

بررسی ضرورت ، و راه های توسعهی رشته های دانشگاهی کارآفرینی

دکتر علی اکبر امین بیدختی : عضو عیثت علمی دانشگاه سمنان
علی رحیمی جعفری : دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی ، دانشگاه سمنان

چکیده

در هر جامعه ای نیاز ها و خواسته های متنوعی وجود دارد . خواسته ها و نیاز هایی که به دلیل مسائل مختلف فرهنگی ، سیاسی ، اقتصادی و اجتماعی با یکدیگر متفاوت می باشد . این نیازها ، به دو دسته نیازهای آشکار و پنهان تقسیم می شود که شناخت تمام نیازهای پنهان به راحتی امکانپذیر نبوده ، و تنها بدست افراد خلاق و کارآفرین صورت خواهد گرفت . از این روی، ضرورت آموزش و پرورش افراد کارآفرین، آشکار ، و پرورش افراد از راه های مختلفی صورت خواهد گرفت . یکی از این راه ها توسعهی رشته های دانشگاهی مرتبط با کارآفرینی است ، لذا با این اقدام از یک طرف رشته های دانشگاهی ، که خود محور توسعهی هر کشوری است ، گسترش می یابد ، و هم افراد خلاق در قالب کارآفرینان آموزش دیده که نیاز جامعه را شناسایی و آن ها را برطرف می کنند ، پرورش می یابند .

کلید واژه : کارآفرینی - خلاقیت و نوآوری - کارآفرین - توسعه

مقدمه

توسعهی رشته های دانشگاهی ، مینا و اساس توسعهی اقتصادی ، سیاسی ، فرهنگی و اجتماعی هر جامعه ای است . البته این توسعه منوط به داشتن ارتباط آکادمیک میان دانشگاه و جامعه (اعم از سیاست ، صنعت ، فرهنگ و ...) است .

امروزه رشته های دانشگاهی خواه یا ناخواه در حال گسترش هستند . کشورهای صنعتی مطابق با نیاز خود ، مطابق با نواقصی که در اجرای اهداف تعریف شده به وجود می آید ، اقدام به گسترش رشته های دانشگاهی نموده ، تا بتوانند خلا موجود در رسیدن به مقاصدشان را برطرف کنند . اما وضع کشورهای جهان سوم متفاوت است . این کشورها با الگوبرداری از کشورهای صنعتی ، تنها به وارد کردن علوم می که آن ها مطابق با نیازشان توسعه داده اند پرداخته ، و تنها سعی می کنند از قافله حرکت رو به جلوی توسعهی علوم عقب نیفتند . اما اینکه علوم تشکیل شده دقیقا با نیازهای آن ها منطبق است یا نه ؟ و اینکه آیا در توسعهی این علوم اولویت ها را رعایت کرده اند یا نه ؟ ، بعید به نظر می رسد .

امروزه توسعهی رشته هایی نظیر کارآفرینی و مدیریت با تمام گرایش های موجود ، که روزه روز در حال گسترش است ، محوری ترین عنصر پیشرفت کشورهای صنعتی را تشکیل می دهد . حرکتی علمی ، منطقی که بر پایه اصول تعریف شده ، رسیدن به اهداف عالی را ممکن می سازد .

امروزه هر کشوری نیازمند این است که با توسعهی آموزش و پرورش افراد خلاق و کارآفرین ، نیازهای موجود در جامعه را شناسایی و در جهت رفع آن کوشش نماید .

در این مقاله بیان خواهیم نمود که برای رفع نیازهای یک جامعه وجود افراد کارآفرین ضروری است ، و یکی از مهمترین راه های پرورش کارآفرینان موفق ، توسعهی رشته های دانشگاهی در رابطه با کارآفرینی خواهد بود .

مفاهیم و اصطلاحات

کارآفرینی ، خلاقیت و نوآوری

مفهوم کارآفرینی اولین بار در فرانسه برای افرادی به کار می رفت که در جنگ سده شانزدهم میلادی در مأموریت‌های نظامی خود را به خطر می انداختند و به استقبال مرگ می رفتند و بعد ها این واژه به کسانی اطلاق می شد که مخاطره یک فعالیت اقتصادی را می پذیرفتند و دست به یک نوآوری می زدند. (۱)

کارآفرینی مفهومی است که تاکنون از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است و همه بر این باورند که کارآفرینی (Entrepreneurship) موتور محرکه‌ی توسعه‌ی اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه‌ی تکنولوژی و اشتغال مولد است. در حالی که در کشور ما به اشتباه این مفهوم صرفاً با اشتغال‌زایی مترادف شده و فقط برای حل مشکل اشتغال به سمت کار آفرینی پیش می‌رویم. در اواخر دهه‌ی ۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و البته تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خوداشتغال به وجود آمد. به علت تاثیرات عمیق این پدیده مطالعات زیادی از چهار دیدگاه اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی انجام شده است. باوجود قدمت بررسی کارآفرینی و تلاش محققین فراوان، مانند سایر مفاهیم علوم انسانی ارائه‌ی تعریفی قطعی و مشخص برای آن، کاری دشوار و حتی غیرممکن است. توجه به سیر تکاملی این مفهوم، خود شامل نکات جالبی است. در سیر تکاملی مفهوم کارآفرینی، عوامل زیادی مانند ریسک‌پذیری، نوآوری و ... به این مفهوم اضافه شده است. (۲)

همچنین خلاقیت را ایجاد راه‌حل‌های بدیع و مناسب به مسائل در هر حوزه از فعالیت بشری تعریف می‌کنیم. نوآوری را پیاده‌سازی آن ایده‌های بدیع و مناسب تعریف می‌کنیم. کارآفرینی نوعاً برحسب نوآوری تعریف می‌شود. به عنوان مثال، شومپیتر می‌گوید فعالیت کارآفرینی شامل اجرای ترکیبات جدید است. بدین ترتیب، کارآفرینی شکل ویژه‌ای از نوآوری است و عبارت از پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز ایده‌های خلاق برای ایجاد یک کسب کار جدید با یک ابتکار جدید در درون یک کسب و کار موجود است. (۳)

همچنین باید توجه داشت که همه کارآفرینان علیرغم متفاوت بودن روند کارآفرینی‌شان، تغییرات بزرگ و اساسی را از درون خود و با تغییر نحوه زندگی‌شان آغاز کرده‌اند به عبارت دیگر کارآفرینی فرایندی درونی است. (۴)

پس در مجموع می‌توانیم کارآفرینی را این گونه تعریف کنیم :

”کارآفرینی عبارت است از فرایند خلق چیزی جدید و پذیرش مخاطرات و سود حاصل از آن. به عبارت دیگر، کارآفرینی فرایند خلق چیزی جدید و باارزش است که با اختصاص زمان و تلاش لازم و در نظر گرفتن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی و رسیدن به رضایت فردی و مالی و استقلال به ثمر می‌رسد. این تعریف دارای چهار جنبه اساسی است

چند جنبه مشترک در همه تعاریف کارآفرینی وجود دارد: ریسک‌پذیری، خلاقیت، استقلال و پاداش” (۵)

کارآفرین کیست ؟

تعاریف مختلفی از کارآفرینی شده است ، که برخی از آن ها اشاره می‌کنیم :

کارآفرین کسی است که فرصتی را کشف و برای پیگیری و تحقق آن، سازمان مناسبی را ایجاد می‌کند.

۱ - سایت karafarini.ir مجموعه تعاریف ، کارآفرینی چیست ؟

۲ - سایت creativity.ir بخش تعاریف ، کارآفرینی

۳ - سایت creativity.ir بخش تعاریف؛ مفاهیم و کلیات کارآفرینی

۴ - فرنز صفدری، کارآفرینی فرایندی درونی است؛ سایت creativity.ir مجموعه مقالات،

۵ - سایت creativity.ir بخش تعاریف ، ویژگی های کارآفرین

در واقع کارآفرین کسی است که نوآوری خاص داشته باشد. این نوآوری می‌تواند در ارائه یک محصول جدید، ارائه یک خدمت جدید، در طراحی یک فرآیند نوین و یا نوآوری در رضایت مشتری و... باشد. کارآفرینان در واقع به تغییر به عنوان مقوله تعیین کننده می‌نگرند، آنها ارزش‌ها را تغییر می‌دهند و ماهیت آنها را دچار تحول می‌کنند. آنان برای تحقق این ایده، قدرت ریسک‌پذیری خود را به کار می‌گیرند. به درستی تصمیم‌گیری می‌کنند و از این رو هر کس به درستی اتخاذ تصمیم نماید به نوعی کارآفرین تلقی می‌شود^(۱)

آنها موقعیت‌هایی را که در جامعه‌ی دیگران به آنها توجهی نمی‌کنند می‌یابند و همین، ایده‌ی بهره‌برداری کردن از این موقعیت‌ها را در ذهن آنها شکل می‌دهد^(۲)

توسعه چیست؟

توسعه در لغت به معنای رشد تدریجی در جهت پیشرفته‌تر شدن، قدرتمندتر شدن و حتی بزرگ‌تر شدن است (فرهنگ لغات آکسفورد، ۲۰۰۱). ادبیات توسعه در جهان از بعد جنگ جهانی دوم مطرح و مورد تکامل قرار گرفت. هدف، کشف چگونگی بهبود شرایط کشورهای عقب‌مانده (یا جهان سوم) تا شرایط مناسب همچون کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته است.

طبق تعریف، توسعه کوششی است برای ایجاد تعادلی تحقق‌نیافته یا راه‌حلی است در جهت رفع فشارها و مشکلاتی که پیوسته بین بخش‌های مختلف زندگی اجتماعی و انسانی وجود دارد. به عنوان مثال حتی در کشورهای پیشرفته نیز، پیشرفت فکری و اخلاقی انسان با پیشرفت‌های فنی (و فناوریانه) همسانی ندارد، و یا اینکه فرهنگ عامه با تکنیک‌های وسایل ارتباط جمعی هماهنگی ندارد.

”بروکفلید“ در تعریف توسعه می‌گوید: توسعه را باید برحسب پیشرفت به سوی اهداف رفاهی نظیر کاهش فقر، بیکاری و نابرابری تعریف کنیم.

به طور کلی توسعه جریانی است که در خود تجدید سازمان و سمت‌گیری متفاوت کل نظام اقتصادی-اجتماعی را به همراه دارد. توسعه علاوه بر اینکه بهبود میزان تولید و درآمد را دربردارد، شامل دگرگونی‌های اساسی در ساخت‌های نهادی، اجتماعی-اداری و همچنین ایستارها و دیدگاه‌های عمومی مردم است. توسعه در بسیاری از موارد، حتی عادات و رسوم و عقاید مردم را نیز دربرمی‌گیرد.

آقای مصطفی ازکیا در نتیجه‌گیری خود از بحث توسعه، توسعه را به معنای کاهش فقر، بیکاری، نابرابری، صنعتی‌شدن بیشتر، ارتباطات بهتر، ایجاد نظام اجتماعی مبتنی بر عدالت و افزایش مشارکت مردم در امور سیاسی جاری تعریف می‌کند.

زنده‌یاد دکتر حسین عظیمی از مجموع نظرات علمای توسعه، توسعه را به معنای بازسازی جامعه بر اساس اندیشه‌ها و بصیرت‌های تازه تعبیر می‌نماید. این اندیشه‌ها و بصیرت‌های تازه در دوران مدرن، شامل سه اندیشه ”علم‌باوری“، ”انسان‌باوری“ و ”آینده‌باوری“ است. به همین منظور باید برای نیل به توسعه، سه اقدام اساسی درک و هضم اندیشه‌های جدید، تشریح و تفضیل این اندیشه‌ها، و ایجاد نهادهای جدید برای تحقق عملی این اندیشه‌ها صورت پذیرد.

^۱ - سایت creativity.ir بخش تعاریف؛ مفاهیم و کلیات کارآفرینی

^۲ - سایت creativity.ir بخش تعاریف، کارآفرین کیست، مهندسی ساخت و تولید ایران

به هر تقدیر، امروز تلقی ما از مفهوم توسعه، فرآیندی همه‌جانبه است (نه فقط توسعه‌ی اقتصادی) که معطوف به بهبود تمامی ابعاد زندگی مردم یک جامعه (به عنوان لازم و ملزوم) است. ابعاد مختلف توسعه‌ی ملی عبارتند از: توسعه‌ی اقتصادی، توسعه‌ی سیاسی، توسعه‌ی فرهنگی و اجتماعی، و توسعه‌ی امنیتی (دفاعی). مناسب نیست بدون توجه به کلیه ابعاد توسعه، صرفاً به یک جنبه اولویت بخشید و دیگر بخش‌ها را در دستور کار آینده قرار داد. (۱)

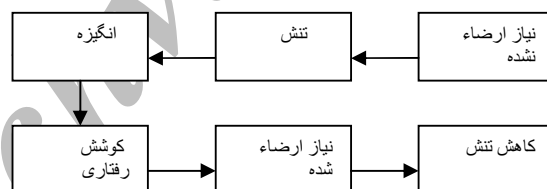
همچنین بر اساس تعریفی دیگر داریم:

توسعه در کلی‌ترین معنای آن یعنی از قوه به فعل در آوردن استعدادها و توانایی‌ها. در آغاز توسعه را همان رشد اقتصادی می‌دانستند، در حالیکه رشد یک فرآیند کمی و توسعه فرآیندی کیفی است، به عبارت دیگر رشد، شرط لازم برای توسعه است. (۲)

مدل تحقیق

۱. تشخیص نیاز و کارآفرینی

یک نیاز تامین نشده موجب ایجاد تنش می‌شود، که آن نیز به نوبه خود در فرد پویایی به وجود می‌آورد و او را به جهتی سوق می‌دهد. این پویایی موجب جست و جو برای هدف خاصی می‌شود، که اگر آن هدف تامین گردد می‌تواند نیاز را تامین کند و باعث کاهش تنش شود. **تنها افرادی** که تحریک شده باشند در یک وضع یا حالت تنش قرار می‌گیرند و برای رهایی از این تنش دست به نوعی کار یا فعالیت می‌زنند. هر قدر این تنش بیشتر باشد فعالیت بیشتری می‌کنند تا از آن رهایی یابند. (۳)



اما نکته بسیار مهم این است که بر اساس فرآیند فوق تمام افراد قادر به درک نیازها نیستند، و به عبارتی تحریک نمی‌شوند، گاهی نیازهای ما آشکار بوده که تشخیص آن به راحتی صورت می‌گیرد، اما در مواقعی نیز برخی نیازهای ما نهفته می‌باشد که تشخیص آن به راحتی امکان پذیر نیست. در اینجا ما به یک سری افراد نیاز داریم تا این نیازها را شناسایی و به آن پاسخ دهند و یا اگر امکانات و سخت افزارهای لازم را در اختیار ندارند، نیازها را آشکار کنند تا افرادی که به منابع مالی و فیزیکی مطلوب دسترسی دارند آن‌ها را برطرف کنند. اما چه کسی قادر خواهد بود تا نیاز تامین نشده را شناسایی کند؟ این به عهده‌ی فردی خلاق است؛ فردی که فرصتی را کشف و برای پیگیری و تحقق آن، سازمان مناسبی را ایجاد می‌کند، که بر اساس تعریف به این فرد کارآفرین می‌گوییم.

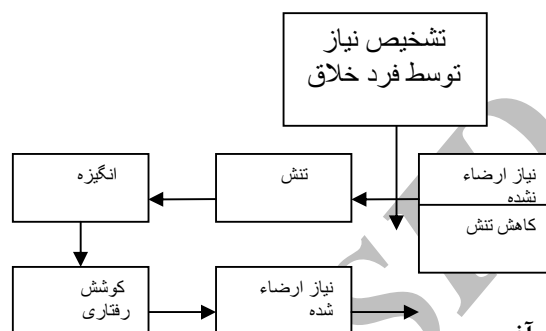
۱- محمد رضا میرزا امینی؛ توسعه چیست؟، مقاله متعلق به سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان

۲- بهرام محسن پور، برنامه ریزی آموزشی، ص ۱۱

۳- استیفن پی رابینز، رفتار سازمانی؛ ترجمه علی پارسائیان، محمد اعرابی ص ۷۲

اگر بپذیریم که محصول در بازاریابی، یعنی هر چیزی که به نوعی خواسته یا نیازی را برآورده می‌کند، ایده محصولی است که پاسخگوی نیازها و نیازمندان گوناگونی است. بازاریابی ایده یعنی ارائه و عرضه اندیشه، نظر یا ایده، برای ایجاد تفاهم، تغییر رفتار و باورهای مردم و سازمان^(۱)

یک فرد کارآفرین با توجه به نیاز تشخیص داده شده، باید ایده خود را برای رفع نیاز مربوطه ارائه داده و برای آن ایده بازاریابی نماید، تا بتواند یک توافق جمعی در مورد ایده‌ی خود کسب نموده و به منابع مالی و سخت افزاری لازم برای تحقق ایده‌ی او که آن نیز به نوبه خود موجب برطرف شدن نیاز می‌شود دسترسی پیدا کند.

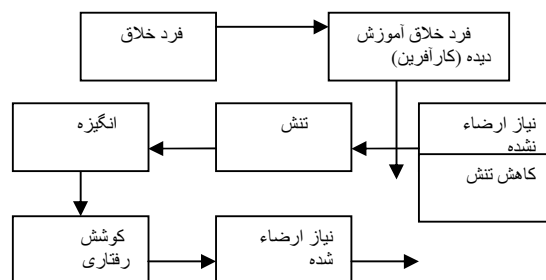


۲. ضرورت پرورش کارآفرین

در بخش قبل راجع به ضرورت وجود کارآفرین در تشخیص نیازها صحبت شد. حال باید به این نکته توجه نمود که علیرغم اینکه خلاقیت معمولاً در درون هر فردی نهفته است، اما همین افراد خلاق معمولاً نمی‌دانند، برای حل یک مشکل کار خود را از کجا باید آغاز کنند؟ برای رسیدن به نتیجه و تبدیل ایده به عمل چه مراحل را باید طی کنند؟ چگونه ایده خود را مطرح کنند؟ و چگونه برای ایده خود بازاریابی نمایند تا بتوانند نیاز را به بهترین شکل رفع کنند؟

از همین روی ضرورت آموزش و پرورش یک فرد خلاق آشکار می‌شود. در واقع بعد از سیر دوره‌های آموزشی و تکمیلی است که می‌توانیم یک فرد خلاق را به یک فرد کارآفرین تبدیل نماییم.

البته مواردی نیز وجود دارد که افراد خلاق بدون گذراندن دوره‌های مربوطه اقدام به کارآفرینی می‌نمایند و در این فرآیند به نتایج قابل قبولی می‌رسند، اما این مسئله منافاتی با آموزش افراد خلاق ندارد، زیرا ما براین عقیده ایم که خلاقیت یک شرط لازم برای پرورش فرد کارآفرین است، اما شرط کافی نیست.



۳. راه‌های آموزش و پرورش کارآفرین

همانطور که گفته شد ما برای رفع نیازهای پنهان جامعه، احتیاج به افراد کارآفرین و آموزش دیده داریم. اما آموزش از طرق مختلفی صورت می‌گیرد که می‌توان آن را در دو دسته آموزش رسمی و غیر رسمی تقسیم کرد:

^۱ - احمد روستا، داور ونوس، عبدالحمید ابراهیمی، مدیریت بازاریابی ص ۳۷۳

۳-۱-آموزش رسمی

آموزش رسمی یکی از مهمترین راه هایی است که سیاستگذاران می توانند از آن برای پرورش افراد خلاق ، و آموزش تکنیک های مورد نیاز به آن ها استفاده کنند . این آموزش به طرق مختلفی قابل اجرا می باشد :

۳-۱-۱- توسعهی رشته های دانشگاهی کارآفرینی

۳-۱-۲- قرار دادن واحدهای محدود کارآفرینی به عنوان یک درس عمومی در بین دورس دانشجویان در

کلیه رشته ها (موارد ۱ و ۲ در بخش بعد توضیح داده می شود)

۳-۱-۳- تألیف دروسی در این زمینه در مقطع متوسطه ، در کلیه رشته های انسانی ، تجربی ، ریاضی

فیزیک ، فنی و حرفه ای و کار و دانش

همانطور که گفته شد خلاقیت امری ذاتی است و وجود خلاقیت نیازی به تحصیلات دانشگاهی ندارد . لذا برای اینکه ساختار لازم برای تشخیص نیاز، و راه های رفع نیاز ، و برخورد منطقی با ایده هایی که به ذهن هر فردی می رسد را آموزش دهیم ، می توانیم آن را در غالب دروسی در دوره متوسطه قرار دهیم تا اگر افراد خلاق ، شرایط حضور در دانشگاه را ندارند ، از مزایای چنین واحدهای درسی برخوردار گردیده و زمینهی لازم برای شکوفایی استعداد آنان فراهم گردد .

۳-۲- آموزش غیر رسمی

توجه به این نکته که حتی یک فردی که تحصیلات کافی ندارد نیز ممکن است ذهنی پویا داشته باشد ضروری است . لذا باید شرایطی فراهم کرد تا این افراد هم بتوانند آموزش های لازم را جهت پرورش استعداد های خود ببینند . در اینجا به چند روش اشاره خواهد شد :

۳-۲-۱- سخنرانی : متداولترین روش آموزشی ، سخنرانی و ارائه مطالب به صورت شفاهی است . در جلسه یا جلسات سخنرانی ، مطالبی که باید آموخته شود به وسیله متخصص یا کارشناس ، برای افراد ارائه می گردد . معمولا سخنرانی به شکل زنده ، یعنی با حضور شخص سخنران برگزار می شود .

۳-۲-۱- سمینار : در حالیکه در سخنرانی حضار شنونده اند و سخنران متکلم وحده است ، در سمینار کارآموزان ، به مشارکت در مباحث و تبادل نظر میان خود و آموزشگر تشویق می شوند .

۳-۲-۳- روش های شبیه سازی شده^(۱) : بر اساس این روش افراد به صورت آزمایشی در شرایط خاص قرار می گیرند ، تا بتوانند در دنیای واقعی نیازها را به درستی تشخیص و عکس العمل مناسب را ارائه دهند .

۳-۲-۴- آموزش از طریق برنامه های تلویزیونی و رادیویی : این روش نیز یک راهکار مناسب است که دارای عمومیت بوده و تمام افراد جامعه را تحت پوشش قرار می دهد .

۴- توسعهی رشته های دانشگاهی و کارآفرینی

"یکی از اهداف مهم نظام آموزش عالی ، پرورش نیروی انسانی متخصص و کارآفرین است. اگر چه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور دست به تلاشی در این زمینه زده اند، ولی متأسفانه همخوانی نداشتن درسهای دانشگاهی با نیازهای جامعه، باعث شده است که دانش آموختگان از تخصص و کارآیی لازم برخوردار نباشند."^(۲) با توجه به مطالب عنوان شده درمی یابیم که ، یکی از راه های آموزش رسمی کارآفرینی ، آموزش از طریق رشته های دانشگاهی است .

حال باید ببینیم چگونه می توانیم رشته های دانشگاهی را در زمینهی کارآفرینی توسعه دهیم :

بر اساس تعریف ، توسعه ، از دو جنبه کمی و کیفی تشکیل شده است و جنبه کمی توسعه همان رشد است .

۴-۱- توسعهی (کمی) :

۱-اسفندیار سعادت ، مدیریت منابع انسانی ، ص ۱۹۰

۲- سایت creativity.ir مجموعه مقالات کارآفرینی ؛ کارآفرینی دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی

۴-۱-۱- تعمیم رشته های دانشگاهی موجود به دانشگاه های مختلف : در این رویکرد از توسعه، رشته های دانشگاهی مربوط به کارآفرینی که هم اکنون تنها در برخی از دانشگاه ها تدریس می شود، را به سایر دانشگاه ها تعمیم می دهیم تا افراد بیشتری بتوانند از مزیت های فراگیری این رشته تحصیلی برخوردار گردند .

۴-۱-۲- توسعهی واحدهای درسی کارآفرینی در میان تمام رشته ها : همانطور که می دانیم ، خلاقیت و کارآفرینی مخصوص رشته های علوم انسانی و فرد خاصی نیست ، لذا با توسعهی واحدهای درسی در بین کلیه رشته های تحصیلی (اعم از فنی و مهندسی، علوم پایه، علوم انسانی ، هنر و ...) ما فرصت مناسبی را برای آموزش و پرورش افراد خلاق فراهم می آوریم .

۴-۲- توسعهی (کیفی)

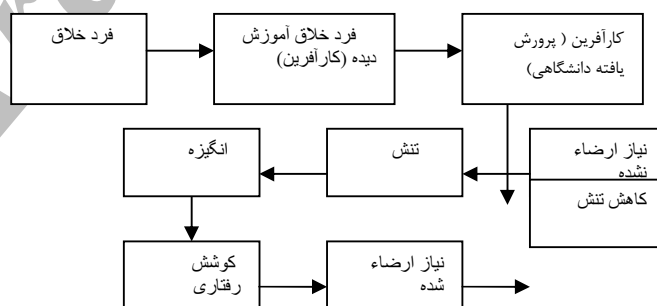
به تدریج با گسترش فرهنگ کارآفرینی و ایجاد زمینه های لازم برای شکوفایی افراد خلاق ، ما می توانیم خلاقیت و کارآفرینی را در بخش های مختلف ، به طور مفصل پی گیری کنیم ؛ به عنوان مثال می توان کارآفرینی در اقتصاد ، کارآفرینی در فرهنگ و سیاست و یا کارآفرینی در مهندسی عمران و مکانیک را به طور جزئی تر مورد بررسی قرار داد . بدین صورت که با استعداد یابی ، افراد را به سمت رشته هایی که علاقه و استعداد لازم را در آن دارند سوق داده و سپس راه های پرورش ایده ، در زمینه های خاص را آموزش ، و موقعیت را برای پرورش افراد خلاق و کارآفرین فراهم نمود .

۵- جمع بندی و نتیجه گیری

با توجه به مطالب عنوان شده می توان گفت که با گسترش و توسعهی رشته های دانشگاهی کارآفرینی ، به دو نتیجه مهم دست خواهیم یافت :

۱- ۵- گسترش و توسعهی رشته های دانشگاهی؛ به واسطه پرورش افراد تحصیل کرده ، که خود مبنا و اساس توسعهی اقتصادی ، سیاسی ، اجتماعی و فرهنگی خواهد بود .

۲- ۵- قادر خواهیم بود تا افراد کارآفرین را پرورش داده ، و آن ها نیز به نوبه خود اقدام به شناسایی نیازها نموده و با خلاقیت و نوآوری به رفع نیازهای یاد شده خواهند پرداخت .



۶- کلام پایانی

نوشته حاضر با دریافت نظرات اصلاحی و پیشنهادی شما به طور قطع بهتر و کاملتر خواهد شد. نویسنده در انتظار دریافت تجارب و دیدگاه های نقادانه و عالمانه شما در باره موضوع این نوشتار است. بدیهی است در نسخه های بعدی نکات متذکر شده شما با ذکر نامتان لحاظ خواهد شد.

منابع

- ۱- رابینز، استیفن پی، "مبانی رفتار سازمانی"، پارسائیان-علی، سید محمد اعرابی، ویرایش ۲، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۷۸
- ۲- روستا-احمد، داور ونوس، عبدالحمید ابراهیمی، "مدیریت بازاریابی"، چاپ هشتم، انتشارات سمت تهران ۱۳۸۳
- ۳- سعادت-اسفندیار، "مدیریت منابع انسانی" چاپ هشتم، انتشارات سمت، تهران ۱۳۸۳
- ۴- فرناز صفدری، "کارآفرینی فرایندی درونی است"؛ سایت creativity.ir مجموعه مقالات، ۱۳۸۵
- ۵- محسن پور-بهرام، "برنامه ریزی آموزشی" انتشارات مدرسه، ۱۳۸۵
- ۶- میرزا امینی- محمد رضا، "توسعه چیست؟"، متعلق به سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان
- ۷- سایت "creativity.ir" مجموعه مقالات کارآفرینی؛ مجموعه تعاریف
- ۸- سایت "karafarini.ir"، خانه کارآفرینان، صاحب امتیاز آقای دکتر احمدپور، مجموعه تعاریف

Archvie of SID