

نیازهای آموزشی مدیریت کارآفرینی دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب ایران

خوشقدم خالدی^۱، حسین آگهی^۲، فرزاد اسکندری^۳

۱- دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس

۲- دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه رازی

۳- استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه کردستان

چکیده

مهارت ها و دانشی که توسط آموزش رسمی کشاورزی عرضه می شود برای عملکرد موفقیت آمیز در بازار کار ناکافی به نظر می رسد. یکی از تغییرات اساسی در برنامه آموزشی دانشکده های کشاورزی، گنجانیدن برنامه آموزش کارآفرینی در بین واحدهای درسی می باشد. به منظور آموزش کارآفرینی، بایستی تلاش نمود تا نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی شناسایی شود. نیازسنجی باعث می شود برنامه های آموزشی متناسب با نیازهای دانشجویان باشد. هدف از این پژوهش، تعیین نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه مدیریت کارآفرینی با استفاده از مدل نیازسنجی بوریچ و مدل تجزیه و تحلیل کوادرنانت بود. جامعه آماری پژوهش شامل ۲۵۰ تن اعضای هیات علمی و دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب کشور بود. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان حجم نمونه دانشجویان ۲۰۰ تن و حجم نمونه اعضای هیات علمی ۵۰ نفر برآورد شد و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای، اقدام به نمونه گیری شد. این پژوهش در دو مرحله انجام شد. نخست نیازهای آموزشی دانشجویان از دیدگاه خود آنان با استفاده از پرسشنامه تعیین شد که نتایج نشان داند ۵۶ موضوع آموزشی با بالاترین اولویت نیازهای آموزشی را تشکیل دادند. سه اولویت اول به ترتیب شامل ایجاد تولید و خدمات جدید، تدوین طرح تجاری و تعیین بخش های مختلف بازار بود. در مرحله دوم با استفاده از مدل کوادرنانت به تعیین نیازهای مشترک از هر دو دیدگاه اعضای هیات علمی و دانشجویان پرداخته شد و نتایج نشان دادند که بیشتر نیازهای آموزشی از دیدگاه اعضای هیات علمی و دانشجویان با یکدیگر هم خوانی دارند.

کلید واژه ها: کارآفرینی کشاورزی، آموزش کارآفرینی، نیازهای آموزشی، دانشجویان کشاورزی.

نویسنده ی مسئول: خوشقدم خالدی

رایانامه: sahar.kh61@gmail.com

دریافت: ۱۳۹۲/۱۰/۱۴؛ پذیرش: ۱۳۹۳/۷/۲۳

مقدمه

نقش آموزش عالی کشاورزی در بهبود کمیت و کیفیت محصولات کشاورزی با توجه به رشد جمعیت و بیکاری دانش آموختگان این رشته، اهمیت توجه به کارآفرینی در این بخش را دوچندان ساخته است. برای جهت دادن دانشجویان به سوی کارآفرینی و تربیت افراد کارآفرین در آینده، ایجاد و توسعه برخی ویژگی‌ها، توانایی‌ها و مهارت‌ها ضروری به نظر می‌رسد (عزیزی، ۱۳۸۵).

سازمان تربیتی، علمی و فرهنگی ملل متحد (۲۰۰۳)، دانشگاه‌های نوین را این گونه توصیف کرده است، جایگاهی که در آن مهارت‌های کارآفرینی به منظور آسان‌گری قابلیت‌های دانش آموختگان و تبدیل آنان به مولدان کار، توسعه می‌یابد.

متأسفانه، نظام آموزش عالی در ایران نقش مهمی در ایجاد مهارت‌های مورد نیاز کارآفرینی ندارد و با وجود شمار انبوه دانش آموختگان کشاورزی، تقاضای بخش‌های مختلف اقتصادی کشور به نیروی انسانی ماهر و متخصص کشاورزی برآورده نمی‌شود (حسینی، ۲۰۰۸). این مورد به این علت می‌باشد که دانشجو در سال‌هایی که در دانشگاه حضور دارد، تنها دانش فنی در یک زمینه را کسب می‌کند و کم‌تر به کسب مهارت‌های کارآفرینی توجه می‌کند.

تلفیق درس‌های کارآفرینی در برنامه درسی کشاورزی موجب می‌شود که دانشجو، علاوه بر دانش فنی کشاورزی با دانش کارآفرینی نیز آشنا شده و دارای توانایی بیشتری در زمینه کارآفرینی شوند. برنامه‌های درسی رشته مهندسی کشاورزی، دانش لازم در زمینه اقتصاد، مدیریت و توسعه مهارت‌های غیرفنی مانند تفکر تحلیلی، سازگاری، تصمیم‌گیری، توانایی همکاری و تعاون، ارتباطات و مذاکره را آرایه نمی‌دهند.

باید توجه داشت که در کنار مهارت‌های فنی، مهندسان به مهارت‌های کارآفرینی، اجتماعی و تجاری نیز نیاز دارند تا بتوانند سازمان‌هایی را که در آن کار می‌کنند به طور موثری اداره کنند (کورهونن، ۲۰۰۷). آموزش کارآفرینی باید بخشی از طراحی راهبردی برنامه درسی دانشکده‌ها به منظور آماده‌سازی مهندسان با آموزش مهارت‌های مدیریت و کارآفرینی باشد، به گونه

ای که برنامه آموزشی در تناسب با نیازهای اقتصادی جامعه دانش محور باشد (پاپیاناکیس ۲۰۰۷). بنابراین، به منظور آموزش کارآفرینی، بایستی تلاش نمود تا نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی شناسایی شده و محتوای آموزشی کارآفرینی بر پایه نیازهای آنان تنظیم شود (مرکز کافمن، ۲۰۰۱).

گیب (۱۹۹۸)، بر این باور است که با توجه به این که آموزش کارآفرینی رهیافتی جدید در نظام آموزش عالی است و غیر از رشته‌های مدیریت، دیگر رشته‌های تحصیلی با این مقوله به کلی بیگانه هستند باید یک برنامه جامع آموزش کارآفرینی همه‌ی نیازهای آموزشی را تحت پوشش قرار دهد.

به باور راسموسن (۲۰۰۶)، دانشگاه‌ها با افزایش انگیزه و قابلیت دانشجویان خود می‌توانند مهارت‌های مورد نیاز برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی را فراهم کنند تا دانشجویان، افرادی موفق در فعالیت‌های کارآفرینانه شوند.

مرکز کافمن (۲۰۰۰)، معتقد است که برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید در آموزشگاه‌ها و دانشکده‌های مهندسی و علوم پایه گسترش داده شود. امروزه رشد فزاینده‌ای در زمینه‌ی توسعه‌ی دوره‌های آموزش کارآفرینی در میان رشته‌هایی غیر از رشته‌های تجاری در ایالت متحده آمریکا صورت گرفته است (سولومن، ۲۰۰۵)، و برنامه‌های کارآفرینی کشاورزی و کشاورزی تجاری جزو بحث‌های مطرح در بسیاری از کشورهاست (پارسل، ۲۰۰۵).

آموزش کارآفرینی، توانایی تلفیق اطلاعات اقتصادی، مدیریتی و فنی را برای مهندسان فراهم آورده و می‌تواند قابلیت‌های کارآفرینی بسیاری را ایجاد کرده و هم‌چنین مهندسان را در برابر نبود امنیت اقتصادی با اطلاع از شرایط اقتصاد و بازار تجهیز کند (پاپیاناکیس، ۲۰۰۷).

حضور کارآفرینی در برنامه درسی کشاورزی (برنامه درسی کشاورزی تجاری)، کارآفرینی را با مشخصه‌های تولید در بخش کشاورزی تلفیق می‌کند و فرایندهای تولید زیستی کشاورزی را با فرایند مدیریت خطر و نبود قطعیت در برنامه‌های آموزشی کارآفرینی به هم می‌آمیزد.

نتایجی را نشان می دهد؟

(پارسل، ۲۰۰۵).

روش شناسی

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع پژوهش های کمی، از نظر هدف کاربردی، به جهت روش توصیفی و از لحاظ گردآوری اطلاعات میدانی است. جامعه ی آماری پژوهش، شامل ۲۰۰ تن دانشجویان سال آخر دانشکده های کشاورزی غرب کشور (دانشگاه های رازی کرمانشاه، کردستان، ایلام، لرستان و بوعلی سینا همدان) و ۵۰ تن اعضای هیات علمی این دانشگاه ها بود. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) و روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای، حجم نمونه دانشجویان ۲۰۰ نفر و حجم نمونه اعضای هیات علمی ۵۰ نفر برآورد شد.

ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بود. این پژوهش در دو مرحله انجام شد؛ نخست نیاز های آموزشی دانشجویان از دیدگاه خود آنان که با استفاده از مدل بوریچ (۱۹۸۰) تعیین شد. برای این منظور، پرسشنامه در اختیار دانشجویان قرار داده شد و آنان میزان اهمیت هر یک از موضوع های آموزشی نیز میزان صلاحیت خود در هر یک از موضوع ها را مشخص کردند. با استفاده از فرمول بوریچ، اولویت هر یک از موضوع های آموزشی از دید دانشجویان مشخص و مرتب شد. فرمول مدل بوریچ به صورت زیر می باشد:

اهمیت (صلاحیت-اهمیت) = نمره اولویت

در مدل بوریچ، موضوع های آموزشی که نمره اولویت آنها بیشتر از ۴ باشد، جزو نیازهای آموزشی هستند و موضوع هایی که نمره اولویت آنها کم تر از ۲ باشد جزو نیازهای آموزشی به شمار نمی آیند. در مرحله دوم، از مدل کوادرنانت استفاده شد. مدل کوادرنانت، یک مدل طبقه بندی است که توسط گابل و همکاران (۱۹۸۱)، ارائه شده است. فرض مدل کوادرنانت این است که مخاطبان نیازسنجی (در این پژوهش دانشجویان) دارای دو دسته نیاز محسوس و غیر محسوس می باشند، که خود قادر به تشخیص نیاز های محسوس خود می باشند، اما تشخیص نیازهای غیر محسوس آنان باید توسط متخصصان (در این پژوهش اعضای هیات علمی) صورت گیرد.

در مرحله دوم، پرسشنامه در اختیار اعضای هیات علمی قرار گرفت و آنان میزان اهمیت هر یک از موضوع های

محتوای آموزش کارآفرینی مورد توافق همگان نمی باشد و چارچوب مشخصی برای آن وجود ندارد. محتوای آموزش کارآفرینی می تواند شامل مدیریت، بازاریابی، امور مالی و حسابداری باشد (بروکهایس، ۲۰۰۱؛ فیت، ۲۰۰۱). بر پایه نتایج تحقیق مرکز کافمن (۲۰۰۱)، برنامه های درسی کارآفرینی در آموزشگاه های تجاری و غیر تجاری گسترش یافته و مواد آموزشی آنها شامل بازاریابی، امور مالی، تجزیه و تحلیل رقابت، ایجاد تولیدات جدید و فناوری می باشد. سولومن (۲۰۰۵)، اذعان می کند که دوره های آموزش کارآفرینی شامل کلاس های تلفیقی بازاریابی، امور مالی، توسعه محصولات جدید و فناوری می باشد.

در بررسی های صورت گرفته در زمینه محتوای آموزش کارآفرینی، چارچوب مورد تفاهمی برای آموزش کارآفرینی وجود ندارد. در این زمینه کشور های عضو کنسرسیوم آموزش کارآفرینی به تدوین يك الگوی بین المللی آموزش کارآفرینی پرداخته اند. بر پایه این الگو، آموزش کارآفرینی از جنبه های گوناگونی قابل بررسی است.

در این پژوهش از پرداختن به کلیه جنبه های آموزش کارآفرینی پرهیز نموده و به بررسی نیاز های آموزشی دانشجویان در زمینه ی "مدیریت کارآفرینی" پرداخته می شود که متغیرهای تبیین کننده آن برپایه الگوی بین المللی آموزش کارآفرینی (آشمر، ۲۰۰۴)، شامل مدیریت مالی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت اطلاعات، مدیریت بازار، مدیریت عملیات، مدیریت خطر و مدیریت راهبردی می باشد. هدف کلی این پژوهش، تعیین نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه مدیریت کارآفرینی از دیدگاه هیات علمی و دانشجویان کشاورزی غرب کشور بود. در این زمینه، پرسش های تحقیق زیر مطرح شدند:

- ۱- نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه مدیریت کارآفرینی از دیدگاه خود آنان چیست؟
- ۲- نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه مدیریت کارآفرینی از هر دو دیدگاه اعضای هیات علمی و دانشجویان چیست؟
- ۳- مقایسه یافته های به دست آمده از مدل کوادرنانت و مدل بوریچ در مورد نیاز های آموزشی دانشجویان چه

از دیدگاه های اصلاحی اعضای هیات علمی دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی تایید شد. به منظور تعیین پایایی، پرسشنامه تدوین شده در بین ۳۰ نفر از افراد همسان جامعه آماری، مورد پیش آزمون قرار گرفته و آن گاه از طریق آزمون آلفا کرونباخ، پایایی آن محاسبه شد. ضریب های بدست آمده به تفکیک بخش های مختلف پرسشنامه دارای میزان بالایی بوده و بنابراین میزان پایایی ابزار تحقیق مورد تایید قرار گرفته است (جدول ۱). داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS پردازش شدند و از آمار توصیفی مانند فراوانی، درصد و میانگین و نیز از مدل نیازسنجی بوریچ و مدل تجزیه و تحلیل کوادرنانت استفاده شد.

جدول ۱- ضریب پایایی بخش های مختلف پرسشنامه

پرسشنامه		متغیرهای تحقیق
α	تعداد گویه	
۰٫۷۸	۹	مدیریت مالی
۰٫۷۹	۱۰	مدیریت منابع انسانی
۰٫۸۲	۸	مدیریت اطلاعات
۰٫۸۱	۱۳	مدیریت بازار
۰٫۸۵	۹	مدیریت عملیات
۰٫۸۳	۹	مدیریت خطر
۰٫۸۸	۸	مدیریت راهبردی

یافته ها

با توجه به جدول ۲، یافته های بدست آمده از مدل بوریچ نشان دادند که نمره اولویت ۵۶ موضوع آموزشی بیشتر از ۴ بوده است بنابراین نیازهای آموزشی به شمار می آیند که اولویت ۱ تا ۵۶ را در جدول در برمی گیرند. از ۵۶ نیاز آموزشی دانشجویان، ۷ نیاز در مقوله مدیریت مالی، ۹ نیاز در مقوله مدیریت منابع انسانی، ۸ نیاز در مقوله مدیریت اطلاعات، ۱۳ نیاز در مقوله مدیریت بازار، ۹ نیاز در مقوله مدیریت عملیات، ۴ نیاز در مقوله مدیریت خطر و ۶ نیاز در مقوله مدیریت راهبردی می باشند.

لازم به ذکر است که هرکدام از این مقوله ها همان متغیرهای تحقیق می باشند که هر کدام بر اساس گویه های مختلفی در پرسشنامه سنجیده شده اند که این گویه های سنجش در جدول ۲ آورده شده اند.

آموزشی را برای دانشجویان و هم چنین میزان صلاحیت دانشجویان را مشخص کردند. پس از آن، تفاوت نمره اهمیت و صلاحیت برای هریک از موضوع های آموزشی از دید اعضای هیات علمی محاسبه شد. ذکر این نکته لازم است که تعیین میزان صلاحیت دانشجویان توسط اعضای هیات علمی بر اساس برنامه های درسی ارائه شده توسط دانشگاه، واحدهای گذرانده شده توسط دانشجویان، موضوع های آموزشی تدریس شده توسط اعضای هیات علمی و ساعت های آموزشی در زمینه مقوله های مختلف مدیریت کارآفرینی می باشد.

در مدل کوادرنانت، یک ماتریس ۲×۲ مورد استفاده قرار می گیرد که یک بعد آن، تفاوت نمره اهمیت و صلاحیت موضوع های آموزشی را از دید دانشجویان (محور X ها) و بعد دوم آن، تفاوت نمره اهمیت و صلاحیت موضوع های آموزشی را از دید اعضای هیات علمی (محور Y ها) نشان می دهد، آن گاه شناسه های هر نقطه یا به عبارتی موقعیت هریک از موضوع های آموزشی بر روی محور مختصات مشخص می شود.

نتایج این مدل را می توان در قالب نمودار پراکنش نشان داد که با استفاده از میانگین دو متغیر (X و Y) به ۴ خانه تقسیم می شود و در نهایت موضوع های آموزشی در این چهار خانه قرار می گیرند:

خانه ۱: شامل اختلاف نمره ی بالا، هم برای دانشجویان و هم برای اعضای هیات علمی می باشد.

خانه ۲: شامل اختلاف نمره ی بالا، برای دانشجویان و اختلاف نمره ی پایین، برای اعضای هیات علمی می باشد.

خانه ۳: شامل اختلاف نمره ی پایین برای دانشجویان و اختلاف نمره ی بالا برای اعضای هیات علمی می باشد.

خانه ۴: شامل اختلاف نمره ی پایین برای هر دو گروه می باشد.

بدین ترتیب، موضوع هایی که در خانه یک قرار می گیرند، اولویت های آموزشی هستند. موضوع هایی که در خانه ۲ و ۳ قرار می گیرند، جزو نیازهای آموزشی هستند اما از اولویت آموزشی بالایی برخوردار نبوده ولی نیاز به تقویت دارند. موضوع هایی که در خانه ۴ قرار می گیرند، نیازی به آموزش ندارند (ویت کین، ۱۹۸۴).

روایی شکلی و محتوایی پرسشنامه با بهره گیری

جدول ۲- اولویت بندی نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب کشور

اولویت	نمره اولویت	موضوعات آموزشی
۱	۱۳/۸۶	ایجاد تولید و خدمات جدید
۲	۱۰/۳۶	تدوین طرح تجاری
۳	۹/۴۲	تعیین بخش های مختلف بازار
۴	۹/۳۲	ایجاد رویه عملیاتی برای اجرای طرح
۵	۸/۵۹	تولید کالاها و خدمات برای رفع نیازهای مشتری
۶	۸/۵۰	انجام تجزیه و تحلیل بازار
۷	۸/۳۰	کاربرد روش های بهبود کیفیت
۸	۷/۸۳	شناخت مسائل قانونی موثر بر تجارت
۹	۷/۸۰	گزینش بازارهای هدف
۱۰	۷/۶۲	آشنایی با قوانین کار
۱۱	۷/۰۶	تعیین هدف های شرکت
۱۲	۷/۰۳	ایجاد ماموریت تجاری
۱۳	۶/۹۴	پیش بینی درآمد فروش
۱۴	۶/۹۴	انجام تجزیه و تحلیل رقابت
۱۵	۶/۹۳	انجام تجزیه و تحلیل swot
۱۶	۶/۶۶	برآورد منابع مالی مورد نیاز برای آغاز کسب و کار
۱۷	۶/۵۶	آشنایی با اصول حسابداری
۱۸	۶/۵۴	ایجاد اهداف مالی
۱۹	۶/۵۳	مدیریت جریان پول
۲۰	۶/۵۲	مدیریت هزینه و توسعه راه های کاهش آن
۲۱	۶/۴۵	تعریف وظایف کاری
۲۲	۶/۳۴	تعیین راه های پیشگیری از زیان
۲۳	۶/۲۹	تعیین انگیزه های خرید مشتری برای استفاده در فروش
۲۴	۶/۰۷	ایجاد راهبردهای برای کاهش مالیات
۲۵	۶/۰۷	ایجاد برنامه سازماندهی کارکنان
۲۶	۵/۹۶	تعیین میزان اختیار و مسئولیت کارکنان
۲۷	۵/۸۲	آشنایی با اصول کارگزینی کارکنان
۲۸	۵/۷۴	شناخت راه های تاثیر فناوری بر تجارت
۲۹	۵/۷۳	مهارت های رهبری
۳۰	۵/۷۲	تشویق کارگروهی
۳۱	۵/۶۸	شناخت ماهیت رکوردهای تجاری
۳۲	۵/۵۹	برگزاری کلاس های کارآموزی کارکنان
۳۳	۵/۵۶	جستجو برای دستیابی به اطلاعات بازار
۳۴	۵/۴۹	پیش بینی و برآورد نیازهای مشتریان
۳۵	۵/۴۷	گزینش منابع اطلاعاتی جهت شروع کسب و کار
۳۶	۵/۳۷	ایجاد نظام های رکوردگیر مالی
۳۷	۵/۳۲	تعیین نیازهای فناورانه برای کسب و کار جدید
۳۸	۵/۲۱	آشنایی با رکوردهای مالی روزانه
۳۹	۵/۱۵	ایجاد فرهنگ سازمانی
۴۰	۵/۱۵	ایجاد فرصت های برابر برای کارکنان
۴۱	۵/۰۶	گزینش مکان تجارت
۴۲	۵/۰۵	ارزیابی فرصت های واردات و صادرات
۴۳	۴/۹۹	گزینش نام تولیدات

ادامه جدول ۲

۴۴	۴/۸۶	برآورد تجهیزات مورد نیاز طرح
۴۵	۴/۸۴	گزینش راه های توزیع
۴۶	۴/۸۲	شناخت مفاهیم راهبردهای بازاریابی
۴۷	۴/۵۸	گزینش راهبرد های قیمت گذاری
۴۸	۴/۵۰	تعدیل قیمت ها برای بیشینه سازی سود
۴۹	۴/۴۷	ایجاد ارتباط با مشتری
۵۰	۴/۴۷	چگونگی دریافت وام از موسسه های مالی
۵۱	۴/۴۶	استفاده از فناوری در فروش تولیدات
۵۲	۴/۲۷	تعریف طبیعت ارتباط فروشنده و خریدار
۵۳	۴/۲۶	جستجو و گزینش فروشنندگان
۵۴	۴/۱۹	انعقاد قرارداد با فروشنده
۵۵	۴/۱۳	ایجاد قوانین و مقررات مربوط به کارکنان
۵۶	۴/۰۷	تعیین اثربخشی هزینه های کارکنان
۵۷	۳/۹۲	آشنایی با راه های انتقال خطر
۵۸	۳/۸۳	توسعه بودجه و نظارت بر آن
۵۹	۳/۴۶	به دست آوردن حمایت های بیمه
۶۰	۳/۴۰	تعریف انواع خطرهای تجاری
۶۱	۳/۲۱	تناسب بودجه صرف شده با نتایج عملیات
۶۲	۲/۹۱	ایجاد برنامه کنترل هزینه
۶۳	۲/۷۱	آموزش کارکنان جدید
۶۴	۲/۵۱	ایجاد سیاست های اعتباری (پس انداز)
۶۵	۱/۷۶	تعیین مسئولیت های تجاری
۶۶	-۰/۰۹	کسب مجوز قانونی برای راه اندازی کسب و کار

راهبردهایی برای کاهش مالیات و انجام تجزیه و تحلیل رقابت می باشد.

سه نیاز در مقوله ی مدیریت مالی می باشد و شامل: آشنایی با اصول حسابداری، ایجاد هدف های مالی و مدیریت جریان پول می باشد. سه نیاز در مقوله ی مدیریت عملیات می باشد که شامل کاربرد روش های بهبود کیفیت، ایجاد رویه عملیاتی برای اجرای طرح و تدوین طرح تجاری می باشد. سه نیاز در مقوله ی مدیریت خطر بوده و شامل تعیین میزان اختیار و مسئولیت کارکنان، شناخت مشکل های قانونی موثر بر تجارت و تعیین راه های پیشگیری از زیان می باشد.

دو نیاز در مقوله ی مدیریت منابع انسانی بوده و شامل: ایجاد برنامه ی سازماندهی کارکنان و تعریف وظایف کاری می باشد. دو نیاز در مقوله ی مدیریت اطلاعات هم عبارتند از شناخت راه های تاثیر فناوری بر تجارت و گزینش منابع اطلاعاتی برای آغاز کسب و کار می باشد.

با توجه به جدول ۳، یافته های به دست آمده از مدل کوادرنانت نشان داد که بیست و پنج موضوع آموزشی در خانه ی ۱، پنج موضوع آموزشی در خانه ی ۲، دوازده موضوع آموزشی در خانه ی ۳ و بیست و چهار موضوع آموزشی در خانه ی ۴ قرار گرفتند. موضوع هایی که در خانه ۱ قرار می گیرند از هر دو دیدگاه اعضای هیات علمی و دانشجویان اولویت های بالایی را کسب کرده و نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه مدیریت کارآفرینی می باشند.

از ۲۵ نیاز موجود در خانه ی ۱، شش نیاز در مقوله ی مدیریت بازار می باشد که شامل انجام تجزیه و تحلیل بازار، گزینش بازارهای هدف، ایجاد تولید و خدمات جدید، تولید کالاها و خدمات برای رفع نیازهای مشتری و تعیین بخش های مختلف بازار می باشد.

شش نیاز در مقوله ی مدیریت راهبردی می باشد که شامل تجزیه و تحلیل SWOT، پیش بینی درآمد-فروش، ایجاد ماموریت تجاری، تعیین هدف های شرکت، ایجاد

جدول ۳- توزیع نیازهای آموزشی در مدل کوادرنانت بر پایه تفاوت نمره هیأت علمی و تفاوت نمره دانشجویان

تفاوت نمره از نظر دانشجویان	تفاوت نمره از نظر اعضای هیات علمی	نیاز آموزشی	خانه
۱/۴۸	۲/۲۵	مدیریت جریان پول	خانه ی ۱
۱/۶۰	۲/۲۵	انجام تجزیه و تحلیل TSWO	
۱/۶۱	۲/۱۳	پیش بینی درآمد - فروش	
۱/۵۲	۲/۰۶	ایجاد هدف های مالی	
۱/۵۵	۲/۱۹	آشنایی با اصول حسابداری	
۱/۶۱	۱/۹۳	انجام تجزیه و تحلیل رقابت	
۱/۶۵	۲/۴۴	ایجاد ماموریت تجاری	
۱/۳۷	۱/۹۴	ایجاد برنامه سازماندهی کارکنان	
۱/۳۴	۱/۷۵	تعیین میزان اختیار و مسئولیت کارکنان	
۱/۶۵	۱/۸۱	تعیین هدف های شرکت	
۱/۴۵	۱/۶۸	تعریف وظایف کاری	
۱/۳۷	۱/۶۹	ایجاد راهبردهایی برای کاهش مالیات	
۱/۹۵	۲/۳۱	انجام تجزیه و تحلیل بازار	
۱/۷۸	۱/۸۷	گزینش بازارهای هدف	
۲/۸۰	۲/۱۲	ایجاد تولید و خدمات جدید	
۱/۵۵	۱/۶۳	تعیین انگیزه های خرید مشتری برای استفاده در فروش	
۲/۰۰	۱/۶۹	کاربرد روش های بهبود کیفیت	
۱/۸۶	۱/۶۹	شناخت مسائل قانونی موثر بر تجارت	
۲/۲۲	۱/۶۲	ایجاد رویه عملیاتی برای اجرای طرح	
۲/۰۲	۲/۰۶	تولید کالاها و خدمات برای رفع نیازهای مشتری	
۲/۰۸	۲/۵۰	تعیین بخش های مختلف بازار	
۲/۳۵	۲/۷۵	تدوین طرح تجاری	
۱/۶۰	۱/۹۳	تعیین راه های پیشگیری از زیان	
۱/۳۵	۱/۸۷	شناخت راه های تاثیر فناوری بر تجارت	
۱/۳۳	۲/۱۸	گزینش منابع اطلاعاتی جهت شروع کسب و کار	
۱/۳۷	۱/۲۵	آشنایی با اصول کارگزینی	خانه ی ۲
۱/۴۳	۱/۵۰	تخمین منابع مالی مورد نیاز برای آغاز کسب و کار	
۱/۵۰	۱/۴۴	مدیریت هزینه و توسعه راه های کاهش آن	
۱/۳۵	۱/۳۱	پیش بینی و برآورد نیازهای مشتریان	
۱/۸۱	۱/۴۴	آشنایی با قوانین کار	
۱/۱۸	۱/۶۹	گزینش راهبردهای قیمت گذاری	خانه ی ۳
۰/۸۵	۱/۷۵	تعریف انواع خطرهای تجاری	
۰/۹۵	۱/۸۱	ایجاد قوانین و مقررات مربوط به کارکنان	
۱/۱۷	۱/۸۲	ایجاد فرصت های برابر برای کارکنان	
۰/۹۶	۱/۶۸	انعقاد قرارداد با فروشنده	
۱/۲۰	۱/۷۵	گزینش نام تولیدات	
۱/۱۳	۲/۵۶	گزینش کانال توزیع	
۱/۰۸	۱/۹۴	شناخت مفاهیم راهبردهای بازاریابی	
۱/۳۰	۱/۸۱	تشویق کارگروهی	
۱/۳۰	۱/۶۹	برگزاری کلاس های کارآموزی کارکنان	
۱/۱۵	۱/۷۵	گزینش مکان تجارت	
۱/۲۶	۲/۰۷	گزینش نام تولیدات	
۰/۰۲	۱/۵۰	کسب مجوز قانونی برای راه اندازی کسب و کار	خانه ی ۴
۰/۶۰	۰/۸۱	ایجاد سیاست های اعتباری (پس انداز و ...)	
۰/۷۱	۱/۱۳	تناسب بودجه صرف شده با نتایج عملیات	
۰/۴۵	۰/۷۵	تعیین مسئولیت های تجاری	
۰/۷۰	۰/۰۱	ایجاد برنامه کنترل هزینه	

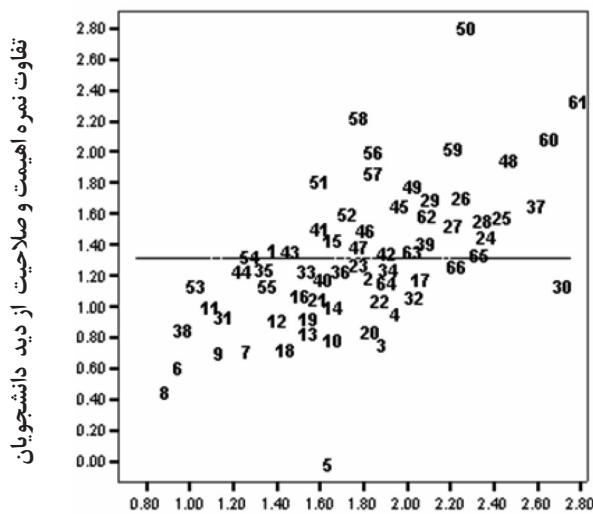
ادامه جدول ۳

۰/۷۸	۱/۵۰	به دست آوردن حمیات های بیمه
۱/۰۰	۰/۹۴	جستجو و گزینش فروشندگان
۰/۹۱	۱/۲۵	آشنایی با راه های انتقال خطر
۰/۸۰	۱/۶۲	تناسب بودجه صرف شده با نتایج عملیات
۰/۹۹	۱/۵۰	استفاده از فناوری در فروش تولیدات
۱/۰۹	۱/۵۷	چگونگی دریافت از موسسه های مالی
۱/۱۵	۱/۵۶	ارزیابی فرصت های واردات و صادرات
۰/۹۸	۱/۶۲	تعریف طبیعت ارتباط فروشنده و خریدار
۱/۰۵	۱/۶۳	ایجاد ارتباط با مشتری
۱/۲۷	۱/۶۲	ایجاد نظام های رکوردگیری مالی
۰/۹۳	۰۰/۱	تعیین اثربخشی هزینه های کارکنان
۱/۲۳	۱/۳۸	مهارت های رهبری
۱/۲۴	۱/۱۹	آشنایی با رکوردهای مالی روزانه
۰/۸۵	۰/۸۱	توسعه بودجه و نظارت بر آن
۱/۱۷	۱/۵۶	برآورد تجهیزات مورد نیاز طرح
۱/۲۷	۱/۱۲	جستجو برای دستیابی به اطلاعات بازار
۱/۱۳	۰/۸۷	ایجاد فرهنگ سازمانی
۱/۳۲	۱/۱۲	شناخت ماهیت رکوردهای تجاری
۱/۱۷	۱/۲۵	تعیین نیازهای بوم شناختی برای کسب و کار جدید

مدل کوادرانت نشان دادند که ۲۵ نیاز آموزشی در ربع ۱ مدل کوادرانت، بر ۵۶ اولویت اول در مدل نیاز سنجی بوریچ هماهنگ بوده و از بین ۲۴ موضوع آموزشی در ربع ۴ مدل کوادرانت و ۲ اولویت آخر مدل بوریچ (نمره اولویت آنها زیر دو بود) تنها یک نیاز مشترک وجود داشت. بنابراین با توجه به همسانی تقریبی نتایج به دست آمده از دو مدل، می توان نتیجه گرفت که اعضای هیات علمی و دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب کشور دارای دید یکسانی در مورد نیازهای آموزشی بوده و با هم در توافق می باشند.

همان گونه که پیش تر عنوان شد در مدل بوریچ موضوع هایی که نمره اولویت آنها بیشتر از ۴ باشد، نیاز آموزشی می باشند و در مدل کوادرانت نیز موضوع هایی که در ربع ۱ قرار می گیرند نیاز آموزشی خواهند بود.

از سوی دیگر در مدل بوریچ، موضوع هایی که نمره اولویت آنها زیر ۲ باشد نیاز آموزشی نمی باشند، هم چنین در مدل کوادرانت نیز موضوع هایی که در خانه ی ۴ قرار می گیرند نیاز آموزشی به شمار نمی آیند. با توجه به نمودار ۱ مقایسه نتایج به دست آمده از مدل بوریچ با نتایج به دست آمده از



میانگین = ۱/۳۲

نمودار ۱- مدل کوادرانت نیازهای آموزشی دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب کشور

تفاوت نمره اهمیت و صلاحیت از دید اعضای هیات علمی

بحث و نتیجه گیری

یکی از مهم ترین مشکل هایی که بازدارنده ی آغاز فعالیت های کارآفرینانه و یا مانع ادامه ی موثر آن می شود مجهز نبودن افراد به مهارت های مدیریتی کارآفرینی است. بسیار دیده می شود که فعالیت های کسب و کار از سوی کارآفرینان آغاز می شود، اما متأسفانه ادامه آن با دشواری روبرو می شود زیرا ادامه و پایداری یک فعالیت کارآفرینی نیازمند مهارت های مدیریتی از جمله مدیریت راهبردی، مدیریت بحران، مدیریت خطر، مدیریت پروژه، مدیریت منابع انسانی و مدیریت بازار می باشد که بسیاری از کارآفرینان در این زمینه آموزش ندیده اند.

در این پژوهش به بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه مدیریت کارآفرینی پرداخته شد. اولویت بندی نیازهای آموزشی دانشجویان با استفاده از مدل بورپیچ نشان داد که اولویت اول شامل ایجاد تولید و خدمات جدید بود. این نتیجه با نتیجه ی تحقیق کوکس (۲۰۰۲)، هم سومی باشد. لازمه ی ایجاد تولید و خدمات جدید، نوآوری می باشد. بنابراین داشتن خلاقیت و ابتکار برای دانشجویان برای ایجاد دیدگاه های نو امری ضروری است. در عصر فراصنعتی یا اطلاعات، شتاب تغییر و دگرگونی ها بسیار بالا بوده و در این دوره، اهمیت نیروی انسانی خلاق از هر دوره دیگری بیشتر احساس می شود تا بتواند با تفکر واندیشه خود، به خلاقیت و کارآفرینی بپردازد. بنابراین، گنجاندن برنامه ی درسی خلاقیت و کارآفرینی در برنامه ی درسی کشاورزی پیشنهاد می شود. این نتیجه در راستای نتیجه ی تحقیق محمدی (۱۳۸۸)، می باشد که اظهار می دارد، قراردادن برنامه درسی خلاقیت و کارآفرینی در پرورش ویژگی های خلاق و کارآفرین در دانشجویان دانشکده ی فنی و حرفه ای موثر بوده است.

هم چنین برنامه درسی باید بر پایه ی یادگیری مشارکت محور باشد که موجب شود توان تخیل، تفکر و ابتکار دانشجویان فعال شود (هیگز، ۲۰۰۷). در حالی که برنامه درسی در ایران بیشتر شامل انتقال اطلاعات آماده به دانشجویان می باشد و یادگیرندگان، منفعل بوده و جریان انتقال اطلاعات به صورت یک سویه می باشد، در نتیجه قوه خلاقیت دانشجویان فعال نشده و تولید دانش رخ نمی دهد. استفاده از شیوه های تدریس گوناگون مانند روش

بارش مغزی و حل مساله در افزایش خلاقیت در دانشجویان موثر خواهد بود. به عنوان مثال جانباز فریدونی (۱۳۸۸)، به این نتیجه دست یافت که آموزش مهارت حل مساله در افزایش خلاقیت دانش آموزان موثر بوده است.

بر پایه ی مدل بورپیچ، اولویت دوم شامل تدوین طرح تجاری بود. داشتن مهارت تدوین طرح تجاری از آن جهت، دارای اهمیت می باشد که دانشجویان را با همه ی جزییات راه اندازی کسب و کار جدید آشنا می کند. امروزه متأسفانه تدوین طرح های تجاری توسط افراد کارآموده در بازار افزایش یافته و حتی افرادی هم که تصمیم به دریافت وام برای راه اندازی کسب و کار گرفته اند، برای تدوین طرح کسب و کار خود به این افراد مراجعه می کنند.

بنابراین، یکی از مهارت های اساسی در زمینه ی آموزش کارآفرینی تدوین طرح تجاری است. تدوین طرح تجاری یکی از مشهورترین روشهای تدریس است (ردفورد، ۲۰۰۶). هونینگ (۲۰۰۴)، دریافت که در میان ۱۰۰ دانشگاه ایالت متحده آمریکا ۷۸ دانشگاه توجه خاصی به تولید طرح های تجاری داشته اند. برای تدوین طرح تجاری، دانشجویان اطلاعات مرتبط به ایجاد یک کسب و کار جدید را گردآوری و خلاصه می کنند.

در واقع تدوین طرح تجاری، ساختاری را ایجاد می کند که به دانشجویان کمک می کند تا بر روی حیطه ی خاصی از دانش متمرکز شده و به آنان اجازه تفکر آزاد می دهد (هونینگ، ۲۰۰۴). اولویت سوم بر پایه ی مدل بورپیچ، شامل تعیین بخش های مختلف بازار بود. این یافته با نتایج تحقیق سولومن (۲۰۰۵)، و الن (۲۰۰۱)، همسو می باشد که اظهار می دارند که بازاریابی باید در دوره های آموزش کارآفرینی گنجانده شود.

یافته های به دست آمده از مدل کوادرانت نشان دادند که از ۲۵ نیاز موجود در خانه ی یک مدل کوادرانت، سه نیاز در مقوله ی مدیریت مالی قرار گرفتند. مدیریت مالی شامل حسابداری، مدیریت بودجه و ... می باشد که جزو مسائل روزمره ای است که هر کارآفرینی با آن سروکار دارد، لذا توجه به درس های مدیریت مالی و لحاظ کردن آن در برنامه ی درسی کارآفرینی موجب بر طرف کردن یکی از نیازهای آموزشی دانشجویان در رابطه با کارآفرینی خواهد شد.

در میان نیازهای خانه یک مدل کوادرانت، دو نیاز در

نیاز در مقوله مدیریت راهبردی بود. این یافته با یافته به دست آمده از پژوهش اسپریگر و راد (۱۹۹۷)، در یک سو می باشد. در پژوهش وی که با هدف تعیین مهارت ها و دانش های مورد نیاز دانش آموختگان رشته ارتباطات کشاورزی دانشگاه فلوریدا برای موفقیت حرفه ای انجام شد، دانش آموختگان و آموزشگران به آموزش مباحث مدیریت تاکید داشتند.

مقایسه نتایج به دست آمده از مدل بوریچ با نتایج به دست آمده از مدل کوادرانت در دانشکده های کشاورزی نشان داد که اعضای هیات علمی و دانشجویان دارای دید یکسانی در مورد نیازهای آموزشی بوده و با هم در توافق می باشند که این مساله گویای شناخت درست اعضای هیات علمی از نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی می باشد. لذا با توجه به یافته های به دست آمده از پژوهش پیشنهادهای زیر مطرح می شود:

۱. پیش از گنجاندن و طراحی برنامه درسی کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی، باید نیازسنجی آموزشی انجام شود، زیرا چنانچه دوره ها و برنامه های آموزش کارآفرینی بر پایه ی نیازها و انتظارات دانشجویان باشد، موفقیت آینده شغلی آنان بیشتر خواهد بود. بنابراین برنامه ریزان باید از برنامه ریزی در پشت درهای بسته پرهیز کرده و کمیته های مشاوره را برای دانشجویان ایجاد کنند و محیط مشارکت را در دانشگاه تقویت کنند (حمد حیدری و همکاران، ۲۰۰۷). با تشکیل کمیته های مشاوره می توان نیازسنجی آموزشی انجام داد و نیازها و گرایش های دانشجویان و نیز نیازهای بازار کار را شناسایی کرده و برنامه درسی را متناسب با نیازها طراحی نمود.

۲. چنانچه نیازسنجی علاوه بر دیدگاه دانشجویان بر پایه ی دیدگاه اعضای هیات علمی نیز باشد هم نیازهای محسوس و هم نیازهای غیر محسوس دانشجویان در نظر گرفته شده و برآورد نیازها با دقت بیشتری انجام خواهد شد، لذا استفاده همزمان از دو مدل نیازسنجی بوریچ و کوادرانت در نیازسنجی پیشنهاد می شود.

۳. بنابر نتایج به دست آمده از پژوهش، باید در برنامه ی آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی، درس های مدیریت لحاظ شود، زیرا توجه هر چه بیشتر به مقوله های مدیریتی در آموزش کارآفرینی، آمادگی دانشجویان را برای آغاز و حفظ

مقوله مدیریت منابع انسانی قرار گرفت. اگرچه کارآفرینی می تواند به صورت فردی نیز تحقق پذیرد، اما بیشتر فعالیت های کارآفرینی به صورت جمعی بوده و نیاز به مدیریت قوی دارد. یکی از جنبه های مدیریتی، مدیریت منابع انسانی می باشد.

این نوع مدیریت باعث می شود که افراد شاغل در یک سازمان کارآفرینی، احساس تعلق بیشتری به مجموعه کرده و نسبت به انجام بهینه ی فعالیت های خود، احساس مسئولیت و تعهد بیشتری کنند. بنابراین گنجاندن واحد درسی در زمینه مدیریت منابع انسانی در بین درس های کارآفرینی امری ضروری به نظر می رسد.

در میان نیازهای خانه یک مدل کوادرانت، دو نیاز در مقوله مدیریت اطلاعات و شش نیاز در مقوله مدیریت بازار قرار گرفت. مدیریت بازار برای تعیین نیازها، خواسته ها، انتظارات و رضایت مشتری و نیز ایجاد تولیدات، خدمات و دیدگاه های جدید می باشد. کارآفرینی هنگامی می تواند سودآور و موثر باشد که با توجه به شرایط موجود اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مشتریان بوده و با خواسته ها و نیازهای آنان هماهنگ باشد، در غیر این صورت فروش کالاها و خدمات تولید شده با دشواری روبرو خواهد شد.

به این ترتیب، گنجاندن این واحد درسی در میان درس های رشته کارآفرینی سودمند می باشد. این نتیجه با یافته های تحقیق سولومن (۲۰۰۵)، در یک سو می باشد. سولومن (۲۰۰۵)، اظهار می دارد، دوره های آموزش کارآفرینی شامل کلاس های تلفیقی بازاریابی، امور مالی، توسعه محصولات جدید و فناوری می باشد، هم چنین بر پایه ی نتایج تحقیق ردفور (۲۰۰۶)، مدیریت و تجزیه و تحلیل بازار در برنامه درسی کارآفرینی در پرتغال در اولویت سوم قرار گرفت.

در میان نیازهای خانه ی یک مدل کوادرانت، سه نیاز در مقوله مدیریت خطر قرار گرفت. مدیریت خطر در فرایند کارآفرینی امری بسیار مهم بوده و کارآفرینان را در برابر شرایط پیش بینی نشده ی محیط تجهیز می کند، هم چنین آنان را قادر می سازد که تهدیدات را به فرصت تبدیل کنند. لذا گنجاندن واحدهای درسی در زمینه مدیریت خطر در بین درس های کارآفرینی پیشنهاد می شود. در میان نیازهای خانه یک مدل کوادرانت، شش

کسب و کار جدید افزایش خواهد داد. مدیریت راهبردی و مدیریت بازار بوده است، بنابراین توجه بیشتر به این گونه درس ها در برنامه آموزش کارآفرینی لازم و کوادرانت، عمده نیازهای آموزشی دانشجویان در دو مقوله ی

منبع ها

جانباز فریدونی، ک. (۱۳۸۸). بررسی اثربخشی مهارت های حل مساله برای ارتقای خلاقیت دانش آموزان. مقالات اولین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران. عزیزی، ب. (۱۳۸۵). نقش آموزش و توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی. جهاد، ش ۲۷۴. محمدی، ع.، منفردی جعفر بیگی، م. (۱۳۸۸). بررسی قابلیت های خلاقیت و کارآفرینی در دانشجویان دانشکده فنی و حرفه ای شهر شیراز. مقالات اولین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران.

Ashmore, C. (2004) Consortium for Entrepreneurship Education, National Standards for Entrepreneurship Education. Email: cashmore@entre-ed.org.

Borich, G.D. (1980). A Need Assessment Model for Conducting flow- up Studies. The Journal of Teacher Education. 31(3):39-42.

Brockhaus. et al. (2001). Entrepreneurship Education – a global view. Ash Gate, Burlington, VT.

Cox, L. W., Mueller, S. L. and Moss, S. E. (2002). The impact of entrepreneurship education on Entrepreneurial Self- efficacy. International Journal of Entrepreneurship Education, 1(2), 229-247.

Ellen, J. Kennedy, Leigh Lawton and Erika Walker (2001). The Case for Using Live Cases: Shifting the Paradigm in Marketing Education. Journal of Marketing Education, 23:145.

Fiet, J. O. (2000). The Theoretical Side of Teaching Entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 16(1): 1-24.

Gable, R. K., Pechone, R. L., and Gillung, T. B. (1981). A Need Assessment Model for Establishing Personnel Training Priorities. Teacher Education and Special education.

Gibb, A. (1998). Entrepreneurship and Small Business Management: Can we afford to neglect them in the twenty first century business school? British Academy of Management.

Hamdhaidari, SH., Hossein Agahi and Abdul Hamid Papzan (2007). Teaching and Learning Participation in the College of Agriculture at Razi University, Iran. Quality in Higher Education. 13(2):131-143.

Hicks, O. (2007). Curriculum in Higher Education in Australia- Hello? Enhancing Higher Education, Theory and Scholarship Proceedings of the 30th Herdsa Annual Conference, 8-11 July 2007, Adelaide, Australia.

Honig, B. (2004) Entrepreneurship Education: Toward a Model of Contingency- Based Business Planning. Academy of Management Learning and Education. 3(3):258-273.

Hosseini, M., Kalantari, KH. and Eskandari, F. (2008). The Role of Iranian Higher Agricultural Education System on Entrepreneurial Success of its Graduates: Some Policy Implications for Entrepreneurship Education. American –Eurasian J. Agric. & Environ. Sci., 3(3):394-402.

Kaffman Center (2001). The Growth and Advancement of Entrepreneurship in Higher Education:

An Environmental scan of college initiatives. Prepared by Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership staff, winter 2001.

Korhonen- Yrjanheikki K., T. Tukiainen, M. Takala. (2007). New Challenging Approaches to Engineering Education: Enhancing University-industry- co-operation. *European Journal of Engineering Education* 32(2): 167-179.

Krejcie, Robert V., and Daryale W. Morgan (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3): 607-610.

Papayannakis, I., Kastelli, D. Damigos and G. mavrotas (2007). Entrepreneurship education in Greece: Experience and challenges for a technical University. Paper prepared for the DIMI- LIEE/ NTUA Athens Conference, November 30th – December 1st.

Parcell, J. and Sykuta, M. (2003). Undergraduate Perceptions of the Need for an Agricultural Entrepreneurship curriculum. Selected Paper Prepared for Presentation at the Western Agricultural Economics Association Annual Meeting, Denver, Colorado, June 13-16.

Rasmussen, E. A. and R. Sorheim (2006). Action-based Entrepreneurship Education. *Technovation*. 26: 185-194.

Redford, Dana T. (2006). Entrepreneurship Education in Portugal: 2004/2005 National Survey. *Comportment Organizational EGESTAO*. 12 (1): 19-41.

Solomon, G. (2005). 2004-2005 National Survey of Entrepreneurship Education in the United States. Paper presented at OECD conference fostering entrepreneurship, Trento, Italy.

Sprecker, K.J. and R.D. Rudd. (1997). Opinions of Instructor, Practitioners, and Alumioncerning Curricular Requirements of Agricultural Communication Student at the University of Florida. *Journal of Teacher Education*, 9(2): 120-131.

UNESCO (2003). *World Declaration Higher Education for 21st Century: Vision and Action*, available at: [www. Cepes. Ro/hed/meeting/gelsenkivchen/pdf](http://www.Cepes.Ro/hed/meeting/gelsenkivchen/pdf).

Witkin, B.R. (1984). *Assessing Need in Educational and Social Programs*. Sanfran cisco, CA: Jossey- Bass Inc.

Entrepreneurship Management Educational Needs of Agricultural Students at Faculties of Agriculture, West of Iran

Kh. Khaledi¹, H. Agahi², F. Eskandari³

1- Post Graduate student, Agricultural Extension and Education, Tarbiat Modares University, Iran.

2- Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Razi University, Iran.

3- Assistance professors, Department of Agricultural Extension and Education, Kurdistan University, Iran.

Abstract

Skills and information presented by formal agricultural education for successful performance of agricultural graduates at work are insufficient; therefore one of the basic changes in educational programs of agricultural universities is entrepreneurship education program to be included in the curriculum. Entrepreneurship education should be designed based on the educational needs of students. Need assessment causes proportion of educational needs and educational programs. Accordingly, the purpose of this study was to determine educational needs of agricultural students in relation to entrepreneurship management as perceived by agricultural faculty members, as well as, by students of agricultural faculties in the West of Iran using Borich Need Assessment model and Quadrant Analysis. The statistical population consisted of agricultural faculty members and students of agricultural faculties in the West of Iran. Using ranking random sampling, 200 students and 50 faculty members were selected using krejcie and morgan table. This study is conducted in 2 phases, in the first phase of the study, educational needs of the students identified as perceived by them using questionnaire. Result revealed 56 educational topics with high priority were the educational needs. The top three needs were new idea creation of production and services, development of business plan and determination of several market sectors. In the second phase of the study, Quadrant Analysis was conducted in order to identify common needs as perceived by faculty members and students. Quadrant analysis revealed that most educational needs prioritized by students were also ranked high by faculty members.

Index Terms: Agricultural entrepreneurship, entrepreneurship education, educational needs, agricultural students.

Corresponding Author: Kh. Khaledi

Email: sahar.kh61@gmail.com

Received: 4/1/2014 ; **Accepted:** 15/10/2014