

راهبردهای پیشنهادی برای هیات‌ها و دستیاران علمی دانشگاهها

در جهت افزایش توان کارآفرینی دانشجویان

نرگس سریع القلم : دانشگاه پیام نور مرکز مراغه - دستیار علمی ریاضی کاربردی

محمد رضا نوروزی : دانشگاه پیام نور مرکز مراغه - کارشناسی مدیریت دولتی

چکیده :

وجود نیروهای تمام وقت هیات‌های علمی و دستیاران علمی در دانشگاهها یکی از اقدامات مناسب در جهت افزایش کار آفرینی می باشد. از آنجا که حضور یک مدیر تمام وقت در یک بنگاه تجاری اقتصادی مالی و حتی خدماتی، نسبت به یک مدیر نیمه وقت و پاره وقت باعث ایده سازی و تولید افکارنو و بدیع تری می شود، دستیاران مراکز آموزش عالی و هیات‌های علمی ها نیز نقش کاملاً تاثیر گذار و پیشبرنده در این امر مهم (کارآفرینی) را داشته و دارند.

لذا با افزایش جذب این قشر تاثیر گذار در تمامی مراکز آموزش عالی می توان باعث رشد و توسعه‌ی کار آفرینانی گردید که باعث و بانی اصلی آنها همان اساتید علمی مراکز علمی بوده اند. این مقاله قصد دارد تاثیراتی که این قشر برافزایش بنگاههای تجاری و خدماتی و بالاخص در کارآفرینی دانشجویان دارند را بیان کند. همچنین الگوها و طرحهایی را بیان کند که قابل استفاده و کاربرد در اکثر دانشگاههای کشور عزیزمان می باشد تا با استفاده از این ترکیب جالب و پیشبرنده (هیات علمی و دانشجو) و استفاده از نقش شتاب دهنده‌گی و تاثیرگذار اساتید علمی بتوانیم کارآفرینی را در دانشگاهها و مراکز علمی افزون تر نماییم. ضمناً در این مقاله به طور اختصارواژه دستیاران علمی استفاده شده که دربرگیرنده: هیات‌های علمی، دستیاران آموزشی، دستیاران علمی، اساتید قراردادی تمام وقت و سایر عبارتهای مشابه می باشد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، هیات‌های علمی، دستیاران علمی، بنگاههای کارآفرینی، مشارکت دانشجویان

مقدمه:

قال علی (علیه السلام)

ینبغی لمن عرف الزمان ان لا یامن الصروف و الغیر

بر کسی که روزگار را بشناسد، شایسته و سزاوار است که از تغییرات و حوادث آن ایمن نباشد. [۱]

امروزه، جوامع با تحولات و تهدیدات گسترده بین المللی روبرو هستند. تحولات و دگرگونیهای نظام اجتماعی اقتصادی عصر حاضر، ناشی از پیشرفتهای شگرف علمی و تکنولوژیک است که به نوبه خود منجر به دیدگاهها، ضرورتها و نیازهای جدیدی شده است. برای پاسخ به این نیازها و همراهی با تحولات و دگرگونیهای مزبور، دیگر نمی توان به روشها و فرآیندهای موجود اکتفا کرد. ازاین رو تضمین و تداوم حیات و بقای جوامع، نیازمند تأمین راهها و روشهای جدید به منظور مقابله با مشکلات است. بنابراین، کارآفرینی^۱ نوآوری، ابداع، خلق محصولات، فرآیندها و روشهای جدید بیش از پیش ضرورت می یابد.

[۲]

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان محیط بین المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی^۲ و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی^۳ همراه است، از کارآفرینی به عنوان نیروی محرکه و موتور توسعه‌ی اقتصادی یاد می شود که می تواند سبب رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشورها، افزایش بهره وری^۴، ایجاد اشتغال و رفاه

اجتماعی شود. [۳] کشور ما نیز با پیوستن به سازمان تجارت جهانی در دنیایی پر بار و رو به تزاید از تغییرات بنیادین محیطی، ضرورت توجه به توانمند سازی^۵ و افزایش کارآفرینی در سازمان ها در فضای واقعی رقابت را بیشتر از هر زمان دیگر احساس می کند. به گزارش مرکز آمار ایران، توزیع نسبی جمعیت شاغل و بیکار (جویای کار) ۱۰ ساله و بیشتر بر حسب وضع سواد و تحصیلات بین سالهای ۷۹ تا آبان ۸۳ به صورت جدول زیر بوده است. [۴]

وضع سواد و تحصیلات	۱۳۷۹		۱۳۸۰		۱۳۸۱		۱۳۸۲		اردیبهشت ۸۳		آبان ۸۳	
	شاغل	بیکار	شاغل	بیکار	شاغل	بیکار	شاغل	بیکار	شاغل	بیکار	شاغل	بیکار
پیش دانشگاهی	۱۴/۴	۲۷/۲	۱۶/۱	۳۲/۲	۱۷/۸	۳۴/۵	۱۹/۶	۳۶/۶	۲۰/۱	۳۵/۶	۲۰/۱	۳۴/۲
عالی	۱۰/۳	۸/۸	۱۰/۷	۱۰/۳	۱۰/۷	۱۲/۵	۱۲/۳	۱۲/۱	۱۲/۹	۱۸/۰	۱۲/۱	۲۱/۸

این آمار نشانگر افزایش بیکاری در بین افراد با تحصیلات عالی می باشد که روندی رو به رشد را نشان می دهد. از سوی دیگر در جامعه فعلی، اقتصاد ایران سالانه نیازمند ایجاد ۷۵۰ هزار فرصت شغلی جدید است. [۵] همچنین در دهه جاری جمعیت فعال کشور از مرز ۶۰ میلیون نفر تجاوز می کند و جامعه ما به ایجاد حدود ۱۰ میلیون واحد شغلی نیازمند است. [۶] که این موضوع ضرورت توجه به کارآفرینی به عنوان عامل موثر ایجاد اشتغال را توجیه مضاعف می کند. [۷] و نهایتاً الزام های قانونی برای اجرای چشم انداز بیست ساله و برنامه پنج ساله چهارم توجه به کارآفرینی را نشانه می رود که مصادیق آن در زیر می آید. در سند چشم انداز بیست ساله کشور، جامعه ایرانی در افق چشم انداز با هشت ویژگی توصیف شده است که بند شماره ۳ آن چنین است:

«۳- علمی و فن آوری: برخوردار از دانش پیشرفته، توانا در تولید علم و فناوری، متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایه اجتماعی در تولید ملی.»

در اصول سیاست های برنامه پنج ساله چهارم توسعه کشور نیز در دو مورد به کارآفرینی توجه شده است که عبارتند از: بند سوم سیاست های فرهنگی، علمی و فن آوری برنامه پنج ساله چهارم: «تقویت وجدان کاری و انضباط اجتماعی و روحیه کار و ابتکار، کارآفرینی، درستکاری و قناعت، و اهتمام به ارتقاء کیفیت تولید»

بند ۳۷ سیاست های امور اقتصادی برنامه پنج ساله چهارم:

«ایجاد ساز و کار مناسب برای رشد بهره وری عوامل تولید (انرژی، سرمایه، نیروی کار، آب، خاک و...) پشتیبانی از

کارآفرینی، نوآوری و استعدادهای فنی و پژوهشی» [۸]

طی سالهای اخیر ورود جوانان جویای کار و کاهش تقاضا برای نیروی کار، بحران اشتغال را در کشور تشدید نموده است که باید به صورت بنیادی مورد توجه دولتمردان قرار گیرد. در این بین، ورود دانشگاهیان به این حیطه نیز می تواند بسیار مؤثر باشد. رویارویی صحیح و تدابیر خاص برای حل معضل بیکاری مبتنی بر پژوهش و مطالعه ضرورت دارد که با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته بیکاری را می توان مهم ترین چالش اجتماعی چند دهه آینده به حساب آورد. [۹] پیامدهای این بحران، گسترش فقر و افزایش پدیده های ناگوار اجتماعی است.

کارآفرینی از واژه هایی است که تعریف واحدی برای آن وجود ندارد و از ابتدای طرح آن در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از دیدگاه های گوناگون برای آن ارائه شده است. [۱۰] فلذا مفاهیم آن باید شفاف و روشن گردد والا موجب برداشتهای غلط می گردد. [۱۱] افرادی سعی کرده اند تا برای شفاف سازی مفاهیم سعی در جستجوی رفتارهای قبلی کارآفرینان از اوان کودکی برابند [۱۲] در زیر برخی تعاریف آمده است:

کارآفرینی یعنی: ایجاد ثروت، تخریب خلاق، هدایت به خلق سازمان جدید بدون توجه به نوع پتانسیل سازمان [۱۳]

کارآفرینی: روش اداره ای است که فرصت ها را بدون در نظر گرفتن منابع موجود و قابل کنترل فعلی تعقیب می کند. [۱۴]

کارآفرینی: پروسه ای فراتر از شغل و حرفه بلکه کار آفرینی یک شیوه زندگی^۶ است. [۱۵]، [۱۶].

کار آفرینی را در کل می توان ایجاد کسب و کارهای نوآورانه تلقی کرد. [۱۷]

فعلاً در کشور ما نظام آموزش دهنده دانشگاه ها ، افرادی را پرورش می دهد که فقط می توانند شکافهای شغلی بسیار تعریف شده را پر کنند و بنابراین باید حرکتی عظیم در راستای تولید کار آفرینان در دانشگاهها به عنوان قطب علمی کشور صورت گیرد که این به معنای اتصال دانشگاه با صنعت و فن آوری است کار آفرینان باید فرصت شناس باشند نظام آموزشی دانشگاه مبتنی بر یادگیری نیست ، آموزش مبتنی بر تعلیم است و این خود عاملی برای عدم پرورش افراد کار آفرین است .

فرد کار آفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت های کسب و کار دارد و می تواند منابع لازم را جمع آوری کرده و از آنها بهره برداری نموده و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی ریزی کند . [۱۸]

ژوزف شومپتر^۷ (۱۹۳۴): کارآفرین نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی می باشد. وی مشخصه کارآفرین را نوآوری می داند و فرایند کارآفرینی را تخریب خلاق^۸ می نامد.

کارت رایت^۹ : کارآفرینی روشی برای انجام دادن کسب و کار است که به شیوه ای مبتکرانه^{۱۰} با پذیرفتن ریسکهای حساب شده انجام می گیرد. [۱۹]

دکتر احمدپور: فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصتها ست. [۲۰]

سازمان دیده بان جهانی^{۱۱}: به تلاشی برای ایجاد کسب و کاری جدید یا راه اندازی یک فعالیت اقتصادی جدید، همچون خود اشتغالی ، سازمان و تشکیلات تجاری جدید، یا توسعه ای کسب و کار موجود توسط یک فرد یا تیمی از افراد و یا بنگاه تثبیت شده را کارآفرینی گویند. [۲۱]

پدیده کار آفرینی ابعاد گسترده ای داشته ، گرد هم آوردن منابع تکنولوژیکی^{۱۲} ، فنی و آموزشی و مالی را در بر دارد . دانشگاهها می توانند بخشی از فعالیت خود را به پرورش کار آفرینان تخصیص دهند . هر چند دانشگاه می تواند فقط به تولید و عرضه فن آوری و دانش بسنده کند و آن را در اختیار دانشجویان و جامعه بگذارد ، اما این به معنای موفقیت نیست اگر این فن آوری بدست آمده را در جامعه بکار گیرد و آن را در اختیار کار آفرینان بگذارد به معنای دیگر جنبه عملی این فن آوری را نیز خودش تا حدودی عهده دار باشد ، به موفقیت علمی و عملی توأم دست یافته است . دانشگاه می تواند افقها و فرصت های بهره وری فن آوری را برای افراد ترسیم نماید و آنها را در جهت استفاده هدایت کند . نگاهی که دانشگاه نسبت به فن آوری دارد نباید صرفاً خود فن آوری باشد بلکه کار آفرینی را در جهت استفاده بهینه و اشتغال زایی برای جوانان در بحث توسعه فن آوری در نظر داشته باشد . به این دلیل مسئولین دانشگاه به تنهایی نمی توانند عهده دار چنین مسئولیت خطیری شوند در بحث کار آفرینی می توانند جنبه ارشادی و اغنایی افراد را ایفا کنند چون در کشور ما هنوز پدیده کار آفرینی به صورت گسترده عملی نشده است ، مردم به یک نقش هدایتی نیازمندند که در عرصه عملی فن آوری پیش قدم شوند . از آنجایی که در بخشهای خصوصی و صنعتی امکان ریسک بسیار بالا است دانشگاه می تواند به عنوان حوزه دولتی حامی مردم شود تا با ایجاد محیط رقابتی فناوری فرصت بیشتری برای رشد پیدا نماید ایجاد مؤسسات و شهرکهای تحقیقاتی، پژوهشی وابسته به دانشگاهها می تواند بسیار مؤثر باشد چرا که دانشجویان و فارغ التحصیلان در محیط و بستری علمی تحقیقاتی قرار می گیرند که می توانند آنچه در این دانشگاه آموخته اند در معرض حضور قرار دهند. در حقیقت به بیانی زیباتر آنچه را که بالقوه دارند در این مسیر بالفعل نمایند . می توان امیدوار بود که با شناخت دقیق این عمل وبا توجه به ظرفیت ها و محدودیت های کشور از لحاظ کار آفرینی و میزان بهره برداری از عوامل و منابع پایه ای تولید بتوان تصمیم ها و سیاست گذاری های مفید و مؤثر تری برای مقابله با بحران بی کاری اتخاذ نمود .

کارآفرینی امروزه در کشورهای صنعتی و فراصنعتی بخش قابل توجهی از برنامه های آموزشی دانشگاهها را بخود اختصاص داده است. در آمریکا بیش از پنجاه دانشگاه، در آلمان چهل و دو دانشگاه، در سوئد هشت دانشگاه، مالزی چهار دانشگاه و... آموزش کارآفرینی و مدیریت واحدهای کوچک اقتصادی در این کشورها به ویژه در بین بانوان بسیار رایج شده است. هدف این آموزشها این است که فارغ التحصیلان بتوانند موسسان و بنیانگذاران شرکتهای خصوصی باشند بخصوص که در ده ساله آخر برنامه های دولت تاکید بر خصوصی سازی دارد.

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ایجاد شغل را از وظایف دولت دانسته لذا ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد بستری مناسب برای ظهور کارآفرینان از وظایف دولت است. لذا رابطه تنگاتنگ دانشگاهها با بازار کار و صنعت از اهم امور است. امروزه در بسیاری از کشورهای دنیا، دانشگاهها محل آموزش دادن مدیران تجار، دانشجویان و زنان مدیر و حتی خانه دار می باشند. علاوه بر آن دوره های آموزش کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی باز نموده بلکه دوره های ابتدایی و متوسط را نیز مورد توجه قرار داده است. محور این آموزشها ایجاد روحیه کسب و کار و تلاش در کسب موفقیت‌های اقتصادی می باشد.

مفهوم و ماهیت کارآفرینی:

کارآفرینی، خود عمری به اندازه بشر دارد. لیکن توجه به آن در محافل علمی از اوایل قرن هجدهم میلادی بوده است. از آن زمان تاکنون اندیشمندان تعاریف گوناگونی از کارآفرینی ارائه داده اند که هر کدام جنبه ای از موضوع را تو صیف کرده اند. از میان این اندیشمندان، به جهت نگاه نظام مند و همچنین اهمیت ویژه کارآفرینی در تئوری مشهور جوزف شومپیتر حول توضیح ادوارت جاری، تعریف ارائه شده توسط وی، بیشتر مورد توافق و اجماع محققین بوده است؛ کارآفرینی در نظر شومپیتر نیروی محرکه اصلی و موتور توسعه اقتصادی محسوب می شود. این نیرو تنها در زمان پویایی اقتصاد ظاهر می شود و نقش آن در ایجاد یک تغییر جدید (نوآوری) در ترکیبات روزمره تولید است [۲۲]

کارآفرینی یکی از ابعاد شخصیتی فرد کارآفرین است. که شامل اراده، ریسک پذیری، هوشیاری و نوآوری است. کارآفرین کسی است که به انگیزه های گوناگون و با داشتن یک هدف مشخص، پس از شناسایی زمینه های مناسب و نوین تولید، اقدام به ثروت آفرینی برای دیگران می کند. با توجه به تعریف فوق می توان دریافت که کارآفرینی به معنای شغل آفرینی نیست اما می تواند کلید حل مشکل اشتغال باشد. کارآفرین منتظر استخدام شدن نیست، بلکه خود استخدام کننده است. او ممکن است سرمایه دار یا کارگر نباشد، اما از سرمایه و نیروی کار به خوبی استفاده می کند. او لزوماً هنرمند، متخصص یا مخترع نیست، اما توان بهره برداری مناسب از علم، هنر و تخصص دیگران را دارد. تخصص وی در تصمیم گیری و عمل است و مهمترین عامل حرکت وی، اراده و عزم راسخ وی در اجرای تصمیمات است. کارآفرین فرد خلاق است که تنها به دنبال سود شخصی نیست، اما در موقعیت های سودده سرمایه گذاری می کند. او به ارزشهای خاصی پایبند است، لذا صداقت، اعتماد، از خود گذشتگی و نوع دوستی، جزء اخلاق اصلی کارآفرینی است. به همین جهت افرادی را که با استفاده از رانت و قانون شکنی اقدام به کسب سود می کنند حتی با داشتن خلاقیت فراوان، کارآفرین نمی نامند. سودجویی کاملاً فردی و بدون توجه به دیگران، خارج از اخلاق کارآفرینی است.

خصوصیات کارآفرین: ۱۳

هدایت و رهبری یک کارآفرین باید مدیر خوبی باشد و بتواند عوامل را به خوبی رهبری کند.

خلاقیت کارآفرین برای تولید چیزی جدید، نیازمند خلاقیت است.

ریسک پذیری در فعالیت کارآفرینی غالباً هزینه ها مشخص، اما درآمد نامعین است.

سودجویی فردی و اجتماعی اگر کارآفرین به دنبال آفرینش ثروت برای دیگران است، نمی تواند تنها به سود و منافع شخصی خود بپردازد.

دید بلند مدت و آینده نگری کارآفرین برای شناسایی زمینه های تولید و حصول به هدف، به آینده توجه بیشتری دارد. [۲۳]

ابعاد فرهنگی - اجتماعی و انواع فعالیت کارآفرینی: وقتی کارآفرینی را یک نیروی درونی فردی تعریف کنیم که ابعاد اخلاقی از اصول اولیه آن هستند. ناگزیر جوانب فرهنگی - اجتماعی موضوع رنگ بیشتری می گیرد. مثلاً در یک جامعه که

دید ریسک‌گریزی ترویج می‌شود، نمی‌توان انتظار داشت کارآفرینان زیادی سربرآورند. در نتیجه رشد اقتصادی نیز اندک است.

یک فرهنگ کارآفرین، شامل عناصر زیر است:

- ۱) حمایت از خلاقیت و نوآوری
 - ۲) گسترش نگاه جسورانه: تمایل و قابلیت مدیریت ریسک
 - ۳) باور به امکان تغییر و بهبود، با تلاش فراوان
 - ۴) باور به امکان شناخت واقعیات
 - ۵) پذیرش مسئولیت تصمیم توسط تصمیم‌گیرندگان. [۲۴]
- در یک جامعه، بسته به فرهنگ کارآفرینی سطوح شکل‌گیری فعالیت کارآفرینی می‌تواند بسیار پیشرفته یا ساده باشد. این فعالیت می‌تواند در سطوح ساده از یک بنگاه به سبک زندگی، تا یک شرکت بنیادی، یک شرکت با پتانسیل بالا و یا در بالاترین نوع خود، فعالیت کارآفرینی پیشرو^{۱۴} باشد. [۲۵]

ضرورت کار آفرینی در دانشگاهها:

بعضی از صاحب‌نظران معتقدند که فناوری پیشرفته محصول کار آفرینی است. هر مدیر کار آفرین می‌کوشد از پیشرفته‌ترین فناوریهای قبلاً خلق شده در کار خود بهره‌جوید. اما حاصل فعالیت او نیز خود به ابداع فناوری جدید تری می‌انجامد. فناوری دارای سه بعد (دانش، ابزار و روش) است. تحول در هر یک از این ابعاد منجر به تحول در فناوری می‌شود. به عبارت دیگر تغییر هر بعد به طور طبیعی ابعاد دیگر را نیز متناسب با خود تغییر می‌دهد. فناوری همانند مثلی است که دارای سه وجه دانش - روش - ابزار است. تحول در هر یک از ساق‌های مثلث، دو ساق دیگر را نیز متحول می‌کند. هر اقدامی که یکی از ابعاد این مثلث را تحول بخشد کار آفرینی تلقی می‌شود. [۲۶] بنابراین کار آفرینی عبارت است از (مهندسی مثلث دانش، روش، ابزار). مدیران متعارف می‌کوشند در درون یک مثلث قبلاً تشکیل شده فعالیت کنند، اما کار آفرینان می‌کوشند ابعاد مثلث فناوری را تغییر دهند و مثلث فن آوری به ندرت قابل انقباض است، جز در مواردی که روش‌ها ممکن است سیر انحطاطی پیدا کنند که ضلع روش کوچک می‌شود - مثلث فناوری - و بنابراین توانمندی فناوری - کاهش می‌یابد. در عموم موارد بعد دانش یا ابزار روبه‌گسترش است بنابراین مساحت مثلث را افزایش می‌دهد و مساحت مثلث شاخص‌گسترش فناوری است. کار آفرین مدیری است که علاوه بر داشتن دانش (یا بینش) و تجربه، نوآور نیز هست و این نوآوری خطرپذیری دارد. جهانی شدن بازارها، تشویق و پشتیبانی از کار آفرینی در کشورها را به عنوان امری ضروری ساخته است. ایجاد مرکز و جایگاهی برای کار آفرینان که منابع تولید ثروت اند به سود جامعه است. ایجاد این مراکز، انتقال فناوری از دانشگاهها به بازار و استخدام دانشجویان خالق ایده است که به این سبب ایجاد این مراکز برای دانشگاهیان نیز سودمند است. یکی از ضرورت‌های ایجاد دانشگاه کار آفرین ایجاد سرمایه است. کار آفرینان برای عملی ساختن ایده‌های خود با مشکل مواجهند. از یک سو، سرمایه‌داران بزرگ فرصت شنیدن ایده‌های کار آفرینان و پرداختن به کارهای کوچک را ندارند و از سوی دیگر سرمایه‌های خود را صرف پروژه‌های کلان می‌نمایند در نتیجه وجود دانشگاه که نقش مرکز پشتیبانی از کار آفرینی را به عنوان پل ارتباطی بین کارآفرینان و سرمایه‌داران ایجاد می‌کند، ضروری است. [۲۷] به رغم آنکه برخی از صاحب‌نظران معتقدند کار آفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی‌شود و باید به روش پرورشی کار آفرینان را تربیت کرد. اما هیچ‌کس منکر این مطالب نیست که استفاده از فن‌آوری‌های نو و ایجاد کسب و کار جدید بدون آموزش و پژوهش در عمل دست‌نیافتنی است. با مراجعه به اطلاعات موجود درباره‌ی افزایش رشته‌های دانشگاهی، کار آفرینی در کشور‌های توسعه‌یافته و در حال توسعه، اهمیت نظام آموزشی و پژوهشی در توسعه کار آفرینی و تربیت کارآفرینان بیشتر مشخص می‌شود. به عبارت دیگر ارتباط مستقیمی بین پیشرفت فناوری و ضرورت آموزش کار آفرینان وجود دارد. [۲۸]

واما نقش کلیدی دستیاران علمی در مرکز اینگونه است که دستیاران علمی مراکز با استفاده از طرحهای پیشنهادی در این بخش می توانند به عنوان مربیانی باشند که بتوانند کارآفرینان ایران فردا باشند و به هر اندازه که دستیاران علمی در بخشهای مختلف جذب گردند این پیشرفت پرشتاب خواهد بود پس نقش کلیدی دستیاران علمی پرواضح است.

برنامه هایی که دانشگاه باید بنا به پیشنهاد دستیاران علمی در مسیر کارآفرینی دانشجویان انجام دهد:

- آشنایی دانشجویان با مفهوم و کاربرد کارآفرینی
- آشنایی دانشجویان با مفاهیم اولیه بازار و حقوق و قوانین تجارت
- ایجاد فرصت و فرصت یابی در حوزه ی کارآفرینی برای دانشجویان
- ایجاد انگیزه و روحیه کارآفرینی برای دانشجویان
- برگزاری کلاس ها و کارگاه های آموزشی عمومی ویژه دانشجویان
- برگزاری کارگاه های آموزش حرفه ای و تخصصی کارآفرینی ویژه دانشجویان
- برگزاری کارگاه آموزشی کارآفرینی و آموزش اثربخش ، ویژه اعضای هیأت علمی جدید و اساتید قبلی
- برگزاری دوره آموزشی ترویج کارآفرینی در دانشگاه ویژه مدیران اجرایی دانشگاه و اساتید و پرسنل مرتبط با این امر
- برگزاری دوره های آموزشی کارآفرینی به کارکنان مراکز کارآفرینی حومه
- برگزاری دوره های آموزش کارآفرینی براساس تقاضای بازار
- حمایت از توسعهی آموزش های کارآفرینی در تمامی مقاطع(کاردانی، کارشناسی ، کارشناسی ارشد و دکترا)

برنامه هایی که دستیاران علمی مراکز باید در مسیر ایجاد و توسعهی کارآفرینی دانشجویان بردارند:

الف. در بخش دانشجویان جدید الورد:

۱. شناسایی دانشجویان مستعد در زمینه کارآفرینی با تهیه فرمها و چک لیستها شناسایی برای دانشجویان جدیدالورد
 ۲. شناسایی دانشجویان شاغل در بخش صنعت و ایجاد تیمهای کارآفرینی با نیروهای انتخابی از این افراد
 ۳. برگزاری اردو ها و سمینارهای آموزشی جالب و جذاب برای دانشجویان با هدف معرفی مفاهیم کارآفرینی
 ۴. ایجاد انگیزه برای ارتباط مستمر با اعضای علمی از بدو ورود به دانشگاه
- یکی از موثرترین استراتژیهاکه میتواند بسیار هم موثر باشد همین تاثیر گذاری اولیه است زیرا که اولین تاثیر پرتاثیرترین و پایاترین تاثیرگذاری را دارد لذا باید از این اصل استفاده کرده وفعالیتها و آماده سازی بدو ورودبرای دانشجویان جدید الورد فراهم گردد.

ب. در بخش دانشجویان در حال تحصیل:

۱. برگزاری سمینارها و دوره ها و کارگاههای ذیل برای دانشجویان در حال تحصیل در مرکز
۲. بهره گیری از مربیان مجرب در بخش کارآفرینی برای آموزش کارآفرینی به دانشجویان از طریق خود دستیاران علمی و یا نیروها و اساتید داخل ویا بیرون مرکز به صورت قراردادی
۳. آموزش تدوین طرح تجاری(مفاهیم، کاربردنمونه ها)

۴. سمینارهای خلاقیت
۵. کارگاههای خلاقیت
۶. مبانی کارآفرینی
۷. فرصت و ایده یابی در کارآفرینی
۸. آموزش مهارتهای کارآفرینی
۹. بازاریابی و شناخت بازار
۱۰. مدیریت کسب و کارهای مخاطرهاآمیز
۱۱. کارآفرینی الکترونیکی
۱۲. مسائل حقوقی شرکت ها و حقوق مالکیت فکری
۱۳. عرضه منابع آموزش کارآفرینی از جمله انتشار جزوه، کتاب و CD آموزشی
۱۴. آرایه آموزش های مجازی
۱۵. طراحی و اجرای دوره های آموزشی ایجاد تحول در دانشگاه ها با جهت گیری کارآفرینی
۱۶. توسعه ی برنامه های آموزش الکترونیک کارآفرینی
۱۷. مطالعه و بررسی پیرامون Text book های کارآفرینی که در دانشگاه های معروف دنیا و مراکز کارآفرینی تدریس می شوند و خریداری آنها برای مرکز
۱۸. تدوین کلیه پودمانهای (Modules) مرتبط با فرایند کارآفرینی در تک تک موضوعات: بازاریابی، تامین مالی، امور حقوقی، قانون کار و ...
۱۹. تلاش برای تصویب یک درس عمومی کارآفرینی برای همه رشته های دانشگاهی
۲۰. استفاده از مقالات معتبر علمی و به عضویت مجامع معتبر بین المللی کارآفرینی درآمدن
۲۱. استفاده به صورت بومی سازی تجربیات موفق سایر کشورها نه تقلید کورکورانه از روش آنها

ج. دانشجویان در حال فارغ التحصیلی:

۱. سنجش قابلیت های کارآفرینی دانشجویان در حال فارغ التحصیلی
۲. دریافت بازخورد از دانشجویان در حال فارغ التحصیلی در مورد عملکرد مرکز کارآفرینی

د. دانش آموختگان:

۱. ردیابی فعالیت های کسب و کاری و وضعیت اشتغال فارغ التحصیلان
۲. ارسال نشریه به فارغ التحصیلان و درخواست همکاری در ارائه بازخورد به مرکز کارآفرینی دانشگاه

ترویج کارآفرینی برای اعضای هیأت علمی

۱. اطلاع رسانی به اعضای هیأت علمی در مورد روند تحول آموزش مبتنی بر بازار در دانشگاه های جهان
۲. اطلاع رسانی به اعضای هیأت علمی در مورد وضعیت فارغ التحصیلان دانشگاه و انتظارات جامعه از دانشگاه
۳. اطلاع رسانی به اعضای هیأت علمی در مورد فعالیت های توسعه ی قابلیت های کارآفرینی در دانشگاه های ایران و جهان.
۴. نظرسنجی از اعضای هیأت علمی در مورد شیوه های ترویج کارآفرینی

۵. جلب مشارکت اعضای هیأت علمی جهت طراحی و یا بکارگیری روشهای تدریس با جهت گیری قابلیت سازی کارآفرینی
۶. جذب همکاری اعضای هیأت علمی گروه های آموزشی به منظور توسعهی آموزش مبانی کارآفرینی در همه دانشکده ها به طور غیرمتمرکز
۷. اجرای برنامه های ترویج کارآفرینی برای اعضای هیأت علمی
۸. برگزاری میزگردها، هم ندیشی ها و سمینارهای تخصصی در کارآفرینی
۹. کارگاههای آشنایی اساتید دانشگاه با کارآفرینی
۱۰. مجله کارآفرینی برای اساتید دانشگاه
۱۱. برگزاری میزگردها و جلسات پرسش و پاسخ در خصوص موضوعات کارآفرینی با حضور کارآفرینان موفق و اساتید کارآفرینی
۱۲. شناسایی و معرفی اساتید دانشکده های که در تدریس خود از روش های کارآفرینانه استفاده می نمایند. برای این امر لازم است ابتدا شاخص ها و ملاک هایی تعیین گردد و سپس تعدادی از اساتید در سطح دانشگاه براساس شاخص های مورد نظر انتخاب و مورد تجلیل قرار گیرند.
۱۳. مصاحبه با اساتیدی که در دانشگاه در تدریس خود از روش های کارآفرینانه استفاده می نمایند. سپس تدوین این مصاحبه ها با توجه به تجربه های موفق و ارائه الگویی کارآفرینانه برای تدریس اساتید در دانشگاه

ترویج کارآفرینی برای مدیران اجرایی دانشگاه

۱. اطلاع رسانی در مورد دانشگاه کارآفرین، کارآفرینی و انواع آن و فواید ترویج و آموزش کارآفرینی
۲. تشویق مدیران به مطالعه مطالب کارآفرینی
۳. برگزاری دوره های آموزش کارآفرینی برای مدیران دانشکده های دانشگاه (شامل رؤسای دانشکده ها، معاونان و مدیران گروه ها و مدیران حوزه ستادی)

برنامه های پیشنهادی دستیاران علمی برای کارآفرینی برای اصلاح ساختار و فرآیندهای دانشگاهی

۱. ترغیب اصلاح فرآیندها و برنامه های آموزشی، پژوهشی و ترویجی دانشگاهی منطبق با نیازهای کارآفرینی
۲. ترغیب توسعهی پژوهش های بین رشته ای در دانشگاه
۳. برگزاری سمینارها و کارگاههای آموزشی کارآفرینی با تأکید بر جنبه های بین رشته ای
۴. ترغیب فعالیت های کارآموزی و آموزش های عملی در دانشگاه
۵. ترغیب توسعهی فعالیت ها و همکاری ها در زمینه کارآفرینی
۶. توسعهی ساختار مجازی مرکز کارآفرینی در دانشکده ها
۷. همکاری برای توسعهی مراکز رشد و انکوباتورها در دانشگاه و دانشکده ها
۸. توسعهی ساختار مجازی فعالیت های تخصصی کارآفرینی در دانشگاه

فعالیت های پژوهشی و زمینه یابی اعضای علمی در دانشگاه برای رشد و توسعهی کارآفرینی

در این بخش راهکارهایی ارائه می گردد که جنبه ی تحقیق و بررسی و زمینه یابی اعضای علمی را در جهت توسعهی این امر طلب می کند به طوری که دستیاران علمی با مطالعات خود زیر سلخترهای کارآفرینی را یافت و تقویت می نمایند همچنین فعالیت های پژوهشی در دانشگاه، علت یابی و زمینه یابی، تأمین و تشخیص نیازهای فکری و عملی در انجام وظایف مربوط به

توسعه‌ی کارآفرینی در دانشگاه می باشد. بنابراین در این بخش -هدفهای بخش پژوهشی- بر حسب هدفهای دو بخش؛ (ترویج و آموزش) تعریف می شود که دستیاران علمی باید انجام دهند:

فعالیت‌های کشف و علت یابی و بررسی موانع و محدودیت‌های کارآفرینی توسط دستیاران علمی:

۱. بسترسازی کارآفرینی با ایجاد فرهنگ کارآفرینی دانشجویی
۲. ایجاد تیم های کارآفرینی با سرپرستی خود دستیاران علمی و یا با استفاده از نیروهای ستادی
۳. تعیین معیارهای کارآفرینی دانشجویی
۴. بررسی فاکتورهای انگیزشی مثبت کارآفرینی دانشجویی
۵. شفاف سازی محیط تجارت بیرون با استفاده از اطلاع رسانی دستیاران علمی
۶. ایجاد و نصب بولتن های آموزش کارآفرینی
۷. مطالعه وضعیت فارغ التحصیلان دانشگاه
۸. بررسی موانع کارآفرینی دانش آموختگان
۹. بررسی شیوه های تأمین منابع مالی برای کارآفرینان دانشگاهی
۱۰. راه -اندازی و توسعه‌ی فعالیت یک مجله علمی - پژوهشی کارآفرینی
۱۱. حمایت از پایان نامه های کارشناسی ارشد و دکتری که به موضوع کارآفرینی مربوط هستند.
۱۲. شناسایی و معرفی مراکز حامی کارآفرینی (حمایت علمی، تخصصی و مالی) در جهت تقویت مراکز کارآفرینی دانشگاهی
۱۳. سنجش کارآفرینی فارغ التحصیلان (دانشجویانی که در بخش کارآفرینی شرکت کرده بودند)
۱۴. اندازه گیری میزان استعداد کارآفرینی کلیه دانشجویان دانشگاه و گروه بندی آنان از مستعدترین به و ارائه آموزش های کارآفرینی به آنان و اتخاذ ترتیب مناسب برای کل مجموعه
۱۵. معرفی اولویت های پژوهشی مرکز برای مطالعه به دانشگاهیان
۱۶. حمایت مالی از مؤلفان و مترجمین کتب کارآفرینی
۱۷. مطالعه چگونگی توسعه و تداوم ارتباطات با دانش -آموختگان دانشگاهی

فعالیت‌های پژوهشی و جمع بندی کارآفرینی توسط دستیاران علمی:

۱. مستند سازی تجربیات کارآفرینان فارغ التحصیل دانشگاه به تفکیک رشته های مختلف تحصیلی
۲. سنجش میزان کارآفرینی در دانشجویان رشته های مختلف تحصیلی
۳. ارزیابی محتوای دروس رشته های مختلف دانشگاهی در دانشگاه از جنبه تقویت مهارت های کارآفرینی
۴. بررسی زمینه های کارآفرینی در دانشجویان رشته های مختلف تحصیلی دانشگاه
۵. ارزیابی روش های آموزش دانشگاهی در جهت تقویت مهارت های کارآفرینی در دانشجویان
۶. انجام مطالعات تطبیقی در زمینه دوره های مختلف آموزش کارآفرینی در سایر کشورها
۷. بررسی راهکارهای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه از طریق اینترنت
۸. طراحی الگوی کارآفرینی سازمانی در دانشکده ها و دانشگاه ها
۹. بررسی ارتباط تحصیلات دانشگاهی با کسب و کارهای کارآمد
۱۰. روشهای تقویت مهارت های پرورش کارآفرینی در اعضاء هیأت علمی دانشگاه
۱۱. طراحی سیستم اطلاعاتی کارآفرینی در دانشگاه
۱۲. بررسی راههای تأمین منابع مالی برای کارآفرینان دانشگاهی

۱۳. نیازسنجی آموزش کارآفرینی در رشته های مختلف تحصیلی دانشگاه
 ۱۴. بررسی موانع کارآفرینی فارغ التحصیلان دانشگاهی به تفکیک رشته های تحصیلی
 ۱۵. طراحی الگوی ارتباط دانشگاه با صنعت و خدمات برای تقویت مهارت های کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه
 ۱۶. طراحی و تدوین استراتژی کارآفرینی در دانشگاه
 ۱۷. طراحی الگوی راهنما برای تدوین برنامه کسب و کار برای کارآفرینان دانشگاهی
 ۱۸. بررسی روشهای ترویج روحیه کارآفرینی در اعضاء هیأت علمی و دانشجویان دانشگاه
 ۱۹. بررسی ارتباط فرهنگ و نظام ارزشی جامعه با کسب و کارهای کارآفرینانه
 ۲۰. مطالعات تطبیقی به منظور شناسایی روش ها و زمینه های کارآفرینی فارغ التحصیلان دانشگاهی در سایر کشورها
 ۲۱. بررسی روش های تقویت مهارت های کارآفرینانه در دانشجویان رشته های مختلف تحصیلی دانشگاه
 ۲۲. طراحی نظام ترغیب تجاری کردن نتایج تحقیقات دانشگاهی و پایان نامه های دانشجویی
 ۲۳. مطالعه و بررسی بر روی انتخاب مدل آموزشی مناسب با توجه به نیازمندیهای کارآفرینان
 ۲۴. بررسی مراحل تأسیس شرکت های نوپا در ایران
 ۲۵. بررسی تأثیرات آموزش های کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی کشور
 ۲۶. روشهای ایجاد خوداشتغالی در فارغ التحصیلان دانشگاهی
 ۲۷. ارائه راهکارهای اجرایی به منظور توسعه کارآفرینی مطابق برنامه های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران
 ۲۸. بررسی اثربخشی تسهیلات دولتی در جهت حمایت از کارآفرینان دانشگاهی
 ۲۹. بررسی علل شکست یا ناکامی شرکتهای ایجاد شده توسط کارآفرینان دانشگاهی
 ۳۰. بررسی میزان کاربردی بودن آموخته های دانشگاهی فارغ التحصیلان دانشگاه در کسب و کارهای کارآفرینانه
 ۳۱. طراحی الگوی مشاوره فنی، حقوقی، مدیریتی، قانونی، مالی، اداری و غیره برای کارآفرینی دانشگاهی
 ۳۲. تهیه فیلم های مستند آموزشی از روند کسب و کار کارآفرینان دانشگاهی
- برنامه هایی که دستیاران علمی با همکاری سایر دستیاران علمی در دیگر مراکز جهت خود سنجی فعالیتهای انجام شده باید انجام دهند.**

۱. معرفی مرکز کارآفرینی و فعالیت های آن
۲. برگزاری مسابقه تدوین طرح کسب و کار Business Plan دانشجویی
۳. برگزاری جشنواره دانشجویی کارآفرینی
۴. برگزاری سمینارهای معرفی کارآفرینان موفق ایرانی برای دانشجویان
۵. برگزاری کارگاه های کارگروهی (Team work) برای دانشجویان
۶. راه اندازی سایت مرکز و غنی سازی محتوای آن
۷. راه اندازی و تقویت و غنی سازی کتابخانه تخصصی در مرکز کارآفرینی دانشگاه
۸. انتشار خبرنامه
۹. عرضه CD و فیلم های ترویجی مثل برنامه های سخنرانی کارآفرینان و کارگاه های کارگروهی (Team Work) های در مرکز

نمونه سوالاتی که از سوی دستیاران علمی باید جهت بررسی بازخورد فعالیتهای صورت گرفته به صورت پرسشنامه تنظیم و در اختیار دانشجویان و مسئولین قرار گیرد:

۱. نسبت دانش آموختگان دارای ایده کارآفرینی به کل دانش آموختگان
۲. نسبت دانشجویان آشنا با مفاهیم کارآفرینی به کل دانشجویان
۳. نسبت اعضای هیأت علمی آشنا با مفاهیم کارآفرینی به کل اعضای هیأت علمی
۴. میزان ترویج کارآفرینی در ساختارها و فرآیندهای دانشگاه
۵. تعداد دوره های آموزشی ویژه دانشجویان دانشگاه
۶. تعداد کارگاه های آموزشی ویژه اعضای هیأت علمی دانشگاه
۷. تعداد دوره های آموزشی ویژه مدیران اجرایی دانشگاه
۸. تعداد شرکت کنندگان در دوره های آموزشی ویژه دانشجویان
۹. تعداد شرکت کنندگان در کارگاه های آموزشی ویژه اعضای هیأت علمی
۱۰. تعداد شرکت کنندگان در دوره های آموزشی ویژه مدیران اجرایی دانشگاه
۱۱. تعداد مسابقات علمی کارآفرینی برگزار شده
۱۲. تعداد جشنواره های کارآفرینی برگزار شده [۲۹]

نتیجه گیری و پیشنهاد :

دانشگاه های ما اصولاً بر اساس یک روش سنتی برنامه هایی دارند که شورای عالی انقلاب فرهنگی و وزارت علوم و تحقیقات فناوری تدوین، تصویب و عیناً در تمامی سطوح تحصیلی دانشگاهی اجرا میشود و دانشجویان به انگیزه کسب علم یا اخذ مدرک در هر حال این دوره ها را طی می کنند. این دانشجویان پس از خروج وارد بازار کار میشوند، برای ورود به بازار کار عمدتاً راهنمایی ندارند و این راهنمایی در دوره تحصیل در دانشگاه انجام نمی شود یا در بعضی موارد که انجام می شود بسیار ضعیف است، در این بخش حلقه مفقوده ای وجود دارد که باید دانشگاه را به بازار از طریق دانشجو وصل کند. لذا در دانشگاهها، بخش کارآفرینی باید فعال شود تا این بستر آماده شود و این اتصال بدون وقفه یا با کمترین وقفه ایجاد شود. بطور مثال، دانشجوی حسابداری که بعد از چهار سال یادگیری تئوریهای حسابداری در بازار کار جذب نمی شود، چون تجربه ندارد، شرکتها و موسسات به دنبال بکارگیری حسابداران با تجربه هستند. مثال دیگر، در بخش عمران یک مهندس عمران پس از فارغ التحصیل شدن معمولاً اطلاعاتی در خصوص چگونگی ثبت شرکت یا یافتن کار، شرکت در مناقصات دولتی یا غیر دولتی آگاهی ندارد. که این آگاهی در درون دانشگاه قبل از خروج با بستر سازی کارآفرینی بایستی آموزش داده شود. همچنین مثالهای دیگری مثل چگونگی تاسیس و راه اندازی کارخانه یا یک کارگاه برای دانشجویی که در بخش تئوریهای صنعتی دوره دانشگاه خود را به پایان رسانیده، یا کسانی که در مدیریت بازرگانی فارغ التحصیل می شوند نحوه دریافت یک کارت بازرگانی و تشریفات انجام صادرات و واردات و چگونگی ثبت گشایش اعتبار در بانکها و مسائل و امور گمرکی باید یاد داده شود و همینطور در سایر رشته های تحصیلی و این عمده ترین رسالت دانشگاهها در بستر سازی کارآفرینی خواهد بود. دردانشگاهها دستیاران علمی مراکز باید سکان دار این عرشه باشندالگوها و برنامه های فوق الذکر در صورت نصب صحیح و استمرار در اجرای آنها می تواند راهگشای بسیاری از مشکلات موجود در این بخش باشد و شاهد یشرفتهای متعالی باشیم.

پی نوشتها:

1. Entrepreneurship

2. Informational Community

3. Global Economy
4. Productivity
5. Empowering
6. Life Style
7. Joseph Schumpiter
8. Creative Destruction
9. Kart Right
10. Innovative
11. GEM, Global Entrepreneurship Monitor

هدف آن ارزیابی و ارائه داده های پژوهشی معتبری در سطح بین المللی در خصوص فعالیتهای کارآفرینی و کارآفرینانه می باشد.

- 12 Technological Resources
13. Entrepreneur Characteristics
14. Pioneer

منابع و ماخذ:

- [۱]. کریمیان منصور ، پرتوی از کلام امام علی (ع)، انتشارات اشرفی، ۱۳۷۹، ص ۱۹۷
- [۲]. احمدپور دریانی محمود، شیخان ناهید ، رضا زاده حجت اله، تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، چاپ اول، تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۸۳، ص ۱
- [۳]. کوک، جیمز آر. (۱۹۹۷). پیش به سوی کار آفرینی. مترجم: میترا تیموری (۱۳۸۲)، اصفهان، نشر آموزه
- [۴]. مرکز آمار ایران، سالنامه آماری کشور ۱۳۸۳، تهران: دفتر انتشارات و اطلاع رسانی، ۱۳۸۴
- [۵]. علوی سید ابوالفضل، کارآفرینی و رسالت دانشگاه، رهیافت، شماره ۲۹، بهار ۸۲، ص ۳۰
- [۶]. همان، ص ۲۷
- [۷]. برای توضیح بیشتر مراجعه کنید به کتاب تجارب کارآفرینی کشورهای منتخب، احمدپور دریانی.
- [۸]. سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، کتاب قانون برنامه چهارم توسعه دولت جمهوری اسلامی ایران، تهران ۱۳۸۳
- [۹]. محمدی نسب، مهدی، سازمان کارآفرین مبنای راهبردها، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت ، تهران ، ۱۳۸۶، ص ۳
- [۱۰]. احمدپور دریانی محمود، کارآفرینی: (تعاریف، نظریات، الگوها) ، تهران: شرکت پردیس، ۱۳۷۹، ص ۳

- [۱۱]. خندان علی اصغر، منطق کاربردی، تهران، انتشارات سمت و موسسه فرهنگی طاهرا، ص ۶۴
- [۱۲]. احمدپور دریانی محمود، کارآفرینی: (تعاریف، نظریات، الگوها)، پیشگفتار
- [۱۳]. صمدی جلیل آقا، سازمان های کار آفرینی، تهران، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۸، ص ۴۴
- [۱۴]. موسوی یگانه، توسعه‌ی اقتصادی و برنامه ریزی، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور، ۱۳۷۹، ص ۷۰
- [۱۵]. صمدی جلیل آقا، سازمان های کار آفرینی، همان صفحه
- [16]. Tracy Brian, Quotes of a day Electronic Magazine, The US Press, 2007
- [17]. Baum, S. K. & Stewart, Jr., R. B. (1990). Sources of meaning through the lifespan. *Psychological Reports*, 67, 3
- [18]. Brenner, O. C., Pringle, C. D. & Greenhouse, J. H. (1991). Perceived fulfillment of organizational employment versus entrepreneurship: Work values and career intentions of business college graduates. *Journal of Small Business Management*, 29(3), 62.
- [۱۹]. رایت کارت، سازمانهای کارآفرین، ترجمه پارسایان، تهران: انتشارات ترمه، ۱۳۸۳، ص ۷
- [۲۰]. احمد پور محمود، کارآفرینی مقدمه
- [۲۱]. هاشمی حمید، عصر شکوفایی کارآفرینی، رویش، شماره ۷، پاییز ۱۳۸۳
- [۲۲]. خارقانی، راهبردهای کارآفرینی، خلاقیت، شماره ۱۲، بهار ۱۳۸۴
- [23]. H. Vesper (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 468-470. 19 Academy of Entrepreneurship Journal, Volume 9 Number 1, 2003
- [24]. Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- [25]. Campbell, D. T. & Stanley, J. C. (1963). *Experimental and quasi-experimental designs for research*. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
- [26]. Krueger, N. F. (1993). "Growing up entrepreneurial?" Developmental consequences of early exposure to entrepreneurship. In D. P. Moore (Ed.), *Best Papers Proceedings, Academy of Management*, 80-82.
- [27]. Meyer, G. D., Zacharakis, A. L. & De Castro, J. (1993). A postmortem of new venture failure: An attribution theory perspective. In N. C. Churchill, S. Birley, J. Doutriaux, E. J. Gatewood, F. S. Hoy, & W. E. Wetzel, Jr. (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 256-269.
- [28]. Gadroon, G. (1998). The new student movement. *Inc.*, 20(3), 11-12.
- [۲۹]. دانشگاه شاهد، پرتال کارآفرینی دانشگاه، مرکز اطلاع رسانی برای کارآفرینی، ۱۳۸۶.