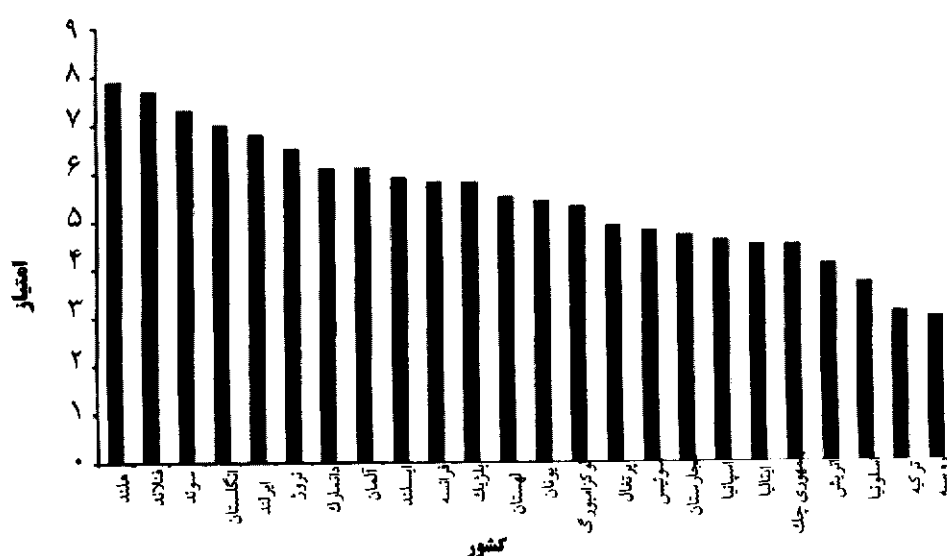
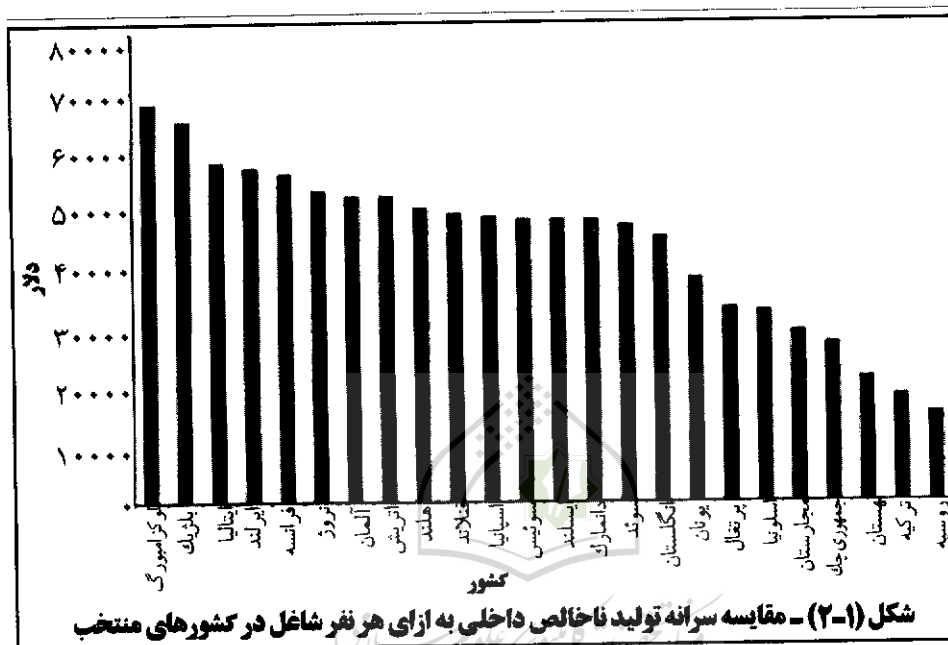
● سیاست‌ها باید راهگشای گسترش سرمایه‌گذاریهای مخاطره‌آمیز و برانگیختن انگیزه‌های افراد خصوصی برای سرمایه‌گذاری بهینه در مراحل نخست هر گونه کسب و کار باشد.

در کشور ما اکنون، به رغم داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد و نیز برخورداری از منابع طبیعی فراوان، تولید ناخالص داخلی (GDP) در سطح پائین است، شمار قابل توجهی از نیروهای جوان و حتی تحصیلکرده از امکان اشتغال بی‌بهره‌اند و بر اولویت ایجاد کار در دیگر فعالیتهای دولتی در سطوح گوناگون تأکید می‌شود. افزون بر این بسیاری از شرکت‌ها، به سبب بهر موری اندك، فقدان تقاضا و غیره در آستانه تعطیلی هستند یا تعطیل شده‌اند و امکانات رقابتی کشور هم در بازارهای جهانی اندك است؛ از این رو، «توسعه کار آفرینی» رویکردی ضروری است. [۲]

در این مقاله شاخصهای توسعه کار آفرینی در کشورهای برگزیده بررسی و مقایسه شده است. کشورهای مطالعه شده ۲۴ کشور مجارستان، فرانسه، اتریش، ایسلند، ترکیه، یونان، فنلاند، سوئیس، ایرلند، اسپانیا، نروژ، ایتالیا، لهستان، آلمان، بلژیک، جمهوری چک، پرتغال، انگلستان، هلند، دانمارک، سوئد، لوکزامبورگ، روسیه، اسلونی هستند. [۴] این کشورها با چهار

پیشرفته، کشورهای کمتر توسعه یافته اروپا و نیز کشورهای عضو بلوک شرق توجه ویژه‌ای به این موضوع دارند و مدیران این کشورها، اهمیت کار آفرینی را در رشد و توسعه اقتصادی، مانند کشورهای پیشرفته به خوبی درک می‌کنند. امتیازهای کشورهای مورد بررسی در این برآورد نزدیک به هم است.

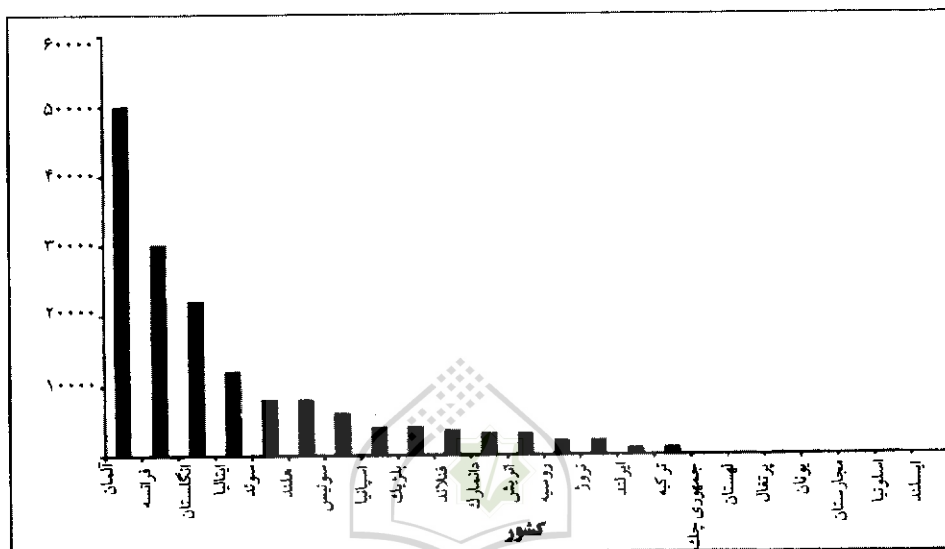
اجرای برنامه‌ها که در گسترش و ترویج کار آفرینی مهم و کارساز است، شاخص چگونگی درک مدیران کشور از کار آفرینی می‌تواند اثر بسزایی در تحقق این هدف داشته باشد. [۲] در شکل (۲-۳) درک این مفهوم بر اساس امتیازبندی مقیاس ۱-۱۰ میان کشورهای اروپایی ارزیابی شده است. این جدول نشان می‌دهد که علاوه بر کشورهای



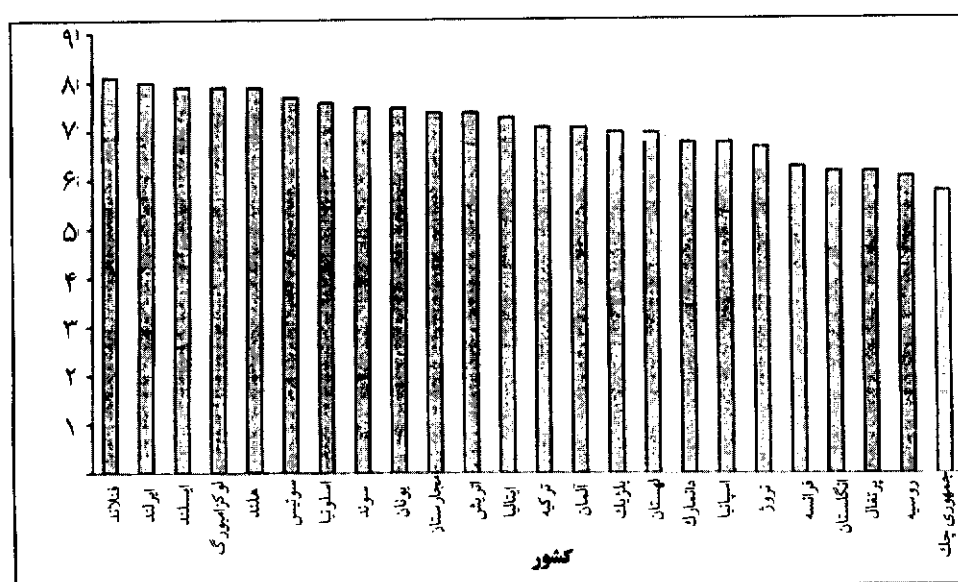
## ۲-۴- هزینه کل تحقیقات

تحقیق و توسعه می تواند پدید آورنده فرصت های تجاری جدید باشد و سبب رشد کار آفرینی و شرکت های کوچک و متوسط شود. [۲] در شکل (۲-۴) هزینه کل تحقیقات در کشورهای اروپایی مقایسه شده است. بر این اساس، کشورهای اروپایی پیشرفته که در

شمار ۷ کشور صنعتی جهان هستند (آلمان، فرانسه، انگلستان و ایتالیا) اهمیت ویژه ای به تحقیق و توسعه می دهند و هزینه های هنگفتی را صرف آن می کنند. پس از این کشورها دیگر کشورهای پیشرفته اروپا، از جمله سوئد و هلند هستند؛ اما بیشتر کشورهای عضو بلوک شرق هزینه های بسیار اندک به این کار اختصاص



شکل (۲-۳) - مقایسه درک مدیران از کار آفرینی در کشورهای منتخب (مقیاس ۱-۱۰)



شکل (۲-۴) - مقایسه هزینه تحقیقات در کشورهای منتخب

### ۳- مطالعه موردی کشور ایتالیا

کشور اروپایی ایتالیا که در شمار ۷ کشور صنعتی پیشرفته جهان است، ۵۷/۵ میلیون نفر جمعیت دارد و سرانه تولید ناخالص داخلی آن حدود ۲۳۰۰۰ دلار برآورد می‌شود. نرخ بیکاری نیز در آن حدود ۱۲ درصد است [۵، ۶، ۷].

تعداد شرکت‌های کوچک و متوسط ایتالیا حدود ۹۵ درصد مجموع شرکت‌های این کشور (حدود ۳/۳ میلیون شرکت ایتالیایی) است و این شرکتها حدود ۶/۵ میلیون نفر کارگر دارند که میانگین تعداد کارگر در هر یک کمتر از ۱۰ نفر است؛ یعنی رویهم ۴۷ درصد نیروی کار ایتالیا را دربر دارند. در این مطالعه با توجه به نقش کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط در شرکت‌های ایتالیا موارد گوناگونی به این شرح بررسی شده است:

#### ۳-۱ محیط کارآفرینی در ایتالیا

##### الف- محتوای اجتماعی کشور

##### ۱- آموزش

بهره‌گیری از فرصت‌ها در گرو آن است که افرادی با دانش کافی و مربوطه وجود داشته باشند. افزایش فرآورده‌ها و گسترش خدمات تازه نیاز به مهارت دارد و دستیابی به محصولات تخصصی‌تر یا بهتر آموزش بالا می‌خواهد. پژوهش‌های «جی.ئی.ام» نشان می‌دهد که سه چهارم کسب و کارها را کسانی که تحصیلات دانشگاهی ندارند، همراه انداخته‌اند. استعداد کارآفرینی ایتالیایی‌های دارای مدرک دیپلم نیز از همتایانشان در کشورهای دیگر و از دیگر گروه‌ها در ایتالیا بیشتر است.

##### ۲- درآمد

اختلاف درآمد دومین شاخصی است که با دامنه ایجاد کسب و کار رابطه تنگاتنگ دارد (همبستگی ۸ درصد). درجه اختلاف درآمد با تقسیم درآمد کل ۲۰ درصد از ثروتمندترین افراد جامعه بر کل درآمد ۲۰ درصد از کم درآمدترین افراد جامعه به دست می‌آید. این نسبت از ۳/۶ برای دانمارک و فنلاند تا ۹/۴ برای آمریکا متفاوت است و ایتالیا نیز با ۵/۱ در رده میانی است. البته، این اختلاف درآمد مفید است، زیرا وقتی سرمایه‌گذاری خارجی نباشد، کارآفرینان باید پس اندازهای خصوصی را به کار اندازند.

##### ۳- دموگرافی جمعیت

امکان ایجاد کسب و کارها تا اندازه بسیار به توزیع نسبی جمعیت بستگی دارد. توزیع ایتالیایی‌ها در حال تغییر است. برخلاف دیگر کشورها، در ایتالیا درصد شروع و ایجاد کسب و کارها در میان نسل

جوان بیشتر است، در حالی که در دیگر کشورهای GEM سطح این فعالیت‌ها در میان گروه سنی ۲۵-۴۴ سال مردان از بقیه بیشتر است (در ایتالیا ۸/۶ درصد)، اما در دیگر کشورها مردان نسبت به زنان بیشتر فعال هستند، اما در ایتالیا این نسبت دو برابر است و باید بیشتر مشارکت کنند. کاهش جمعیت تا ۱۲ درصد در ایتالیا بطور بالقوه بر فعالیت‌های کارآفرینی اثر می‌گذارد و باید دولت دیگر گروه‌های سنی را تشویق به کارآفرینی نماید.

##### ب- شرایط کسب و کار ملی

رشد تولید ناخالص داخلی (GDP) و نرخ بیکاری معیارهایی برای ارزیابی شرایط کسب و کار در یک جامعه هستند رشد تولید ناخالص داخلی ایتالیا کمتر از میانگین رشد دیگر کشورهای اتحادیه اروپاست و نرخ بیکاری در آن ۱۲/۵ درصد برآورد می‌شود که نسبت به دیگر کشورهای اروپا بالاست. افزایش نرخ بیکاری در ایتالیا را بیشتر ناشی از قوانین سخت بازار نیروی کار ایتالیا می‌دانند. از این رو، به سبب بالا بودن هزینه‌های نیروی کار، شرکت‌های کوچکتر، بویژه کارآفرینان تازه، بیشتر به نیروی کار پاره وقت و ثبت نشده متوسل می‌شوند که البته از این شیوه انتظار توسعه مهارتها نمی‌رود و برای هم کارمند و هم کارفرما مخاطره آمیز است.

##### ب- شرایط چارچوب کاری کارآفرینانه

توانایی دستیابی به منابع مالی یکسان، دسترسی به خدمات شغلی، انتقال مؤثر تحقیق و توسعه و آموزش مفید از جمله عواملی هستند که در فعالیت‌های کارآفرینانه نقش سازنده دارند. در ایتالیا نامربوط‌ترین جنبه‌های محیط کارآفرینان عبارتند از:

##### ۱- انتخاب روشهای مالی

##### ۲- فقدان R&D و انتقالهای تکنولوژی

#### ۳-۲ بخش کارآفرینانه ایتالیا

بر اساس مطالعات GEM، بخش کارآفرینانه ایتالیا با این شیوه‌ها ارزیابی می‌شود:

##### - درك فرصت‌های کارآفرینانه

مردم کسب و کارها را آغاز می‌کنند، زیرا بر این باورند که فرصت‌های سودآور وجود دارد. ۲۵ درصد از پاسخ‌دهندگان ایتالیایی عقیده دارند که در ۶ ماه آینده فرصت‌های خوبی برای آغاز کسب و کار در جایی که آنها زندگی می‌کنند، وجود دارد و امیدوار کننده است. (در میان آمریکایی‌ها، بیش از ۵۰ درصد چنین باوری دارند.)

##### - انگیزه و ظرفیت کارآفرینانه

فعالیت کارآفرینانه در هنگامی صورت می‌گیرد که افراد علاوه بر آگاهی و درك موقعیتها، ظرفیت بهره‌برداری از این فرصت‌ها را داشته باشند و ظرفیت کارآفرینانه هم برآیند مهارت‌های لازم است.

- برگزاری دوره‌های مهندسی صنایع و مدیریت در بیش از ۲۰ دانشگاه ایتالیا؛ چنانکه دانشکده مدیریت کسب و کار باکونی (SDA) ۸۵۵ دوره برگزار کرده است که هزار نفر در آنها آموزش دیده‌اند.

- تشکیل دوره فوق لیسانس مدیریت شرکت‌های کوچک به مدت ۱۲ ماه برای افراد زیر ۲۸ سال که می‌خواهند در آینده کسب و کار خانوادگی راه بیندازند.

ب- دسترسی به منابع مالی برای شرکت‌های کوچکتر و در یک مرحله زودتر، و منابع مالی برای شرکت‌های در حال توسعه و تکنولوژیکی

- نبود شبکه‌های فرشتگان کسب و کار در ایتالیا

- دادن وام بدون وثیقه به افراد جوان و بیکار توسط سازمان کار آفرینی جوانان (تا فوریه سال ۲۰۰۰ برای اجرای ۲۱۲ پروژه سرمایه‌گذاری کرده‌اند و نیز هزار شرکت تأسیس شده است).

- ایجاد سیستم condifi که دربرگیرنده شرکتها، اتاقهای بازرگانی و انجمن‌های کار آفرینی و تضمین‌کننده تأمین مالی و دسترسی آسان به اعتبارات یا وام‌های بانکی، بویژه برای حمایت مالی از شرکت‌های کوچک و متوسط است. در سال ۱۹۹۸ دریافت حدود ۶/۳ میلیارد دلار برای ۸۵۰/۰۰۰ شرکت تضمین شده است.

- ایجاد صندوق تضمین مرکزی برای شرکت‌های کوچک و متوسط.

- در سرمایه‌گذاری اولویت با طرحهای نوآورانه است. تاکنون ۱۳ میلیارد دلار برای ۸۶۰/۰۰۰ شرکت سرمایه‌گذاری شده است.

- قانون ۴۴۸ سال ۱۹۹۲ به شرکت‌هایی که در نواحی اقتصادی ضعیف هستند، امتیازهایی می‌دهد. ۶۴ درصد این سرمایه‌ها به منطقه جنوب و ۸۲ درصد به شرکت‌های کوچک و متوسط اختصاص یافته است.

- اجرای طرح «مالیات در آمد دو گانه» در سال ۱۹۹۷ به منظور تحریک سرمایه‌گذاری شرکت‌ها، از راه کاهش مالیات سرمایه‌هایی که دوباره به کار گرفته می‌شود.

- دادن امتیازاتی به فعالیت‌های کار آفرینانه بدیع و به نوآوری‌های جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله؛ مانند دادن کمک‌های بلاعوض و وام‌های کم بهره.

- تشویق جوانان و زنان به ایجاد شرکت با بهره‌گیری از اعتبارات مالی و مالیاتی

پ- پدید آوردن امکان تحقیق و نوآوری و بهره‌گیری شرکت‌های کوچک و متوسط از اختراعات ثبت شده.

- افزایش سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در کارهای پژوهشی.

يك شاخص ارزیابی مهارت‌های کار آفرینانه تعداد مالکان و مدیران نسبت به تعداد افراد جامعه است که فقط ۶/۷ درصد افراد بزرگسال مورد بررسی در ایتالیا در این گروه قرار می‌گیرند. در ایتالیا علاوه بر انگیزه‌های مادی، برخورداری از احترام اجتماعی نیز از انگیزه‌های مهم کار آفرینی است و در ایتالیا، همبستگی مثبت میان نرخ شروع کسب و کار و سنجش احترام کار آفرینان ۴۵ درصد برآورد می‌شود. (آمریکا بیش از ۸ درصد) در مقایسه GEM، ایتالیا در رده میانی قرار دارد و باید با تغییراتی به سطوح بالاتر برسد.

- اختلافات جغرافیایی

شرکت‌های کوچکتر بیشتر در مناطق صنعتی ایتالیا مشاهده می‌شوند و این به سبب توانایی این مناطق در گسترش همکاری و رقابت‌هاست و در مناطق صنعتی از مزیت‌ها همچنین امکان برخورداری از سرمایه‌های اجتماعی و تبادل دانش و اطلاعات وجود دارد.

### ۳-۳- آینده کار آفرینی در ایتالیا

بر اساس مطالعات GEM، در ایتالیا به این موارد باید توجه شود:

- انتقال‌های R&D و تکنولوژی

- انتخاب‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری و تأمین مالی

- قابلیت انعطاف بازار نیروی کار

- تفاوت‌های ناحیه‌ای

- ساختار جمعیتی

### ۳-۴- کارها و برنامه‌های دولت ایتالیا برای گسترش

#### کار آفرینی

کارها و برنامه‌های دولت ایتالیا برای گسترش کار آفرینی در این کشور به این شرح بوده است:<sup>۸</sup>

الف- آموزش يك جامعه کار آفرینانه

- طرح آشنایی دانش‌آموزان سال آخر دبیرستان با شرکت‌ها (با همکاری سازمانهای کسب و کار و شرکت‌های کوچک و متوسط).

- پدید آوردن سیستم آموزش حرفه‌ای- فنی بالاتر (FIS) برای تأمین نیاز شرکت‌های کوچک و متوسط در زمینه آموزش کارگران سطح متوسط (کارگران فنی، حرفه‌ای، ماهر و ...)

- اجرای پروژه پایلوت آموزش فنی بالاتر (IFTS) برای آموزش محققان سطح بالا، تکنیسین‌ها، مدیران و اپراتورهای تولید (بیش از ۵۰ درصد کارکنان آموزشی از شرکت‌ها تأمین می‌شوند). به این منظور ۶۰۰ دوره آموزشی با ۷۰ میلیون دلار هزینه در سال ۲۰۰۰ برگزار شده است.

- اجرای طرح ویژه «آموزش شرکت» توسط اتاقهای بازرگانی (۸۱۱ طرح آموزشی برای ۱۳ هزار دانش‌آموز اجرا شده است).

- تصویب قانون ۳۱۷ سال ۱۹۹۱ برای دادن امتیازهای مالیاتی به شرکت‌هایی که در زمینه نوآوری سرمایه‌گذاری می‌کنند.

- دادن کمک‌های مالی (۱۴ هزار دلار در سال برای هر کارمند جدید) به شرکت‌های کوچک و متوسطی که برای امور تحقیقاتی، فارغ التحصیلان و متخصصان را استخدام می‌کنند.

- اجرای برنامه انتشار نوآوری تکنولوژیک (DIT) توسط شبکه اتاق‌های بازرگانی در سراسر ایتالیا. (از سال ۱۹۹۰ بیش از ۲ هزار شرکت کوچک و متوسط برای توسعه قابلیت‌هایشان در زمینه تکنولوژی و نوآوری در بازار، از این برنامه بهره‌گرفته‌اند).

- قانون ۱۴۰ وزارت صنایع، امتیازهایی به شرکت‌های کوچک و متوسط می‌دهد که در برگیرنده سرفصل‌هایی برای تحقیق، توسعه و نوآوری در بودجه آنهاست.

- ایجاد ۲۰ مرکز اطلاعاتی ناحیه‌ای برای افزایش آگاهی کاربران بالقوه از پتنت‌ها

- کامپیوتری کردن سیستم ثبت پتنت که طرحی در دست اجرا است.

- دادن جایزه بازرگانی (Ecommerce) به شرکت‌های کوچک و متوسطی که با اینترنت کار می‌کنند.

ت- بهبود دیدگاه خدمات حمایتی

- تأسیس آژانس جدید Sviluppo Italia برای توسعه فعالیتهای کارآفرینانه ناحیه‌ای (از جمله فعالیت‌های این آژانس کمک به ارتقای تولید، ایجاد امکان اشتغال برای کارآفرینان جوان، گسترش سرمایه‌گذارها و حمایت از نوآوری بوده است).

- تألیف کتابچه راهنما برای شناخت ارائه‌دهندگان خدمات، از جمله شرکت‌ها، سازمانها، کنسرسیوم‌ها و صادرکنندگان به شرکت‌های کوچک و متوسط کمک می‌نماید تا بتوانند به بازار متصل شوند. ۷۰۰ شرکت مشاوره‌ای و کارشناسی ثبت شده است و هر ماه بیش از ۱۰۰۰ درخواست از اینترنت دریافت می‌شود.

- راه‌اندازی سیستم ملی ارتباط از راه دور ثبت شرکت‌ها به وسیله سیستم اطلاعاتی Infocamere

ث- بهبود امور اداری

- تصویب قوانین Bassanini برای ساده کردن امور اداری، در سال ۱۹۹۸

- تدوین الگوی ایتالیایی بازارچه کسب و کار برای شرکت‌ها (ساده‌سازی روش‌های اداری) در سال ۱۹۹۹ که در برگیرنده روش‌های دریافت مجوز برای تعیین محل، تأسیس، تجدید ساختار، گسترش، اتمام کار، شروع دوباره، انتقال، اجرای کارهای داخلی و تغییر محل واحدهای تولیدی است و همه را با هم ارائه می‌دهد و سند شهرداری برای کسب و کار است.

- تأسیس واحد Simplification task force در دفتر نخست‌وزیر، برای ساده‌سازی روشها و قوانین.

ج- بهبود اشتغال و شرایط کاری

- گسترش کارهای پاره وقت با ۲۸۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری، یک دوره سه ساله و از سال ۲۰۰۰ که صد هزار فرصت شغلی جدید ایجاد می‌کند.

- اجرای طرح گسترش شرکت‌ها و سرمایه‌گذاری در جنوب در تابستان سال ۲۰۰۰ توسط دولت که براساس آن، کارکنان تازه استخدام شده از مالیات معاف هستند.

### ۳-۵- کارآفرینی در دانشگاههای ایتالیا

وزارت علوم ایتالیا برنامه‌ای را تدوین کرده است تا با همکاری دانشگاهها و دانشجویان، در توسعه یک ایده اساسی کمک و همراهی کند. بحث کارآفرینی و آموزش کارآفرینی نیز زمانی در وزارت علوم مطرح می‌شود که دانشگاهیان، دانشجویان، مؤسسه‌ها و... از وزارت علوم خواستار آن باشند. چنانکه اگر جامعه دانشگاهی و... خواستار گردهمایی و برپایی سمینار در این زمینه شود، وزارت علوم در برگزاری آن کمک و حمایت مالی خواهد کرد. کشور ایتالیا در سیستم دانشگاهی (در مقایسه با دیگر کشورهای اروپایی) برای توسعه کارآفرینی، کار مهمی را انجام نداده است [۹]؛ هرچند بحث کارآفرینی در دانشگاههای ایتالیایی مطرح شده است [۱۰-۱۴]:

۱- دانشگاه بولوگنا

۲- انستیتوی تکنیک میلان

۳- انستیتوی دانشجویی

۴- دانشگاه ترنتو

۵- دانشگاه باکوئی

این مراکز در زمینه‌های آموزش، تحقیق، مشاوره در زمینه درس‌های کارآفرینی فعالیت دارند و نیز اتحادیه شرکت‌ها و اتاقهای بازرگانی با کمک مالی، از طرحهای خوب دانشجویان حمایت می‌کند.

### ع- منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، فصل اول (صفحات ۱-۲۶)، انتشارات شرکت پردیس ۵۷، تابستان ۷۹.
۲. ناهید شیخان، حجت‌الله رضازاده، گزارش طرح پژوهشی «تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب»، مرکز تحقیقات مهندسی صنایع و بهره‌وری دانشگاه امیرکبیر، آذرماه ۱۳۸۱، ص ۴.
3. Gnyawali, D. and Fogel, D. "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications", Entrepreneurship theory and practice, Baylor University, 1994, p 125-40

## ۲- کارآفرینی و رشد اقتصادی در مالزی

در دهه ۱۹۶۰ اقتصاد مالزی متکی به صادرات لاستیک و قلع بود، اما این کشور با سیاستهای مناسب و با اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی توانسته است در میان کشورهای در حال توسعه به موقعیت مناسبی دست یابد که کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط در رونق اقتصاد مالزی نقش حیاتی داشته‌اند. در سال ۲۰۰۰ حدود ۹۰ درصد واحدهای تولیدی و کسب و کار در مالزی (۱۲ هزار واحد) وابسته به شرکت‌های کوچک متوسط بودند. این شرکتها حدود ۲۹ درصد اشتغال و حدود ۲۲ درصد ارزش افزوده ایجاد کرده‌اند. [۳]

صنایع کوچک و متوسط در بخش تولیدی مالزی به این شرح تعریف شده است:

### ● شرکت‌های کوچک

- تعداد کارمندان تمام وقت: کمتر از ۵۰ نفر

- گردش فروش سالانه: کمتر از ۲/۶ میلیون دلار آمریکا

### ● شرکت‌های متوسط

- تعداد کارمندان تمام وقت: بین ۵۱ تا ۱۰۰ نفر

- گردش فروش سالانه: بین ۲/۶ تا ۶/۵ میلیون دلار

آمریکا

## ۳- سیاست‌های اقتصادی صنعتی در مالزی

در دهه‌های ۱۹۶۰، کشور مالزی به عنوان تأمین کننده کالاهای اولیه به خوبی شناخته شده بود. اقتصاد این کشور به صادرات لاستیک و قلع وابسته بود و گاه آن را نخستین تولیدکننده این مواد خام برای دنیای صنعتی می‌شناختند. در آن زمان در واقع محور اقتصاد مالزی بر منابع کشاورزی استوار بود و تمام تلاشها در راه متنوع سازی این بخش و تولید دیگر محصولات، بویژه نخل‌های روغنی و کاکائو به کار برده می‌شد. از این رو، بیشتر نوآوری‌های تکنولوژی در کشتزارهای اولیه، براساس تحقیقات بود. سپس سیاست صنعتی جانشینی واردات با تشویق‌هایی چون کاهش مالیات، برخورداری از تعطیلات و بهبود زیرساخت‌ها به کار بسته شد. استراتژی جانشینی واردات اقتصاد را متنوع کرد و واردات کالاهای مشتری پسند را کاهش داد و مواد اولیه در محل مورد بهره‌برداری قرار گرفت. توسعه صنعتی براساس استراتژی جانشینی واردات سرمایه‌گذاری خارجی را به کار گرفت و بیشتر سرمایه‌گذاران داخلی در بخش‌های اساسی اقتصاد حضور یافتند. [۲]

در دهه ۱۹۷۰، سیاست توسعه صنعتی با هدف توسعه صادرات

4. Paul D. Reynolds, Michael Hay, William D. Bygrave, S. Michael Camp, "Global entrepreneurship monitor, 2000 Executive Report," Babson College. Kauffman Center for Entrepreneurship Leadership, London Business School 2000, p (4-5)

5. Basic and structural Data 1999/2000- Federal Ministry of Education and Research

6. National Accounts of OECD Countries, Main aggregate, Volume 1, July 2001

7. National Entrepreneurship Assessment: ITALY, 1999 Executive Report, GEM

8. Commission of the European Communities, Report on the Implementation of the Action plan to promote Entrepreneurship and Competitiveness, Brussels, 27, 10, 2000

9. Knut Koschatzky & Daniela Rink, "Forderung Von Entrepreneurship und Grundlagen im Ausland-offentliche fuerdermaßnahmen und Aktivitäten und Hoch Schulen", Institute system technik und Innovations forschung, December 2001

10. Universitat Bologna <http://www.daziend.economia.uni-bo.it/>

11. Politecnico Milano

<http://www.impresapolitecnico.polimi.it/main/home.txt.htm>

12. Istituto di studi per la Direzione e Gestione di Impresa <http://www.stoa.it/mba/programma.htm>

13. Universita di trento <http://www.unitn.it/english/industry/DISA.HTM>

14. Universita Bocconi <http://www.Uni-bocconi.it>

## برنامه‌های کارآفرینی در مالزی

### ۱- سرآغاز

مالزی کشوری در حال توسعه و تازه صنعتی شده در جنوب شرقی آسیاست که بیش از ۲۲ میلیون نفر جمعیت دارد و براساس برنامه توسعه آن، تا سال ۲۰۲۰ می‌بایست به یک کشور توسعه یافته تبدیل شود. [۱]. سرانه تولید ناخالص داخلی این کشور اکنون حدود ۳۵۰۰ دلار آمریکاست و نیز نرخ بیکاری و تورم در آن حدود ۳ درصد برآورد می‌شود.<sup>۲</sup>

اقتصاد مالزی در دهه ۱۹۶۰ متکی به صادرات لاستیک و قلع بود، اما در مدت چهل سال این کشور توانست با اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی (بویژه برای کارآفرینی) به موقعیت امروز برسد. در ادامه این مقاله سیاست‌های اقتصادی - صنعتی و برنامه حمایت از توسعه کارآفرینی در مالزی بررسی شده است.

به اجراء درآمد، اما سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به مناطق آزاد تجاری گرایش داشت. استراتژی توسعه مبتنی بر تأمین سرمایه، تخصص‌های فنی و مدیریت برای گسترش صادرات و دستیابی به بازارها بود، اما ارتباط میان صنایع داخلی و صنایع تولیدکننده کالاهای صادراتی توسعه نیافت و رشد قابلیت‌های تکنولوژی داخلی کند بود.

از دهه ۱۹۸۰ به بعد، تلاشها بر گسترش و عمق دادن به اقتصاد بر پایه صنعتی متمرکز شد؛ اجرای برنامه جامع صنعتی (In-IMP) (dustrial Master Plan) (۱۹۸۶-۱۹۹۵) در دستور کار قرار گرفت و پروژه‌های عمده صنعتی، مانند کارخانه‌های نورد فولاد و اتومبیل‌سازی به اجراء درآمد. سهم رشد تولید در سال ۱۹۸۹ در اقتصاد ۲۵/۵ درصد بود که نسبت به ۸/۶ درصد در سال ۱۹۶۰ قابل ملاحظه بود. IMP بر علوم و تکنولوژی به عنوان مهمترین اجزاء استراتژیهای توسعه صنعتی تأکید دارد. هدفهای اساسی توسعه صنعتی در IMP عبارتند از:

● شتاب دادن به رشد بخش تولیدی برای تداوم توسعه اقتصادی با شتاب لازم.

● پدید آوردن امکانات لازم برای بهره‌برداری بیشتر و بهتر از منابع طبیعی.

● ساختن پایه‌ای برای رسیدن به کشور توسعه‌یافته صنعتی، با افزایش قابلیت تکنولوژی داخلی و رقابت‌پذیری

در اجرای برنامه IMP سهم بخش تولید کالاهای صادراتی در مجموع صادرات کشور، از ۳۲/۸ درصد در سال ۱۹۸۵ به ۷۹/۶ درصد در سال ۱۹۹۵ رسید و نیز سهم ارزش افزوده بخش تولیدی در تولید ناخالص داخلی به ۳۳ درصد افزایش یافت.

دومین برنامه جامع صنعتی (IMP2) برای سالهای ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۵ تدوین شده است که هماهنگ با رویکرد توسعه صنعتی گروهی (Cluster-based industrial development approach) و به منظور تداوم و افزایش رشد بخش تولیدی و توسعه قابلیت انعطاف و رقابت‌پذیری صنعتی به اجراء آمده است. IMP2 بر حرکت به سوی تقویت کارهای تولیدی که دربرگیرنده «تحقیق و توسعه»، طراحی قابلیت توسعه صنایع حمایتی یکپارچه، بسته‌بندی، فعالیت‌های بازاریابی و توزیع است، تأکید دارد. استراتژی تولیدی شامل عملیات تولیدی یکپارچه کامل از طریق زنجیره ارزش (value chain) به منظور افزایش ارتباطات صنعتی، بهره‌وری و رقابت‌پذیری می‌شود.

استراتژی تولید IMP2 هدف به این شرح دارد:

● جهت‌گیری جهانی

● افزایش رقابت‌پذیری

● بهبود زیرساخت اقتصادی

● افزایش شرکت‌های تولیدی با مالکیت مالزیایی

● فرایندهایی که بر اطلاعات و دانش تأکید دارد.

با اجرای برنامه IMP2 انتظار می‌رود که سهم بخش تولیدی از تولید ناخالص داخلی به ۳۸/۴ درصد در سال ۲۰۰۵ برسد.

۳-۱. برنامه حمایت از توسعه کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط

با توجه به اهمیت شرکت‌های کوچک و متوسط در رشد و توسعه اقتصادی و نیز استراتژی مالزی که در سال ۲۰۲۰ به یک کشور توسعه‌یافته صنعتی تبدیل شود، برنامه حمایت از توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط به این شرح تدوین شده است [۴]:

الف- راه‌اندازی کسب و کار

استراتژی:

● ارائه تسهیلات فراگیر برای راه‌اندازی کسب و کار توسط

کارآفرینان جدید

ب- تأمین مالی

استراتژی‌ها:

● تأمین مالی درازمدت با بهره‌گیری از وام‌های مؤسسات وام

دهنده

● بیمه شدن اعتبارات صدور کالا

● تشکیل صندوقی برای فعالیت‌های خاص

پ- دسترسی به اطلاعات

استراتژی:

● دسترسی به اطلاعات لازم برای شناخت بازار، تکنولوژی و

مقررات دولتی

ت- توسعه منابع انسانی

استراتژی:

● تأمین نیروی انسانی آموزش دیده

● کمک به منابع توسعه نیروی انسانی

ث- نوآوری تکنولوژیکی و مدیریت

استراتژی:

● معرفی و تشویق توسعه و کاربرد تکنولوژیها، نوآوریها و

تمرینات مدیریت خوب

● تشویق کار منطقی

ج- حمایت از کیفیت

استراتژی:

● افزایش آگاهی‌ها در زمینه مدیریت کیفیت و ترویج تضمین

کیفیت

## موفق

- تشویق کار آفرینان برجسته به قبول مسئولیت در زمینه هدایت دیگر کار آفرینان به سوی موفقیت در کسب و کار

## ● ویژگیهای راهنمایی:

الف- برنامه مشاور یک برنامه آزاد و قابل انعطاف است که شرکت مشاور را مجبور به تعیین دریافت کنندگان مشاوره (کار آفرینان بالقوه یا کار آفرینان کوچک و متوسط) نمی کند و مشارکت در آن کاملاً اختیاری است.

ب- شرکت مشاور آزاد است که در راهنمایی دریافت کنندگان مشاوره از روش های ویژه خود استفاده کند.

ج- برای نمونه، روش يك شرکت مشاور می تواند دربرگیرنده این موارد باشد:

- آموزش فنی و غیر فنی

- تلاش مشترك

- خدمات مشورتی

- کمک های تأمین مالی

- گسترش شبکه کسب و کار

اجرای این برنامه از سال ۱۹۹۵ آغاز شده است و در مجموع ۲۷ مشاور (کار آفرین موفق) در آن مشارکت داشته اند و تفاهم نامه لازم را با وزارت پرورش کار آفرین امضاء کرده اند.

## ● برنامه آینده:

وزارت پرورش کار آفرین، تعداد زیادی از کار آفرینان برجسته را به عنوان مشاوران شرکت کننده در این برنامه شناسایی خواهد کرد تا تعداد بیشتری از کار آفرینان بتوانند از راهنمایی و مشورت آنها بهره مند شوند.

۲-۱-۳- آموزش کار آفرینی در وزارت پرورش کار آفرین

هدفها [۷]:

الف- پدید آوردن فرهنگ کار آفرینی

ب- آموزش کار آفرینان در زمینه های چگونگی پیشرفت، رقابت و واکنش های سریع در عرصه های کار.

ج- تقویت بنیادهای کسب و کار، به گونه ای که کار آفرینان توانایی خطرپذیری در بازارهای جهانی را به دست آورند.

## وظایف:

الف- ترویج فرهنگ کار آفرینی در جامعه؛ به گونه ای که دانش آموزان مدارس و مؤسسه های آموزشی بالاتر (IHL) را دربرگیرد. این کار با این شیوه ها صورت می گیرد:

- برنامه کار آفرینان جوان (YEP) برای دانش آموزان دبیرستانی

- برنامه آموزش رهبری برای مدیران و مشاوران مدرسه

ج- حمایت از مدیریت محیط زیست

استراتژی:

- حمایت از کاربرد تکنولوژیهای زیست محیطی نو و پیشرفته و دستیابی به استانداردهای بین المللی در این زمینه.

ح- دسترسی به بازار

استراتژیها:

- گسترش کارهای تبلیغاتی برای شناساندن محصولات و خدمات.

- پدید آوردن امکانات لازم برای دستیابی به بازارهای خارجی.

- بهره گیری از شیوه های مشارکت در کسب و کار.

خ- تسهیلات زیرساختاری

استراتژی:

- ایجاد زیرساختارهای سخت افزاری (مانند زمین صنعتی) و زیرساختارهای نرم افزاری (مانند سیستم کامپیوتر) و دیگر امکانات لازم در این زمینه.

## ۴- وزارت پرورش کار آفرین

با توجه به اهمیت کار آفرینی در رشد و توسعه اقتصادی، وزارت پرورش کار آفرین در این کشور متولی کار آفرینی است. [۵] ساختار این وزارتخانه به این شرح است:

- توسعه کسب و کار

- پیش فرض های کسب و کار

- تأمین مالی کسب و کار

- آموزش

- مؤسسه اقتصادی ایالتی

- هیأت کار آفرین

- مرکز منابع

- شبکه ارتباطی وزارت پرورش کار آفرین

## ۴-۱- توسعه کسب و کار در وزارت پرورش کار آفرین

بخش توسعه کسب و کار بر برنامه ای با عنوان برنامه مشاور در دست اجرا دارد که بر اساس آن يك شرکت بزرگ (مشاور) برای کار آفرینان بالقوه یا کار آفرینان کوچک و متوسط برنامه های آموزشی و راهنمایی تدارک می بیند و به آنها پیشنهاد می کند تا بتوانند به طور مستقل در بازار به رقابت بپردازند. مدت زمان این راهنمایی که بستگی به هر يك از مشاوران دارد، معمولاً بین ۳ تا ۵ سال است.

هدفهای این برنامه عبارتند از [۶]:

- به وجود آوردن تعداد زیادی از کار آفرینان جدید با ارائه خدمات راهنمایی و مشاوره ای توسط کار آفرینان موفق و برجسته
- ایجاد سازگاری و تفاهم بین کار آفرینان جدید و کار آفرینان

● کارگاه آموزشی رهبری و انگیزش برای مدیران شرکتها  
(YEP)

● کنوانسیون سالانه برنامه کار آفرینان جوان در سطح ملی  
● توسعه مخاطره‌پذیری دانشجویی (SEDP) برای دانشجویان

IHL

● برنامه دانشجویان در شرکت آزاد (SIFE) برای دانشجویان

IHL

● طرح آموزش دانشجویان کارشناسی برای دانشجویان  
علاقه‌مند به کار آفرینی

● انتشار اطلاعات با وسایل الکترونیکی و انتشاراتی مانند،  
مقالات روزنامه‌ها و سخنرانی کارشناسان در مورد کار آفرینی و  
برنامه‌های تلویزیونی.

ب- آغاز کار:

- چگونه يك كسب و کار کوچک را آغاز کنیم.

● تست استعدادهای کار آفرینی

● کار آفرینی - از خود پرسید که چه، چرا و چگونه

● مدیریت مالی (اساس)

● روشهای اسلامی برای هدایت کسب و کار

● انواع سازمانهای کسب و کار

● تجربه‌های کار آفرینی

- طرح کار آفرین فارغ‌التحصیل

● طرح آموزش کار آفرین برای گروه حمایت دولتی که

علاقه‌مند به مخاطره‌پذیری در کسب و کارهای تمام وقت است.

● طرح آموزش کار آفرینی به گروههای حرفه‌ای و مدیریتی

برای مخاطره‌پذیری در کسب و کارهای تمام وقت

● کارگاه آموزشی و سمینارهای کار آفرینی

- بسته‌های دربرگیرنده برنامه‌های آموزش کار آفرینی برای

اشتغال در این کارها:

● لباس شوئی‌های سکه‌ای

● نان شیرینی

● کیک و تزئین کیک

● تدارکات غذا و رستوران

● طراحی و دکوراسیون داخلی

● گل فروشی

ج- اجرای برنامه‌های بهبود کیفیت و کارایی مدیریت کسب و

کارها که دربرگیرنده این تدابیر است:

- برنامه توسعه کار آفرینی ۱۸ ماهه (ENDEP)

- برنامه‌ای که برای کارگاههای آموزشی در اواخر هفته پایانی هر

ماه اجراء می‌شود و هر شرکت کننده يك مشاور دارد که ماهی یکبار با

او مشورت می‌کند.

- برنامه توسعه صادرات ۱۲ ماهه (EDP)

● برنامه ترغیب کار آفرینان محلی برای مخاطره‌پذیری در  
بازارهای جهانی

- نمایشگاهها، کارگاههای آموزشی، سمینارها و کنوانسیونها

● مشارکت با دیگر مؤسسه‌ها و سازمانها برای بریایی

نمایشگاهها، کارگاههای آموزشی، سمینارها و کنوانسیونها برای  
گروههای خاص.

چ- تشویق فعالیتهای کار آفرینانه و پدید آوردن محیط مناسب  
برای کار آفرینان با ایجاد کلوب‌ها و انجمن‌ها؛ از جمله:

● کلوب کار آفرینان

● انجمن‌های کار آفرین

● اتاقهای بازرگانی

● فدراسیون انجمن‌های کار آفرینان زن مالزیایی

● دسته کار آفرینان

ح- کمک به کار آفرینان موجود و بالقوه توسط مرکز ملی

راهنمای کار آفرین (NEGC) برای خدمات مشاوره‌ای و دادن

اطلاعات لازم به کار آفرینان.

در تحقق این هدف، مرکز اطلاعات کار آفرین (EIC) اطلاعات

مربوط به کسب و کارها در این زمینه‌ها را فراهم می‌کند:

راهنمای کسب و کار

● لباسشویی

● شیرخوارگاه

● کودکانستان

● گل فروشی

● طراحی و دکوراسیون داخلی

روش آغاز کسب و کار

● تسهیلات مالی

● استراتژیها / تکنیک‌ها / تسهیلات بازاریابی

● تسهیلات فنی

● خدمات آموزشی

● خدمات مشورتی

● برنامه پرورش کار آفرین

● مرکز خدمات بیمه‌انکاران

● هیأت جواز (پروانه) وسایل تجاری

● نقش مؤسسه‌های تحت نظر وزارت پرورش کار آفرین

مرکز تبلیغ محصول کار آفرینانی هم فضای نمایشی را برای

تبلیغ و فروش محصولات تولید شده توسط کار آفرینان محلی پدید  
می‌آورد.

<http:// Waitro. Dtiodk/ publications / Seminars/ Best- pray mahan.htm>

2. Economy Report - Malaysia

<http:// www: apecsec, org. sg/member/memberreport/mal. html>

3. Ministry of Entrepreneur Development <http:// www. KPU n.gov. my/defaultbi.htm>

4. "Seminar on Regional support system for Enhancing the competitive power of small and Medium Enterprises: Financial support and venture capital:, Tehran, Islamic Republic of Iran, september 12,2001

5. Business Development-Ministry of Entrepreneur Development

<http:// www.KPUn.gov. my/pn/index/bi.htm>

6. Training of Entrepreneurship - Ministry of Entrepreneur Development

<http:// www. KPUn.gov, my/IK/ indexbi.htm>

7. Leading SME supports organization in Asia

<http:// www. technonet. org. sg/sme. stop.htm>

\* - کارشناس ارشد مرکز تحقیقات مهندسی صنایع و بهره‌وری دانشگاه صنعتی

امیر کبیر

\*\* - عضو هیأت علمی مرکز تحقیقات مهندسی صنایع و بهره‌وری دانشگاه

صنعتی امیر کبیر

ج- تسهیلات و خدمات دیگر نیز به این شرح است:

● کتابخانه

● سالنهای سمینار و کنفرانس

● شبکه بین کارآفرینان و گروههای مربوطه

● آموزش / کارگاههای آموزشی / سمینارها که توسط NECG

سازماندهی شده‌اند.

افزون بر اینها، مشاوران دائمی هر روز وظیفه دارند که به کارآفرینان در به‌دست آوردن اطلاعات مربوط به کسب و کارها یا خدمات مشاوره‌ای کمک کنند.

- مرکز راهنمای کارآفرین ایالت و مرکز راهنمای کارآفرین بخش، برای کارآفرینان موجود و بالقوه در سطح ایالت و بخش به ترتیب خدمات مشاوره‌ای و اطلاعات فراهم می‌کنند.

● مدیران مرکز با ارائه خدمات مشورتی، اطلاعات و تأسیس شبکه بین کارآفرینان و گروههای مربوطه، مانند مؤسسه‌های تأمین مالی، کارآفرینان محلی و... به کارآفرینان کمک می‌کنند.

## ۵- منابع

1. Best Practices for Improving RTO-SME cooperation, world association of Industrial and Technological Research Organization.

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی