



بررسی راهکارهای توسعه کارآفرینی الکترونیکی در دانشگاه

نازنین حاتمی کیا^{۱*}، شهین مظفری نیا^۲

دانشجوی کارشناسی ارشد^۱/دانشگاه بو علی، دانشجوی کارشناسی ارشد^۲/دانشگاه بو علی

چکیده

با افزایش دانش و فناوری در جهان و نفوذ آن به همه‌ی ابعاد زندگی بشر، بخش تجارت و کسب و کار نیز از این روند پیشرفت مستثنی نبوده و امروزه ما با الکترونیکی شدن کسب و کار نیز مواجه هستیم در این بین اگر فردی در زمینه کار قصد و نیت کارآفرینانه داشته باشد می تواند با استفاده از اینترنت به بازاریابی، فروش و توزیع کالاهای خود بپردازد. بنابراین منظور از کارآفرینی الکترونیکی، بازاریابی، فروش و توزیع کالاهای مختلف با استفاده از ابزار اینترنت با هدف کم شدن هزینه ها و افزایش بهره وری می باشد. دانشگاه به عنوان مهم ترین نهاد در تربیت نیروی انسانی برای بازار کار می تواند بیشترین سهم را داشته باشد. به همین خاطر این مقاله بدنبال آن است تا با بررسی راهکارهای توسعه کارآفرینی الکترونیکی در دانشگاهها با استفاده از منابع و اسناد جدید و معتبر، مسیر توسعه و بهبود این نوآوری را هموار تر نماید. بر اساس نتایج بدست آمده برای توسعه کارآفرینی الکترونیکی در دانشگاهها راهکارهای زیر وجود دارد: راهکارهای فرهنگ سازی و بستر سازی، مدیریتی و برنامه ریزی، مالی و اعتباری، فردی، ویژگی های شخصیتی و مهارت های کارآفرینانه.

کلمات کلیدی: کارآفرینی الکترونیکی، توسعه کارآفرینی، دانشگاه.

مقدمه

کارآفرینی فرآیندی است که طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصتهای جدید با بسیج منابع و هدف ایجاد کسب و کار و فرصتهای نو اقدام به ایجاد سازمانهای جدید و رشد یابنده می کند. این امر توأم با پذیرش خطر است ولی منجر به معرفی محصول و ارائه خدمت به جامعه می شود(۱۱). تحولات چند سال اخیر در فن آوری اطلاعات و ارتباطات باعث نفوذ اینترنت در بین عموم مردم در سطح جهان و بویژه کشورهای پیشرفته شده است. میزان دسترسی در سطح جوامع به حدی گسترش یافته است که باعث شده تا از آن به عنوان ابزاری برای رفع احتیاجات روزمره استفاده شود این رشد بالای دسترسی عموم به اینترنت باعث شده است تا امکان تجارت و کسب و کار از طریق اینترنت یا به عبارت بهتر تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیکی از جایگاه ویژه ای برخوردار شود(۵). با وجود درصد بالای جمعیت جوان در کشور و چالش های ناشی از بیکاری آنها، کارآفرینی الکترونیکی می تواند نقش مؤثری را ایفا کند بنابراین رویکرد سیاستگذاران و برنامه ریزان کشور باید به سمت ایجاد کسب و کارهایی باشد که کمترین هزینه ها و بیشترین بهره وریها را داشته باشند. کارآفرینی الکترونیکی می تواند فرصتهای شغلی جدید را فراهم سازد. بنابراین ما در این تحقیق به بررسی راهکارهای توسعه کارآفرینی پرداخته ایم. با توجه به اینکه کارآفرینی الکترونیکی یک شیوه نوین در زمینه کسب و کار و تجارت است و افراد می توانند همان طور که قبلاً گفته شد با کمترین هزینه ها بیشترین بهره وری ها را بدست آورند از این رو بررسی این موضوع را مورد توجه قرار داده ایم.



بیان مسئله و اهمیت موضوع

طی چند سال گذشته فرآیند های ارتباطی و اطلاعاتی در داخل و خارج کسب و کارها به طور فزاینده ای در اکثر بخش های صنعتی تحت پوشش فناوری های اطلاعات الکترونیکی قرار گرفته است. مزایای عمده این گونه فناوری ها از جمله اینترنت خصوصاً با توجه به کارایی و اثر بخشی آنها ادامه ی این روند را در آینده تضمین می نماید. توسعه ی سریع و پیوسته فناوری به همراه اقتصاد شبکه ای به طور قطع تأثیر قابل ملاحظه ای در انواع امکانات برای گسترش مفاهیم الکترونیکی ایجاد می کند. به رغم این چشم انداز اصطلاح کارآفرینی الکترونیکی بالطبع عمل تأسیس شرکت های جدید خصوصاً در اقتصاد شبکه ای توصیف می نماید (1). کارآفرینی الکترونیکی می تواند به عنوان یک مسئله مهم در جهت اشتغال مورد توجه قرار گیرد. در این برهه از زمان با وجود درصد بالای جوان کشور و وجود بیکاری در بخش دانش آموختگان دانشگاهی لازم است که دست اندر کاران و برنامه ریزان در این فضا برای برون رفت از مشکلات کسب و کار های نوین باشد و سیاست ها و رویه های تصمیم گیری رو به سوی موفق ترین کسب و کارهای نوین بوده است. (10) از این رو باید به فکر راهکار هایی باشیم تا بتوانیم بوسیله ی آنها کارآفرینی الکترونیکی را در بین دانشجویان در دانشگاه ها توسعه دهیم تا بتوان دانش آموختگان را در یافتن شغل کمک کرده و آنها را از بیکاری رهایی بخشیم. اما نادیده گرفتن این فرصت های نوین در زمینه شغل سبب سردرگمی دانش آموختگان در جهت اشتغال در سازمانهای دولتی می شود بنابراین این یک ایده ی جدید در جهت اشتغال زایی به صورت خصوصی می تواند باشد. بنابر اعلام رئیس سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی کشور آمار بیکاری دانش آموختگان بخش ۲۵ درصد است که در این میان ۶۳ درصد اعضاء حقیقی و حقوقی سازمان جویای کار هستند. بنابراین با وجود این درصد بیکاری ضرورت توسعه و گسترش کسب و کارهایی نوین در این بخش مشخص می شود. با این حال و با افزایش استفاده کلاسیک از اصطلاح کارآفرینی الکترونیکی باعث تداعی چند سؤال می گردد که در این مقاله به آنها پاسخ داده خواهد شد.

- آیا دانشگاه می تواند نقش اساسی در توسعه کارآفرینی الکترونیکی در بین دانشجویان ایفا نماید؟
- آیا ویژگی های شخصیتی دانشجویان در توسعه کارآفرینی الکترونیکی در آنها مؤثر است؟
- آیا یافتن راهکارهای توسعه کارآفرینی الکترونیکی می تواند در توسعه کارآفرینی الکترونیکی در به کار گیری این راهکارها در دانشگاهها مؤثر و کارآمد باشد؟

اهداف تحقیق

هدف کلی: تعیین راهکارهای توسعه کارآفرینی الکترونیکی دانشگاه

اهداف اختصاصی

۱. تعیین راهکارهای توسعه کارآفرینی الکترونیکی
۲. تعیین نقش ویژگی های شخصیتی، بر توسعه کارآفرینی الکترونیکی
۳. تعیین مهارتهای کارآفرینی در توسعه کارآفرینی الکترونیکی

پیشینه و ادبیات موضوع

۱. رضایی و همکاران (۱۳۹۱)، در مطالعه خود تحت عنوان بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان ارشد، عوامل دانش کارآفرینی، مهارتهای عمومی، قوانین مقررات، شایستگی های شغلی، تدوین طرح کسب و کار و مهارتهای مدیریتی را به عنوان نیازهای آموزشی دانشجویان کشاورزی در زمینه کارآفرینی عنوان نموده اند.

۲. آراستی و همکاران (۱۳۹۰)، در تحقیقی با عنوان بررسی نقش آموزش درس مبانی کارآفرینی دانشجویان، عوامل تعیین کننده در این مورد را شامل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتار معرفی کرده اند.



۳. فهم و همکاران (۱۳۸۹)، در تحقیق خود با عنوان بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان، برای مرحله تصمیم جهت ایجاد کسب و کار و نیت کارآفرینی، قابلیت‌های کارآفرینی را شامل ریسک‌پذیری، خودکارآمدی کارآفرینانه، نگرش به رقابت، نگرش به ارزش پول برای فرد، نگرش به سهم اجتماعی کارآفرین، انگیزه پیشرفت، استنباط از مطلوبیت کار، ارزشگذاری اجتماعی و کنترل رفتار را بیان می‌کنند.

۴. میلمن^۱ و همکاران (۲۰۱۰)، در مطالعه ای تحت عنوان آموزش کارآفرینی و نیت آموزش الکترونیکی دانشجویان، عواملی از قبیل جنسیت، درآمد، موقعیت دانشجویان و تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات (IXT) را مهم دانسته اند. پ

۵. حسن پور و رضایی (۱۳۸۹)، در بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی به کارآفرینی، متغیرهای مهارت‌های کارآفرینی، انگیزه‌های درونی و بیرونی دانشجویان، برداشت ذهنی از جذاب بودن کارآفرینی، خودکارآمدی، انتظار، خلاقیت و هنجارهای اجتماعی را بر نگرش‌های دانشجویان به کارآفرینی مؤثر می‌دانند.

۶. حقیقی نسب و حقیقی (۱۳۹۱) در تحقیق عوامل مؤثر بر اشاعه کسب و کار الکترونیکی در سازمان‌های ایرانی، به این نتیجه رسیدند که عوامل سازمانی بر یکپارچه سازی درونی و عوامل محیطی و یکپارچه سازی درونی بر اشاعه بیرونی اثر مثبت و معناداری دارند. همچنین نتایج پژوهش نشان داد، عوامل تکنولوژیکی بر اشاعه کسب و کار الکترونیکی تأثیری ندارد.

۷. رحیمیان و بیگلری (۱۳۸۸)، در مقاله ای با عنوان آئی تی مبنایی برای کارآفرینی، آئی تی را محرکی برای حرکت درآوردن اشتغال و استخدام، سبب رشد و پویایی اقتصاد جامعه و ایجاد نوع جدیدی از اقتصاد می‌دانند و کارآفرینی را دارای ماهیت چند گانه می‌دانند از یک سو با مفهوم اشتغالی افراد و از سوی دیگر با مفاهیم ابتکار و خلاقیت ارتباط دارد.

۸. بارانی و همکاران (۱۳۸۷)، در تحقیق خود با عنوان تأثیر پشتیبانی‌های کارآفرینانه دانشگاه در مهارت‌های عمومی، نگرش‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه دانشجویان، پشتیبانی‌های کارآفرینانه دانشگاه از راه نگرش نسبت به کارآفرینی و مهارت‌های عمومی که اثر غیر مستقیم و معنی داری بر گرایش دانشجویان داشته است.

۹. اخوان صراف و آراسته (۱۳۸۷)، در مطالعه ای با عنوان کارآفرینی زنان و فناوری اطلاعات و ارتباطات، پس از بیان ضرورت کارآفرینی در میان زنان، راهکارهای تسهیل فرآیند راه اندازی، فعالیت‌های کارآفرینانه توسط آنان بر مبنای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات ارائه می‌کنند و عوامل دسترسی به اطلاعات، دسترسی به سرمایه، دسترسی به بازار و دسترسی به اعتبارات را مد نظر قرار می‌دهد.

۱۰. فتحی و عزیز (۱۳۸۶)، در تحقیق خود تحت عنوان بررسی تاثیر کارآفرینی الکترونیکی بر توسعه صادرات، به این نتیجه رسیدند که در محیط کسب و کار فعلی کشور تجارت الکترونیکی بر جهش صادراتی اثر زیادی ندارد اما اگر برخی زمینه‌های اقتصادی، سیاسی و رقابتی موجود اصلاح شود این ارتباط به سمت یک ارتباط مؤثر سوق پیدا خواهد کرد.

۱۱. فرخی (۱۳۷۶)، در مطالعه ای درباره ی توسعه کارآفرینی، عوامل شخصی، عوامل فرهنگی، عوامل محیطی و حمایتی را بر توسعه کارآفرینی مؤثر می‌داند.

۱۲. صنایعی و رضوانی (۱۳۸۰)، در مطالعه ای با عنوان تجارت الکترونیک و دولت الکترونیک، برای گسترش هر چه بیشتر تجارت الکترونیکی بویژه در کشورهای در حال توسعه نیاز به اقدامات اساسی و سرمایه گذاری‌های کلان توسط دولت و تأمین زیرساخت‌های زیر بنایی را بیان می‌کنند.

۱۳. هاشمی (۱۳۸۸)، در بررسی خود با عنوان بررسی تأثیر تجارت الکترونیکی بر صادرات فرآورده های نفت، گاز و پتروشیمی به این نتیجه رسیده است که به سیاستگذاران دولتی فعال در زمینه صادرات و همچنین مدیران فعال در زمینه صادرات توصیه می‌گردد هرچه بیشتر به امر تجارت الکترونیکی به منظور توسعه صادرات، در تدوین سیاست‌های صادراتی خود توجه لازم را منظور دارند.



جدول ۱: خلاصه نتایج تحقیقات

ردیف	نویسنده	سال	عنوان مقاله	نکات کلیدی
۱	رضایی و همکاران	۱۳۹۱	بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان ارشد رشته های در زمینه کارآفرینی	دانش کارآفرینی، مهارت عمومی، قوانین و مقررات، شایستگی های شغلی، تدوین و طرح کسب و کار، مهارت های مدیریتی، سرفصل ها و محتوای آموزشی، واحدهای درسی کارآفرینی
۲	آراستی و همکاران	۱۳۹۰	نقش آموزش درس مبانی کارآفرینی در قصد کارآفرینی دانشجویان رشته های غیر مدیریتی	سطح دانش، مهارت ها، علاقمندی، درجه مشارکت در کلاسها، قصد کارآفرینی
۳	میلمن و همکاران	۲۰۱۰	آموزش کارآفرینی و نیات کارآفرینی الکترونیکی دانشجویان	جنسیت، درآمد، موقعیت دانشجویان، فناوری اطلاعات و ارتباطات
۴	ابو طالب حسین پور و مسعود رضایی	۱۳۸۹	بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی به کارآفرینی	ویژگی های فردی (سن، معدل، درآمد خانواده، تعداد اعضای خانواده)، متغیر های شناختی (هنجارهای اجتماعی، خودکارآمدی، جذاب بودن، انگیزه های درونی و بیرونی، استقلال، رقابت پذیری، انتظار و خلاقیت)
۵	فهام و همکاران	۱۳۸۹	بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان آموزشکده	استیابا از مطلوبیت کار، خطرپذیری، نگرشهای عمومی، ارزشگذاری اجتماعی، خودکارآمدی کارآفرینانه، کنترل رفتار کارآفرینانه
۶	رحیمیان و بیگلری	۱۳۸۸	آی تی مبنایی برای کارآفرینی	اشتغال زایی، نقش خانواده، مدرسه و دانشگاه، حمایت مالی، حمایت اطلاعاتی، خدمات مشاوره ای، ارتباط منسجم دولت، دانشگاه و صنعت، فراهم سازی بستر مناسب
۷	احمدرضا اخوان صراف و مجید آراسته	۱۳۸۷	کارآفرینی زنان و فناوری اطلاعات و ارتباطات	دسترسی به اطلاعات، دسترسی به سرمایه، دسترسی به بازار، دسترسی به اعتبار
۸	بارانی و همکاران	۱۳۸۷	تأثیر پشتیبانیهای کارآفرینانه دانشگاه در مهارتهای عمومی، نگرشها و گرایشهای کارآفرینانه دانشجویان	نگرش کارآفرینانه، هنجارهای ذهنی، پیش مهارتهای عمومی کارآفرینی، پشتیبانیهای کارآفرینانه دانشگاه



۹	علی صناعی و محمد علی رضوانی	۱۳۸۰	تجارت الکترونیک و دولت الکترونیکی	سرمایه گذاری دولت، ساختارهای زیر بنایی
۱۰	فرخی	۱۳۷۶	توسعه کارآفرینی	عوامل شخصی، عوامل فرهنگی – اجتماعی عوامل محیطی، عوامل حمایتی

کارآفرین الکترونیک کیست ؟

کارآفرین الکترونیک فردی است که با استفاده از ابزار کامپیوتر و اینترنت به دنبال ایجاد و خلق فرصت های جدید و تازه کسب و کار در زمینه های تجاری ، بازرگانی، بانکداری، آموزشی، روابط عمومی و حتی گردشگری بوده و توانایی ایجاد و برقراری شغل برای خود و دیگران دارد و با شغل های ایجاد شده از طریق وی موجب بهره وری و ارزش افزوده در جامعه می شود و در نهایت تولید علم و ثروت راباعث می گردد.

کارآفرین دیجیتال کیست ؟

کارآفرین دیجیتال فردی است که با استفاده از ابزارهای ICT, IT, شغلی مرتبط با زمینه های IT را تعریف کرده و در ظرف سایرینتیکی وب ، آن را پوشش و انجام می دهد. مسائلی در زمینه تجارت الکترونیک ، طراحی و توسعه صفحات وب ، مدیریت الکترونیکی پروژه ، آموزش از راه دور و مسائل مربوط به آن ، روابط عمومی الکترونیکی ، مسائل مربوط به دولت الکترونیک ، بازیهای اینترنتی ، کنفرانس های اینترنتی و مثال های دیگر به عنوان مولفه هایی است که در کارآفرینی دیجیتالی قابل تعریف و کاربرد است .

کسب و کار الکترونیکی چیست ؟

شرکت IBM کسب و کار الکترونیکی را به این صورت تعریف کرده است :
کسب و کار الکترونیکی عبارت است از تبدیل فرآیندهای کلیدی تجاری از طریق استفاده از فناوری اینترنت ، در واقع کسب و کار الکترونیکی ، بستر کارآفرینی دیجیتالی به شمار می آید . کسب و کار اینترنتی محتوایی است در راستای حضور افراد در عرصه اینترنت است . (۱۴)

کالا کوتا و همکاران (۲۰۰۱) به برخی از دیدگاه های مختلف در مورد تعریف تجارت الکترونیکی اشاره کرده است:
تعریف تجارت الکترونیک از دیدگاه ارتباطات: تحویل اطلاعات، کالاها و خدمات با پرداخت الکترونیکی
تعریف تجارت الکترونیک از دیدگاه فرآیند تجاری: بکارگیری تکنولوژی در جهت مکانیزه کردن مبادلات و گردش کارها
تعریف تجارت الکترونیک از دیدگاه روابط بهنگام: خرید و فروش بهنگام محصولا
تعریف تجارت الکترونیک از دیدگاه خدمات: کاهش هزینه ها و به طور همزمان افزایش سرعت و کیفیت تحویل خدمات
توربان (۲۰۰۲) تجارت الکترونیکی عبارت است از خرید و فروش کالاها، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه های رایانه ای نظیر اینترنت.

فتحی و عزیز (۱۳۸۶) تجارت الکترونیک را انجام هر یک از فرآیندهای درون سازمانی و یا برون سازمانی شرکتهای تجاری با استفاده از ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی پیشرفته نظیر اینترنت و یا شبکه رایانه ای و پیشرفته.

تاریخچه تجارت الکترونیکی



حدود 133 سال از اختراع تلفن توسط الکساندر گراهام بل م ی گذرد . اختراع بل در سال 1876 ، تجارت الکترونیکی را به صورتی که امروز شناخته می شود، پ ی ریزی کرد . برخی بر این عقید هاند که به کارگیری عدد بی اهمیت (0) در محاسبات رقمی، ستون فقرات تجارت الکترونیکی است که از شبه قاره هند سرچشمه م ی گیرد . استفاده از فناوری های الکترونیکی در انجام امور بازرگانی، پیشینه ای نسبتاً طولانی دارد. در حقیقت، نیاز به تجارت الکترونیکی از تقاضای بخش های خصوصی و عمومی برای استفاده از تکنولوژی اطلاعات به منظور کسب رضایت مشتری و هماهنگی موثر درون سازمانی نشأت گرفته است .

تجارت الکترونیکی در شکلی که امروزه شیوه کار کردن ما را متحول کرده است، ریشه در همگرایی خلاق کامپیوتر و تلفن دارد . امروزه پست الکترونیکی تبدیل و کسب اطلاعات از طریق جستجوی سای ت های وب به عموم ی ترین ابزارهای تجاری تبدیل شده اند . این امکان عملاً تحت تاثیر همگرایی خلاق تلفن و کامپیوتر، به واسطه اینترنت در اختیار جامعه قرار می گیرد. تاریخچه تجارت الکترونیکی به شکل امروزی آن، ریشه در منشا، هر دو این پدیده ها به ، (EDI) 'دو پدیده دارد :اینترنت و مبادله الکترونیکی داده ها^۱ دهه 1960 باز می گردد (حسنقلی پور و همکاران، ۱۳۸۴).

حوزه های در برگیرنده کارآفرینی دیجیتالی می تواند در یکی از موارد ذیل چون :

بانکداری الکترونیک (e-banking)

تجارت الکترونیک (e-commerce)

روابط عمومی الکترونیک (e-public relations)

آموزش الکترونیک (e-learning)

گردشگری الکترونیک (e-tourism)

زمینه کسب و کار و اشتغال زایی مولد هزاران نیروی بیکار را بوجود آورد. آقازمانی در کتاب کارآفرینی دیجیتالی اشاره ای به انجمن آینده شناسی جهان در هفتمین نشست عمومی خود ، طی گزارشی پیش بینی کرده است که تا سال ۲۰۱۰ میلادی مشاغل متعارف فعلی وارد چالش های جدیدی شده و حرفه های ارزشمندی بوجود خواهد آمد. در آن برهه بسیاری از فرمان ها و تصمیم گیری ها از طریق سیگنال دیجیتالی و فیبر نوری که به وسیله ماهواره و فناوری بی سیم پشتیبانی می شوند ، مخابره خواهد شد . چه تفاوت های کسب و کار سنتی با الکترونیک دارد ؟

کارآفرینی الکترونیکی که فرآیند خلق چیز نوو با ارزش با استفاده از به کارگیری علم و کلیه روشها و ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات با ایجاد ارزش افزوده مناسب برای راه اندازی کسب و کار بصورت الکترونیکی تعریف شده است .

افراد با داشتن ایده نو و بدیع و نوآورانه در زمینه کسب و کار از دستاوردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه کسب و کار خود بهره می گیرند و به تولید ارزش افزوده با محوریت اینترنت و وب می پردازند و در این خصوص تفاوت های بین کسب و کارهای سنتی با کسب و کارهای الکترونیک وجود دارد به شرح ذیل :

- افزایش سرعت در کار ، بهره وری ، دقت

- نگهداری اطلاعات در فضای و امن تر

- کاهش برخی از فساد های اداری

- ایجاد امکان کار تمام وقت

- عدم نیاز به فضای فیزیکی (دفتر مشخص) و کاهش هزینه

- کاربرد و تعطیل و دسترسی در هر زمان و هر مکان به کار



- دسترسی به نیروهای کار بیشتر در کلیه نقاط جهان
- نزدیک شدن ارتباطات و دستیابی به بازارهای جدید
- افزایش میزان فروش و سود
- کاهش هزینه های معاملاتی و تدارکاتی
- بهبود مدیریت بر روابط مصرف کننده، عرضه کننده و کارکنان
- کاهش آلودگی محیط زیست، ترافیک و ازدحام (۱۴)

چارچوب مفهومی

با توجه به مطالعه تحقیقات صورت گرفته در زمینه کارآفرینی و کارآفرینی الکترونیکی راهکارهای زیر برای کارآفرینی الکترونیکی بدست آمد که راهکارها به شکل مدل زیر طراحی شدند.



نتایج

با مطالعه مقالات مختلف ما به ۶ راهکار برای توسعه کارآفرینی الکترونیکی رسیدیم که شامل موارد زیر می باشند.

۱. راهکارهای فرهنگ سازی و بسترسازی که از جمع بندی و نتیجه گیری موارد زیر بدست آمد: اطلاع رسانی از طریق دروس، ارائه مشاوره توسط اساتید، اطلاع رسانی از طریق رسانه ها، بسترسازی از طریق مرکز کارآفرینی دانشگاه، اطلاع رسانی از طریق سازمانها و نهادها ی مردمی، بسترسازی از طریق مرکز رشد کارآفرینی، ارائه مشاوره از طریق مراکز مربوطه در دانشگاه، اطلاع رسانی از طریق انجمنهای علمی، اطلاع رسانی از طریق دوره های آموزشی



۲. راهکارهای مدیریتی و برنامه ریزی که یا توجه به نتیجه گیری از موارد زیر بدست آمد: برنامه ریزی جهت تأمین زیر ساخت لازم، سیاستگذاری و سرمایه گذاری دولت در این زمینه، فراهم کردن امکانات زیرساختی، ارتباط دانشگاه با مراکز اجرایی و صنفی، فراهم کردن امکانات زیرساختی لازم توسط مراکز
۳. راهکارهای مالی و اعتباری که شامل: حمایت مالی توسط دانشگاه، حمایت مالی بانکها و مؤسسات مالی، جذب سرمایه های مشترک دوستان، سرمایه گذاری مشترک دانشجویان، حمایت مالی مراکز اجرایی و دولت ذینفع، حمایت مالی توسط سازمانهای مردم نهاد
۴. راهکارهای فردی که شامل: قصد و نیت کارآفرینانه، علاقمندی به کسب و کار الکترونیکی، داشتن انگیزه قوی برای ایجاد کسب و کار الکترونیکی، دسترسی به امکانات الکترونیکی و اینترنتی، داشتن فعالیتهای کارآفرینانه، علاقمندی به کسب درآمد به شیوه الکترونیکی
۵. ویژگی های شخصیتی که شامل: میل به توفیق طلبی و پیشرفت، میزان اعتماد به نفس، قدرت خلاقیت و نوآوری، مسئولیت پذیری، قدرت آینده نگری، قدرت رهبری و مدیریت گروهی، داشتن انگیزه های درونی و بیرونی، پشتکار، خودکارآمدی کارآفرینانه، دانش، مهارت و نگرش کارآفرینانه، هنجارهای ذهنی
۶. مهارتهای ارتباطی و مدیریتی که شامل: مهارتهای فناوری، مهارتهای سازماندهی، مهارتهای بازاریابی، مهارتهای حسابداری، مدیریت تغییر، مهارت شبکه سازی، تنظیم و برنامه ریزی و تنظیم اهداف، سرمایه گذاری

پیشنهادات

با توجه به نتایج این بررسی در واقع می توان گفت که نه تنها خود فرد بلکه دولت و دانشگاه و همچنین اساتید دانشگاه نقش اساسی در توسعه کارآفرینی الکترونیکی دارند. بنابراین پیشنهاد می شود که توسعه کارآفرینی الکترونیکی در برنامه توسعه ملی دولت قرار گیرد تا با این برنامه دانشگاه ها خود را موظف به توسعه آن بدانند و بعد آن به عنوان زیر مجموعه ای از دروس کارآفرینی در دانشگاه قرار دهند و اساتید با راهنمایی و مشاوره های خود در این زمینه دانشجویان را با کارآفرینی الکترونیکی آشنا کرده تا آنها در جهت ایجاد کارآفرینی الکترونیکی ترقیب شوند.

منابع

۱. آراستی، زهرا؛ سعید بنادکی، سعیده؛ ایمانی پور، نرگس. (۱۳۸۹). بررسی قابلیتهای کارآفرینی دانشجویان آموزشدهنده های کشاورزی استان تهران، چهارمین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی ایران
۲. اخوان صراف، احمدرضا؛ آراسته، مجید. (۱۳۸۹). کارآفرینی زنان و فناوری اطلاعات و ارتباطات ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی، ص ۴۸-۵۵
۳. بارانی، شهرزاد؛ زرافشانی، کیومرث؛ پورسعید، باسم؛ صبی محمدی، سمیره. (۱۳۸۷). تأثیر پشتیبانیهای کارآفرینانه دانشگاه در مهارتهای عمومی، نگرشها و گرایشهای کارآفرینانه دانشجویان، چهارمین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی ایران
۴. حسین پور، ابوطالب؛ رضایی، مسعود. (۱۳۸۹). بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی به کارآفرینی شماره دهم، از ص ۱۳۵-۱۵۳
۵. حقیقی نسب، منیژه؛ تقوی، سیده صفیه. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر اشاعه کسب و کار الکترونیکی در سازمانهای ایرانی، مدیریت فناوری اطلاعات دوره ۴، شماره ۱۰، ص ۲۵-۴۰
۶. حسنقلی پور، طهمورث و کیومرث شریفی، (1384)؛ "طراحی مدل بلوغ الکترونیکی فرایند صادرات کالا در ایران"، تهران، مجله دانش مدیریت، سال 18، شماره 17، انتشارات دانشگاه تهران.
۷. صنایعی، علی؛ رضوانی، محمدعلی. (۱۳۸۰). تجارت الکترونیک و دولت الکترونیکی، مجله اس آی دی



۸. رحیمیان، مهرداد؛ بیگلری، سروش. (۱۳۸۸). آی تی مبنایی برای کارآفرینی، شماره ۱۱۲
۹. رضایی، روح الله، کریمی، آصف؛ میری، کرم، فرشته؛ صفا، لیلیا. (۱۳۹۱). بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کارشناسی ارشد رشته های کشاورزی در زمینه کارآفرینی
۱۰. فتیحی، سعید؛ عزیزی، شهریار. (۱۳۸۶) بررسی تاثیر کارآفرینی الکترونیکی بر توسعه صادرات، شناسایی اولویت های بخش صنعت در کشور، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۵، زمستان ۱۳۸۶، ۲۲۰-۱۷۹
۱۰. فرخی، طاهره. (۱۳۷۶). توسعه کارآفرینی، مجله تعاون، شماره ۷۵، ص ۴۴-۴۷
۱۱. فهام، الهام؛ حسینی محمود؛ درویش، امیر کیوان. (۱۳۸۹). بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان آموزش شده های کشاورزی استان تهران، چهارمین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی ایران
۱۲. نوشته کولمان، تویباس؛ ترجمه وزیر زنجان، حمیدرضا. (۱۳۸۷). کارآفرینی الکترونیکی چیست؟ اصول ایجاد یک یک شرکت در اقتصاد شبکه ای، مجله اس آی دی، بررسی های بازرگانی، شماره ۳۲
۱۳. سایت مرکز کارآفرینی دانشگاه شریف
۱۴. سایت فردا

۱۵. Millman، Cindy؛ Li، Zhengwei؛ Matlay، Harry؛ Wong، Wang-Chan، (۲۰۱۰)
Entrepreneurship education and students' internet entrepreneurship intentions، Journal of Small Business and Enterprise Development، pp. 569-590
۱۶. Kalakota، Ravi and Marcia، Robinson (2001). E-Business 2.0 Roadmap for success. Addison Wesley
۱۷. Turban، E؛ King، D؛ Lee، J. (2002): Electronic Commerce: A Managerial Perspective، Pentice Hall، Englewood Cliffs، New Jersey.

Improving electronic Entrepreneurship at the University

Nazanin Hatami Kia^{*1}، Shahin Mozafarinia²

¹ M.S Department of Agri. Extension And Education Bu Ali Sina University، Hamedan، Iran، ² M.S Department of Agri. Extension And Education Bu Ali Sina University، Hamedan، Iran

Abstract

Today، by spreading the knowledge and technology into all aspects of human's life the business and commerce sectors have been influenced throughout the world. One important aspect is internet and electronic technologies in which businesses can be improved so that if one person has entrepreneurial intention and decision for doing a work s/he can use internet for marketing، sale، and distribution of his or her productions. E-entrepreneurship means to market، sale، and distribute the productions by using internet in order to access a low cost and a high income. On the other side، the university as the most important institute can have a major proportion in training the skilful manpower for the labor market. For this reason the current paper has an aim at study the possible action courses for the e-entrepreneurship development at the universities using a library research method with focusing on valuable and new documents. According to the results، there are some solutions for developing e-entrepreneurship at the universities includes: culture-building، managerial and planning، financial and banking، individual، characteristically traits، and entrepreneurial skills solutions.

Keywords: e-entrepreneurship، entrepreneurship development، university