

بسمه تعالی

عنوان مقاله :

" نقش ترویج در توسعه کارآفرینی در دانشگاه ها "

نویسندگان :

حیدر احمدی

کارشناس ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرری

دکترسید جمال فرج اله حسینی

دانشیار دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

دکترمریم امیدی نجف آبادی

استادیار دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

۱۳۸۸

نویسنده مسئول:

حیدر احمدی

آدرس محل کار : تهران - ابتدای اتوبان تهران - قم - روبروی پل هوایی مرقد امام(ره) - مجتمع دانشگاهی یادگار امام - دانشگاه آزاد اسلامی واحد

شهرری - حوزه معاونت پژوهش

شماره تماس : ۰۹۱۹۱۲۱۷۱۴۰ - ۰۲۱ ۵۵۲۹۳۳۲۴

پست الکترونیک:

www.Ahmadniayesh@yahoo.com

چکیده؛

در آغاز عصر دانش، سرمایه های فکری و انسانی جایگزین سرمایه های فیزیکی و مالی می شوند و نظام های آموزشی موجبات اقتدار، موفقیت و خوشبختی جوامع خود را فراهم می آورند. مهم ترین نظام آموزشی هر کشور، نظام آموزش عالی است و میزان موفقیت هر نظام آموزش عالی به این موضوع بستگی دارد که در انتقال دانش و مهارتها، تا چه اندازه به خلق و توسعه ایده های نو در بین مخاطبین خود توجه داشته و تا چه اندازه از کاربردی نمودن دانش برای توسعه اقتصادی خود سود جسته است. دانشگاهها به عنوان سازمانهای پیچیده ای که تربیت متخصصان جامعه در رشته های گوناگون را برعهده دارند، با در اختیار داشتن امکانات وسیع، انبوه دانشجویان و پژوهشگران و ابزارهای تحقیقاتی در زمینه های مختلف می توانند بطور مستقیم به پرورش نیرو های متخصص خلاق، مبتکر و کارآفرین پردازند. نیروهایی که مشاغل جدید را براساس دانش و ایده های نو بنیان نهند و سهم عمده ای در توسعه اقتصادی هر کشور داشته باشند. در این مقاله پس از شرح مختصری در زمینه مفهوم آموزش کارآفرینی و اهمیت آموزش آن در دانشگاه ها، تعریف کارکردی و جامع تری از اهداف آموزش کارآفرینی، انواع کارآفرینی، دانشگاه کارآفرین و در نهایت موانع کارآفرینی در دانشگاه ها ارائه شده است. در پایان مقاله نیز موارد مذکور جمع بندی شده و در قالب نتیجه گیری و پیشنهادات مرتبط با آن ارائه گردیده است.

کلمات کلیدی: ترویج کارآفرینی، دانشگاه، آموزش کارآفرینی.

مقدمه؛

کشورهای مختلف با هدف ترغیب و تشویق نوگرایی، رقابت، ارزش آفرینی، اشتغال زایی و افزایش سودآوری اقتصادی در سطح ملی و محلی، برنامه های متعددی را در جهت آموزش و توسعه کارآفرینی طراحی و اجرا می کنند تا از طریق آنها تمایل و گرایش افراد به سمت و سوی خود اشتغالی و راه اندازی یک کسب و کار جدید و مستقل بیشتر گردد. طی سالهای اخیر، کشور ایران با وجود توسعه یافتگی در بسیاری از بخشها دارای نرخ بیکاری بالا خصوصاً در میان جوانان و فارغ التحصیلان دانشگاه ها است بطوری که میزان بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاه ها در سطح کشور دو برابر نیروی کار عادی است (فرشباغیان، ۱۳۸۵). این موضوع در بخش کشاورزی از اهمیت بیشتری برخوردار است، چرا که با توجه به رشد جمعیت، عدم رونق بخش کشاورزی، عدم تناسب بین ظرفیت پذیرش دانشجو در رشته کشاورزی با نیازهای بازار کار، سیاست کاهش نیرو در بخش دولتی و عدم توازن جذب در بخش خصوصی، عدم علاقه فارغ التحصیلان به ایجاد فعالیتهای کارآفرین و نوآور، با بحران شدید بیکاری بیش از چهل هزار فارغ التحصیل در رشته های کشاورزی مواجه می باشیم (موحیدیان عطار، ۱۳۸۶).

آموزش عالی باید در ایجاد خلاقیت و راههای هوشمندانه تفکر، به افراد کمک نماید تا توانایی تعریف، فرموله کردن و برطرف کردن مشکلات را به صورت مستقل یا گروهی داشته باشند. نقش آموزش عالی تنها آماده سازی شغلی نیست، بلکه مهمتر از آن باید یک پیشرفت ذهنی را ایجاد نماید که تاثیر مادام العمر بر فرد داشته باشد (سلجوقی، ۱۳۸۴).

مهمترین اقدام نظام آموزشی عالی کشور در جهت ترویج و توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاهها، تصویب طرح کاراد^۱ بوده است. این طرح با اهداف کارآفرینی در سه بخش آموزش، ترویج و پژوهش در دانشگاه ها به تصویب رسیده و درآیین نامه آن اشاره شده که بمنظور تطبیق و همسویی برنامه ها و فعالیتهای علمی و آموزشی دانشگاهها با نیاز اقتصادی - اجتماعی جامعه، طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاههای کشور توسط وزارت علوم و تحقیقات و فناوری تهیه و در دانشگاههای منتخب کشور اجرا می گردد (طرح کاراد، ص ۳).

این نکته بیانگر آن است که فعالیتهای دانشگاهها در راه توسعه و پیشرفت اقتصادی کشور می بایست در رابطه با پرورش افراد خلاق و کارآفرین باشد. براین اساس این تحقیق به بیان اهمیت کارآفرینی دانشگاه پرداخته و در ادامه به انواع آن و اهداف آموزش کارآفرینی اشاره شده است.

مفهوم آموزش کارآفرینی:

آموزش فرآیندی است که منابع محسوس را به منابع نامحسوس تبدیل می کند. محصول آموزش غالباً نامحسوس است و سنجش آن مشکل می باشد. در دگرگونی افراد، دانش آنها به ویژگیها و رفتارشان منعکس می شود.

کارآفرینی به زبان ساده، همان فرآیند تاسیس یک کسب و کار (شرکت) بر مبنای یک فکر و ایده نو است. متداولترین تعریف از کارآفرینی، فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر بفرد از منابع به منظور بهره گیری از فرصتهای شخصی، در جهت راه اندازی یک کسب و کار، مدیریت، تداوم و رشد آن است.

1- طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور -

در ارتباط با آموزش کارآفرینی دو مفهوم در ادبیات آن مشاهده می شود:

- ۱- آموزش ویژگیهای کارآفرینانه^۱: به دامنه وسیعی از شایستگی ها و توانمندی ها جهت یادگیری کارآفرینانه تاکید دارد. در این آموزش، اعتقاد بر این است که با توجه به شرایط متغیر جامعه جهانی و سرعت تغییرات، افراد بایستی یاد بگیرند که چگونه در سرتاسر زندگی به صورت کارآفرین رفتار کنند و لذا دامنه آن بسیار وسیع تر از صرفاً کسب و کار می باشد.
- ۲- آموزش کارآفرینی^۲: تاکید بر ویژگیها، توانمندیها و مهارتهایی دارد که افراد برای راه اندازی، رشد و مدیریت کسب و کار بایستی به آنها مجهز شوند (گیب، ۲۰۰۲).

به اعتقاد گیب تفاوت اصلی میان دو مفهوم این است که آموزش ویژگیهای کارآفرینانه در معنای وسیع بر روی مهارتها و توانمندی هایی تاکید دارد که در هر شرایط و محیطی کاربرد دارد، اما آموزش کارآفرینی عمدتاً بر روی مهارتهای لازم جهت راه اندازی و مدیریت کسب و کار تاکید دارد. بنابراین می توان نتیجه گرفت که در آموزش ویژگیهای کارآفرینانه بر روی ابعاد کسب و کار تمرکز نمی شود و مهارتهایی نظیر یک کسب و کار و مدیریت آن مورد توجه قرار نمی گیرد، در حالی که در آموزش کارآفرینی، بخش عمده تاکید آموزش بر روی این است که چگونه می توان یک کسب و کار مستقل را به صورت انفرادی و یا گروهی راه اندازی و مدیریت کرد (پوراآتش، ۱۳۸۷).

جک و آندرسون (۱۹۹۹) اظهار داشته اند که آموزش کارآفرینی بسیار مشکل و سخت است. زیرا فرآیند کارآفرینی ترکیبی از "علم" و "هنر" می باشد. آنها اعتقاد دارند که "علم کارآفرینی" شامل مهارتهای کارکردی مدیریتی و کسب و کار است. لذا می توان آن را از طریق یک برنامه آموزشی مقتضی به دانشجویان آموزش داد. اما "هنر کارآفرینی" شامل ویژگیهایی نظیر خلاقیت و نوآوری است که آموزش آن بسیار مشکل و طاقت فرسا است. زیرا همانند مهارتهای هنری، بعضی از افراد از استعداد ذاتی برای آن برخوردار هستند در حالی که دیگران فاقد آن می باشند (اسکندری، ۱۳۸۵).

در آموزش کارآفرینی احساس "آینده نگری" افراد در برابر "گذشته نگری" و "خلاقیت و نوآوری" در برابر "تحلیل مسائل" و "بصیرت و آگاهی" در برابر "دانش" قرار می گیرد. در آموزشهای کارآفرینانه دانشجویان درصدد حل مسائل واقعی هستند و به همین دلیل، فعالانه به دنبال درک حل مسئله می باشند. این گونه یادهی و یادگیری بین استادان و دانشجویان همراه با شور اشتیاق و تمرکز بر ارتباط بین افراد می باشد. در آموزش کارآفرینان موضوع شناسای فرصتها در تربیت کارآفرینان از اهمیت بالایی برخوردار است و در اینگونه آموزشها توجه به حالات یادگیری دانشجویان از اساتید بسیار مهم است (Bragg, 2005).

شرکت دانشجویان بعنوان افراد مبتدی در درس های آموزش کارآفرینی باعث رشد و درک مفهوم کارآفرینی در آنها می شود. در بخش کارورزی در زمینه کارآفرینی، دانشجویان توانایی یادگیری^۳ کارآفرینی واقعی در آن رشته را کسب می کنند. هدف از انجام کارهای عملی و کارآموزی^۴ نیز ارائه بینش کارآفرینی از طریق انجام دوره ای کارورزی، هم در بخش تولید و هم در بخش بازاریابی است (سعیدی کیا، ۱۳۸۶).

1- Entreprise Education
2- Entrepreneurship Education
3- Learning
4- training

اهمیت آموزش کارآفرینی:

امروزه کارآفرینی به مثابه یک استراتژی پژوهشی ایده و اندیشه، ابتکار و نوآوری، جهت دهی به منابع و سرمایه ها، هدایت بازار و مصرف کننده در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته مورد توجه قرار گرفته است. اهمیت کارآفرینی باعث شده دانشگاه های بزرگ جهان، آموزش و توسعه تفکر کارآفرینی را در دستور کار خود قرار دهند. بهترین دلیل بر این امر، خلاصه "اعلامیه جهانی پیرامون آموزش دانشگاهی" است که در اکتبر ۱۹۹۸ زیر نظر یونسکو در پاریس صادر شد و عنوان کرد توسعه مهارتها و ابتکارهای کارآفرینی باید در زمره دل نگرانی عمده آموزش دانشگاهی باشد (مقیمی، ۱۳۸۳).

در بسیاری از مطالعات پیرامون فرآیند کارآفرینی به اهمیت و نقش آموزش آن اشاره شده است و نتایج تعداد زیادی از مطالعات، به اهمیت آموزش به عنوان مهمترین سرمایه انسانی در احتمال مشارکت در تاسیس یک موسسه کارآفرینی تاکید کرده اند. نتایج این مطالعات نشان داد که سطوح بالای آموزش عالی، تاثیر زیادی در کارکرد و کارایی یک موسسه کارآفرین دارد (Peak&Marshall, 2006).

دانشگاهها در سه زمینه ایجاد دانش، نگرش و مهارت در زمینه کارآفرینی می توانند نقش موثر داشته باشند. برخی از محققین معتقدند که کار آفرینی و کارآفرینان منشاء آثار ارزشمندی هستند که در اینجا به اجمال به آنها اشاره می شود:

۱- ایجاد اشتغال، رابطه تنگاتنگ کار آفرین و اشتغال به گونه ای است که محققان بر این باورند و تجارب کشورهای مختلف نیز آنرا تأیید می کند که هر گاه فعالیت های کار آفرینی در یک جامعه کند و آهسته شود نرخ بیکاری آن جامعه فزونی خواهد یافت.

۲- کار آفرینی موجب توزیع متناسب درآمدها و کاهش اضطراب های اجتماعی می شوند.

۳- کار آفرینی موجب بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها برای توسعه کشور می شود.

۴- بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازها، ابداع و توسعه کالاها و ایجاد خدمات جدید از جمله ویژگیهای کار آفرینان است.

قابلیت آموزشی کارآفرینی

در تحقیقی که میلر^۱ در سال ۱۹۸۷ انجام داده، ابعاد قابل "آموزش" و "غیر قابل آموزش" بودن کارآفرینی را از هم جدا کرده است. اعتقاد وی بر این است که نظام آموزشی نمی تواند تمام ابعاد کارآفرینی را آموزش دهد ولی می تواند از طریق شبیه سازی هر چه بیشتر فرآیند کارآفرینی با یک فرآیند واقعی که در یک محیط واقعی اتفاق می افتد، احتمال بروز رفتار کارآفرینانه را در مخاطبان خود بالا ببرد. به نظر وی مربیان قادر به تربیت کارآفرینانی که خالی از اشتباه نباشند و کارها را قدم به قدم انجام دهند نمی باشند، لیکن مربیان می توانند فهم و درک روشهای تحلیل قوی در انجام کسب و کار جدید و همچنین بررسی محدودیتهای این روش را در افراد ایجاد نمایند.

ساعی (۱۹۸۶)، آموزش کارآفرینی را با هنر مقایسه نموده و عنوان داشته است که بعضی از افراد بطور طبیعی استعداد آن را داشته، لیکن دیگران باید تلاش زیادی انجام دهند تا به نتایج مشابه دست یابند. در واقع این خود فرد است که مسئولیت موفقیت خود را بر عهده دارد و آموزش به تنهایی نمی تواند باعث خلق کارآفرینی شود.

1. Miller

گیب معتقد است با توجه به اینکه آموزش کارآفرینی رهیافتی جدید در نظام آموزش عالی است و غیر از رشته های مدیریت، سایر رشته های تحصیلی با این مقوله بیگانه هستند، لذا یک برنامه جامع آموزش کارآفرینی باید تمامی نیاز های آموزشی را تحت پوشش قرار دهد (Gibb, 1998).

بوسوار و دی بینس^۱ در سال ۱۹۹۸ انجام داده اند، از طریق بیان این نکته که کارآفرینان بسیاری از مهارت ها و ویژگیهای خود را از طریق تجربه به دست می آورند، با این موضوع اشاره نموده اند که نمی توان همه ابعاد کارآفرینی را آموزش داد اما اعتقاد آنها بر این است که مداخله گری برنامه ریزی شده از طریق آموزش رسمی و غیر رسمی، می تواند یکی از سیاستهای دولت ها در جهت توسعه کارآفرینی در جامعه باشد (اسکندری، ۱۳۸۵).

همچنین برگزاری کارگاههای آموزشی و نیز شرکت در سمینارهای کارآفرینی در میزان مشارکت افراد در فعالیتهای کارآفرینی، نقش مثبت دارد.

علیرغم بحث گسترده در این مورد، در طول دهه های گذشته و حاضر، گسترش قابل ملاحظه ای در زمینه برنامه های آموزش کارآفرینی صورت پذیرفته است. بطوریکه تعداد دانشکده های که دوره های آموزش کارآفرینی را در برنامه های خود گنجانیده اند از اواخر دهه ۱۹۶۰ تا سال ۲۰۰۴ مرتباً افزایش یافته است. در سال ۱۹۷۰ شانزده دانشکده بازرگانی و در سال ۲۰۰۰، هزار و پانصد دانشگاه و دانشکده دوره های کارآفرینی را ارائه نموده اند (جعفرزاده، ۱۳۸۴).

اکبری، (۱۳۸۵) معتقد است که به رغم آنکه برخی از صاحب نظران معتقدند کارآفرینی با آموزش مستقیم حاصل نمی شود و باید به روش پرورشی کارآفرینان را تربیت کرد، اما هیچ کس منکر این مطالب نیست که استفاده از فناوری های نو و ایجاد کسب و کار جدید بدون آموزش و پژوهش در عمل دست نیافتنی است. با مراجعه به اطلاعات موجود درباره افزایش رشته های دانشگاهی، کارآفرینی در کشور های توسعه یافته و در حال توسعه، اهمیت آموزش و پژوهش در توسعه کارآفرینی و تربیت کارآفرینان بیشتر مشخص می شود. به عبارت دیگر ارتباط مستقیمی بین پیشرفت فناوری و آموزش کارآفرینان وجود دارد.

اهداف آموزش کارآفرینی:

از آنجایی که توافق عمومی در زمینه مفهوم کارآفرینی در نظام آموزش عالی وجود ندارد، در نتیجه اهداف متنوع و گسترده از سوی محققان و نویسندگان در زمینه آموزش کارآفرینی در آموزش عالی بیان گردیده است. در بسیاری از مدل های آموزشی ارائه شده در آموزش عالی، توسعه رفتار و ویژگیهای کارآفرینانه به عنوان یکی از اهداف آموزش کارآفرینی بیان گردیده است. در پاره ای از موارد نیز لیست بلند و بالایی از این رفتارها و ویژگیها ذکر گردیده است. اما مشخص نگردیده که چگونه بایست به این اهداف دست یافت و بر چه اساسی و چه موقع باید دستیابی به اهداف را ارزیابی نمود (گیب، ۲۰۰۲).

اما با این وجود می توان گفت از اهداف خاص و قابل سنجش دوره های آموزش کارآفرینی می توان به میزان یادگیری دانشجویان با توجه به آزمونهای عملکردی، و از اهداف عام آنها می توان به کسب مهارتها در استفاده از فنون مختلف مرتبط با کارآفرینی و تحلیل هایی که باعث بهبود قضاوت در مورد ارزیابی افراد بعنوان کارآفرین می شود اشاره نمود.

آموزش همچنین علاوه بر تعلیم مهارتهای بازرگانی می تواند با نشان دادن ارزش فرآیند کارآفرینی در ایجاد نگرش مثبت افراد نسبت به فعالیتهای کارآفرینی و ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در جامعه موثر باشد.

1- Boussouara & Deabins

رینولد در سال ۱۹۹۹، ایجاد انگیزه در افراد را از جمله اهداف آموزش کارآفرینی بیان می کند. وی دلیل این تاثیر گذاری را به چند دلیل بیان نموده است:

اول آنکه آموزش افراد را با حس خود مختاری، استقلال طلبی و عزت نفس تربیت می کند. که این کیفیت ها در تاسیس یک موسسه کارآفرین تاثیر گذار است. دوم آنکه افراد را نسبت به گزیدارهای انتخاب شغل آماده می کند و در نهایت آموزش با ایجاد دانش و آگاهی در افراد به آنها در شناسایی موقعیت های کارآفرینی کمک می کند (Reynold, 1999).

آموزش کارآفرینی همچنین می تواند چند هدف عمده داشته باشد که این اهداف شامل ایجاد آگاهی در مورد کارآفرینی بعنوان یک گزینه شغلی و نقش کارآفرین در اقتصاد و نیز ارتقای آگاهی از طریق دانش پایه و آموزش کاربرد این دانش در زمینه فعالیتهای کارآفرینانه می باشد.

از نظر کاتن (۱۹۹۰) هدف اولیه از توسعه کارآفرینی همانا تربیت نمودن افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت ها است. همچنین به اعتقاد گیپ (۱۹۹۰) آموزش های کارآفرینی به دنبال بهبود و انگیزش در گرایش های افراد همچون فرصت جویی، ابتکار، مخاطره پذیری و ... است.

سعیدی کیا (۱۳۸۶) در خصوص بیان اهداف ایجاد برنامه های کارآفرینی در دانشگاه با تاکید بر ضرورت تلفیق این برنامه با سایر برنامه های درسی دانشگاه، به طور نمونه به کشور اندونزی اشاره نموده و اهداف ایجاد دروس کارآفرینی در دانشگاههای این کشور را تحت مرتبط با هفت فعالیت زیر بیان نموده، تا با بهرمندی از آنها فارغ التحصیلان دانشگاهی کارآفرینانی ماهر باشند:

- ارائه دروس در زمینه کارآفرینی
 - انجام کارهای عملی یا کارآموزی
 - مطالعه فردی به انتخاب دانشجویان
 - مشاوره شغلی و کاریابی
 - انکوباتورهای جدید ویژه کارآفرینان
 - تلفیق^۱ برنامه های درسی با موضوعات کارآفرینی
- از جمله اهداف دیگر برنامه های آموزش می توان به دسته بندی که توسط بلاک و استامپ^۲ (۱۹۹۲) انجام شده است اشاره نمود. آنها اهداف دوره های مختلف آموزشی را به شش مورد ذیل تقسیم نموده اند:

- کسب دانش مربوط به کارآفرینی
- کسب مهارت در تحلیل فرصتهای اقتصادی و ترکیب برنامه های عملیاتی
- تعیین و تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت های مربوط به کارآفرینی
- القای مخاطره پذیری در فنون تحلیلی
- توسعه همفکری و حمایت متقابل در جنبه های اعضای کارآفرین
- تجدید نگرش ها در جهت پذیرش تغییر

1-Intergradation

2 - Block & Stump

خلاصه وظایف مربی و دانشجویان در شش هدف آموزش کارآفرینی اشاره شده، در جدول (۱) آمده است.

جدول (۱) اهداف و اولویت های آموزشی در آموزش کارآفرینی

اولویت های آموزشی			
اهداف	وظیفه مربی	وظیفه دانشجو	معیار سنجش
کسب دانش مربوط به کارآفرینی	نقل، بیان، روشن کردن و تشریح فنون و مفاهیم مختلف	گوش کردن، سوال کردن، مطالعه کار و کسب	سطح علاقه، حفظ دانش، صحت بازخورد
کسب مهارت در تحلیل فرصتهای اقتصادی و ترکیب برنامه های عملیاتی	سؤال و تشویق دانشجویان به پیشرفت بیشتر در واقع گرایی	رشد مهارت در بکارگیری فنون دراکتی، ایجاد اولویت در واقع گرایی	رزبایی تمامیت، تنوع و کامل بودن تحلیل ها و توصیه ها
تعیین و تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت های مربوط به کارآفرینی	ربی یا مشاور بایستی گوش بدهد، مشاهده کند و در بازخورد ها مشارکت نماید	حیص وعکس العمل فعال، مشارکت، جستجوی نقطه نظرات و تجربیات	فعالیت های کارآفرینی، جستجوی امکانات
القای مخاطره پذیری در فنون تحلیلی	از بین بردن دیدگاه های قدیمی، آرایه نظرات و نگرش های نو	بحث در باره نتایج، پذیرش راه حل های جایگزین	تغییر نگرش، اعتماد در فعالیت های مهم، مسولیت در قبال نتایج
توسعه همفکری و حمایت متقابل در جنبه های اعضای کارآفرین	مطرح کردن سئوالات در باره نگرش ها، تحریک انگیزه ها	توسعه حسن ایفای نقش در زندگی کاری	حضور، منافع مالی و شخصی، نگرش های مثبت
تجدید نگرش ها در جهت پذیرش تغییر	کمک به افراد در جهت رشد نگرش های مثبت نسبت به تغییر	تحمل ابهام، پذیرش احساسات ناخوشایند	پیگیری فعالیت های افراد در طول زمان، پذیرش تغییر

منبع: (Block & Stump.f, 1992)

- هدف از گنجاندن کارآفرینی در برنامه درسی (علاوه بر ایجاد توانایی در افراد جهت کارآفرینی و شکل گیری کسب و کارهای جدید) می تواند برون داد گسترده تری به شرح زیر داشته باشد:
- شناخت روشهایی برای شناسایی و ارزشیابی فرصت های اقتصادی و عواملی که باعث حمایت یا مانع خلاقیت می گردند.
 - درک فرایند کارآفرینانه و برنامه ریزی، ایجاد و توسعه فرایند.
 - پرورش و توسعه توانایی های شکل دهی، سازماندهی و کارکردن در تیم های میان رشته ای.
 - داشتن استراتژی های عمومی جهت ایجاد یک شرکت جدید.
 - شناخت ویژگی های عمومی یک رفتار کارآفرینانه.
 - شناخت عوامل کلی موفقیت و شکست در نوآوری و ایجاد یک شرکت نوپا.
 - دانش فنی شناسایی، ارزشیابی و کسب منابع.
 - درک امور مربوط به ایجاد و ارائه یک طرح کسب و کار جدید.

انواع کارآفرینی:

طبقه بندی متعددی از کارآفرینی توسط محققین ارائه شده است. اولین صاحب نظر پیشگام در زمینه طبقه بندی کارآفرینان، اسمیت است که این تقسیم بندی را براساس شخصیت، زمینه های اجتماعی و رفتاری ارائه داده است. اسمیت دو نوع کارآفرینی را مورد شناسایی قرار داده است: ۱- کارآفرینان افزارمند^۱ ۲- کارآفرینان فرصت گرا^۲

- کارآفرینان افزارمند؛ معمولاً از زمینه کاری، در سطح کارگران عملیاتی می آیند و دارای تسهیلات و تجربه مدیریتی محدود هستند. آنها کار فنی را به کار مدیریتی ترجیح می دهند. چنین کارآفرینانی نوعاً از سطح پایینی از آگاهی اجتماعی و مشارکت اجتماعی برخوردارند و مهارتهای ارتباطی متقابل شخصی پایین تر از متوسط دارند و متمایل به اجتناب از ارتباطند.

1- Craftsman

2- Opportunistic

- کارآفرینان فرصت‌گرا؛ با سطوح عالی تحصیلات و تنوع وسیعی از تجربیات کاری تشخیص داده می‌شوند. آنان بیسشتر از سبک مدیریتی نا متمرکز استفاده می‌کنند و موافق با ارزیابی هستند. کارآفرینان فرصت طلب، سطح بالایی از آگاهی اجتماعی دارند و از مشارکت اجتماعی بالایی برخوردارند (شریفیان، ۱۳۸۷).

در ادبیات کارآفرینی به انواع دیگری از کارآفرینی اشاره شده است که برخی از این عناوین عبارتند از:

۱- کارآفرینی پایدار^۱؛ شرکت‌ها در پهنه جهانی در حال ورود به مرحله جدیدی هستند که مسئولیت‌های ترکیبی متقابل: مردم (اشتغال، سلامتی، آموزش، حقوق بشر)، سود (استمرار درآمدهای مالی و اقتصادی)، زمین (پاکی محیط و محافظت از منابع) را ضرورتی برای کارآفرینی خوب تلقی می‌کنند و تغییر از حداکثر سازی ارزش برای سهامداران به حداکثر سازی ارزش برای ذینفعان در حال اتفاق است. حکومت‌ها، NGOs، مشتریان، اتحادیه‌ها و سهامداران بعنوان ذینفعان از شرکت‌ها می‌خواهند که این مسئولیت را در قبال موضوعات اخلاقی، اجتماعی و محیطی بطور گسترده تری به انجام رسانند. این عمل به این مسئولیت ترکیبی، در قالب کارآفرینی پایدار امکان پذیر است.

۲- کارآفرینی اشتراکی^۲؛ برای تشریح موقعیتی بکار برده شده است که گروهی از افراد جامعه که با یکدیگر کار می‌کنند. در آغاز بدون وجود سازمانی با ساختار رسمی، با هدف ایجاد و پیشرفت ایده‌ها و فرصت‌ها برای ایجاد منافع اقتصادی و اجتماعی جامعه تلاش می‌کنند و افراد را به انجام کارهای کارآفرینانه در جامعه ترغیب می‌نمایند.

۳- کارآفرینی مدنی^۳؛ همانطور که برخی سازمانهای بزرگ تلاش می‌کنند از انعطاف پذیری و پاسخگویی سازمانهای کوچک تر بهره برداری نمایند و بعضی مدیران را که به شکل کارآفرینانه رفتار می‌کنند مورد تشویق قرار دهند، بعضی سازمانهای بخش عمومی نیز به مدیرانشان آزادی عمل می‌دهند تا در جهت بهبود سطح خدمات جامعه مدنی بکوشند، که آن را اصطلاحاً کارآفرینی مدنی می‌گویند.

۳- کارآفرینی پاسخگو^۴؛ کارآفرینی پاسخگو موضوعی است که فعالانه از توسعه پایدار حمایت می‌کند، به محیط زیست آسیب نمی‌رساند و اقداماتی در جهت منافع اجتماعی و بهداشت عمومی به عمل می‌آورند. سازمانهای غیر دولتی^۵ در هر جامعه‌ای به دنبال تحقق کارآفرینی پاسخگو هستند و برای دستیابی به توسعه پایدار، این مفهوم را مورد توجه قرار می‌دهند (همان، ۱۳۸۷).

در یک طبقه بندی دیگری کارآفرینی را به دو نوع، فردی (مستقل)^۶ و کارآفرینی گروهی (سازمانی)^۷ تقسیم می‌شود:

۱- کارآفرینی فردی (مستقل): در این نوع کارآفرینی، کارآفرین به تنهایی و مستقل نسبت به ایجاد کسب و کار اقدام می‌نماید. نوع دیگری از کارآفرینی فردی درون سازمانی (Intrepreneurship) یا فراکارآفرینی است. فراکارآفرینی، فرآیندی است که در آن کارآفرین سعی می‌کند تا فعالیت کارآفرینانه را در سازمان که معمولاً سنتی و بوروکراتیک است به ثمر برساند.

1- Sustainable Entrepreneurship
2- Community Entrepreneurship
3- Civic Entrepreneurship
4 - Responsible Entrepreneurship
5 - NGOs
6 - Individual Entrepreneurship
7 - Intrapreneurship

۲- کارآفرینی گروهی (سازمانی): فرآیندی است که سازمان طی می کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه نمایند و تمام فعالیت های کارآفرینانه فردی و گروهی بطور مستمر، سریع و راحت در سازمان مرکزی یا شرکتی تحت پوشش خود مختار به ثمر برسد (اکبری، ۱۳۸۵).

دانشگاه کارآفرین:

دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است که باید به دانشجویان آموزش کارآفرینانه بدهد تا آنها کارآفرین شوند در دانشگاه ساختار کارآفرینانه ایجاد کنند. در سطح دانشگاه و جامعه فرهنگ کارآفرینی را ایجاد کند و توسعه دهد و در بین اعضای هیئت علمی، کارکنان و دانشجویان نگرش های کارآفرینانه ای را ایجاد نماید و مهارت های کارآفرینی را در آنان پرورش دهد (یونسکو، ۲۰۰۴).

در اروپا مفهوم دانشگاه کارآفرین اولین بار توسط بارتون کلارک در دهه ۱۹۹۰ مطرح شد و پس از آن از طریق برگزاری همایش های متعدد گسترش یافت کلارک معتقد بود که دانشگاه های پویای قرن ۲۱ دانشگاه هایی هستند که کارآفرین بوده و بتوانند ارزشهای تخصصی و مدیریتی را تلفیق نمایند وی اظهار می دارد که هدفمند کردن فعالیتها، ایجاد توازن میان پژوهش، آموزش و خدمات اجتماعی و تنوع در تامین بودجه از جمله ویژگی های دانشگاه های پویا در قرن جدید است (سرفرازی، ۱۳۸۵).

دانشگاه به عنوان یک نهاد محوری است که در ارتقای کارآفرینی و ایجاد کسب و کار و اشتغال باید در سطح جامعه همکاری و مشارکت داشته باشد. با توجه به تاثیر متغیرهایی همچون فناوری اطلاعات و ارتباطات، فرهنگ و محیط که در برنامه ریزی های کارآفرینی در دانشگاه تاثیر دارند، می بایست آموزش در دانشگاه براساس تحقیقاتی که برخاسته از نیازهای جامعه باشد شکل بگیرد. بنابراین دانشگاهها ماموریتی همانند ایجاد ارزش جدید تحت عنوان نوآوری، انعطاف پذیری و تنوع زیاد در قابلیت های نسل جوان دارند.

برخی از اندیشمندان بر ضرورت ترویج الگوهای کارآفرینی در دانشگاهها تاکید دارند با عنوان مثال بیکاس و سانپال یکی از الگوهای تصمیم گیری در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی را الگوی کارآفرینی برشمردند. الگوی این دیدگاه دارای ویژگی های ذیل می باشد.

الف- دانشگاهها کارآفرین و خودگردانند.

ب- خدمات آموزشی، پژوهشی و مشاوره ای عرضه می دارند و منابع مورد نیاز را از دانشجویان، دولت، شرکتهای، انجمن های محلی، منطقه ای و غیره بدست می آورند.

ج- رقابتی بوده و نسبت به هزینه حساس و واجد نظام پاسخ گویی هستند و همچنین همگرایی راهبردی و بهره برداری از فنون مدیریتی جدید را دارند.

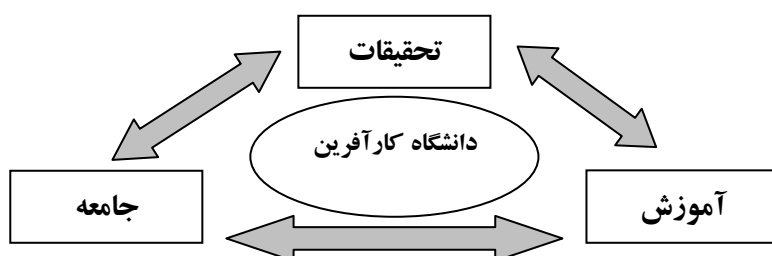
اصولاً دانشگاهی که بدنبال شیوه های آموزش کارآفرینی و فناوری پیشرفته است از ساختی برخوردار می باشد که امکان به روز کردن خلاقیتها و ایده پردازی را تشویق می کند و به نوعی آن را در وظایف مختلف دانشگاه پیش بینی می نماید. در دانشگاهها از صرف منابع برای استفاده از خلاقیت ها هراسی وجود ندارد اگر دانشجویان می توانند به صورت فردی یا گروهی با فرآیند ایده پردازی و نوآوری درگیر شوند تا مهارت های لازم را کسب کرده و به کار بندند امکان رشد در دانشگاه دور از ذهن نیست و دانشجویان یقین دارند که براساس شایستگی ها و قابلیت های خود می تواند در دانشگاه رشد کرده و به برآورده ساختن آرمانهای آن کمک کنند. رقابت سالم به عنوان ارزشی مطلوب انگاشته می شود. ساخت چنین دانشگاهی افقی و پویا است در چنین مرکزی انعطاف پذیری برای ایجاد تحول و حرکت به سوی رشد و بالندگی فردی و گروهی در

سطح بسیار بالایی است. از آنجایی که تخصیص منابع به سوی دستیابی به سوی کارآفرینی بالا است، تضمین کیفیت نهادینه خواهد شد (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵).

براین اساس ویژگی های دانشگاه کارآفرین را می توان به شرح ذیل بیان نمود:

- ۱- مشاغل جدید در آن خلق می شود.
- ۲- از افراد کارآفرین به شیوه های آموزشی، مالی و بازاریابی حمایت می کند.
- ۳- برای سرمایه گذاران امکاناتی فراهم میکند تا مراکز جدید کسب و کار را فراهم آورند.
- ۴- مشاغلی که از این دانشگاهها بهره مند می شوند در توسعه فعالیت های جدید، پیشرو میگردند.
- ۵- به بازار دسترسی دارد و از تجارب افراد صاحب تجربه در بازار کمال بهره را می برد.
- ۶- در این مراکز ارتباط گروه ها به صورت باز و افقی و معمولاً غیررسمی است.
- ۷- وجود جلسات برای تبادل اطلاعات و فعالیت ها ضروری است.
- ۸- از ایده های جدید و خلاق استقبال می شود.
- ۹- در این دانشگاه نیروی انسانی و خصوصاً دانشجویان با ارزش ترین منبع به حساب می آیند.
- ۱۰- از ریسک پذیری، نوآوری و توفیق طلبی حمایت می شود.

در بررسی مفهوم یک دانشگاه کارآفرین، دانشگاه باید ماموریت خود را براساس سه مولفه آموزش، تحقیقات و جامعه تعریف کند. ارتباط مولفه های ماموریت دانشگاه کارآفرین در شکل (۱) ارائه شده است (Assuman, 1998).



شکل (۱): نمودار ماموریت دانشگاه کارآفرین (Assuman, 1998)

- جهانیان (۱۳۸۴) برخی از راهکارهای تغییر یک دانشگاه سنتی به یک دانشگاه کارآفرین را بشرح ذیل عنوان نموده است:
- برگزاری دوره های آموزش کارآفرینی برای گروههای مختلف (اعضاء هیات علمی، مدیران، کارشناسان و دانشجویان)
 - بازنگری در برنامه و محتوی درسی رشته های مختلف دانشگاهی.
 - انجام مطالعات نیاز سنجی آموزش در مراکز تولیدی، خدماتی و محلی
 - همسو کردن پرسش های دانشگاهی با نیازهای اقتصادی، اجتماعی و منطقه ای
 - تشویق و حمایت از طرحهای خلاقانه کادر علمی و دانشجویان
 - تخصیص بخشی از اعتبارات مراکز آموزش عالی به تاسیس مراکز رشد و فناوری (انکوباتورها)
 - تدوین نظام جامع ارزیابی آموزشی و محتوایی با توجه به ملاک های آموزش کارآفرینی

موانع کارآفرینی در دانشگاه ها:

همانطور که در مباحث بالا مطرح شد کارآفرینی ارتباط مستقیمی با خلاقیت و نوآوری دارد. لذا یکی از لازمه های تقویت کارآفرینی در میان دانشجویان، ایجاد محیطی مشوق ابتکار و خلاقیت دانشجویان می باشد که لازمه ایجاد چنین محیطی فراگیر محور بودن دانشگاهها و محیطهای آموزشی می باشد. توجه به واقعیتهای موجود در دانشگاهها، گویای این واقعیت است که دانشگاهها بیشتر محتوا محور و در برخی موارد آموزشگر محور می باشند. از جمله مشکلات موجود در موسسات و آموزش عالی کشور که در ارتباط با ایجاد فرآیند کارآفرینی در نظام آموزشی تاثیرگذار است می توان موارد ذیل را نام برد:

۱- امروزه بیشتر درسهای دانشگاهی به ویژه در رشته های علوم انسانی و فنی به شیوه نظری ارائه می گردد و تلاش جدی برای کاربردی کردن آنها نشده است بیشتر دانشجویان یک رشته مطالب درسی را حفظ کرده و امتحان می دهند و سرانجام موفق میشوند.

۲- نبود ارتباط بین دانشگاهها و مراکز تولید و صنعتی از دیگر مشکلات است چرا که برغم ایجاد و گسترش دانشگاههای صنعتی حلقه پیوندی آنها باصنعت و تولید چندان شکل نگرفته است.

۳- بازار کار هماهنگ با تحولات علوم و تکنولوژی در حال دگرگونی است از اینرو بازار کار به برخی تخصصهای تازه نیازمند است که لزوماً دانش آموختگان دانشگاهها در دوران تحصیل فرا نمی گیرند.

۴- آموزش و روشهای آموزش ما در اکثر دانشگاهها و مراکز آموزشی به نحوی نیست که فرد را کارآفرین بار بیاورد.

۵- سیستم آموزش عالی ما مانند مقاطع راهنمایی و دبیرستان یک سری نظریه ها و تئوری ها را آموزش می دهند بدون اینکه طرح های درسی عنوان شده کاربردی در اجتماعی و محیط کاری داشته باشند.

۶- دانشگاهها از طرح ها و ابتکارات دانشجویان که کم هم نیستند حمایت نمی کنند.

۷- مدیران مراکز کارآفرینی که در برخی از دانشگاهها وجود دارند اطلاعات چندان در زمینه کارآفرینی ندارند.

از طرفی در هر نظام آموزشی مسایلی وجود دارد که تحقق اهداف آن نظام را با چالش مواجه کرده و اثر بخشی برنامه های آن را دچار تزلزل می نماید. مقابله با چنین نارسایی هایی مستلزم مطالعه و بررسی گسترده به منظور شناسایی دقیق در وهله اول و فائق آمدن بر آنها در مرحله بعد است. علیرغم رشد و گسترش آموزش کارآفرینی در نظام آموزشی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، این آموزش نیز با نارسایی ها و چالش هایی مواجه است. برخی از این چالش ها که توسط بلاک^۱ و استامپ^۲ ارائه شده است عبارتند از:

- چالش در ایجاد متدولوژی های تحقیق برای اندازه گیری اثر بخشی کارآفرینی
- چالش در محتوا و شیوه های آموزشی
- چالش در کیفیت مدرسان کارآفرینی
- چالش در پذیرش آموزش کارآفرینی در دانشکده ها نسبت به کسب و کار
- چالش در ایجاد یک پیکره عمومی(مشترک) در زمینه دانش های مختلف
- چالش در اثر بخشی روشهای آموزشی (احمدپورداریانی، ۱۳۸۰).

علاوه بر این اسکندری(۱۳۸۵) برخی دیگر از چالشها را مورد بررسی و تحلیل قرار داده که عبارتند از:

- ۱- عدم توافق عمومی در زمینه مفهوم کارآفرینی
- ۲- کمبود حمایت های نهادی از آموزش کارآفرینی توسط موسسات آموزش عالی

1 - Block

2 - Stump

۳- محدودیت منابع

۴- تمرکز بر روی دانشکده های مدیریت و بازرگانی

۵- نارسایی در محتوی آموزش و روشهای آموزشی

۶- کمبود مدرسان شایسته در زمینه کارآفرینی.

برخی دیگر از چالش های کارآفرینی در دانشگاه های کشور به شرح ذیل می باشد:

- نداشتن الگویی برای برنامه ریزی توسط مدیران آموزش عالی و مدیران دانشگاهی

- عدم وجود برنامه ریزی متناسب با نیازهای شغلی جامعه در آموزش عالی

- عدم وجود نظام نظارتی مناسب در آموزش عالی جهت آموزش کارآفرینی

- جدایی آموزش های کارآفرینی از فرآیند توسعه ملی و موانع توسعه یافتگی

- نبود منابع و امکانات کافی جهت آموزش کارآفرینی در دانشگاهها

- عدم ارتباط موثر بین دانشگاه و زمینه های صنعتی

- عدم همگونی طرح های اشتغال با واقعیات موجود

- رواج روحیه مدرک گرایی و افزایش توقعات دانش آموختگان برای اشتغال

- بیکاری های ساختاری توأم با کمبود نیروی متخصص

- کمبود محقق کارآفرین ناشی از ضعف نظام آموزشی در پرورش روحیه پژوهشگری و خلاقیت

نتیجه:

بخش عمده نیروهای متخصص مورد نیاز توسعه کشور از برون دادهای نظام آموزش عالی می باشند و نقش آموزش عالی کشاورزی در توسعه کارآفرینی بسیار حیاتی و تعیین کننده است. ترویج کارآفرینی از جمله راهکارهای اساسی است که برای رفع مشکل بیکاری و ایجاد فرصت های شغلی جدید می توان از آن بهره گرفت. این نکته بیانگر آن است که فعالیتهای دانشگاهها در راه توسعه و پیشرفت اقتصادی کشور، می بایست در رابطه با پرورش کارآفرینان باشد. مرور ادبیات موضوعی تحقیق نیز نشان از آن دارد که دانشگاه کارآفرین عامل اساسی مورد نیاز برای فعالیت های کارآفرینانه می باشد.

آموزش کارآفرینی رهیافتی جدید در نظام آموزش عالی است. مهمترین گام برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه آگاهی از اهداف و موانع کارآفرینی در دانشگاه می باشد. همچنین کارآفرینی ارتباط مستقیمی با خلاقیت و نوآوری دارد. لذا یکی از لازمه های تقویت کارآفرینی در میان دانشجویان، ایجاد محیطی مشوق ابتکار و خلاقیت دانشجویان می باشد که لازمه ایجاد چنین محیطی، فراگیر محور بودن دانشگاهها و محیطهای آموزشی است. دانشگاه کارآفرین به دانشجویان به عنوان منابع کلیدی می نگرد. دانشجویان در برنامه ی آموزش کارآفرینی بایستی یاد بگیرند چگونه نوآور و خلاق باشند و لذا بایستی به نحوی آموزش ببینند که به دنبال یافتن مسئله و پیدا کردن راه حل های مناسب برای آن باشند. به علاوه دانشجویان باید درک کنند که فرد کارآفرین تحت چه شرایطی و طی چه فرآیندی یک کسب و کار موفق را راه اندازی کرده است و لذا داشتن ارتباط هر چه بیشتر و نزدیکتر با کارآفرینان و به عبارتی کار کردن و آموزش دیدن در محیط واقعی کسب و کار کارآفرینانه، از جمله ضروریات آموزش خواهد بود.

منابع و مأخذ:

- ۱- آیین نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاههای کشور(کاراد)، شماره ۱۱/۲۵۱۹ مورخ ۱۳۸۱/۳/۲۷، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- ۲- احمدپور داریانی، محمود.(۱۳۸۰). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: نشر پردیس.
- ۳- اسکندری، فرزاد.(۱۳۸۵). بررسی و تبیین راهکارهای توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی ایران. رساله دکتری. پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران.
- ۴- اکبری، کرامت اله.(۱۳۸۵). نقش نظام آموزش و پرورش در توسعه کارآفرینی. مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری های پیشرفته، دانشگاه تهران.
- ۵- پورآتشی، مهتاب.(۱۳۸۷). نهادینه کردن کارآفرینی در نظام آموزش عالی. فصلنامه نامه آموزش عالی. سال اول (۱)، بهار ۱۳۸۷. صص ۴۹-۶۴.
- ۶- جعفرزاده، مرتضی.(۱۳۸۴). طراحی و تبیین الگویی برای پیش بینی کارآفرینی دانش آموختگان: مورد دانشگاه تهران. پایان نامه دکتری تخصصی. دانشگاه تهران. دانشکده مدیریت
- ۷- جهانیان، رمضان.(۱۳۸۴). کارآفرینی در نظام آموزشی. مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن. اسفند، ۱۳۸۴
- ۸- ذبیحی، الف و مقدسی، د.(۱۳۸۵). کارآفرینی از تئوری تا عمل. مشهد: نشر جهان فردا.
- ۹- ریحانی، روشنگر.(۱۳۸۶). بررسی عوامل موثر بر فرآیند کارآفرینی فارغ التحصیلان رشته کشاورزی. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه تربیت مدرس.
- ۱۰- سرفرازی، مهرزاد و همکاران.(۱۳۸۵). کارآفرینی به عنوان یک سرمایه استراتژیک در دانشگاه آزاد اسلامی. همایش ربع قرن توانمندیهای دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یاسوج با همکاری دانشگاه های اسلامی منطقه یک.
- ۱۱- سعیدی کیا، مهدی.(۱۳۸۶). اصول و مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات کیا.
- ۱۲- سلجوقی، محمد.(۱۳۸۴). کارآفرینی و پروژه. کرمان: انتشارات خدمات فرهنگی کرمان.
- ۱۳- شریفیان، اسماعیل.(۱۳۸۷). طراحی الگوی فرآیندی انگیزه کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی. رساله دکتری. دانشکده علوم انسانی رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی. دانشگاه تربیت مدرس.
- ۱۴- فرشباغیان، م.(۱۳۸۵). نرخ بیکاری در بین فارغ التحصیلان دو برابر است. خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران.
- ۱۵- مقیمی، سید محمد.(۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

16-Aussoman, A.M.(1998). University and Entrepreneurship Development. Academy of Business and Administrative Science.

17-Block, Z. & Stumpf, S.A. (1992). Entrepreneurship education research: Experience and challenge. In D.L. Sexton & J.D. Kasarda (Eds), The state of the art of entrepreneurship. Boston: PWS-Kent Publishing.

18- Bragg, Mary(2005). Educating for, About, and through International small business journal rship: A Case Study in Whole – Brain Curriculum Development; School of Management, university of Surrey.

- 19-Charney, A and Libecap,G.D.(2000).Impact of Entrepreneurship Education, Insights, A Kauffman Research Services, The Kauffman Centre for Entrepreneurial Education , Missouri, USA .
- 20-Gibb,A.(2002).Crating Conductive Environments for Learning and Entrepreneurship. Industry and Higher Education.
- 21-Gibb, A. (1990). "In pursuit of Frameworks for the Development of Growth
Gibb, A. (1988). Central perspectives and debates in organization theory. Administrative Science Quarterly 28: 245-273.
- 22-Miller, D.(1987). The Correlates of Entrepreneurship in three types of firms. Management Science, 29.
- 23-Peak & Marshall.(2006).The Implementation of an Entrepreneurship Development Strategy in Canada:The Case of the Atllantic Region.Paris: OECD Models of the Small Business",International Small Business Journal,Vol.19 No.1.
- 24-Reynold, L. (1999). Management of Organizational Behavior, Prentice Hall. Englewood Cliffs, New Jersey
- 25-Smit,A.B.(2004). Changing External Conditions Require High Levels of Entrepreneurship in Agriculture, Agricultural Economics Research Institute, Wageningen university and Research Institute, The Netherlands.
- 26- UNESCO.(2003). World Declaration on Higher Education for the 21 st Century: Vision and Action.
- 27-Verhul, I.(2001).An Eclectic Theory of Entrepreneurship. Tinbergen, Institute Discussion paper Institute for Development Strategies, Indiana University.

The Role of Extension in Developing Entrepreneurship in Universities

Haidar Ahmadi, Seyyed Jamal F Hosseini, Maryam Omid Najafbadi

Abstract

In the era of knowledge, human and intellectual capitals replace physical and financial capitals and this results more power, success, and prosperity in the societies. Higher education system plays an important role and its success depends on transfer of knowledge and skills. Universities as integral part of higher education system, are responsible for training specialists. A big pool of students and researchers in different disciplines can directly enhance the process of entrepreneurship and innovation. In this article, the role of extension as an informal education system and method which contributes to entrepreneurship, will be discussed.

Keywords: Entrepreneurship Extension, Universities, Entrepreneurship Education