

عنوان:

تبیین نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه وظایف تجاری کارآفرینی با استفاده  
از مدل نیاز سنجی بوریج و مدل تجزیه و تحلیل کوادرنانت از دیدگاه اساتید  
ودانشجویان کشاورزی غرب کشور

نویسنده گان:

خوشقدم خالدي<sup>1</sup> - دانشجوي کارشناسي ارشد ترويج و آموزش کشاورزي دانشگاه رازي  
حسين آگهي - دانشيار گروه ترويج و آموزش کشاورزي دانشگاه رازي  
مکاتبه: کرمانشاه، دانشگاه رازي، دانشکده کشاورزي، گروه ترويج و آموزش کشاورزي،  
تلفن : ۰۸۳۱-۸۳۲۳۷۳۲

---

<sup>1</sup> Email: sahar.kh61@gmail.com

## چکیده

مهارت ها و دانشی که توسط آموزش رسمی ایجاد می شود برای عملکرد موفقیت آمیز در بازار کار ناکافی می باشد، بنابراین یکی از تغییرات اساسی در برنامه های آموزشی دانشگاه، گنجاندن برنامه آموزش کارآفرینی در بین واحد های درسی می باشد. یکی از چالش های آموزش کارآفرینی، چالش در محتوای آموزشی می باشد که مورد توافق همگان نبوده و چارچوب مشخصی برای آن وجود ندارد. بنابراین به منظور آموزش کارآفرینی، بایستی تلاش نمود تا نیاز های آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی شناسایی شود. لذا هدف از این پژوهش، تبیین نیاز های آموزشی دانشجویان در زمینه وظایف تجاری کارآفرینی از دیدگاه اساتید و دانشجویان کشاورزی غرب کشور با استفاده از مدل نیازسنجی بوریچ و مدل تجزیه و تحلیل کوادرنانت بود. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) حجم نمونه دانشجویان ۲۰۰ نفر و حجم نمونه اساتید 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 نیاز های آموزشی دانشجویان از دیدگاه خود آنان با استفاده از مدل بوریچ تعیین گردید. نتایج نشان داد که ۵۶ موضوع آموزشی، دارای بالاترین اولویت بوده و نیازهای آموزشی را تشکیل دادند. ۳ اولویت اول به ترتیب شامل ایجاد ایده تولیدات و خدمات جدید، تدوین طرح تجاری و تعیین بخش های مختلف بازار بود. در مرحله دوم با استفاده از مدل کوادرنانت به تبیین نیاز های مشترک از هر دو دیدگاه اساتید و دانشجویان پرداخته شد و نتایج نشان داد که اکثر نیازهای آموزشی از دیدگاه اساتید و دانشجویان با یکدیگر تطابق دارد. در نهایت توصیه هایی برای محتوای آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها ارائه شده است.

**کلمات کلید:** کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، نیازهای آموزشی، دانشجویان کشاورزی.

## مقدمه

در شرایط حاضر که مشکل بیکاری دانش آموختگان آموزش عالی در بسیاری از کشورها مساله ای بگرنج تلقی می شود، دولت های ملی و سازمان های بین المللی اعتقاد دارند که دیدگاه و استراتژی کارآفرینانه در آموزش عالی به مثابه نوعی مداخله گری برنامه ریزی شده، می تواند کمک بسیار شایانی به توسعه اقتصادی کشورها و حل مساله بیکاری جامعه از جمله بیکاری فارغ التحصیلان آموزش عالی نماید. به نحوی که امروزه صحبت از الگوی توسعه مبتنی بر کارآفرینی است (احمد پور داریانی، ۱۳۸۳).

نقش آموزش عالی کشاورزی در بهبود کمیت و کیفیت محصولات کشاورزی با توجه به رشد جمعیت، اهمیت توجه به کارآفرینی در این بخش را دوچندان ساخته است.

توجه به کارآفرینی در بخش کشاورزی از آن جهت حائز اهمیت می باشد که این بخش، یکی از بخش های اقتصادی مهمی است که با توجه به شرایط موجود جهانی، ناگزیر باید برای مقابله با چالش های اشتغال در کشور باید از آن مدد گرفت زیرا بخش کشاورزی دارای فرصت های بالقوه زیادی برای انجام فعالیت های کارآفرینی می باشد. بنابراین توجه به کارآفرینی در بخش کشاورزی بسیار ضروری می باشد. برای سوق دادن دانشجویان به سمت کارآفرینی و تربیت افراد کار آفرین در آینده، ایجاد و توسعه برخی ویژگی ها، توانایی ها و مهارت ها ضروری به نظر می رسد (عزیزی، ۱۳۸۵) که از طریق آموزش کار آفرینی امکان پذیر می باشد. نتایج تحقیقات حسینی (۲۰۰۸) نشان داد که نظام آموزش عالی در ایران نقش مهمی در ایجاد مهارت های مورد نیاز کارآفرینی ندارد زیرا علی رغم تعداد زیاد فارغ التحصیلان کشاورزی، تقاضای بخش های مختلف اقتصادی کشور به نیروی انسانی ماهر و متخصص برآورده نمی شود. این مساله به این علت می باشد که دانشگاه ها غالباً دانش محور هستند، بدان معنا که دانشجوی طی سالهایی که در دانشگاه حضور دارد، بیشتر دانش تخصصی در یک حوزه را کسب می کند و توجه کمتری به کسب مهارت های کارآفرینی می شود. اما اکنون با توجه به تغییراتی که در محیط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بوجود آمده است، به نظر می رسد تنها برعهده گرفتن این رسالت توسط دانشگاه ها کافی نباشد.

سازمان یونسکو (۲۰۰۳) دانشگاه های نوین را اینگونه توصیف کرده است: جایگاهی که در آن مهارت های کارآفرینی به منظور تسهیل قابلیت های دانش آموختگان و تبدیل شدن آنان به مولدان کار، توسعه می یابد. علی رغم این مساله متاسفانه در زمینه آموزش کار آفرینی در دانشگاه ها فعالیت های منظم و مدونی شکل نگرفته است. بنابراین به دلیل تغییرات بنیادی در نیاز های بازار کار، آموزش عالی کشاورزی ناچار به ایجاد تغییراتی در راهبردها، اهداف نظام آموزشی، روش ها و موضوعات آموزشی است، زیرا آموزش های عمومی، آمادگی لازم جهت مدیریت کسب و کار جدید را فراهم نمی آورد (هولتز، ۲۰۰۰).

مهارت ها و دانشی که توسط آموزش رسمی ایجاد می شود از دیدگاه بسیاری از کارآفرینان برای عملکرد موفقیت آمیز در شرایط واقعی بازار کار ناکافی می باشد و ممکن است حتی موجب سرکوب شدن ویژگی های کارآفرینانه شود (موسسه تحقیقات و برنامه ریزی آموزش عالی، ۲۰۰۶ و وزارت علوم ایران، ۲۰۰۶). بنابراین یکی از تغییرات اساسی در برنامه های آموزشی دانشگاه، گنجانیدن برنامه آموزش کارآفرینی در بین واحدهای درسی دانشگاهی می باشد که با چالش های فراوانی روبرو است. یکی از چالش های آموزش کارآفرینی، چالش در محتوا و شیوه های آموزش کارآفرینی می باشد. محتوای آموزش کارآفرینی مورد توافق همگان نمی باشد و چار چوب مشخصی برای آن وجود ندارد. در شرایط حاضر، برنامه های درسی آموزش عالی در ایران، تعریف مشخصی از محتوای آموزش کارآفرینی ندارد و مهارت های مورد نیاز برای آموزش کارآفرینی در این سیستم

مشخص نشده است. بنابراین به منظور آموزش کارآفرینی، بایستی تلاش نمود تا نیاز های آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی شناسایی شود.

گیب به عنوان یکی از باتجربه ترین صاحب نظران در زمینه آموزش کارآفرینی، عقیده دارد که 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 کاملاً بیگانه هستند، لذا یک برنامه جامع آموزش کارآفرینی باید تمامی نیاز های آموزشی را تحت پوشش قرار دهد (گیب، ۱۹۹۸). لذا هدف کلی این پژوهش، تبیین نیاز های آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی از دیدگاه اساتید و دانشجویان کشاورزی غرب کشور می باشد. دستیابی به این هدف کلی مستلزم تبیین اهداف اختصاصی زیر می باشد:

۱. تبیین نیازهای آموزشی دانشجویان با استفاده از مدل نیازسنجی بورپیچ از دیدگاه خود آنان
۲. تبیین نیازهای مشترک از هردو دیدگاه اساتید و دانشجویان با استفاده از مدل تجزیه و تحلیل کوادرنات
۳. مقایسه نتایج حاصل از مدل بورپیچ با نتایج حاصل از مدل کوادرنات

### پیشینه نگاشته

دنیای امروز با تحولات سریع و شتابزده ای روبرو است که این تحولات بیش از هرچیز، حیطه ی آموزش را تحت تاثیر قرار می دهد، بدیهی است یک دانش آموخته هر قدر هم در رشته ی تخصصی خود کار آزموده و ماهر باشد، در صورت عدم فهم پیچیدگی حاکم بر نظام اقتصادی و شرایط کنونی موفقیت چندانی نخواهد داشت (بولتن کار آفرینی، ۱۳۸۳). در دنیای در حال تحول امروز، جامعه و سازمانی می تواند در مسیر توسعه، حرکت رو به جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بستر های لازم، منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آنها با استفاده از توانمندی های خود، سایر منابع جامعه و سازمان ها را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند. تغییر جایگاه دولت ها، سازمان ها و اشخاص مشخص می کند که امروزه جامعه نیاز به افرادی با مهارت های کارآفرینانه دارد که آنها را قادر سازد با چالش های زندگی جهان امروز کنار بیایند. بنابر این می توان نتیجه گیری نمود که نیاز به آموزش کارآفرینی در هر جامعه ای امری ضروری است (هنری هیل و لیچ ۲۰۰۳).

اسکندری (۱۳۸۵) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که علی رغم مهم بودن آموزش کارآفرینی در موفقیت کارآفرینانه، چندان برنامه مدون و نظام مندی در محیط پیرامون کسب و کارها به منظور آموزش دادن افراد علاقه مند وجود ندارد لذا گنجانیدن آموزش های ذکر شده در نظام آموزش دانشکده های کشاورزی و منابع طبیعی لازم است آموزش کارآفرینی می تواند شامل مدیریت، بازاریابی، امور مالی و حسابداری و... باشد و هنوز چارچوب مشخص و مورد تفاهمی برای آن وجود ندارد (بروکهایس، ۲۰۰۱؛ فیت، ۲۰۰۱).

بر اساس الگوهای کارآفرینی بارون (۲۰۰۲) و کارتون و همکاران (۱۹۹۸) می توان فرایند کارآفرینی را به سه مرحله مجزا تقسیم کرد: مرحله اول را قبل از راه اندازی و مرحله دوم را مرحله شروع و مرحله سوم را مرحله توسعه کسب و کار یا مرحله بعد از راه اندازی نامیده اند (لئون، جی. ای. ام، ۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی را می توان بر اساس عناصر سه گانه فرایند کارآفرینی بنیان نهاد. در این آموزشها باید محتوا و ابزار آموزش برای هر یک از عناصر سه گانه فرایند کارآفرینی، به طور مشخص و مجزا انتخاب شوند و هدف اصلی آموزش ها، آماده سازی افراد برای راه اندازی کسب و کار باشد (همان).

شارع پور (۱۳۸۱) در تحقیق خود به لزوم برخی از توانمندی های عمومی در دانشجویان همه رشته های آموزش عالی اشاره کرده است. این توانمندی ها، جدای از دانش تخصصی دانشجویان، به آنها امکان می دهد تا در شرایط تغییر پذیر دنیای معاصر و بازار کار بتوانند با بهره گیری مناسب از توان تخصصی، خود را با شرایط تطبیق دهند و به بهترین شکل، نیاز سازمان های اقتصادی را برآورده سازند. این شایستگی ها عبارتند از: ۱. قابلیت جمع آوری، سازماندهی و تجزیه و تحلیل اطلاعات، ۲. توانایی بهره گیری از زبان های خارجی، ۳. آشنایی با ابزار های تولید و اشاعه دانش، ۴. قابلیت استفاده از تکنولوژی، ۵. توانایی برقراری ارتباط و تبادل اطلاعات، ۶. قابلیت بررسی و پذیرش عقاید مختلف، ۷. فهم فرهنگی، ۸. توانایی حل مساله، ۹. توانایی محلی اندیشی، قابلیت برنامه ریزی و سازماندهی فعالیت ها، ۱۰. فعالیت تفکر انتقادی و ۱۱. قابلیت انجام کار گروهی.

ظهیری (۱۳۸۷) اظهار می دارد که دوره های آموزش کارآفرینی که می توان به صورت نظری یا کارگاهی برگزار کرد شامل: مبانی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری، روشهای خلاقیت، روش تهیه و تدوین طرح کسب و کار، مراحل راه اندازی کسب و کار، روشهای تامین منابع، بازاریابی و فروش کالاها، کارآفرینی درون سازمانی، بازار سنجی و مطالعه بازار، موارد قانونی برای تاسیس شرکت، اصول و فنون مذاکره و ارزیابی اقتصادی پروژه ها می باشد. در مطالعه ای که در سال ۱۹۸۲ در دانشگاه بابلور<sup>۲</sup> بر روی دانشجویان رشته کارآفرینی صورت گرفت، ارزیابی دانشجویان از دروس رشته کارآفرینی این بود که باید بیشترین تاکید بر روی دروس مالی شود. دومین رشته ای که به نظر آنها باید بیشتر مورد تاکید قرار گیرد، درس مدیریت بود. علاوه بر اینها دروس روابط انسانی و بازاریابی نیز از نظر دانشجویان دارای اهمیت ویژه ای است.

کشور های عضو کنسرسیوم بین المللی آموزش کارآفرینی به تدوین یک الگوی بین المللی آموزش کارآفرینی پرداخته اند. بر اساس این الگو، آموزش کارآفرینی شامل آموزش در زمینه "مهارت های کارآفرینی"، "مهارت های آمادگی" و "وظایف تجارت" می باشد. در این پژوهش از پرداختن به کلیه زمینه های آموزش کارآفرینی اجتناب نموده و به بررسی نیاز های آموزشی دانشجویان در زمینه وظایف تجاری کارآفرینی پرداخته می شود که متغیرهای تبیین کننده آن شامل ۱. مدیریت مالی، ۲. مدیریت منابع انسانی، ۳. مدیریت اطلاعات، ۴. مدیریت بازار، ۵. مدیریت عملیات، ۶. مدیریت ریسک، ۷. مدیریت استراتژیک می باشد. در زیر به تعریف هر کدام از این متغیرها پرداخته می شود.

**مدیریت مالی:** درک مفاهیم مالی و ابزار های مورد استفاده در تصمیم گیری تجاری.

**مدیریت منابع انسانی:** درک مفاهیم، سیستم ها و استراتژی های مورد نیاز به منظور ایجاد انگیزه، آموزش و توسعه کار.

**مدیریت اطلاعات:** درک مفاهیم، سیستم ها و ابزار مورد نیاز برای دستیابی، نگهداری، ارزشیابی و انتشار اطلاعات برای تصمیم گیری.

**مدیریت بازار:** درک مفاهیم، فرایندها و سیستم های مورد نیاز برای تعیین نیازها، خواسته ها و انتظارات و رضایت مشتری و نیز ایجاد تولیدات، خدمات و ایده های جدید.

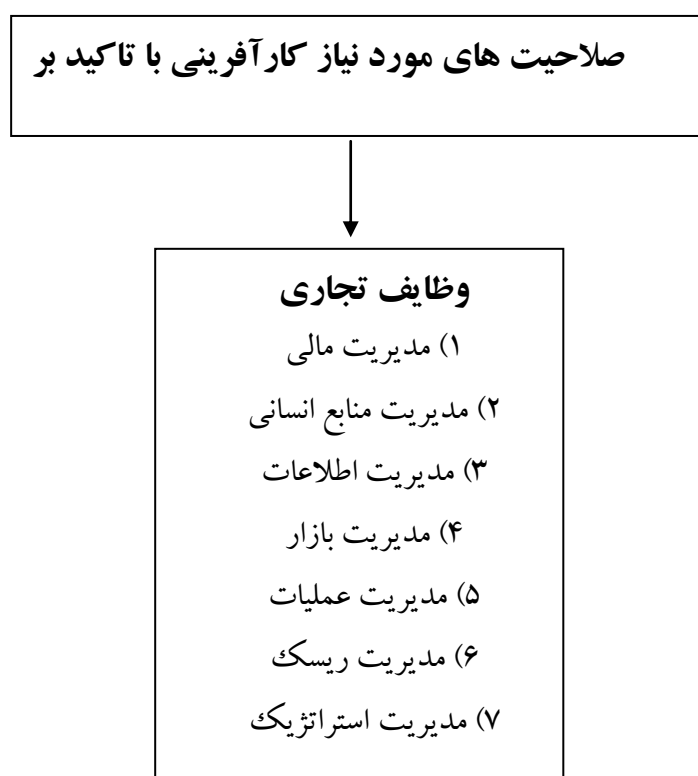
**مدیریت عملیات:** درک فرایندها و سیستم های بکار گرفته شده در تسهیل عملیات تجاری روزانه.

<sup>2</sup> Baulor

**مدیریت ریسک** : درک مفاهیم، استراتژی ها و سیستم هایی که در تجارت به کار گرفته می شود تا ضرر به حداقل برسد.

**مدیریت استراتژیک** : درک فرایندها، استراتژی ها و سیستم های مورد نیاز برای هدایت همه فعالیت های سازمان تجاری (استاندارد های کنسرسیوم آموزش کارآفرینی به نقل از آشمر، ۲۰۰۴). لذا چارچوب نظری این پژوهش به صورت زیر می باشد:

شکل ۱- چارچوب نظری تحقیق



### روش تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع پژوهش های کمی، از نظر هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان و اساتید کشاورزی غرب کشور (شامل استان های کرمانشاه، کردستان، ایلام، لرستان و همدان) تشکیل دادند. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) حجم نمونه دانشجویان ۲۰۰ نفر و حجم نمونه اساتید ۵۰ نفر برآورد شد و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای، اقدام به نمونه گیری شد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه مبتنی بر مدل بورچ بود. این پژوهش در دو مرحله انجام شد؛ نخست نیاز های آموزشی دانشجویان از دیدگاه خود آنان با استفاده از مدل بورچ (۱۹۸۰) تعیین گردید. برای این منظور پرسشنامه را در اختیار دانشجویان قرار داده و آنان میزان اهمیت

هریک از موضوعات آموزشی و نیز میزان صلاحیت خود را در رابطه با هریک از موضوعات مشخص نمودند. با استفاده از فرمول بوریچ، اولویت هریک از موضوعات آموزشی از دید دانشجویان مشخص شده و مرتب گردید. فرمول مدل بوریچ به صورت زیر می باشد:

اهمیت \* (صلاحیت - اهمیت) = نمره اولویت

در مدل بوریچ، موضوعات آموزشی که نمره اولویت آنها بالای ۴ باشد، نیازهای آموزشی را تشکیل می دهند. در مرحله دوم پرسشنامه در اختیار اساتید قرار گرفت و آنان میزان اهمیت هر یک از موضوعات آموزشی را برای دانشجویان و همچنین میزان صلاحیت دانشجویان را مشخص نمودند. سپس تفاوت نمره اهمیت و صلاحیت برای هریک از موضوعات آموزشی از دید اساتید محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها در مرحله دوم از مدل کوادرنات استفاده شد. مدل کوادرنات، یک مدل طبقه بندی است که توسط توسط گابل، پچيون و جیلانگ (۱۹۸۱) ارائه شده است. کاربرد این مدل صرفا در نیازسنجی آموزشی نیست بلکه دارای کاربردهای وسیعی در سایر زمینه های تجاری، مدیریتی و ... می باشد. در زمینه نیازسنجی آموزشی، فرض مدل کوادرنات این است که مخاطبان نیازسنجی (در این پژوهش دانشجویان) دارای دو دسته نیاز محسوس و غیر محسوس می باشند، که خود قادر به تشخیص نیازهای محسوس خود می باشند، اما تشخیص نیازهای غیر محسوس آنان باید توسط متخصصان (در این پژوهش اساتید) صورت گیرد.

در مدل کوادرنات، یک ماتریس دو در دو مورد استفاده قرار می گیرد که یک بعد آن، تفاوت نمره اهمیت و صلاحیت موضوعات آموزشی را از دید دانشجویان و بعد دوم آن، تفاوت نمره اهمیت و صلاحیت موضوعات آموزشی را از دید اساتید نشان می دهد. به عبارت دیگر تفاوت نمره اساتید بر روی محور X ها و تفاوت نمره دانشجویان بر روی محور Y ها قرار می گیرد و سپس مختصات هر نقطه یا به عبارتی موقعیت هریک از موضوعات 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 به ۴ ربع تقسیم می شود و در نهایت موضوعات آموزشی در این چهار ربع قرار می گیرند

ربع ۱: شامل اختلاف نمره ی اهمیت و مهارت بالا، هم برای دانشجویان و هم برای اساتید می باشد.

ربع ۲: شامل اختلاف نمره ی اهمیت و مهارت بالا، برای دانشجویان و اختلاف نمره ی اهمیت و مهارت پایین، برای اساتید می باشد.

ربع ۳: شامل اختلاف نمره ی اهمیت و مهارت پایین، برای دانشجویان و اختلاف نمره ی اهمیت و مهارت بالا، برای اساتید می باشد.

ربع ۴: شامل اختلاف نمره ی اهمیت و مهارت پایین، هم برای دانشجویان و هم برای اساتید می باشد. بدین ترتیب موضوعاتی که در ربع یک قرار می گیرند، اولویت های آموزشی را تشکیل می دهند. موضوعاتی که در ربع ۲ و ۳ قرار می گیرند، جزء اولویت های آموزشی نبوده ولی نیاز به تقویت دارند. موضوعاتی که در ربع ۴ قرار می گیرند، نیازی به آموزش ندارند (ویت کین، ۱۹۸۴).

### متغیرهای تحقیق و شاخص های تبیین کننده آنها

در جدول ۲ به تبیین شاخص های به کار گرفته شده برای سنجش هر یک از متغیرهای پژوهش پرداخته شده است.

جدول ۲- متغیرهای تحقیق و شاخص های تبیین کننده آنها

متغیرهای تحقیق	شاخص های تبیین کننده متغیرها
مدیریت مالی	- حسابداری - امور مالی - مدیریت بودجه
مدیریت منابع انسانی	- سازماندهی - کارگزینی - کارآموزی - ایجاد انگیزه - ارزیابی
مدیریت اطلاعات	- رکوردگیری - تکنولوژی - کسب اطلاعات
مدیریت بازار	- ایجاد تولیدات و خدمات - مدیریت اطلاعات بازار - قیمت گذاری - فروش
مدیریت عملیات	- سیستم های تجاری - مدیریت کانال های ارتباطی - خرید/تهیه
مدیریت ریسک	- ریسک های تجاری - ملاحظات قانونی
مدیریت استراتژیک	- برنامه ریزی - کنترل

### روایی و پایایی ابزار پژوهش

روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه با بهره گیری از نظرات اعضای هیات علمی دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی مورد تایید واقع شد. به منظور تعیین پایایی، پرسشنامه تدوین شده در بین ۲۰ نفر از افراد مشابه جامعه آماری مورد پیش آزمون قرار گرفته و سپس از طریق آزمون آلفای کرونباخ پایایی آن محاسبه گردید. ضرایب بدست آمده به تفکیک متغیرهای تحقیق نیز، دارای مقادیر بالایی بوده و بنابراین میزان پایایی ابزار تحقیق مورد تایید است (جدول ۱).

جدول ۱ - آلفای کرونباخ بخش های مختلف پرسشنامه

متغیرهای تحقیق	پرسشنامه
----------------	----------



ضریب روایی	تعداد گویه	
٪۷۸	۹	مدیریت مالی
٪۷۹	۱۰	مدیریت منابع انسانی
٪۸۲	۸	مدیریت اطلاعات
٪۸۱	۱۳	مدیریت بازار
٪۸۵	۹	مدیریت عملیات
٪۸۳	۹	مدیریت ریسک
٪۸۸	۸	مدیریت استراتژیک
٪۸۲/۲۸	۶۶	جمع

داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد و از آمارهای توصیفی مانند فراوانی، درصد و میانگین و نیز از مدل نیازسنجی بوریچ و مدل تجزیه و تحلیل کوادرنات استفاده گردید.

## نتایج

### ویژگی های فردی دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب کشور

بر اساس یافته ها ۵۸/۳ درصد دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب کشور را زنان و ۴۱/۷ درصد آنان را مردان تشکیل می دهند. از لحاظ مقطع تحصیلی، ۸/۳ درصد دانشجویان در مقطع دکتری، ۲۵ درصد در مقطع کارشناسی ارشد، ۵۰ درصد در مقطع کارشناسی و ۱۶/۷ درصد در مقطع کاردانی مشغول به تحصیل بودند.

از لحاظ رشته تحصیلی، ۶/۷ درصد دانشجویان در رشته تحصیلی ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۵ درصد در رشته زراعت و اصلاح نباتات، ۱۰ درصد در رشته علوم دامی، ۸/۳ درصد در رشته گیاهپزشکی، ۱۳/۳ درصد در رشته مهندسی آب، ۵ درصد در رشته توسعه روستایی، ۸/۳ درصد در رشته باغبانی، ۶/۷ درصد در رشته مکانیک ماشین های کشاورزی، ۳/۳ درصد در رشته اقتصاد کشاورزی، ۵ درصد در رشته خاکشناسی، ۶/۷ درصد در رشته تکنولوژی تولیدات دامی، ۶/۷ درصد در رشته بیوتکنولوژی و ۵ درصد در رشته تکنولوژی تولیدات گیاهی مشغول به تحصیل هستند.

### ویژگی های فردی و حرفه ای اساتید دانشکده های کشاورزی غرب کشور

بر اساس یافته ها، ۲۰ درصد اساتید دانشکده های کشاورزی را زنان و ۸۰ درصد آنان را مردان تشکیل داده است. از لحاظ مقطع تحصیلی، ۹۲/۹ درصد اساتید دانشکده های کشاورزی دارای مدرک تحصیلی دکتری و ۷/۱ درصد آنان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد هستند. از لحاظ وضعیت حرفه ای ۶/۷ درصد اساتید دانشکده های کشاورزی غرب کشور مربی، ۷۳/۳ درصد آنان استادیار و ۱۳/۳ درصد آنان دانشیار بودند. بر اساس یافته ها، ۲۰ درصد اساتید دانشکده های کشاورزی غرب کشور در کرمانشاه، ۱۳/۳ درصد آنان در کردستان، ۲۰ درصد آنان در ایلام، ۲۶/۷ درصد آنان در همدان و ۲۰ درصد آنان در لرستان تدریس می کردند. از لحاظ رشته تحصیلی،

۱۳/۳ درصد اساتید غرب کشور دارای رشته تحصیلی ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۳/۳ درصدزراعت و اصلاح نباتات، ۶/۷ درصد دامپروری، ۶/۷ درصد گیاهپزشکی، ۱۳/۳ درصد آبیاری، ۶/۷ درصد توسعه روستایی، ۶/۷ درصد ماشین آلات، ۱۳/۳ درصد خاکشناسی، ۶/۷ درصد اقتصاد، ۶/۷ درصد باغبانی و ۶/۷ درصد منابع طبیعی می باشند.

### تبیین نیازهای آموزشی دانشجویان با استفاده از مدل بوریچ از دیدگاه خود آنان

با توجه به جدول ۵، یافته های حاصل از مدل بوریچ نشان داد که نمره اولویت ۵۶ موضوع آموزشی بالاتر از ۴ بوده و نیازهای آموزشی محسوب می شوند که اولویت ۱ تا ۵۶ را در جدول در برمی گیرد (جدول ۵). 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 ریسک و ۶ نیاز در مقوله مدیریت استراتژیک می باشد.

جدول ۵- اولویت بندی نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب کشور

اولویت	نمره اولویت	تفاوت نمره اهمیت و صلاحیت	موضوعات آموزشی
۱	۱۳/۸۶	۲/۸۰	ایجاد ایده تولیدات و خدمات جدید
۲	۱۰/۳۶	۲/۳۵	تدوین طرح تجاری
۳	۹/۴۲	۲/۰۸	تعیین بخش های مختلف بازار
۴	۹/۳۲	۲/۲۲	ایجاد رویه عملیاتی برای اجرای طرح
۵	۸/۵۹	۲/۰۲	تولید کالاها و خدمات جهت رفع نیازهای مشتری
۶	۸/۵۰	۱/۹۵	انجام تجزیه و تحلیل بازار
۷	۸/۳۰	۲/۰۰	کاربرد تکنیک های بهبود کیفیت
۸	۷/۸۳	۱/۸۶	شناخت مسائل قانونی موثر بر تجارت
۹	۷/۸۰	۱/۷۸	انتخاب بازارهای هدف
۱۰	۷/۶۲	۱/۸۱	آشنایی با قوانین کار
۱۱	۷/۰۶	۱/۶۵	تعیین اهداف شرکت
۱۲	۷/۰۳	۱/۶۵	ایجاد ماموریت تجاری
۱۳	۶/۹۴	۱/۶۱	پیش بینی درآمد فروش
۱۴	۶/۹۴	۱/۶۱	انجام تجزیه و تحلیل رقابت
۱۵	۶/۹۳	۱/۶۰	انجام تجزیه و تحلیل SWOT
۱۶	۶/۶۶	۱/۴۳	تخمین منابع مالی مورد نیاز برای شروع کسب و کار
۱۷	۶/۵۶	۱/۵۵	آشنایی با اصول حسابداری
۱۸	۶/۵۴	۱/۵۲	ایجاد اهداف مالی
۱۹	۶/۵۳	۱/۴۸	مدیریت جریان پول
۲۰	۶/۵۲	۱/۵۰	مدیریت هزینه و توسعه راه های کاهش آن
۲۱	۶/۴۵	۱/۴۵	تعریف وظایف کاری
۲۲	۶/۳۴	۱/۶۰	تعیین راه های پیشگیری از ضرر
۲۳	۶/۲۹	۱/۵۵	تعیین انگیزه های خرید مشتری برای استفاده در فروش

۲۴	۶/۰۷	۱/۳۷	ایجاد استراتژی هایی جهت کاهش مالیات
۲۵	۶/۰۷	۱/۳۷	ایجاد برنامه سازماندهی پرسنل
۲۶	۵/۹۶	۱/۳۴	تعیین میزان اختیار و مسئولیت کارکنان
۲۷	۵/۸۲	۱/۳۷	آشنایی با اصول کارگزینی کارکنان
۲۸	۵/۷۴	۱/۳۵	شناخت راه های تاثیر تکنولوژی بر تجارت
۲۹	۵/۷۳	۱/۳۳	مهارت های رهبری
۳۰	۵/۷۲	۱/۳۰	تشویق کارگروهی
۳۱	۵/۶۸	۱/۳۲	شناخت ماهیت رکوردهای تجاری
۳۲	۵/۵۹	۱/۳۰	برگزاری کلاس های کارآموزی کارکنان
۳۳	۵/۵۶	۱/۲۷	جستجو جهت دستیابی به اطلاعات بازار
۳۴	۵/۴۹	۱/۳۵	تخمین و برآورد نیازهای مشتریان
۳۵	۵/۴۷	۱/۳۳	انتخاب منابع اطلاعاتی جهت شروع کسب و کار
۳۶	۵/۳۷	۱/۲۷	ایجاد سیستم های رکورد گیر مالی
۳۷	۵/۳۲	۱/۱۷	تعیین نیازهای تکنولوژیکی برای کسب و کار جدید
۳۸	۵/۲۱	۱/۲۴	آشنایی با رکوردهای مالی روزانه
۳۹	۵/۱۵	۱/۱۳	ایجاد فرهنگ سازمانی
۴۰	۵/۱۵	۱/۱۷	ایجاد فرصت های برابر برای کارکنان
۴۱	۵/۰۶	۱/۱۵	انتخاب مکان تجارت
۴۲	۵/۰۵	۱/۱۵	ارزیابی فرصت ها واردات و صادرات
۴۳	۴/۹۹	۱/۲۶	انتخاب نام تولیدات
۴۴	۴/۸۶	۱/۱۷	تخمین تجهیزات مورد نیاز طرح
۴۵	۴/۸۴	۱/۱۳	انتخاب کانال توزیع
۴۶	۴/۸۲	۱/۰۸	شناخت مفاهیم استراتژی های بازاریابی
۴۷	۴/۵۸	۱/۱۸	انتخاب استراتژی های قیمت گذاری
۴۸	۴/۵۰	۱/۶۰	تعدیل قیمت ها جهت حداکثر سازی سود
۴۹	۴/۴۷	۱/۰۵	ایجاد ارتباط با مشتری
۵۰	۴/۴۷	۱/۰۹	چگونگی اخذ وام از موسسات مالی
۵۱	۴/۴۶	۰/۹۹	استفاده از تکنولوژی در فروش تولیدات
۵۲	۴/۲۷	۰/۹۸	تعریف طبیعت ارتباط فروشنده و خریدار
۵۳	۴/۲۶	۱/۰۰	جستجو و انتخاب فروشندگان
۵۴	۴/۱۹	۰/۹۶	انعقاد قرارداد با فروشنده
۵۵	۴/۱۳	۰/۹۵	ایجاد قوانین و مقررات مربوط به پرسنل
۵۶	۴/۰۷	۰/۹۳	تعیین اثربخشی هزینه های کارکنان
۵۷	۳/۹۲	۰/۹۱	آشنایی با راه های انتقال ریسک
۵۸	۳/۸۳	۰/۸۵	توسعه بودجه و نظارت بر آن
۵۹	۳/۴۶	۰/۷۸	بدست آوردن حمایت های بیمه
۶۰	۳/۴۰	۰/۸۵	تعریف انواع ریسک های تجاری
۶۱	۳/۲۱	۰/۸۰	تناسب بودجه صرف شده با نتایج عملیات
۶۲	۲/۹۱	۰/۷۰	ایجاد برنامه کنترل هزینه
۶۳	۲/۷۱	۰/۷۱	آموزش کارکنان جدید
۶۴	۲/۵۱	۰/۶۰	ایجاد سیاست های اعتباری (پس انداز و...)
۶۵	۱/۷۶	۰/۴۵	تعیین مسئولیت های تجاری
۶۶	-۰/۰۹	-۰/۰۲	کسب مجوز قانونی برای راه اندازی کسب و کار

## تبیین نیازهای مشترک دانشجویان در زمینه کارآفرینی از هردو دیدگاه اساتید و دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب کشور با استفاده از مدل تجزیه و تحلیل کوادرنانت

با توجه به جدول ۱۶ یافته های حاصل از مدل کوادرنانت نشان داد که ۲۵ موضوع آموزشی در ربع ۱، ۵ موضوع آموزشی در ربع ۲، ۱۲ موضوع آموزشی در ربع ۳ و ۲۴ موضوع آموزشی در ربع ۴ قرار گرفتند. موضوعاتی که در ربع ۱ قرار می گیرند از هردو دیدگاه اساتید و دانشجویان اولویت های بالایی را کسب نموده و نیازهای آموزشی دانشجویان را در زمینه کارآفرینی تشکیل می دهند (جدول ۶). از ۲۵ نیاز موجود در ربع ۱، ۶ نیاز در مقوله مدیریت بازار می باشد که شامل انجام تجزیه و تحلیل بازار، انتخاب بازارهای هدف، ایجاد ایده تولیدات و خدمات جدید، تولید کالاها و خدمات جهت رفع نیازهای مشتری، تعیین بخش های مختلف بازار می باشد. ۶ نیاز در مقوله مدیریت استراتژیک می باشد که شامل انجام تجزیه و تحلیل SWOT، پیش بینی درآمد- فروش، ایجاد ماموریت تجاری، تعیین اهداف شرکت، ایجاد استراتژی هایی جهت کاهش مالیات، انجام تجزیه و تحلیل رقابت می باشد.

۳ نیاز در مقوله مدیریت مالی می باشد و شامل آشنایی با اصول حسابداری، ایجاد اهداف مالی و مدیریت جریان پول می باشد. ۳ نیاز در مقوله مدیریت عملیات می باشد که شامل کاربرد تکنیک های بهبود کیفیت، ایجاد رویه عملیاتی برای اجرای طرح، تدوین طرح تجاری می باشد. ۳ نیاز در مقوله مدیریت ریسک بوده و شامل تعیین میزان اختیار و مسئولیت کارکنان، شناخت مسائل قانونی موثر بر تجارت، تعیین راه های پیشگیری از ضرر می باشد. ۲ نیاز در مقوله مدیریت منابع انسانی بوده و شامل ایجاد برنامه سازماندهی پرسنل و تعریف وظایف کاری می باشد. ۲ نیاز در مقوله مدیریت اطلاعات بوده و شامل شناخت راه های تاثیر تکنولوژی بر تجارت، انتخاب منابع اطلاعاتی جهت شروع کسب و کار می باشد.

جدول ۶- نیازهای آموزشی در ۴ ربع مدل کوادرنانت

ربع ها	شماره سوالات	نیازهای آموزشی در زمینه کارآفرینی	تفاوت نمره اساتید	تفاوت نمره دانشجویان
ربع ۱	۲۴	مدیریت جریان پول	۲/۲۵	۱/۴۸

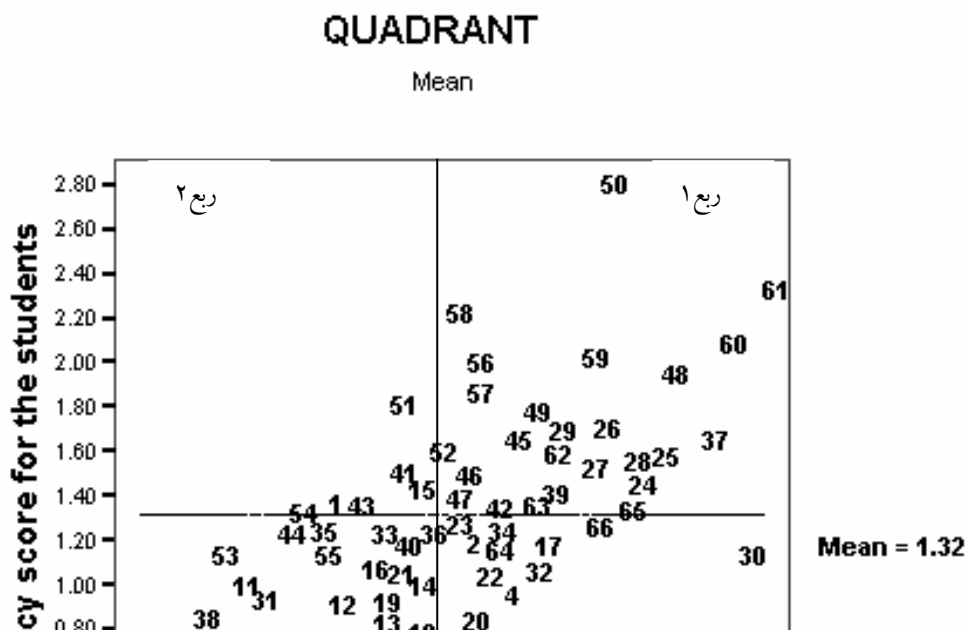
۱/۶۰	۲/۲۵	انجام تجزیه و تحلیل SWOT	۲۵
۱/۶۱	۲/۱۳	پیش بینی درآمد - فروش	۲۶
۱/۵۲	۲/۰۶	ایجاد اهداف مالی	۲۷
۱/۵۵	۲/۱۹	آشنایی با اصول حسابداری	۲۸
۱/۶۱	۱/۹۳	انجام تجزیه و تحلیل رقابت	۲۹
۱/۶۵	۲/۴۴	ایجاد مأموریت تجاری	۳۷
۱/۳۷	۱/۹۴	ایجاد برنامه سازماندهی پرسنل	۳۹
۱/۳۴	۱/۷۵	تعیین میزان اختیار و مسئولیت کارکنان	۴۲
۱/۶۵	۱/۸۱	تعیین اهداف شرکت	۴۵
۱/۴۵	۱/۶۸	تعریف وظایف کاری	۴۶
۱/۳۷	۱/۶۹	ایجاد استراتژی هایی جهت کاهش مالیات	۴۷
۱/۹۵	۲/۳۱	انجام تجزیه و تحلیل بازار	۴۸
۱/۷۸	۱/۸۷	انتخاب بازارهای هدف	۴۹
۲/۸۰	۲/۱۲	ایجاد ایده تولیدات و خدمات جدید	۵۰
۱/۵۵	۱/۶۳	تعیین انگیزه های خرید مشتری برای استفاده در فروش	۵۲
۲/۰۰	۱/۶۹	کاربرد تکنیک های بهبود کیفیت	۵۶
۱/۸۶	۱/۶۹	شناخت مسائل قانونی موثر بر تجارت	۵۷
۲/۲۲	۱/۶۲	ایجاد رویه عملیاتی برای اجرای طرح	۵۸
۲/۰۲	۲/۰۶	تولید کالاها و خدمات جهت رفع نیازهای مشتری	۵۹
۲/۰۸	۲/۵۰	تعیین بخش های مختلف بازار	۶۰
۲/۳۵	۲/۷۵	تدوین طرح تجاری	۶۱
۱/۶۰	۱/۹۳	تعیین راه های پیشگیری از ضرر	۶۲
۱/۳۵	۱/۸۷	شناخت راه های تاثیر تکنولوژی بر تجارت	۶۳
۱/۳۳	۲/۱۸	انتخاب منابع اطلاعاتی جهت شروع کسب و کار	۶۵
<b>ربع ۲</b>			
۱/۳۷	۱/۲۵	آشنایی با اصول کارگزینی	۱
۱/۴۳	۱/۵۰	تخمین منابع مالی مورد نیاز برای شروع کسب و کار	۱۵
۱/۵۰	۱/۴۴	مدیریت هزینه و توسعه راه های کاهش آن	۴۱
۱/۳۵	۱/۳۱	تخمین و برآورد نیازهای مشتریان	۴۳
۱/۸۱	۱/۴۴	آشنایی با قوانین کار	۵۱
<b>ربع ۳</b>			
۱/۱۸	۱/۶۹	انتخاب استراتژی های قیمت گذاری	۲
۰/۸۵	۱/۷۵	تعریف انواع ریسک های تجاری	۳
۰/۹۵	۱/۸۱	ایجاد قوانین و مقررات مربوط به پرسنل	۴
۱/۱۷	۱/۸۲	ایجاد فرصت های برابر برای کارکنان	۱۷
۰/۹۶	۱/۶۸	انعقاد قرارداد با فروشنده	۲۰
۱/۲۰	۱/۲۵	انتخاب نام تولیدات	۲۲
۱/۱۳	۲/۵۶	انتخاب کانال توزیع	۳۰
۱/۰۸	۱/۹۴	شناخت مفاهیم استراتژی های بازاریابی	۳۲
۱/۳۰	۱/۸۱	تشویق کارگروهی	۳۴
۱/۳۰	۱/۶۹	برگزاری کلاس های کارآموزی کارکنان	۳۶
۱/۱۵	۱/۷۵	انتخاب مکان تجارت	۶۴
۱/۲۶	۲/۰۷	انتخاب نام تولیدات	۶۶
<b>ربع ۴</b>			
۰/۰۲	۱/۵۰	کسب مجوز قانونی برای راه اندازی کسب و کار	۵
۰/۶۰	۰/۸۱	ایجاد سیاست های اعتباری (پس انداز و...)	۶
۰/۷۱	۱/۱۳	تناسب بودجه صرف شده با نتایج عملیات	۷
۰/۴۵	۰/۷۵	تعیین مسئولیت های تجاری	۸

۰/۷۰	۰۰/۱	ایجاد برنامه کنترل هزینه	۹
۰/۷۸	۱/۵۰	بدست آوردن حمیات های بیمه	۱۰
۱/۰۰	۰/۹۴	جستجو و انتخاب فروشندگان	۱۱
۰/۹۱	۱/۲۵	آشنایی با راه های انتقال ریسک	۱۲
۰/۸۰	۱/۶۲	تناسب بودجه صرف شده با نتایج عملیات	۱۳
۰/۹۹	۱/۵۰	استفاده از تکنولوژی در فروش تولیدات	۱۴
۱/۰۹	۱/۵۷	چگونگی اخذ وام از موسسات مالی	۱۶
۱/۱۵	۱/۵۶	ارزیابی فرصت های واردات و صادرات	۱۸
۰/۹۸	۱/۶۲	تعریف طبیعت ارتباط فروشنده و خریدار	۱۹
۱/۰۵	۱/۶۳	ایجاد ارتباط با مشتری	۲۱
۱/۲۷	۱/۶۲	ایجاد سیستم های رکوردگیری مالی	۲۳
۰/۹۳	۰۰/۱	تعیین اثربخشی هزینه های کارکنان	۳۱
۱/۲۳	۱/۳۸	مهارت های رهبری	۳۳
۱/۲۴	۱/۱۹	آشنایی با رکوردهای مالی روزانه	۳۵
۰/۸۵	۰/۸۱	توسعه بودجه و نظارت بر آن	۳۸
۱/۱۷	۱/۵۶	تخمین تجهیزات مورد نیاز طرح	۴۰
۱/۲۷	۱/۱۲	جستجو جهت دستیابی به اطلاعات بازار	۴۴
۱/۱۳	۰/۸۷	ایجاد فرهنگ سازمانی	۵۳
۱/۳۲	۱/۱۲	شناخت ماهیت رکوردهای تجاری	۵۴
۱/۱۷	۱/۲۵	تعیین نیازهای اکولوژیکی برای کسب و کار جدید	۵۵

### مقایسه نتایج حاصل از مدل بورپیج با نتایج حاصل از مدل کوادرنانت

با توجه به نمودار ۱ مقایسه نتایج حاصل از مدل بورپیج با نتایج حاصل از مدل کوادرنانت نشان داد که ۲۵ نیاز آموزشی در ربع ۱ مدل کوادرنانت، بر ۵۶ اولویت اول در مدل نیاز سنجی بورپیج منطبق بوده و ۷ موضوع آموزشی در ربع ۴ مدل کوادرنانت بر ۱۰ اولویت آخر مدل نیاز سنجی بورپیج منطبق بود. با توجه به همسانی تقریبی نتایج حاصل از دو مدل، می توان نتیجه گرفت که اساتید و دانشجویان دانشکده های کشاورزی غرب کشور دارای دید یکسانی در مورد نیاز های آموزشی بوده و با هم در توافق می باشند.

### نمودار ۱- مدل کوادرنانت



### نتیجه گیری و پیشنهادات

بر اساس یافته ها، اولویت بندی نیازهای آموزشی دانشجویان در زمینه وظایف تجاری کارآفرینی از دید خود آنان با استفاده از مدل بوریچ نشان داد که ۵۶ موضوع آموزشی دارای بالاترین اولویت بوده و نیازهای آموزشی را تشکیل می دهند این نتایج با نتایج حاصل از تحقیقات مرکز کافمن (۲۰۰۱) در یک راستا می باشد. در فاصله سال های ۱۹۹۹-۲۰۰۰ یک برنامه پیمایشی بین دانشکده های کارآفرینی انجام شد که نشان داد که ۳۵ درصد این دانشگاه ها، دوره مدیریت تجاری در سطح خرد<sup>۳</sup>، ۲۵ درصد آنها دوره کارآفرینی و ۱۵ درصد دوره ایجاد کسب و کار جدید را ارائه می دادند

یافته های حاصل از مدل کوادرانت نشان داد که ۲۵ موضوع آموزشی در ربع ۱ قرار گرفتند. از ۲۵ نیاز موجود در ربع ۱، ۳ نیاز در مقوله مدیریت مالی، ۲ نیاز در مقوله مدیریت منابع انسانی، ۲ نیاز در مقوله مدیریت اطلاعات، ۶ نیاز در مقوله مدیریت بازار، ۳ نیاز در مقوله مدیریت عملیات، ۳ نیاز در مقوله مدیریت ریسک و ۶ نیاز در مقوله مدیریت استراتژیک می باشد. این یافته با یافته حاصل از پژوهش اسپرکر و راد (۱۹۹۷) در یک راستا می باشد در این پژوهش که با هدف تعیین مهارت ها و دانش های موردنیاز فارغ التحصیلان رشته ارتباطات کشاورزی دانشگاه فلوریدا برای موفقیت حرفه ای انجام شد، فارغ التحصیلان و آموزشگران به آموزش مباحث مدیریت تاکید داشتند.

در این پژوهش، مدل تجزیه و تحلیل کوادرانت به منظور تبیین نیازهای مشترک از دیدگاه اساتید و دانشجویان مورد استفاده قرار گرفت. مقایسه نتایج حاصل از مدل بوریچ با نتایج حاصل از مدل کوادرانت نشان داد که ۲۵ نیاز آموزشی در ربع ۱ مدل کوادرانت، بر ۵۶ اولویت اول در مدل نیاز سنجی بوریچ منطبق بوده و ۷ موضوع آموزشی در ربع ۴ مدل کوادرانت بر ۱۰ اولویت آخر مدل نیاز سنجی بوریچ منطبق بود لذا با توجه به یافته های حاصل از پژوهش پیشنهادات زیر مطرح می گردد:

<sup>3</sup> Small business management

۱. قبل از گنجاندن و طراحی برنامه درسی کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی، باید نیازسنجی آموزشی انجام شود زیرا چنانچه دوره ها و برنامه ها ی آموزش کارآفرینی بر اساس نیازها و انتظارات دانشجویان باشد موفقیت آینده شغلی آنان بیشتر خواهد بود بنابر این برنامه ریزان باید از برنامه ریزی در پشت درهای بسته اجتناب نموده و کمیته های مشاوره را برای دانشجویان ایجاد کنند و محیط مشارکت را در دانشگاه تقویت کنند (حمد حیدری و همکاران، ۲۰۰۷) از طریق کمیته های مشاوره می توان نیازسنجی آموزشی انجام داد و نیازها و علایق دانشجویان را شناسایی نمود.
۲. چنانچه نیازسنجی علاوه بر دیدگاه دانشجویان بر اساس دیدگاه اساتید نیز باشد هم نیاز های محسوس و هم نیازهای غیر محسوس دانشجویان در نظر گرفته شده و نیازسنجی با دقت بیشتری انجام می شود و تخمین نیازها با دقت بیشتری انجام خواهد شد. لذا استفاده همزمان از دو مدل نیازسنجی بوریچ و کوادرنات در نیازسنجی پیشنهاد می گردد.
۳. بنابر نتایج حاصل از پژوهش باید در برنامه آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی، دروس مدیریت لحاظ گردد زیرا توجه هرچه بیشتر به مقوله های مدیریتی در آموزش کارآفرینی، آمادگی دانشجویان را برای شروع و حفظ کسب و کار جدید افزایش خواهد
۴. با توجه به نتایج حاصل از مقایسه دو مدل بوریچ و کوادرنات، عمده نیازهای آموزشی دانشجویان در دو مقوله مدیریت استراتژیک و مدیریت بازار بوده است بنابراین توجه بیشتر به این دروس در برنامه آموزش کارآفرینی مورد تاکید است.

## منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۴). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: شرکت پردیس ۵۷، چاپ دوم.
۲. اسکندری، فرزاد؛ محمود حسنی و خلیل کلانتری (۱۳۸۵). عوامل موثر بر عملکرد کارآفرینانه دانش آموختگان آموزش عالی کشاورزی و منابع طبیعی ایران. اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال چهاردهم، شماره ۵۳، صص ۱۰۷-۱۳۲.
۳. بولتن کارآفرینی ( ویژه اساتید) (۱۳۸۳). مرکز کارآفرینی دانشگاه شهید چمران، شماره ۳.
۴. شارع پور، م. (۱۳۸۱) توانمندی های و شایستگی های کنونی دانش آموختگان آموزش عالی ( با مطالعه میدانی در چند دانشگاه کشور). موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی، گزارش علمی .
۵. ظهیری، منصور و سوگند تورانی (۱۳۸۷). ارائه الگوی راه اندازی مراکز کارآفرینی در دانشگاه های علوم پزشکی . فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۴۷.
۶. عزیززی، بهارک (۱۳۸۵). نقش آموزش و توسعه کار آفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی . جهاد، ش ۲۷۴.
۷. موسسه تحقیقات و برنامه ریزی آموزش عالی (۱۳۸۵). مرکز آمار آموزش عالی ایران. تهران، ایران.
۸. لئون، جی. ای. ام.، گرجیوسکی، ام. (۱۳۸۷). روانشناسی کارآفرینی (پژوهش و آموزش)، مترجم: کیومرث زرافشانی و همکاران. انتشارات دانشگاه رازی.
۹. وزارت علم، تحقیقات و فناوری ایران (۱۳۸۵). کتابچه آمار آموزش عالی ایران. تهران، ایران.



10. Ashmore, Cathy, consortium for Entrepreneurship Education(2004). National Standards for for Entrepreneurship Education. Email: [cashmore@entre-ed.org](mailto:cashmore@entre-ed.org).
11. Baron, R.A. (2002). OB and Entrepreneurship: the reciprocal benefits of closer conceptual links. In B. M. STAW & R. M. KRAMER (Eds.), *Research in Organizational Behavior – A manual series of analytical essays and critical reviews* (Vol. 24, pp. 225-270). Oxford: Elsevier Science.
12. Borich, G.D. (1980). A needs assessment model for conducting follow-up Studies. *The Journal of Teacher Education*. 31(3):39-42.
13. Brockhaus et al. (2001). *Entrepreneurship education – a global view*. Ashgate, Burlington, VT.
14. Carton, R. B., Hofer, C. W., & Meeks, M. D. (1998). The entrepreneur and entrepreneurship: operational definitions of their role in society. Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship research, Babson College, Wellesley.
15. Fiet, J. O. (2000). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(1): 1-24.
16. Gable, R. K., Pechone, R. L., & Gillung, T. B. (1981). A need assessment model for establishing Personnel Training priorities . *Teacher Education and Special education*.
17. Gibb, A. (2002). In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews* 4 (3), pp. 233- 269.
- Hamdhaidari, SH., Hossein Agahi & 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.
18. Henry, C., Hill, F. C. Leitch. (2005). Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part1. *Education and Training*, 47(2):98-111.

19. Holtz-Eaking D., H. S. Rosen, and R. Weathers (2000). Horatio Alger meets the mobility tables. *Small Business Economics* 14(4):243-274.

20. Hosseini, M., Kalantari, KH. & 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 Advacement of entrepreneurship in higher education: An Environmental scan of college initiatives. Prepared by Kauffman center for Entreprenurial leadership staff , winter 2001.

21. Krejcie, Robert V., and Daryale W. Morgan (1970). Determining Sampel Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, Vol. 30, No. 3, pp. 607-610.

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.

22. UNESCO (2003). World Declaration higher education for 21<sup>st</sup> century: vision and action, available at: [www. Cepes. ro/hed/meeting/gelsenkivchen/pdf](http://www.Cepes.ro/hed/meeting/gelsenkivchen/pdf).

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

**Assessing training needs of students in relation to their  
entrepreneurship and commercial functions using Borich Needs  
Assessment Model and Quadrant Analysis as perceived by  
agricultural faculty members and students in the West of Iran**

Kh. Khaledi, and H. Agahi,

**Abstract**

Skills and information currently presented by formal education are evaluated insufficient for successful operation at labor market; therefore, a basic change in the educational program of universities may include entrepreneurial education schemes included in the curricula. One of entrepreneurial education challenges is educational content that seems not having clear framework. So, in order to enhance entrepreneurship, the educational needs of student should be precisely recognized. The purpose of this study is to examine educational needs of students in relation to entrepreneurship and commercial functions as perceived by agricultural faculty members and students in the West of country using Borich Needs Assessment Model and Quadrant Analysis. Employing stratified random sampling, a group of 200 students and 50 faculty members were selected utilizing Krejcie and Morgan Table (1970). In the first part of the study, educational needs of the students were identified whose results revealed 56 needs as perceived important by students. The top three needs were: creation of new idea for production and services, devising a business plan and determination of several sectors of market. In the second part of the study, Quadrant Analysis was conducted in order to detect common needs as perceived by faculty members and students. Quadrant Analysis revealed that most educational needs prioritized by students were also ranked as high by professors.

Finally, some recommendations are presented for entrepreneurial education contents in the universities.

**Key words:** Entrepreneurship, Entrepreneurial education, Educational needs, Agricultural students.