



علاء محمدی / ایران

«ایران» از موانع و چالش های اشتغالزایی جوانان در دستگاه های اجرایی گزارش می دهد

زنجر دیوان سالاری بر پای کار آفرینی!

محبوبه مهرسانی
خبرنگار

امسال از سوی رهبر معظم انقلاب سال «تولید؛ پشتیبانی ها، مانع زدایی ها» نامگذاری شده است. هر سه این شاخص ها مؤلفه های اصلی در بخش کار آفرینی و اشتغالزایی هستند. براساس اعلام مرکز آمار ایران، نرخ بیکاری در تابستان امسال ۹.۶ درصد بوده است اما با وجود این نرخ اشتغالزایی در بهار ۱۴۰۰ نسبت به سال گذشته که درگیر بحران کرونا بوده ایم، ۰.۸ افزایش پیدا کرده است. بر اساس گفته های وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، قرار است تا پایان سال ۱۴۰۱، یک میلیون و هشتصد و پنجاه هزار فرصت شغلی در کشور ایجاد شود. به گفته رحیم سرهنکی مدیر کل دفتر توسعه کار آفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، دولت سیزدهم وظیفه هماهنگی دستگاه های کشور در راستای توسعه و رشد کار آفرینی را بر عهده گرفته و در دولت سیزدهم یک فرماندهی واحد برای رفع بیکاری و ایجاد اشتغال در کشور ایجاد کرده است که این فرماندهی با برنامه ریزی ها و ایجاد فرایندهای تسهیل کننده برای افزایش تعداد کار آفرینان به دو میلیون نفر تلاش می کند.

■ اشتغال منبعث از تولید و کار آفرینی

طبق آخرین آمار ۶.۷ میلیون نفر در کشور دارای اشتغال ناایجاد یا دارای شغل غیر رسمی هستند. اشتغال پایدار به معنی آن است که فرد شاغل از امنیت شغلی و درآمدی ثابت برخوردار باشد. یکی از ارکان اشتغالزایی پایدار توسعه بخش تولید در کشور است. **رحیم سرهنکی** مدیرکل دفتر توسعه کار آفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در گفت وگو با خبرنگار «ایران» در این مورد می گوید: آن چیزی که در کشور بیش از همه اهمیت دارد مدل های ایجاد اشتغال پایدار در کشور است. پیشتر این مدل هایک راه حل اقتصادی بود که با تغییر شاخص های کلان اقتصادی می توانستیم اشتغال ایجاد کنیم. یعنی با تکیه بر فرضیه ای با تغییر و بهبود شاخص های کلان اقتصادی، اشتغال به میل خود ایجاد می شد. این در کلام درست است ولی از منظر من در عمل مساله اشتغال بیشتر یک مساله اجتماعی است تا یک موضوع اقتصادی، چرا که ایجاد اشتغال یک مساله با پیچیدگی های اجتماعی است و نیازمند راه حل های اجتماعی. اشتغال منبعث از تولید و کار آفرینی است و از این منظر لازم است تا ابتدا به مسائلی که مانع تولید و بهروری هستند، بپردازیم. در حقیقت برای ایجاد اشتغال پایدار برگرفته از تولید و افزایش بهره وری باید دید این تولید به چه شکل صورت می گیرد.

■ توسعه کار آفرینی با ارتقای شاخص های کلان اقتصادی

اگر کار آفرینی و تولید را دو حلقه طلایی در زنجیره اشتغال پایدار بدانیم، اتصال این دو حلقه زنجیره بهروری و رونق بازار را به ارمان خواهد آورد اما برای افزایش تولید و کار آفرینی باید چه کرد. مدیرکل دفتر توسعه کار آفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در مورد دستیابی به بسج منابع در راستای تقویت تولید می گوید: برای افزایش تولید باید ارتقای روی زنجیره ای از شاخص های به هم وابسته برای دستیابی به اشتغال پایدار ایجاد کنیم. این زنجیره به هم پیوسته شامل ارتقای فناوری، تسهیل قوانین مرتبط بر کسب و کارها، تسهیل و تأمین زیر ساخت های صنعتی کشور، آموزش های فنی لازم برای تربیت نیروی ماهر و وجود کار آفرینان نوآور است که می تواند با بسج منابع ارزش افزوده ایجاد کنند تا این تولید بازار داشته و مداوم باشد. زمانی که بتوانیم حلقه های این زنجیره را تقویت کنیم، تولید ارتقا می یابد و با ارتقای تولید می توانیم اشتغال ایجاد کنیم.

■ حل تعارض نظارت و توسعه در بخش های تولیدی

بسیاری از کارشناسان معتقدند برای افزایش تولید و تشویق افراد به راه اندازی کسب و کار یا حتی خویش فرمایی که یکی از سطوح کار آفرینی است باید قوانینی که سد راه کار آفرینان است، برداشته شود. یکی از ارکان شعار امسال نیز مانع زدایی در جهت تولید است. سرهنکی در مورد سیاستگذاری ها و وضع قوانین برای تولیدکنندگان و دستگاه های متولی اجرایی که به نحوی وظیفه اشتغالزایی دارند اینگونه توضیح می دهد: بررسی سیاستگذاری ها پیرامون ارتقای تولید مبحث مهمی است که باید به آن ورود کرد. مساله در حال حاضر این است که بخش های مختلف تخصصی مثل کشاورزی، صنعت و معدن، آی سی تی و حوزه های مختلف دیگر، هر کدام یک دستگاه اجرایی متولی خودشان را در دولت دارند و نگاه های مختلفی به تولید و اشتغال. اولین نگاه، نگاه نظارتی بر حوزه قوانین و مجوزهای کسب و کار و تولید و دومین نگاه، از منظر توسعه در تولید و کسب و کار است.

این دو منظر یعنی نگاه توسعه ای و نگاه نظارتی اغلب در مواضعی دچار تعارض هستند. یعنی چیزی که باعث توسعه کسب و کارها در حوزه مختلف می شود ممکن است که از جنبه صیانتی و نظارتی بر پهنه کسب و کار لازم به سختگیری ها و موانعی باشد. صیانت و نظارت اجتناب ناپذیر است اما هر چه بیشتر باشد به تبع آن توسعه در آن حوزه کاهش می یابد. برای مثال در حوزه کشاورزی یک هدف وزارت جهاد کشاورزی کمک به تولید است و از جنبه دیگر صیانت از بخش کشاورزی کشور یا در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی از یک طرف وظیفه توسعه کار آفرینی و اشتغال را دارد و از طرف دیگر قوانین بیمه ای تأمین اجتماعی بعضاً مانع سهولت کسب و کار در حوزه صنعت، معدن و تجارت و حوزه های دیگری می شود. این یعنی ما باید این تعارض دوگانه را در هر دستگاه اجرایی حل کنیم و حل یک مساله که همزمان به هر دو بعد نظارت و توسعه بپردازد نیازمند سیاستگذاری نوآورانه است چراکه روش های همیشگی پاسخگوی این مساله نبوده است.

■ بهانه تراشی مدیران برای حرکت های نوآورانه

به عقیده مدیرکل دفتر توسعه کار آفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تا مدیری تخلف نکنند، مواخذه نمی شود بدین معنا که اگر مدیران متولی در بخش های مختلف اقتصادی در روند افزایش تولید یا اشتغالزایی تلاشی نکنند قانونی برای بازخواست آنها وجود ندارد. سرهنکی می گوید: نکته دیگر آن است که توبیخ ها و تشویق های عملکردهای مدیریتی در بخش های مختلف گفته این ترزاور را به سمت رویکرد نظارت محور سنگین تر کرده است، چراکه در دستگاه های اجرایی، عدم توجه لازم را برای رفع موانع و توسعه و ایجاد شغل، تخلف به شمار نمی آورند و مدیران فقط زمانی باید پاسخگو باشند و مورد توبیخ قرار گیرند که تخلفی رخ دهد. پس مدیران به این علت که چرا گشایشی در حوزه تولید و اشتغال اتفاق نیفتاد یا چرا حرکت جدید یا تسهیلی رخ نداده، مورد پرسش و نظارت قرار نمی گیرند. ولی اگر در جایی نظارت کافی نداشته باشند باید پاسخگو بوده و شاید علت این است که این تخلفات قابل شناسایی است اما قانونی برای تسهیل و تشویق مدیران برای گسترش و اشاعه

تولید وجود ندارد. ما تمام این موضوعات را در سطح کسب و کارهای مختلف در جهت تحرک و گسترش ایده ها نوآورانه شاهد هستیم. یعنی در بحث توسعه حرکت های نوآورانه همیشه بهانه و مخالفت وجود دارد. بنابراین این دوگانه و نظارت و توسعه در دستگاه های اجرایی مانعی برای حرکت های کار آفرینانه در کشور شده است. البته شایان ذکر است شغل در کشور ایجاد شود. او ادامه می دهد: هدفگذاری ما این است که طی چهار سال آینده میزان افراد اشتغالزا را به دو میلیون کار آفرین برسانیم که برای رسیدن به این

تولید وجود ندارد. ما تمام این موضوعات را در سطح کسب و کارهای مختلف در جهت تحرک و گسترش ایده ها نوآورانه شاهد هستیم. یعنی در بحث توسعه حرکت های نوآورانه همیشه بهانه و مخالفت وجود دارد. بنابراین این دوگانه و نظارت و توسعه در دستگاه های اجرایی مانعی برای حرکت های کار آفرینانه در کشور شده است. البته شایان ذکر است شغل در کشور ایجاد شود. او ادامه می دهد: هدفگذاری ما این است که طی چهار سال آینده میزان افراد اشتغالزا را به دو میلیون کار آفرین برسانیم که برای رسیدن به این هدف فرایندی را نیز طراحی کردیم. این فرایند شامل حمایت از افرادی است که ایده، انگیزه و توانمندی دارند. همچنین تقویت کسب و کارهایی که نیازمند حمایت هستند نیز در دستور کار ما قرار دارد. این حمایت ها صرفاً حمایت های مالی نیست. رفع موانع قانونی، تسهیل یا وضع مشوق ها در جهت رشد کسب و کارها شامل این فرایندهاست.

■ ۲۴ میلیون شغل توسط کار آفرینان ایجاد می شود

وی در ادامه به سخنان وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی مبنی بر اینکه به دو میلیون کار آفرین در کشور نیاز داریم، اشاره می کند و می گوید: ۲۴ میلیون شاغل توسط ۴۰۰ هزار کار آفرین در کشور ایجاد شده است. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در جهت رصد و شناسایی و رشد کار آفرینی در کشور سامانه دیگری به نام اشتغال و کسب و کار ایرانیان ایجاد کرده که کارکرد اصلی آن شناسایی توانمندی های هر فرد واجد شرایط برای پذیرش شغل است. اینکه افراد چقدر مهارت دارند، کجا مشغول به کار بوده اند و چقدر سابقه کاری دارند. همچنین می توانیم از طریق این سامانه نیازمندی های کسب و کارها را نیز بسنجیم و در جهت حمایت و تسهیل روند اشتغالزایی کسب و کارها گام برداریم. بنابراین این سامانه داده های مربوط به کسب و کارها را برای ما تحلیل و چگونگی وضعیت شاغلین و کسب و کارها در کشور را شفاف سازی می کند.

■ می توانیم سهم بازار آفرانین بگیریم

کسب و کارهای مجازی در اشتغالزایی نقش بسزایی دارند اما وجود این فضا مشکلات در این حوزه باعث شده این فضا سهم اندکی در اشتغالزایی در کشور داشته باشند. **رضا الفت نسب**، رئیس اتحادیه کسب و کارهای مجازی در مورد وضعیت

■ شنبه ۱۳ آذر ۱۴۰۰
 ■ سال بیست و هفتم
 ■ شماره ۷۷۸۹

گفته شد ابتدا نیازمند هماهنگی های میان حوزه ای هستیم. نهاد شورای عالی اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حال حاضر با ریاست رئیس جمهور و دبیری وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی وظیفه هماهنگی بین دستگاه ها را در حوزه اشتغال بر عهده گرفته است. ما در دولت سیزدهم در تعامل با هر یک از دستگاه های اجرایی و در حال سنجش ظرفیت ها و رصد روند برنامه ریزی های انجام شده برای رسیدن به اهداف اشتغالزایی پایدار هستیم. یعنی در حال جمع آوری و بر آورد میزان تولید اشتغال دستگاه های اجرایی تا سال ۱۴۰۱ هستیم. همچنین ناظر بر چگونگی ایجاد اشتغال و کار آفرینی سازمانی در درون دستگاه ها نیز هستیم. به این معنا که متولیان با چه روشی و چه میزان تعهداتی در راه اشتغالزایی قدم برمی دارند. همچنین جلسات کارشناسی متعدد، میان دستگاه ها تشکیل دادیم تا مسائل حوزه اشتغال مطرح و راه حل های مقتضی با نگاه کارشناسانه ارائه شود. در این راستا شبکه گسترده ای ایجاد کردیم که هر دستگاهی عملکرد خود را در حوزه اشتغال و کار آفرینی ارائه می دهد.

■ وجود ۴۰۰ هزار کار آفرین در کشور

در حال حاضر حدود چهارصد هزار کار آفرین و کارفرما در کشور وجود دارد و به گفته مدیرکل دفتر توسعه وزارت کار به طور میانگین سالانه باید یک میلیون شغل در کشور ایجاد شود. او ادامه می دهد: هدفگذاری ما این است که طی چهار سال آینده میزان افراد اشتغالزا را به دو میلیون کار آفرین برسانیم که برای رسیدن به این

کنونی کسب و کارهای آنلاین می گوید: فضای راه اندازی کسب و کارهای آنلاین به نسبت سابق منظور نسبت به ۱۰ سال گذشته فضای بهتری پیدا کرده و تعداد کسب و کارهای آنلاین رشد قابل توجهی داشته است اما متأسفانه بازار خرده فروشی آنلاین نسبت به کل بازار خرده فروشی در بازار واقعی بسیار اندک است. در دوران کرونا رشد خرده فروشی در بسیاری از کشورها افزایش یافت و مردم به دلیل شرایطی که کرونا به وجود آورده بود به سمت بازارهای آنلاین رفتند. اما رقم گرایش به خرید از بسترهای آنلاین در ایران بسیار کم بود است. ما پس از کرونا فقط ۳ درصد رشد در بازار خرده فروشی آنلاین داشته ایم در صورتی که در کشورهای دیگر مثل چین این رقم ۵۰ درصد و یا در ترکیه ۹ درصد بوده است.

■ افراد تمایلی به خرید از بازارهای آنلاین ندارند

او در مورد عدم رشد بازارهای آنلاین توضیح می دهد: دلایل زیادی موجب عدم گرایش افراد به بازارهای آنلاین در کشور ما شده است. یکی از این موارد عدم فرهنگ سازی در خصوص خرید از بسترها و بازارهای آنلاین است. منظور از بازارهای خرده فروشی آنلاین و دیجیتال سایت های خرید اینترنتی هستند و آمار مذکور مربوط به خرده فروشی آنلاین است. شبکه های اجتماعی نمی شود. همان طور که ذکر شد یکی از عوامل عدم موفقیت بازارهای خرده فروشی آنلاین عدم فرهنگ سازی است، چرا که به جای اعتماد سازی به افراد برای خریدهای اینترنتی بیشتر به سمت هشدار

مشاغل در شبکه های اجتماعی بیشتر کسب و کارهایی هستند که افراد فقط برای معاش مخصوصاً در دوران کرونا به آن روی آوردند. این کسب و کارها مدل استاندارد ندارند و آماری از میزان فعالیت افراد در شبکه های اجتماعی وجود ندارد. اغلب شبکه های اجتماعی در ایران به رسمیت شناخته نمی شوند و نمی توان آنها را با خرده فروشی آنلاین مانند سایت های فروش مقایسه کرد. این قوانین مانع حقوقی و قانونی مالی باعث می شود نتوانیم با دنیا ارتباط برقرار کنیم. از نظر من شرکت های دانش بنیان در ایران مشکل بازار دارند.

■ **قوانین مانع رشد شرکت های دانش بنیان** او ادامه می دهد: مشکل دیگری که شرکت های دانش بنیان دارند در مورد فضای کسب و کار نامساعد است. رتبه کشور ما در این زمینه بسیار پایین است. وضع می شود. این مسائل هر روز کار را برای شرکت های دانش بنیان سخت تر و سخت تر می کند. این موجب می شود شرکت ها به جای آنکه به کار خود برسند و ایده خود را به جایی برسانند و فناوری های جدید را وارد عرصه ها مختلف کنند درگیر بیمه و مالیات و مسائل دیگر شوند. یکی از این موانع (E نماد) است. این نماد برای فعالیت های مجازی اجباری شده است. E نماد که یک نماد کیفیتی است. یعنی نشان می دهد یک سایتی که در فضای مجازی فعالیت می کند چه مراحل را طی کرده است و در چه رتبه ای قرار دارد. در کشورهای دیگر شرکت هایی وجود دارد که کارشان همین است و شرکت ها را رتبه بندی می کنند و برچسب کیفیتی به شرکت ها می دهند. اما در هیچ کشوری اجباری نیست و شرکتی که این نماد را نداشته باشد خودش از بازار بازمی ماند. اما در ایران این نماد را اجباری کرده اند که مانعی برای گسترش و پیشرفت شرکت های دانش بنیان می شود.

■ مشکلات خرده فروشی های شبکه های اجتماعی رفع شود

این کار آفرین در مورد مشاغل و موانع فضای مجازی می گوید: در حال حاضر صدها هزار فعال اقتصادی در شبکه های اجتماعی داریم بخصوص در مناطق دورافتاده و محروم که خوشبختانه به اینترنت دسترسی دارند و در حال فعالیت هستند. اما متأسفانه باز هم قوانین و عدم اعتبار شبکه های اجتماعی این کسب و کارها را محدود کرده است. برای مثال خانم خانه داری در نقطه دور افتاده ای محصولی را ارائه می دهد. این شخص هزینه کرده ۱۰ کسب و کار آنلاین حدود دو کسب و کار می شود اما با ابهامات طرح صیانت مجازی، کسب و کار این فرد به خطر می افتد. مثل آن می ماند که شما به شخص مغازه داری بگویید مغازه ات را خراب کن و از اول بساز اما چون این موضوع زیربنای یک دیده می شود افراد متوجه تلفات اقتصادی آن می شوند ولی در فضای مجازی خراب شدن یک کسب و کار دیده نمی شود.

شود و همه بتوانند در این فضا کار کنند و این باعث می شود که کار آفرینی توسعه پیدا کند و هزینه خطاها و شکست ها کمتر شود. بنابراین افراد بیشتری تصمیم می گیرند ریسک کار آفرینی را بپذیرند. هر چقدر این چرخه بیشتر بچرخد نتایج مثبت و بهتری را خواهیم دید. در حال حاضر مهم ترین مانع برای کار آفرینان بحث دریافت مجوز است. برای مثال اگر شخصی بخواهد برای دریافت و استعلام مجوز برای نشر اقدام دهد ۹ ماه طول می کشد. این قوانین متعدد باعث می شود افراد از طریق دیگر اقدام کنند مثلاً در مبحث چاپ افراد در بلاگ یا از طریق غیر رسمی اقدام می کنند

و تقاضا انجام دهد. در دولت سیزدهم که یکپارچگی بیشتری شکل گرفته خوشبختانه شاهد آن هستیم که متولیان در این حوزه ها ورود کرده اند. همچنین ما برای اشتغالزایی نیاز به جامعه کار آفرین داریم. جمعیت یک جامعه کار آفرین شیب یک جنگلی است که کل اکو سیستم و زیست بوم موجود از کسب و کارها و متولیان، در این بدن معناست که متولیان، فضا و فردایی را برای افراد ایجاد کنند که کار آفرینی برای همه راحت

■ شنبه ۱۳ آذر ۱۴۰۰
 ■ سال بیست و هفتم
 ■ شماره ۷۷۸۹

ایجاد اعتماد امکان پذیر است. اما به طور کلی گرفتن سهم از بازارهای آفرانین سخت است اما امکان پذیر.

■ مشاغل در شبکه های اجتماعی استاندارد نیستند

او در مورد مشاغلی که در شبکه های اجتماعی در حال فعالیت هستند، می افزاید: مشاغل در شبکه های اجتماعی بیشتر کسب و کارهایی هستند که افراد فقط برای معاش مخصوصاً در دوران کرونا به آن روی آوردند. این کسب و کارها مدل استاندارد ندارند و آماری از میزان فعالیت افراد در شبکه های اجتماعی وجود ندارد. اغلب شبکه های اجتماعی در ایران به رسمیت شناخته نمی شوند و نمی توان آنها را با خرده فروشی آنلاین مانند سایت های فروش مقایسه کرد. قطعاً اعتماد سازی و یا پیگیری کسب و کارهایی که دارای مجوز هستند آسان تر است و میزان موفقیت شان برای توسعه و گرفتن سهم بازار آفرانین بسیار بیشتر است.

■ تسخیر بازار در اختیار خصولتی ها

افشین کلاهی مؤسس یک شرکت دانش بنیان نیز مشکلات شرکت های دانش بنیان را در فضای مجازی این گونه برمی شمرد: چند مشکل اساسی در ورود شرکت های دانش بنیان به بازارهای داخل کشور وجود دارد. اول آنکه اغلب این بازارها بسیار انحصاری هستند. پروژه ها و کارهای بزرگ بیشتر در دست خصولتی ها و شرکت های وابسته به نهادهاست. دسترسی به بازارهای خارجی هم به خاطر تحریم ها بسیار سخت است. همچنین موانع حقوقی و قانونی مالی باعث می شود نتوانیم با دنیا ارتباط برقرار کنیم. از نظر من شرکت های دانش بنیان در ایران مشکل بازار دارند.

■ قوانین مانع رشد شرکت های دانش بنیان

او ادامه می دهد: مشکل دیگری که شرکت های دانش بنیان دارند در مورد فضای کسب و کار نامساعد است. رتبه کشور ما در این زمینه بسیار پایین است. وضع می شود. این مسائل هر روز کار را برای شرکت های دانش بنیان سخت تر و سخت تر می کند. این موجب می شود شرکت ها به جای آنکه به کار خود برسند و ایده خود را به جایی برسانند و فناوری های جدید را وارد عرصه ها مختلف کنند درگیر بیمه و مالیات و مسائل دیگر شوند. یکی از این موانع (E نماد) است. این نماد برای فعالیت های مجازی اجباری شده است. E نماد که یک نماد کیفیتی است. یعنی نشان می دهد یک سایتی که در فضای مجازی فعالیت می کند چه مراحل را طی کرده است و در چه رتبه ای قرار دارد. در کشورهای دیگر شرکت هایی وجود دارد که کارشان همین است و شرکت ها را رتبه بندی می کنند و برچسب کیفیتی به شرکت ها می دهند. اما در هیچ کشوری اجباری نیست و شرکتی که این نماد را نداشته باشد خودش از بازار بازمی ماند. اما در ایران این نماد را اجباری کرده اند که مانعی برای گسترش و پیشرفت شرکت های دانش بنیان می شود.

■ مشکلات خرده فروشی های شبکه های اجتماعی رفع شود

این کار آفرین در مورد مشاغل و موانع فضای مجازی می گوید: در حال حاضر صدها هزار فعال اقتصادی در شبکه های اجتماعی داریم بخصوص در مناطق دورافتاده و محروم که خوشبختانه به اینترنت دسترسی دارند و در حال فعالیت هستند. اما متأسفانه باز هم قوانین و عدم اعتبار شبکه های اجتماعی این کسب و کارها را محدود کرده است. برای مثال خانم خانه داری در نقطه دور افتاده ای محصولی را ارائه می دهد. این شخص هزینه کرده ۱۰ کسب و کار آنلاین حدود دو کسب و کار می شود اما با ابهامات طرح صیانت مجازی، کسب و کار این فرد به خطر می افتد. مثل آن می ماند که شما به شخص مغازه داری بگویید مغازه ات را خراب کن و از اول بساز اما چون این موضوع زیربنای یک دیده می شود افراد متوجه تلفات اقتصادی آن می شوند ولی در فضای مجازی خراب شدن یک کسب و کار دیده نمی شود.

چرا که حق کپی رایت وجود ندارد. در مجوززدایی باید در کشور بهرود آید و چرخه اقتصادی باید حمایت شود. در خیلی از کشورها شاهد هستیم که شرکت ها و استارت آپ ها در سال های اول مالیات ندارند یا دولت ها از آنها حمایت های مالی مستقیم و غیر مستقیم می کنند که این اقدامات شکست هایشان را به حداقل می رساند. ارتباط صنعت و دانشگاه ها باید تقویت شود. اینکه نیازها و مسائل صنعت به سمت دانشگاه ها کشیده شود تا مشکلات و مسائل از طریق دانشگاه ها و به صورت دانش بنیان حل شود. اینها همگی ریسک کار آفرینی را کاهش می دهد.



محمّدحسین قهری
رئیس مرکز نوآوری
فناوری های اشتغال

در کشور ما سالانه سه میلیون فرصت شغلی در کارایی ها، پلتفرم های آنلاین، روزنامه و شرکت ها آگهی می شود که اینها نشان دهنده ظرفیت موجود اشتغالزایی