

همایش علمی-پژوهشی مطالعات علمی علوم انسانی در جهان اسلام

نهاد برگزار کننده همایش: موسسه قانون یار

((با همکاری و حمایت معنوی دانشگاه فرهنگیان، آموزش و پرورش، بنیاد شهید و امور ایثارگران، سازمان ارشاد اسلامی، سازمان شهرداری (استان کرمانشاه) مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (استان تهران) و ...))
سر دبیر علمی و مسئول برگزاری همایش: دکتر بهنام اسدی (نماینده مقالات در ۸ پایگاه ملی و بین المللی)
تاریخ برگزاری همایش: ۱۱ اسفند ۱۴۰۱ شماره مقاله: ۱۴/۶۵۰۲۳ رده بندی کنگره: ب ۲۶/۴۵۰۹

بررسی سازوکارهای فعالیتی کارآفرینان با نگاهی به رویکردهای

مختلف در این رابطه و وجوه افتراق مدیران با کارآفرینان

فاطمه اسدی

چکیده

کارآفرینانی که با مهارت‌های مدیریتی به دنیا می‌آیند بسیار کمیاب و دارای توانایی‌های خاص هستند. بخش بزرگی از کارآفرینانی که امروز در دنیا به موفقیت‌های بزرگی دست یافته‌اند، افرادی هستند که این مهارت‌ها را یاد گرفته‌اند. نقش مدیر کارآفرین در ایجاد مجموعه‌هایی که خلاقیت و نوآوری از ضروریات و عامل اصلی است، بسیار مهم و حساس است. کارآفرینان معمولاً دارای ویژگی‌های خاصی مثل نوآوری و اشتیاق هستند که به آن‌ها کمک می‌کند تا یک کسب‌وکار جدید را ایجاد کنند. اما برای یک سرمایه‌گذاری تجاری جدید با جهت‌گیری دقیق‌تر لازم است که آن‌ها مدیریت کارآفرینی را یاد بگیرند! درک ساختار مدیریت می‌تواند به این افراد کمک کند تا در مسیر پیشرفت تجارت خود گام بردارند. کارآفرینان برخلاف مدیران، به‌طور مستقیم در روابط پیچیده بین مدیریت مالی و استراتژی کسب‌وکار درگیر هستند. آن‌ها همچنین باید تصمیماتی بگیرند که ممکن است خطرات شخصی برای آن‌ها داشته باشد. مدیریت کارآفرینی به این افراد یاد می‌دهد که چگونه چنین نقش‌ها و ریسک‌هایی را کنترل کنند. این موضوع می‌تواند تفاوت معنادار بین مدیریت کارآفرینی و سایر شیوه‌های مدیریتی را بیان کند. با توجه به اهمیت موضوع در این مقاله قصد داریم به بررسی سازوکارهای فعالیتی کارآفرینان با نگاهی به رویکردهای مختلف در این رابطه و وجوه افتراق مدیران با کارآفرینان بپردازیم. روش تحقیق از نوع تحلیلی-توصیفی می‌باشد و ابزار گردآوری اطلاعات و داده‌ها از روش فیش برداری می‌باشد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، مدیریت کسب و کار، استراتژی مالی، مدیریت

پیتر دراگر معتقد است که کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آن‌ها را دچار تحول می‌نماید. همچنین

مخاطره پذیر است و به درستی تصمیم گیری می‌نماید. برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد ولی هیچگاه سرمایه‌گذار نیست، کارآفرین همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند. کارآفرینی به عقیده دراکر همانا به کار بردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استانداردسازی محصول، به کارگیری ابزارها و فرآیندهای طراحی و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار انجام شده است. او کارآفرینی را یک رفتار می‌انگارد نه یک صفت خاص در شخصیت افراد.

"ویلیام بای گریو" معتقد است که کارآفرین کسی است که یک فرصت را در می‌یابد و برای پیگیری آن فرصت، یک سازمان راه‌اندازی می‌کند و فرآیند کارآفرینی تمام وظایف، فعالیت‌ها و عملیاتی را که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پیگیری آن فرصت‌ها ارتباط می‌یابد، دربرمی‌گیرد (Bygrave, ۱۹۹۴). در مجموع این که، بهترین تعریفی که می‌توان از کارآفرینی ارائه کرد این است که کارآفرینی عبارت است از: فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش، 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 (Histrich, ۲۰۰۲).

بخش دوم: بررسی و تبیین اهمیت کارآفرینی

گرایش به سوی کارآفرینی و کارآفرینان، از اوایل دهه ۱۹۸۰ به بعد، همزمان با تاکید شرکت‌ها بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینانی که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می‌شدند موجب هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه به درون شرکت‌ها شد (Duncan and et al, ۱۹۸۸). کارآفرینی به عنوان سمبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. توانایی آن‌ها در بهره‌گیری از فرصت‌ها، نیروی آن‌ها در نوآوری و ظرفیت آن‌ها در قبال موفقیت، به عنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین به وسیله آن‌ها سنجیده می‌شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکت‌های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنابر اعتقادی، در جوامع لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر، اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳، ص ۲۳).

1. Venturing
2. Proactiveness

در ارتباط با رقابت باید اشاره نمود که این عامل با شتابی که در سال‌های اخیر به خود گرفته تمامی شرکت‌ها را به چالش واداشته و حتی صناعی که در فن آوری‌های پیشرفته نیز فعالیت دارند را با رقبای بسیاری مواجه نموده است. سرعت نوآوری و ارائه محصولات جدید به قدری شدت یافته که با این تغییرات، ابتکارات و بهبودها به امر عادی در بازارها تبدیل شده است. از این رو شرکت‌ها یا باید به نوآوری بپردازند یا این که محکوم به فنا می‌باشند. در مورد موضوع فوق اشاره دوم یعنی ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در شرکت‌ها باید گفت که، با توجه به تغییرات سریع محیطی و گرایش آن‌ها به سمت پیچیدگی بیشتر و عدم پایداری در شرایط محیطی و بازار، شیوه‌های سنتی مدیریت دیگر نمی‌توانند پاسخگوی این گونه تغییرات سریع در محیط بوده و عدم تطبیق آن با شرایط تصمیم‌گیری در چنین محیط‌های جدیدی، نوعی بی‌اعتمادی را نسبت به سبک‌های مدیریت سنتی ایجاد نموده است. سومین موضوع و چالش، ترک شایسته‌ترین افراد از شرکت‌ها برای اقدام به کارآفرینی مستقل می‌باشد. از علل اصلی تشویق افراد به ترک شرکت‌های خود می‌توان به نتایج حاصل از کارآفرینی مستقل نظیر: رفاه اقتصادی و اجتماعی، شهرت و استقلال در تصمیم‌گیری اشاره نمود. همین عوامل سبب می‌شوند تا کارکنان جوان و با سابقه شرکت‌ها بیش از پیش به کارآفرینی ترغیب شوند. 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 را 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، مسائل حقوقی و قانونی شرکت، تامین سرمایه، راه اندازی و رشد، سازماندهی مدیریت و کسب و کار را بررسی می‌نماید. از سوی دیگر شکل‌گیری بازارهای سرمایه به صورت یک صنعت نوین و تمایل آن به سرمایه‌گذاری مخاطره آمیز سبب شده تا کارآفرینان با سهولت بیشتری نسبت به گذشته بتوانند برای تحقق افکار و اجرای پروژه هایشان به منابع مالی دست پیدا کنند (Fry, ۱۹۹۳, p۳۷۳).

بخش سوم: بررسی کارآفرینی توسط کارآفرین

سؤال دیگری که در شناخت موضوع کارآفرینی مطرح می‌باشد این است که کارآفرین چگونه کارآفرینی می‌کند؟ و چه مکانیسم و فرآیندی را طی می‌کند؟ فرآیند کارآفرینی بسته به تعریف‌های مختلف

کارآفرین متفاوت است. بعضی از افراد فرآیند کارآفرینی را فرآیند خلق چیزی نو، خلق ثروت و یا خلق چیز ارزشمند از هیچ می‌دانند. " مک کله لند" تعریف گسترده ای از کارآفرینی بیان می‌کند و فرآیند کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه، بلکه یک شیوه زندگی تعبیر می‌نماید؛ به طوری که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره پذیری، آینده نگری، ارزش آفرینی، آرمان گرایی، فرصت گرایی، نیاز به پیشرفت و مثبت اندیشی، زیر بنا و اساس زندگی کارآفرینانه می‌باشد، در این زندگی شکست به معنای پله ای برای بالا رفتن و موقعیتی برای آموختن است. در دنیای کارآفرینی شکست، تصور ناقصی از واقعیت مبهمی است که در هدف وجود دارد؛ واقعه ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است. در این زندگی پول انگیزه ای اصلی و اولیه فعالیت‌های اقتصادی نیست، بلکه معیاری برای سنجش میزان موفقیت فرد محسوب می‌شود. در زندگی کارآفرینانه هدف اصلی از کار و فعالیت، ارضای حس کنجکاوی، تحقق بخشیدن به آرمان ها، آزاد سازی انرژی‌های ذهنی و تبدیل آنها به ایده‌های عملی و در نهایت خلق ارزش است و همه چیز تحت الشعاع آرمان شخص قرار می‌گیرد (صمدآقایی، ۱۳۸۰، ص ۱۸).

" رابرت هیسریچ" فرآیند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌داند که توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است، که نتیجه این فرآیند از فعالیت‌های منظمی حاصل می‌شود که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد (بازرگان، ۱۳۸۲). به عبارتی فرآیند کارآفرینی تنها خلق محصول و یا خدمتی جدید نیست بلکه خلق محصول جدیدی است که متناسب با نیازهای بازار و تقاضای موجود باشد و بتوان آن را به جامعه ارائه نمود. در مجموع می‌توان گفت کارآفرینی فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌شود. کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به منظور بهره گیری از فرصت‌ها (احمدپور، ۱۳۷۸). به عبارت دیگر فرآیند کارآفرینی، فرآیندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید به معرفی محصول یا خدمت جدیدی و یا بهبود ساختار تولید، که توأم با پذیرش مخاطرات مالی، روانی و اجتماعی و دریافت منابع مالی و رضایتمندی شخصی و استقلال می‌باشد، مبادرت می‌ورزد.

بخش چهارم: سیر تاریخی تحول کارآفرینی

موضوع کارآفرینی در طول زمان همراه با تحول شیوه‌های تولید و ارزشهای اجتماعی دچار دگرگونی فراوان و افزایش مفاهیم دربرگیرنده آن شده است. بررسی این تحولات و موارد کاربرد این واژه می‌تواند تا حد زیادی در راستای توسعه نظریه کارآفرینی و شناخت جوانب مجهول آن امری مفید باشد که ذیلاً به آنها پرداخته می‌شود.

• دوره اول

اولین تعاریف از کارآفرینی در این دوره یعنی قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی، با ویژگی وجود صاحبان پروژه‌های بزرگ ارائه شده است. این دوره همزمان با دوره قدرتمندی مالکین و حکومت‌های فئودالی در اروپا است. در این دوره اعتقاد بر این بود که کارآفرین کسی است که مسئولیت اجرای پروژه‌های بزرگ را بر عهده می‌گیرد و البته در این راه مخاطره‌ای را نمی‌پذیرد، زیرا عموماً منابع توسط حکومت‌های محلی تأمین می‌شوند و او صرفاً مدیریت می‌کند. نمونه بارز کارآفرینی در این دوره معماران مسئول ساخت کلیسا، قلعه‌ها و تاسیسات نظامی هستند.

• دوره دوم

طی این دوره یعنی قرن هفدهم میلادی و همزمان با شروع انقلاب صنعتی، بعد جدیدی به نام مخاطره یا همان ریسک به کارآفرینی اضافه شد. کانتیلون یکی از اولین محققین این موضوع، کارآفرین را این گونه تعریف می‌کند: کارآفرین کسی است که منابع را با قیمت مشخص می‌خرد، روی آن کارآفرینی انجام می‌دهد و آن را به قیمتی نامشخص و تضمین نشده می‌فروشد. از این رو وی ریسک‌پذیر است. کارآفرین در این دوره شامل کسانی نظیر بازرگانان، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی بوده اند.

• دوره سوم

این دوره یعنی قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی و اوایل قرن بیستم، با ویژگی تمایز کارکنان از دیگر بازیگران صحنه اقتصاد، کارآفرین از تأمین کننده سرمایه متمایز می‌گردد. یعنی کسی که مخاطره می‌کند با کسی

• دورہ چہارم

در این دوره یعنی سال‌های دهه‌های میانی قرن بیستم، مفهوم نوآوری به یک جز اصلی تعریف کارآفرینی تبدیل می‌شود. از جمله تعریف کارآفرینی ارائه شده در این دوره می‌توان موارد زیر را نام برد: کارآفرین فردی نوآور و توسعه دهنده فن آوری به کار گرفته نشده است. کارآفرینان کسب و کاری جدید را شروع می‌کنند در حالی که دیگران برخلاف آنان تغییرات اندکی در محصولات موجود می‌دهند. مفهوم نوآوری می‌تواند شامل همه چیز، از خلق محصولی جدید تا ایجاد یک نظام توزیع نوین یا حتی ایجاد یک ساختار سازمانی برای انجام کارها باشد. اضافه شدن این مفهوم به خاطر افزایش رقابت در بازار محصولات، تلاش در استفاده از نوآوری برای ایجاد مزیت رقابتی در کسب و کارهای موجود و بقا آنهاست.

● دورہ پنجم

در این دوره یعنی دوران معاصر (از ۱۹۸۰ تاکنون) با ویژگی رویکرد چند جنبه، همزمان با موج جدید ایجاد کسب و کارهای کوچک، رشد اقتصادی و شناخته شدن کارآفرینی به عنوان تسریع کننده این ساز و کار، توجه زیادی به این رشته جلب شد. تا این زمان، کارآفرینی فقط از دیدگاه محققان اقتصادی مورد بررسی قرار می‌گرفت ولی در این دوره توجه جامعه شناسان و روانشناسان و به خصوص مدیران نیز به این رشته معطوف گردید. عمده توجه این محققین بر شناخت ویژگی‌های کارآفرینان و علل حرکت فرد به سوی کارآفرینی است. در دوره پنجم سه موج وسیع بعنوان عوامل سوق دهنده کارآفرینی به جلو بوده اند که عبارتند از: ۱- مطالعات، تحقیقات و انتشارات مرتبط با زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکت‌های آن‌ها، چگونگی ایجاد کسب و کارهای جدید و شیوه‌های سریع ثروتمند شدن. ۲- ارائه رشته‌های آموزشی

کارآفرینی در مراکز آموزشی دنیا، ۳- علاقه مندی دولت‌ها به انجام تحقیقات در خصوص نگاه‌های کوچک با هدف تشویق رشد شرکت‌های کوچک و نیز تحقیق در خصوص نوآوری‌های صنعتی.

بخش پنجم: دیدگاه‌ها و رویکردهای کارآفرینی

- پس از اتمام حکومت اقتصاددانان بر مطالعات کارآفرینی و کارآفرینان، بیشترین دغدغه فکری دانشمندان رشته‌های دیگر حول محور پاسخگویی به این سؤالات بوده است که فرق بین مالک و کارآفرین چیست؟ کارآفرین با غیر کارآفرین چه تفاوت‌هایی دارد؟ آیا در شرکت‌های بزرگ هم کارآفرینان وجود دارند؟ آیا تفاوتی بین کارآفرین و مدیر وجود دارد؟ در نهایت این که به منظور پاسخ گویی به این سؤالات، رویکردهای غیر اقتصادی مختلفی در مورد کارآفرینی و کارآفرینان به وجود آمده که بیشتر بر ابعاد رفتاری موضوع تاکید کرده (Jenning, ۱۹۹۴, p۲۷۱). و هر یک جنبه‌هایی از آن (موضوع کارآفرینی و کارآفرینان) را مورد بررسی قرار داده اند (Kollermeier, ۱۹۹۲, p۱۸) که به طور کلی می‌توان آن‌ها را به دو گروه تقسیم کرد: گروه اول که مورد توجه روانشناسان بوده شامل مطالعه بر روی متغیرهای شخصیتی و روانشناختی کارآفرینان بوده است. هدف روانشناسان در حقیقت چگونگی ایجاد ویژگی‌های کارآفرینانه در افراد بوده است که در مجموع تحقیقات آن‌ها را به عنوان رویکرد شخصیتی یا ویژگی‌ها می‌نامند. و گروه دوم که به رویکرد رفتاری معروف هستند متغیرهای جمعیت شناختی کارآفرینان را مورد بررسی قرار داده اند. در این رویکرد به فعالیت‌های کارآفرینان، دلایل و چگونگی تشکیل کسب و کار یا همان شرکت‌ها، و فرآیندی که طی آن شرکت‌ها پا به عرصه وجود می‌گذارند توجه می‌شود.
- قانون توجه اقتصاددانان به مبحث کارآفرینی و کارآفرینان عموماً بر فضای اقتصادی آن حاکم بوده است. به عبارت دیگر آن‌ها از ویژگی‌ها و عوامل فردی و اجتماعی مثبت و منفی مؤثر بر کارآفرینی غافل بوده اند در حالی که کارآفرینان عموماً مطابق با ویژگی‌های روانشناختی و جمعیت شناختی خود فعالیت خاصی را پیگیری و انجام می‌دهند. حال آن که اقتصاددانان هیچ جایگاهی برای این ابعاد قائل نبوده و آن‌ها را از حیطه مطالعات خود دانسته، و از آن جایی که فکر می‌کردند این ویژگی‌ها قابل سنجش نیستند، لذا از ارائه مدل یا مدل‌هایی در مورد آن‌ها چشم پوشی کرده بودند.

بخش ششم: تحلیل و واکاوی فرآیند کارآفرینی

تاکنون به بعضی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اشاره شد که در واقع رویکرد روانشناختی به این موضوع داشت، اما دیدگاه دیگری وجود دارد که در آن پدیده کارآفرینی همچون فرآیند انگاشته می‌شود. ایجاد و تاسیس شرکت‌های جدید نتیجه فرآیندی است که عوامل زیادی بر آن تاثیر می‌گذارند و کارآفرین بسته به فعالیت‌هایی که در جهت تاسیس شرکت انجام می‌دهد، مورد مطالعه قرار می‌گیرد. "کولر می‌یر" در این دیدگاه، بیان می‌کند ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین تابع رفتار اوست و به دنبال پاسخ به این سوال می‌باشد که: " چگونه یک شرکت نوپا به وجود می‌آید؟ ". کارآفرینان با غلبه بر نیروهای که در برابر پیدایش چیزی جدید مقاومت می‌کنند باید موقعیتی را بیابند و آن را توسعه دهند. این فرآیند چهار مرحله دارد:

- ## ۱- شناسایی و ارزیابی فرصت

- ## ۲- تدوین طرح تجاری

- ### ۳- تامین منابع مورد نیاز

- ۴- اداره بنگاه تاسیس شده (فیض بخش، تقی پاری، ۱۳۸۳، ص ۴۹).

تأسیس و ایجاد یک شرکت نوپا، فرآیند پیچیده‌ای است که از عوامل زیادی تأثیر می‌پذیرد. کارآفرین کسی نیست که به طور ثابت وجود خارجی داشته باشد، بلکه کارآفرینی نقشی است که افراد به منظور ایجاد شرکت‌های نوپا به عهده می‌گیرند. به عبارت دیگر در دیدگاه رفتاری، فرد کارآفرین به عنوان یکی از عوامل مهم در فرآیند کارآفرینی مورد توجه قرار می‌گیرد و دیدگاه رفتاری، پوشش دهنده دیدگاه شخصیتی و ویژگی‌های آن نیز می‌باشد و علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی در این دیدگاه طیف وسیع

دیگری از ویژگی‌هایی همچون سن وسال، تحصیلات، خانواده، کودکی و عوامل تجربی فرد همچون پذیرش الگوی نقش، نارضایتی شغلی، اخراج از کار نیز مورد توجه قرار می‌گیرد (احمد پور، ۱۳۷۸، ص ۱۰۵).

بخش هفتم: بررسی رابطه آموزش با کارآفرینی

بند اول: سابقه آموزش کارآفرینی

یکی از مهم ترین فعالیتها و رشته‌های آموزشی بسیاری از دانشگاه‌ها در دنیای امروز آموزش کارآفرینی می‌باشد. طی دهه ۱۹۸۰، دانشگاه‌ها برحسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی، برنامه‌های آموزشی متعددی را برای سازمان‌های خصوصی و عمومی طراحی نموده اند. دولت‌های اروپایی حمایت‌های ویژه‌ای را از فعالیت‌های مشوق کارآفرینی بین جوانان به عمل می‌آورند. در آمریکا نیز آموزش کارآفرینی در درون دوره‌های دانشگاهی و نیز توسط موسسات خاصی مورد توجه قرار گرفته است. کانادا و برخی کشورهای آسیایی همچون فیلیپین، هند و مالزی نیز گام‌های اساسی جهت حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی برداشته اند. این حمایت‌ها شامل راهنمایی‌های عملی، مشاوره، ارائه تسهیلات مالی و برگزاری دوره‌های ویژه در خصوص کار آفرینی در درون دانشگاه‌ها می‌باشد (Gibb, ۱۹۹۰). در دنیای امروز، دوره‌های آموزشی کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و در رشته‌های مختلف باز نموده، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی (از ابتدایی تا دبیرستان) نیز مورد توجه قرار گرفته اند. تنوع این دوره‌ها، شرکت‌های موجود را نیز تحت پوشش قرار می‌دهد و دوره‌های متعددی نیز جهت رشد، بقا و کارآفرین نمودن سازمان‌های بزرگ طرا حی شده است.

بند دوم: جایگاه آموزش کارآفرینی

تغییر و تحولات موجود در دنیای امروز کارآفرینان را در خط مقدم عامل توسعه فن آوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بر بحران‌های اقتصادی، به یمن توجه و التفات به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است و به همین علت برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاص قائل می‌گردند. با عنایت به پدیده جهانی

| ۱۲

نمی‌یابند. در هر حال توجه به تفاوت‌های این دو نقش و تمایز آن‌ها از یکدیگر می‌تواند به ما کمک نماید تا جایگاه هر یک را به درستی بشناسیم. این تفاوت‌ها مخصوصاً وقتی مدیریت سنتی را با کارآفرینی مقایسه می‌نماییم بسیار آشکارتر است. چرا که مدیریت تحول آفرین به واسطه ماهیت نوآور و فعال خود دارای اشتراکات بیشتری با کارآفرینی می‌باشد و مرز بین شان نا مشخص تر است. در ادامه سعی بر این است تمایزات بین دو نقش مدیریت و کارآفرینی تبیین شود. یکی از محققین به نام پینکات با بررسی ویژگی‌های هر یک از این نقش‌ها معتقد است که مدیران به پاداش‌های سنتی مانند منافع مادی، موقعیت و پیشرفت شغلی بیشتر از کارآفرینان اهمیت می‌دهند، در حالی که کارآفرینان اساساً به وسیله پاداشهای درونی در پیگیری هدف و با دسترسی به منابع برای فعالیت در جهت ایده آل‌های خود انگیزه می‌گردند (Pinchot, ۱۹۸۵). در عین حال مدیران به برنامه ریزی‌های زمان بندی شده تعهد بیشتری دارند و سعی می‌کنند برنامه‌ها را با توجه به سهمیه‌های تعیین شده و بودجه‌های مشخص پیش ببرند. این در حالی است که کارآفرینان اهداف بلند مدت چندین ساله را مدنظر دارند و حتی در مورد کارآفرینان مستقل که نسبت به کارآفرینان سازمانی اجبار کمتری در پاسخ گویی و بازدهی مالی سریع دارند، زمان رسیدن به این اهداف گاهی ۱۰ سال بطول می‌انجامد. مدیران به واسطه ماهیت شغلی خود بیشتر تمایل دارند کارها را سرپرستی و کنترل نمایند و بدین طریق کارمندان را طوری هدایت می‌کنند که کارها به بهترین نحو ممکن انجام گیرد ولی خود کمتر به طور مستقیم در فعالیت‌های اجرایی وارد می‌شوند. کارآفرینان در مقابل به علت انگیزش بالایی که از آن برخوردارند با وجود این که در برخی از موارد کارها را تفویض می‌نمایند، اما هر جا که احساس کنند خود بهتر می‌توانند کارها را انجام دهند، حتی در جزئی ترین امور اجرایی دخالت می‌ورزند (احمدپور، ۱۳۷۸، ص ۱۴۵). از نظر سطح تحصیلات، مدیران به طور کلی تحصیلات آکادمیک بالاتری دارند و عموماً در رشته‌های تجاری، مدیریتی و مهارت‌های سیاسی تحصیل نموده اند. ولی کارآفرینان بیشتر از قدرت شهودی و شم اقتصادی خود در تصمیم‌گیری‌ها بهره می‌گیرند و تاکید کمتری بر مهارت‌های مدیریتی و سیاسی دارند. اغلب کارآفرینانی که تحصیلات بالایی دارند در رشته‌های فنی بسیار نزدیک به کسب و کارشان تحصیل نموده اند. البته تعیین رابطه علت و معلولی بین خصوصیات کارآفرینی و سطح تحصیلات امکان پذیر نیست. علت آن است که گاهی تنها از وجود یک همبستگی نمی‌توان علی بودن رابطه را نتیجه گرفت. برای مثال تحقیقاتی نشان داده است که در حالی که مدیران اکثراً از طبقات بالای اجتماعی هستند، کارآفرینان از طبقه متوسط و متوسط به پایین

جامعه برخاسته اند. همین سطح اجتماعی فرد می‌تواند در گرایش تحصیلی او و سطح آن قطعاً موثر باشد و حتمیت رابطه علی را به زیر سوال ببرد. تفاوت دیگر بین مدیران و کارآفرینان در ویژگی اساسی اشخاص کارآفرین یعنی خطرپذیری نهفته است. در حالی که مدیران محتاط هستند، کارآفرینان ریسک‌های معتدل را با فراغ بال می‌پذیرند و حتی در جاهایی که انتظار موفقیت وجود داشته باشد به سرمایه‌گذاری‌های سنگین دست می‌زنند. در چنین شرایطی فرد کارآفرین به بررسی بازار و ارزیابی آن اهمیت زیادی می‌دهد و این اهمیت به مانند مدیران برای کنترل وضعیت حاضر و توسعه محصول نیست، بلکه به جهت ساختن نیازهای جدید در بازار و هجوم برای فتح آن می‌باشد. نهایتاً اینکه کارآفرینان به مقام‌های سازمانی و سلسله مراتب بی توجه هستند و در پیگیری دیدگاه‌های خود قطعیت زیادی دارند. به عقیده شومپیتر عاملی که سبب تفکیک مدیران و کارآفرینان از یکدیگر است نوآوری است (Schumpeter, ۱۹۳۴). به نظر وی کارآفرینان ترکیبی از نوآوری مبتکران و مهارت‌های مدیریتی مدیران را در جهت اهداف خود به کار می‌گیرند و به همین دلیل برخلاف مدیران که به ثبات علاقمندند، به شدت خواهان تغییر می‌باشند، در آینده زندگی می‌کنند و نظم‌های کهن را به هم می‌ریزند. در مقابل مدیران در گذشته و یا در حال زندگی می‌کنند و تلاش دارند به فعالیت‌های رهبر کارآفرین قبل از خود سرو سامان و نظم ببخشند. به طور خلاصه کارآفرینان پلی هستند بین مبتکران و مدیران، نسبت به کارشان از خود گذشته و با هیجان هستند و نمی‌توانند تا زمانی که به دور نمای خود برسند، راحت بنشینند (احمدپور، ۱۳۷۸، ص ۲۴).

بخش هشتم: بررسی و شناخت ارکان و عناصر کارآفرینی

کارآفرینی ممکن است شامل یک یا چند مورد از عوامل زیر باشد:

- راه اندازی یک کسب و کار.
- داشتن خلاقیت و نوآوری در توسعه محصولات یا خدمات جدید.
- اداره کسب و کار موجود به طریقی که رشد سریع و پیوسته داشته باشد.

- جستجوی منابع مالی و دیگر منابع، جهت دستیابی به پتانسیل بالا به منظور رشد در کسب و کار.

- پذیرش ریسک در توسعه یا رشد کسب و کار.

این عوامل، جنبه‌های مهم فرآیند کارآفرینانه است. هر چند وجود تمام عوامل ارائه شده، در هر موقعیت کارآفرینانه ای، ضروری نیست.

نتیجه گیری

در جمع بندی پایانی مقاله حاضر و در راستای ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان باید توجه داشت کارآفرینان به عنوان یک گروه، هم منحصر به فرد هستند و هم متفاوت. به عبارت دیگر شباهت‌های آنها با هم، این افراد را از افراد غیر کارآفرین جدا می‌کند. همچنین کارآفرینان با تفاوت‌هایی که با یکدیگر دارند، یک گروه متنوع و گوناگون هستند و همین امر مطالعه ویژگی‌های کارآفرینان را مشکل کرده است. وبر در کتاب خود تحت اخلاق پروتستانی و روحیه سرمایه داری تاکید می‌کند که بین اخلاق پروتستانی و طرز زندگی پروتستان‌ها با پیشرفت اقتصادی سرمایه داری رابطه مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر وی معتقد بود که یکی از علل مهم و محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه داری همین اخلاق پروتستانی و طرز فکر پروتستان‌ها بوده است. او عقیده داشت که در اخلاق پروتستانی و نیز هر فرد پروتستانی، یک صفت و اخلاق کاری وجود دارد که بر اساس آن فرد وجدان کاری خود را در تمام مراحل به ثبوت می‌رساند. این خصیصه اخلاقی موجب می‌شود که فرد با احساس مسئولیت بوده و در نهایت دقت و کارایی وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد. با این همه وی اولین محقق بود که بیان نمود ارزش‌های عقیدتی و درونی فرد مستقیماً به رفتار کارآفرینانه منتهی می‌شود. در قرن بیستم، بعضی از روانشناسان و از جمله مک کله لند استاد روانشناسی دانشگاه هاروارد اقدام به طرح نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی نمودند. مک کله لند معتقد بود که عامل عمده عقب ماندگی اقتصادی کشورهای در حال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت فردی است. وی عقیده داشت که در انسان سه نیاز وجود دارد که عبارتند از: نیاز به توفیق یا توفیق طلبی، نیاز به قدرت، و نیاز عاطفی یا احساس تعلق. وی پس از انجام مطالعات و تحقیقات مختلف نتیجه می‌گیرد که با اینکه روحیه انسان برای توفیق 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. از این نتایج این نکته استنباط می‌شود که علیرغم نظریه وبر، با یک برنامه صحیح تعلیم و تربیت می‌توان همان رسالت کاری را که ناشی از آیین پروتستانی است در جوامع غیر پروتستانی نیز به وجود آورد. بنابراین براساس نظریه مک کله لند، جوامع غیر پروتستانی نیز می‌توانند با ایجاد روحیه کاری لازم، شرایط را برای صنعتی شدن مهیا سازند. علاوه بر مک کله لند، دانشمندان دیگری نیز به بررسی نقش کارآفرینان و روسای تجاری پرداخته و اختلافات اساسی آن‌ها را از نقطه نظرات و دورنمای فلسفی مورد بحث قرار داده اند. به نظر آن‌ها، کارآفرینان آینده نگر که دارای افکار نوآورانه هستند عوامل وضعیتی، بر تصمیم‌گیری هایشان در شروع فعالیت‌های مخاطره آمیز تاثیر می‌گذارد. کارلند و دستیارانش انواع ویژگی‌هایی را که از بدو امر تا سال ۱۹۸۴ مورد بررسی قرار گرفته بود جمع آوری نمودند که ذیلاً به تعدادی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

- آینده‌نگر بودن و داشتن چشم‌انداز: چشم انداز شخص کارآفرین، کاملاً شفاف و خالی از هرگونه ابهام بوده و لذا قابل انتقال به دیگران می‌باشد. داشتن چنین چشم اندازی به کارآفرین کمک می‌کند تا حرکتی مستمر و بدون سردرگمی و مستقیم به سمت هدف داشته باشد.
- مصمم بودن: عزم راسخ کارآفرین یکی دیگر از ویژگی‌های بارز اوست که انرژی و تعهد لازم برای کسب موفقیت را ایجاد می‌کند. کارآفرینان مصمم از ایده‌های جدید، فرصت‌ها و پیشنهادهای شغلی دیگر چشم پوشی کرده و در مقابل به کاری که برای خود برگزیده اند پایبند می‌مانند. این قاطعیت، کارآفرینان را در طی فرایند راه اندازی، از هرگونه شک و تردید و دودلی مصون نگاه می‌دارد. تا حدی که مخالفت نزدیکان و آشنایان نیز نمی‌تواند در اراده آنان خللی وارد نموده، بلکه دودلی دیگران نیز تحت تاثیر این قطعیت برطرف می‌شود.
- تمرکز: برای اینکه کارآفرین از انجام موفقیت‌آمیز طرح و برنامه‌ها و جزئیات کار مطمئن باشد مانند یک فوتبالیست خوب که لحظه‌ای چشم از توپ بر نمی‌دارد، در تمام لحظات با تمرکز بر چشم انداز، همه انرژی، وقت و سایر منابع را حول این هدف مصروف می‌نماید.

- انگیزش: نیاز خود شکوفایی یکی از مهم ترین انگیزه های کارآفرین در محقق کردن چشم انداز خود است. نتیجه این نیاز قوی این است که در مسیر حرکت به سوی هدف، هر چیز دیگری در اولویت پایین تر قرار می گیرد. در روابط شخصی، علائق خارج از این چشم انداز و یا پروژه های با سود مالی زیاد، همه از مواردی هستند که در مقایسه با هدف، اولییتی پایین تری خواهند داشت. البته سود مالی به ندرت انگیزه کارآفرین قرار می گیرد چرا که پول به تنهایی نمی تواند انگیزه انجام تمام زحماتی باشد که در شروع یک فعالیت کارآفرینانه لازم است هر چند که معیار خوبی برای اندازه گیری موفقیت فعالیت کارآفرین است.
- وقف و از خود گذشتگی: کارآفرینان همه زندگی خود را وقف کار می نمایند. بسیار سخت کوش هستند و پشتکار آنان مثال زدنی است. در حقیقت آنان از کار در راستای هدف خود لذت می برند و کار را مانند بازی و تفریح می دانند (McGregore, ۱۹۶۰). داشتن چشم انداز و ترکیب آن با خوش بینی و ریسک پذیری کارآفرینان، سخت کوشی و تعلق خاطر به کار را در آنان پدید می آورد.
- کنترل درونی: آرزوی آن چیزی که امروز نیست ولی فردا می تواند باشد، اولین چیزی است که جمود کارآفرین را در هم می شکند. یعنی کارآفرین آرزومند است. آن چه که جهت و مسیر کارآفرین را برای رسیدن به آرزوهایش تعیین می کند، از درون آن بر می خیزد. عزم او برای حرکت یا توقف، و اقدام یا عدم اقدام، چیزی نیست که مولود شرایط، محیط یا اطرافیان باشد. یعنی کارآفرین کنترل درونی دارد.
- استقلال، خلاقیت و نوآوری: کارآفرین برای اینکه بتواند آنچه را که می اندیشد به درستی عینیت بخشد و عزم خود را عملی کند باید رئیس و کارفرمای خود باشد. یعنی کارآفرین نیاز به استقلال دارد. ذهن پویای او مرزهای از پیش تعیین شده و قالب رایج را در هم می شکند و با وجودی که همان چیزی را که می بیند که دیگران می بینند اما به چیزی می اندیشد که دیگران نمی اندیشند. یعنی کارآفرین خلاق است. و وقتی خلاقیت از ذهن به عمل منتقل می شود نوآوری صورت می گیرد. نوآوری یعنی پیمودن راه نرفته، و کسی که اولین بار راهی را می پیماید اولین کسی است که می تواند خبر مخاطرات را برای دیگران بیاورد.

- ریسک‌پذیری و تحمل ابهام: کارآفرین خطر پذیر است. او به جای آنکه منتظر ضمانت یک پایان موفق بماند به فکر و تلاش خود تکیه می‌زند، به مشکلات حمله می‌کند و به پیش می‌رود. یعنی کارآفرین منفعل نیست و برای استقبال از آینده روحیه تهاجمی دارد. لحظه تصمیم آغازین، تنها زمانی نیست که او با ریسک و مخاطره مواجه می‌شود بلکه ابهام یک پایان نا معلوم، بر هر قدم این راه سایه می‌اندازد. یعنی کارآفرین قدرت تحمل ابهام دارد. به استقبال فردا رفتن، آخر ماجرا نیست. کسی که آگاهانه و پیشاپیش خود را در میدان مواجهه با مسائل می‌اندازد باید توان سخت کار کردن در شرایط پر تنش را هم داشته باشد. یعنی کارآفرین با وجود فشار زیاد، کارایی خود را حفظ می‌کند.
- **رویاپردازی:** کارآفرینان از صرف وقت خود بر روی ایده‌های جدید لذت می‌برند، حتی اگر این ایده‌ها مزایای عملی نداشته باشند. آنها در مورد ایده‌های خود با دیگران بحث کرده و در مورد کارهایی که توسط هیچکس انجام نشده باشد، اغلب به تخیل روی می‌آورند. در مراحل انجام هر کاری دارای ایده‌های جدید هستند و شاید به همین دلیل اغلب مردم ایده‌های آنان را غیر عادی و دست نیافتنی می‌پندارند. کارآفرینان فرصت‌های بازار را به عنوان واقعیت‌های آینده درک کرده و آنها را با اعمال خود به تصویر می‌کشند. آنها این رویا پردازی را بواسطه زیر بنای ارزشی خود به کار می‌گیرند.

منابع و مأخذ

- باپیرزاده، ابوذر، ۱۳۸۵، بررسی و مقایسه منبع کنترل (درونی-بیرونی) و رابطه آن با احساس تنهایی در ورزشکاران پسر ورزش های تیمی و انفرادی شهر همدان، پایان نامه برای دریافت کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی، کرمانشاه.
- سکاران، اوما، صائبی، م، شیرازی، م، ۱۳۸۱، روش تحقیق در مدیریت، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- شمسایی، ن، ۱۳۸۵، بررسی ارتباط منبع کنترل (درونی/ بیرونی) و احساس تنهایی در بین دانشجویان پسر ورزشکار و غیر ورزشکار دانشگاه رازی کرمانشاه، پایان نامه برای دریافت کارشناسی ارشد دانشگاه رازی تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- شولتز، د، کریمی، ی، ۱۳۸۹، نظریه های شخصیت، نشر ارسباران، چاپ هشتم.
- کریمی، یوسف، ۱۳۷۶، روانشناسی شخصیت، تهران، نشر ویرایش.
- آذر، عادل و مومنی، منصور، (۱۳۷۹)، آمار و کاربرد آن در مدیریت، جلد دوم، تهران، انتشارات سمت
- احمد پور، محمود (۱۳۷۸)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، پردیس ۵۷.
- آقاجانی، حسعلی، (۱۳۸۴)، کارآفرینی: مفاهیم، نظریات و ضرورت وجودی، رویش: فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی.
- بازرگان، عباس و دیگران، (۱۳۷۷)، روش های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگاه.
- پویان راد، مهدی، (۱۳۸۷)، شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی کارکنان شرکت مخابرات استان مازندران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه.

- فیض بخش، سید علیرضا و تقی یاری، حمید رضا، (۱۳۸۳)، کارآفرینی، مؤسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف، جلد اول.
- کوراتکو، دانلدا و هاجتس، (۱۳۸۳)، کارآفرینی، عامل محرابی، ابراهیم و تبرائی، محسن (مترجمان)، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
- اچسون، کیت، دامیت گال، مردیت. (۱۳۷۸)، مدیریت آموزشی و آموزشگاهی، کاربرد نظریه‌های مدیریت در برنامه ریزی، ترجمه محمدرضا بهرنگی، تهران: نشر کمال تربیت.
- الوانی، سید مهدی. (۱۳۷۸)، تصمیم‌گیری و تعیین خط مشی، تهران: انتشارات سمت.
- بذرافشان مقدم، س.م. (۱۳۷۵)، بررسی رابطه شخصیت و اثربخشی مدیران در موسسات، پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی دانشگاه تربیت معلم تهران.
- خاکپور، عباس. (۱۳۸۳)، بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد شغلی (وظیفه ای، زمینه ای) مدیران مدارس راهنمایی شهر همدان در سال تحصیلی ۸۳-۸۲، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- دلو، محمدرضا، جمشیدیان، مهدی، پورحکیم، رحیم. (۱۳۷۹)، مبانی سازمان و مدیریت (مفاهیم، اصول، فرایندها، نظریه‌ها و کاربردها)، اصفهان: انتشارات سیمین.
- شعبانی بهار، غلامرضا. امیر تاش، علی محمد. مشرف جوادی، بتول. تندنویس، فریدون. (۱۳۸۳)، ارتباط ویژگی‌های شخصیتی با اثربخشی مدیران تربیت بدنی دانشگاه‌های سراسر کشور، مجلات تربیت بدنی، علوم و حرکت ورزشی، بهار ۱۳۸۳، شماره ۳، صص ۱۲-۳۰.
- علاقه بند، علی (۱۳۷۴)، مقدمات مدیریت آموزشی، تهران، انتشارات بعثت.
- صافی، احمد. (۱۳۷۹)، سازمان و مدیریت در آموزش و پرورش، تهران: انتشارات ارسباران.

- کیخانزاد، مهین. (۱۳۸۷)، بررسی رابطه بین ذهنیت فلسفی و ابعاد آن با انجام وظایف مدیریتی متوسطه شهرستان زاهدان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- علوی، امین الله. (۱۳۷۱)، روانشناسی مدیریت و سازمان، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
- گروسی فرشی، میرتقی. (۱۳۸۰)، رویکرد نوین در ارزیابی شخصیت، تبریز: انتشارات جامعه پژوه.
- گوهری مقدم، مریم. (۱۳۸۶)، رابطه ویژگی‌های شخصیتی و سبک رهبری مدیران مدارس متوسطه دخترانه و پسرانه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن.

ب) منابع انگلیسی

- Duncan, W. et al, (۱۹۸۸) intrapreneurship and reinvention of the corporation , busi ness horizons , may & June.
- pinchot , G., (۱۹۸۵) Intrapreneuring , New York : Harper & Row Publishers.
- Sexton. D. & Bowman, N., (۱۹۸۴) Entrepreneurship education: Suggestion for increasing effectiveness , Journal of Small Business Management , (۱) (۲۲) , PP. ۱۸-۲۵.
- Suzan, R. (۲۰۰۲), the relation between en trepreneur ship, personal characteristic and management styles with performance, p: management journal, vol: ۲۵, page: ۳۲-۵۶.



موسسه علمی و حقوقی قانون یار
برگزار می کند

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی کرمانشاه

دانشگاه فرهنگیان

جمهوری اسلامی ایران
وزارت آموزش و پرورش

سندور گواهی نامه معتبر
پذیرش و ارائه مقاله
(دبیر برتر و هیئت و هیئت مدیره)

پنجمین همایش علمی-پژوهشی

مطالعات علمی علوم انسانی در جهان اسلام

ارگان ها و سازمان های حامی معنوی برگزاری همایش (در استان کرمانشاه)
دانشگاه فرهنگیان - سازمان ارشاد اسلامی - آموزش و پرورش - بنیاد شهید، سازمان شهرداری و

www.Olomensani.ir www.Ghanonyar.ir

محورهای پذیرش مقالات

تمام گرایش های رشته فقه، حقوق و علوم قضایی علوم تربیتی، تکنولوژی آموزش و پرورش و آموزش و پرورش

روانشناسی، علوم اجتماعی، علوم دینی و مذهبی علوم اقتصادی، بانکی و تمام گرایش های مدیریت

مدیر اجرایی همایش
دکتر شهلا رضایی

دبیر علمی و مسئول همایش
دکتر بهنام اسدی

مکان و زمان برگزاری همایش
کرمانشاه - ۱۴۰۱/۱۲/۱۱

ایمیل رسمی همایش جهت دریافت مقالات پژوهشگران
OLOMENSANI@YAHOO.COM

ارسال مقاله از طریق واتس آپ، ایتا، سروش، تلگرام، روبیکا به شماره ۰۹۱۰۰۶۳۶۰۰۲

دبیرخانه مرکزی موسسه قانون یار: تهران، میدان انقلاب، خیابان اردیبهشت، موسسه قانون یار ۵۲۶ - ۰۲۱۶۶۹۷۹۵۱۹۶۲۵

(در صورت طرح سوال درخصوص ارسال مقاله یا جذب در هیات علمی همایش با خانم دکتر قبادی تماس بگیرید. ۰۹۱۹۶۷۴۸۶۲۵)

CiteFactor
Academic Scientific Journals

MENDELEY

جهاد
دانشگاهی

DRJI
Directory of Research Journals Indexing

CONF PAPER
Sponsored and Indexed by CIVILICA
We Respect the Science

Academia.edu
California-San Francisco

TPBIN.com
Sponsored And Indexed

Scientific Information Database

ICI WORLD of JOURNALS