

# SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین مقاله نویسی IEEE و ISI ویژه فنی و مهندسی

## نقش زنان در توسعه کارآفرینی

افشین ماهوشی<sup>۱</sup>

Safavi.afshin0959@gmail.com

### چکیده:

بخش اعظم زنان توانمندیهای زیادی را در حوزه کارآفرینی خانگی دارند که این توانمندیها در محدوده مشاغل خانگی باقی مانده است و توسعه و حرکت از مشاغل خانگی به کارآفرینی به دلیل فقدان خلاقیت و نوآوری و عدم حمایت اجتماعی و دولتی متوقف مانده است. همچنین در حوزه های صنعتی، تجاری و خدماتی، برنامه ریزی راهبردی و پژوهش های کاربردی و آموزش های کارآفرینی و ارتقاء مهارت های تجاری مناسب و متناسب زنان کارآفرین ضعیف قلمداد می شود. تبیین پتانسیل زیاد زنان برای کارآفرینی اجتماعی و ایجاد ظرفیت های نوین برای ماندگاری و گسترش فعالیت از سوی زنان و توجه به ایجاد سرمایه و ارزش اجتماعی، یافتن بازارها و خلق فرصت های جدید که مولد ارزش اقتصادی ملی باشد از دیگر موارد اشاره شده در نوشتار حاضر است. در ادامه به محدودیتها و موانع کارآفرینی زنان در جامعه کنونی اشاره شده است. در خاتمه نیز بر تحول خواهی زنان و ایجاد بستر فرهنگی کارآفرینی، به عنوان عامل زیربنایی و مبنای سایر ملزومات توسعه کارآفرینی زنان تاکید گردیده است.

**واژگان کلیدی:** توسعه کارآفرینی، موانع کارآفرینی زنان، فرهنگ کارآفرینی، فرهنگ اقتصادی

<sup>۱</sup> استاد و پژوهشگر دانشگاه جامع علمی کاربردی و عضو کمیته آموزش و کمیته رسانه اتاق بازرگانی اصفهان

## مقدمه:

گزارش مرکز آمار ایران حکایت از این دارد که نیم میلیون نفر از بیکاران مطلق کشور را زنان تحصیل کرده تشکیل می‌دهند و هم‌اکنون نرخ بیکاری زنان زیر ۳۰ ساله کشور ۴۳ درصد است. با وجود این آمار ناخوشایند اکثر مشاغل خانگی از سوی زنان راه اندازی و اداره می‌شود، ضمن اینکه امروز کشورهای توسعه یافته بخش اعظمی از بازار اشتغال خود را به کسب و کارهای خانگی اختصاص داده‌اند؛ کسب و کارهایی که به دلیل ارزان و کم‌هزینه بودن و درآمدزایی بالا مورد توجه کارآفرینان قرار گرفته است. به همین جهت در سال ۱۳۸۹ قانون ساماندهی مشاغل خانگی به تصویب رسید و جهت اجرا به وزارت کار ابلاغ شد. بر اساس ماده ۱ این قانون، دولت موظف است به استناد اصول ۲۸ و ۴۳ قانون اساسی و با توجه به سند چشم‌انداز بیست ساله، مشاغل خانگی را مطابق این قانون ساماندهی و زمینه ایجاد اشتغال برای این گونه متقاضیان را فراهم کند. در این راستا شهرداری‌ها هم طبق ماده ۱۱ همین قانون مکلف شده‌اند بازارهای موقت یا مکان‌های مناسبی برای عرضه محصولات صاحبان این دسته مشاغل مهیا و واگذار کنند.

با توجه به آنچه ذکر گردید، با شعار زدگی و سخنرانی نمی‌توان گام‌های موثری برای حضور فعال زنان در عرصه‌های اقتصادی برداشت. مسلماً وقتی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ابلاغ شده و دو سال اخیر استراتژی نظام جمهوری اسلامی بر اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی متمرکز شده است نمی‌توان و نباید نقش زنان را در کارآفرینی نادیده گرفت. بخش اعظم زنان توانمندیهای زیادی را در حوزه کارآفرینی خانگی دارند که این توانمندیها در محدوده مشاغل خانگی باقی مانده است و توقف توسعه و حرکت از مشاغل خانگی به کارآفرینی به دو دلیل درونی و بیرونی بوده است:

اول) فقدان خلاقیت و نوآوری (علت درونی) و دوم) فقدان زمینه‌های اجتماعی و حمایت دولت

کارآمدی و اثر بخشی جامعه زنان در توسعه فرهنگ کارآفرینی

چنانچه بخواهیم فواید و مزایای فعالیت شغلی و ورود بانوان به حوزه کارآفرینی را برشماریم با مواردی از این دست مواجه می شویم: نحوه تعامل زنان جامعه با یکدیگر و نوعی همگرایی در حمایت از حقوق اجتماعی خویش، حفظ اصول انسانی و رعایت حیطة عاطفی در کسب و کار، توجه به عملکرد بلند مدت و اهداف راهبردی خصوصا در کسب و کار خانگی (زیرا زنان راحت تر از مدیرانی که باید به طور سالیانه حساب پس دهند، می توانند به کارهای بلند مدت بیندیشد) تأکید بر کیفیت (بعنوان مثال در کسب و کارهای خانگی مدت هاست که مزیت ارائه کیفیت و بها دادن به مشتری را حفظ کرده اند)

علاوه بر موارد ذکر شده زنان شاخص ترین افراد فرهنگساز برای رونق کسب و کار و کارآفرینی می باشند و توانایی بالقوه بالای ایشان در محیط خانه و خانواده بستری مهمی را برای تشویق و ترغیب فرزندان به کارآفرینی فراهم می آورد.

تاکید بر عبارت اقتصاد مقاومتی در سالهای اخیر، طلیعه حرکت فرهنگی زنان جامعه گشته است، به عبارتی مجالی عملیاتی برای نشان دادن قدرت اقتصادی زنان در ایجاد اشتغال و نوآوری و کارآفرینی فراهم گشته است. لذا آنچه مهم است اینکه زنان بایستی این مفهوم را بسط دهند که مقاوم سازی اقتصادی بدون کارآفرینی امکان پذیر نمی باشد. مسلما معرفی کارآفرینان شیوه های کارآفرینی، انجام فعالیتهای رسانه ای، حرکت به سمت اقتصاد درون زاست که همواره مورد تاکید رهبری و دولتمردان محترم قرار گرفته است.

وقتی سخن از اینستکه باورداشتهای ذهنی جامعه نسبت به تولید و مصرف بایستی تغییر کند، این مهم ممکن نیست مگر با تلاش محور اساسی خانواده که زنان و دختران این مرز و بوم هستند. از نظر فرهنگ اقتصادی جامعه می بایست به این باور برسد که تولید و عدالت اقتصادی یک ماموریت و وظیفه الهی است و به عنوان یک ارزش آن را در رفتارهای اجتماعی خود به کار گیرد. تغییر نگرشها نسبت به برخی مفاهیم امری کاملا راهبردی است. آنچه در جامعه بعنوان عادت و آداب نهادینه شده عمدتا از موانع فرهنگی برای تلاش و خودکفایی و کارآفرینی است. این مهم نکته ای است که همواره مورد غفلت واقع شده است. به عنوان نمونه، بسیاری از "ضرب المثلها" و "عناصر فولکلوریک در فرهنگ عامه ما" ترمز پیشرفت ها و توسعه کارآفرینی و دانایی محوری گردیده است، مانند: زهد (بخوانید تنبلی) قناعت (بخوانید رضایت به وضع موجود و عدم پویایی) تقدیر گرایی (بخوانید بی برنامهگی و آشفتگی در کارها به اسم قسمت و مقدر بودن و...) تعاون و وحدت (بخوانید

همرنگی با جماعت در طی یک مسیر غلط) یعنی واژه‌هایی ارزشی و مقدس که متأسفانه جاهلانه از آن استفاده میشود و سبب میگردند تا چرخه تولید و فعالیت‌های مولد اقتصادی از حرکت باز ایستند...

## ویژگی‌های فرهنگ کارآفرینی

پیش از بررسی راهکارهای توسعه کارآفرینی توسط زنان در جامعه، بایستی ویژگی‌های فرهنگ کارآفرینی را برشماریم: این ویژگیها درونی و بیرونی است.

۱- ویژگی‌های درونی: عبارتند از کار و فکر مثبت (مثبت اندیشی)، ایمان به توانمندی‌های ذهنی گسترده، کنش "تفکر خلاق" در عمل، استقلال طلبی و اتکا به نفس بالا، اعتقاد به ارزش‌های دینی کار، مخاطره‌پذیری (ریسک‌پذیری)، وجود باورهای راهنما در نظام باورداشت‌های ذهن (تبدیل باورهای روزمره عامیانه به باورهای راهنمای سازنده) و...

۲- ویژگی‌های بیرونی: عبارتند از مسؤلیت‌پذیری مبتنی بر مدیریت زمان، وجود باورهای راهنما در جهت هم‌افزایی راهبردی (تبدیل باورهای راهنما به الگوهای راهبردی که نقش تعیین کننده در استراتژی‌ها دارد)، درک تغییر و کشف فرصت‌ها، روحیه مشارکت و تعاون و کار گروهی و...

آنچه مسلم است کارآفرینان دارای برخی ویژگی‌ها و خصایل خاصی مانند «شهامت»، «خطرپذیری»، «روابط اجتماعی مثبت»، «رویارویی با ابهام» و... می‌باشند و همین ویژگی‌ها سبب گردیده تعامل اجتماعی موثری را رقم زنند. این حضور فعالانه "تاثیرگذاری فرهنگی" را به دنبال دارد. ویژگی‌های کارآفرینان نوعی هم‌افزایی را به دنبال دارد که ارزش آفرینی نتیجه آن است، از جمله این ارزش آفرینی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ایجاد ظرفیت‌های نوین برای ماندگاری و گسترش فعالیت
- توجه به ایجاد سرمایه و ارزش اجتماعی
- به‌کارگیری نگرش‌های بازارمدار برای حل مسائل فرهنگی و اجتماعی
- یافتن بازارها و خلق فرصت‌های جدید برای مأموریت غیر سودآور یا زمینه‌های حمایت نشده توسط نیروهای بازار

- شناسایی و ترغیب سرسختانه فرصت‌های جدید: درجایی که دیگران مسائل و مشکلات را می‌بینند، کارآفرینان فرصت‌های نوین را شناسایی می‌کنند.

با توجه به مجموعه آن‌چه بیان شد زنان کارآفرین از فرصت‌های پیش آمده به خوبی استفاده می‌کنند و با ایجاد تغییراتی قادر به خلق اثری جدید هستند، از این‌رو کارآفرینی صرفاً فعالیت بدیع نیست بلکه فعالیتی نادر است. کارآفرینی فعالیتی کمیاب و مجموعه‌ای از رفتارهای استثنایی را در بر می‌گیرد؛ این رفتارها باید مورد تشویق و ترغیب قرار گیرد و به کسانی پاداش داده شود که صلاحیت و شایستگی برای انجام این کار را دارند. قدرت بهره‌مندی از فرصت‌ها و ترغیب به ایجاد موقعیت نوین موضوعی است که بخوبی از عهده زنان برمی‌آید. هرکسی شایستگی کارآفرین شدن را ندارد همچنان که یک مدیر بخش بازرگانی یا اجتماعی نمی‌تواند کارآفرین باشد، زیرا کارآفرینی دارای شاخص‌ها و معیارهای خاص خود است. با توجه به مواردی که بیان شد زنان پتانسیل زیادی برای کارآفرینی اجتماعی دارند. با توجه به ایجاد ظرفیت‌های نوین برای ماندگاری و گسترش فعالیت از سوی زنان و توجه به ایجاد سرمایه و ارزش اجتماعی، یافتن بازارها و خلق فرصت‌های جدید که مولد ارزش اقتصادی ملی باشد دور از دسترس نیست. بنابراین زنان متولی موسسات آموزشی-تربیتی باید متعهد به این امر باشند که کارآفرینان اجتماعی را جهت دستیابی به پیشرفت اجتماعی با روش‌های جدید تربیت کنند تا بتوان با فراغ بال بیشتری به فعالیت‌های اجتماعی پرداخت. اما فارغ از این که کارآفرین اجتماعی یا فرهنگی و ... موضوع بحث باشد، توانمندی بالای فرهنگی «تعامل اجتماعی» در زنان کارآفرین، حضور فعالانه «تاثیرگذاری فرهنگی» را نیز به دنبال دارد.

## موانع کارآفرینی زنان

تحولات جدید جهانی و تغییر رویکردها و نگرش‌های حاصل از آن سبب شد تا دنیا از حالت در انحصار مردان به دنیایی تبدیل شود که در آن زنان جایگاه مطلوب و واقعی خود را پیداکنند و رفته رفته خود باوری زنان در صحنه معادلات جهانی باعث شد از نیروی خلاق، مستعد، پر ارزش و انگیزشی بانوان بهره کافی برده شود..

زنان به جهت اینکه از کرامت و لیاقت و ویژگی‌های عالی انسانی برخوردارند و حتی در پاره‌ای از جنبه‌ها و زمینه‌ها ایفا کننده نقش‌های اساسی‌تر و به مراتب حساس‌تر از جنس مخالف خود می‌باشند از حقوق عالی‌ه انسانی باید برخوردار باشند لذا یکی از مولفه‌های مهم حقوقی برای زنان به نحوه‌گزینش و انتخاب شیوه زیستن آنان توسط خودشان بر می‌گردد که باید

مورد احترام و حمایت همه اقشار جامعه قرار گیرد بنابراین اگر کارآفرینی را انتخاب فلسفه نوین زندگی در عرصه های اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی بدانیم باید این حق را برای آنان قایل گشت تا با تمام قوا و به دور از هر گونه تبعیض ، ناعدالتی ، قالب های سستی و باورهای مذموم و تنها در سایه شایستگی ها و در چارچوب ارزش های متعالی جامعه در این عرصه اجتماعی حضور یابند. مسلما در کشورهای در حال توسعه موضوع کارآفرینی زنان از حساسیت و الویت بخصوصی برخوردار می باشد چرا که روند توسعه و ترقی در این کشور ها مسیری بس دشوار و طاقت فرسایی را پیش روی دارد.

بدیهی است در رویکرد توسعه فراگیر مسئولین و مردم بایستی به همگرایی لازم در رفع تبعیض جنسیتی در راه اندازی و مدیریت کسب و کار برسند. هدف اصلی عدالت جنسیتی رسیدن به عدالت میان زنان و مردان به منظور تضمین دستیابی به توسعه پایدار است با ورود به هزاره سوم و در مواجهه با امواج تغییرات شتابناک ، جامعه جهانی خود را ملزم به خلق فضایی می داند که در آن زندگی بهتر با حذف بی عدالتی بر پایه جنسیت شکل گیرد. محدودیت عمده برای زنان کارآفرین به شرح زیر می باشد:

الف ) عدم اهتمام به ایجاد تعادل و هماهنگی بین کار و زندگی و نیاز رو به تزاید مردان به حضور دائمی زنان در خانواده

ب ) وجود افکار و باورهای منفی در مورد نقش زنان در کسب و کار

ج ) فرصت های محدودتر در بخش دولتی برای توسعه مهارتهای زنان

د ) دسترسی ناکافی زنان کارآفرین به تکنولوژی ، خدمات حمایتی و اطلاع رسانی

### نقش زنان در توسعه کارآفرینی

بدیهی است با توجه به شرایط اقتصادی کشور و فشارهای ناشی از تحریم ، امروز نیاز به بسیج ملی برای کارآفرینی وجود دارد . مسلما مقاوم سازی اقتصاد و خودکفایی و افزایش کمی و کیفی تولید ملی مبنای کارآفرینانه دارد . راه برون رفت از رکود ، جنبش ملی برای کارآفرینی است و این مهم میسر نیست مگر با ایجاد بستر فرهنگی، به عنوان عامل زیربنایی و مبنای سایر ملزومات کارآفرینی، چنانچه این تحول خواهی فرهنگی از سوی زنان آغاز شود ، تحولات عمیقی در حوزه

شناخت، باورها و تغییر بینش و دانش جامعه در پی خواهد داشت. نقش راهبردی زنان در توسعه فرهنگی کار و کارآفرینی در موارد زیر خلاصه می شود:

۱- با توجه به پیشینه فرهنگی، مذهبی کشورمان و رویکردهای سنتی، اشتغال مقدس برای زن در خانه داری تعریف شده و حضور اجتماعی زن امری مذموم و ناشایست تلقی گردیده لذا با توجه به عصر دانایی محوری و رفتار مبتنی بر دانش و خرد رفتار خردمندانه زنان در کارآفرینی، ناظر بر چرایی پدیده ها و نو اندیشی در کسب و کار اقتصادی است. لذا همین امر محرک قوی برای مردان جامعه است تا پا به پای زنان در هم افزایی کارآفرینانه سهیم باشند.

۲- ایده پردازی ها لزوما فرصت ظهور و بروز پیدا نمی کنند، ولی تعدادی از "ایده های خلاق" که دارای عمق، کارایی، توان سازگاری و انعطاف پذیری است ماندگار می شود. لذا مرحله باور سازی محقق می گردد. مرحله باور سازی، مرحله عینی و مهم فرهنگ سازی است؛ در این مرحله، شاکله اصلی فرهنگ سامان می یابد و تا حد زیادی دارای هویت می شود. انتقال ارزش ها پس از باور سازی صورت می گیرد. ارزش ها وقتی کاملا درونی شود، جهت انتقال و برقراری ارتباط به عملکرد و رفتار تبدیل می شود و تجلی عینی تبدیل ایده ها به رفتار را در این فرآیند خواهیم دید. هسته های ایده پردازی زنان در تحقق این مهم نقش بسزایی دارد.

۳- ترغیب افراد جامعه به مشارکت همگانی: مسلمانان کارگروهی از خانواده و مدرسه آغاز می شود. عنصر مشارکت همگانی محقق نمی شود، مگر با نهادینه سازی در خانواده از یک سو و دولت از سوی دیگر. نهادینه سازی در خانواده بر عهده زنان می باشد و نهاد آموزش و پرورش نیز تربیت نیروی انسانی در کارآفرینی را بر عهده دارد. مادران بایستی برای فرزندان خویش تیم سازی را سرلوحه امور قرار دهند.

۴- تکریم و تجلیل زنان برتر کارآفرین خصوصا زنان محقق و مبتکر بین عموم مردم: مسلمانان تشویق و ترغیب دولت از کارآفرینان زن در "هفته کارآفرینی" راه را برای الگو سازی و یادگیری اجتماعی فراهم می آورد، انتقال تجربیات زنان موفق کارآفرین در میدان بزرگ شهر یا در استادیوم های ورزشی و سالن های بزرگ دانشگاه ها، امری موثر است. تکریم و منزلت زنان کارآفرین نزد خانواده هایشان، عامل موثری در تشویق و تکریم اجتماعی آنها محسوب می شود.



۵- حمایت از مشاغل خانگی : تحقیقات بسیاری درباره کسب و کار خانگی و عوامل مؤثر بر آن صورت گرفته است که به طور کلی می توان این عوامل را به سه دسته تقسیم نمود: عوامل مربوط به امور شخصی (ریسک پذیری، مهارت های مدیریتی، گرایش به نوآوری و ...) عوامل مربوط به امور خانگی (تمایل اعضای خانواده برای پیوستن به کسب و کار، حاکمیت خانواده، تأثیر روابط خانواده بر روابط کاری و ...) عوامل محیطی (محیط فرهنگی، اجتماعی، محیط قانونی و ..... محیط کسب و کار، محیط فنی و اقتصادی ) مشکلاتی نظیر نحوه برقراری ارتباط با بازار و فروش محصولات، پایین بودن تیراژ تولیدات و یا سطح خدمات قابل ارائه به دلیل محدودیت تعداد نیروی انسانی، درآمد محدود و تعریف نشدن بیمه های اجتماعی خاص این مشاغل و... مواردی است که اهتمام خاص دولت به حل آنها را نیاز دارد.

۶- ترغیب ایده پردازی و طرح مسائل شغلی و انجام مشاغل خانگی در سطح مدارس و مراکز آموزشی اصولاً تشویق کنجکاوی با پرسش آغاز می شود، با چون و چرا کردن کودک و نوجوان و جوان، مادران در نحوه پاسخگویی به این پرسشها نقش مهمی ایفا می کنند . لذا این سوالات نباید سرکوب شود، هدایت به پاسخ درست از طریق فعال کردن قوای خلاق ذهن فراگیران مهم است، در واقع اگر از دید فرهنگی به زندگی و هستی بنگریم، زندگی یک «مبارزه مداوم» بین دیدگاه های " ثابت و ایده های نوین " است، لذا نوآوری با چالش و مقاومت محافظه کارانه مواجه می شود و بهره مندی از " نیروی ذهنی و تفکر خلاق " نقش تعیین کننده در این میان دارد. آموزش و مشاوره به مادران در این خصوص بسیار راهگشاست.

۷- آموزش های اثربخش مهارت های کسب و کار و کارآفرینی، خلاقیت و حل مسئله برای زنان: از مهم ترین راهبردهای ترویج فرهنگی خلاقیت و نوآوری که در کشورهای پیشرفته نیز بسیار مورد توجه می باشد، ارایه ی آموزش های فنون خلاقیت و حل خلاق مسئله به کلیه ی گروه های اجتماعی است. این آموزش ها سطح دانش، بینش و توانش زنان را در جهت توسعه کارآفرینی افزایش می دهد.

## کلام آخر

در خاتمه باید به این حقیقت صحنه نهاد که زنان بعنوان سنگ بنای حیات اجتماعی بشر و بعنوان پیش قراولان عرصه پرورش آدمی از جایگاهی بس والا و از توان کارآفرینی بسیار بالایی خصوصا در گسترش اندیشه و رفتار کارآفرینی برخوردارند. از سویی بسیاری از زنان در بیان جوهره وجودی خویش بهتر از همتای مرد خود عمل می کنند و با وجود مهارت‌های ارتباطی زیاد درخواندن احساسات از چهره دیگران و کشف رمز از رفتارها و در تعامل با دیگران بسیار مهارت ارتباطی دارند. زنان کار آفرین در برقراری ارتباط و مباحثه بسیار موفق هستند . آنها می توانند شرایطی ایجاد کنند که با طرفهای وارد در بحث روابط پایدار تجاری برقرار کنند.

Archive of SID

## منابع و ماخذ

- ۱- اسماعیلی، رضا (۱۳۸۵) فرهنگ، مولفه ها و شاخص سازی فرهنگی، فرهنگ اصفهان شماره ۳۳
- ۲- انتظاری، یعقوب. "ظهور دانشگاه کارآفرین " علم و آینده- دوره : شماره : ۸، بهار ۱۳۸۳، ص. ۶۷ تا ۸۱.
- ۳- الیوت؛ تی. اس (۱۳۶۹) درباره ی فرهنگ. ترجمه: حمید شاهرخ. نشر مرکز
- ۴- براتلو، فاطمه (۱۳۸۶) کارآفرینی فرهنگی. اطلاعات-سیاسی، اقتصادی. شماره ۲۳۸. ص ۱۳۶-۱۳۸
- ۶- پورحاتمی، زهره، نقش زنان در تحقق اقتصاد مقاومتی، پورتال سازمان امور اقتصادی و دارائی استان [www.markazi-oefa.gov.ir](http://www.markazi-oefa.gov.ir) مرکزی،
- ۷- خنیفر، حسین (۱۳۸۷). کارآفرینی در نظام ارزشی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ۸- شیخان، ناهید و رضا زاده، حجت اله . هنجارهای فرهنگی در توسعه کارآفرینی . اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره یازدهم و دوازدهم، زمستان ۱۳۸۶
- ۹- کرد نایب، اسد اله و همکاران (۱۳۸۶). ابزار سنجش ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان ایران. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس
- ۱۰- ماهوشی، افشین. مبانی فرهنگ کارآفرینی. ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی. ۱۳۹۲

# SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه

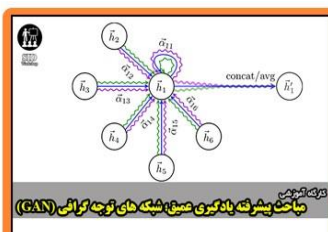


فیلم های آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین مقاله نویسی IEEE و ISI ویژه فنی و مهندسی