

طراحی مدل توسعه کار آفرینی در مراکز آموزش کشاورزی و تحلیل استراتژیک وضعیت کار آفرینی (مورد مطالعه: مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره))

عبدالله مخبر دزفولی^۱، امید جمشیدی^{۲*}، سید داوود حاجی میررحیمی^۳

^۱ سازمان تحقیقات آموزش و ترویج کشاورزی، مؤسسه علمی کاربردی جهاد، مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره)

^۲ دکتری توسعه کشاورزی دانشگاه تهران و کارشناس پژوهش مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره)

^۳ سازمان تحقیقات آموزش و ترویج کشاورزی، مؤسسه علمی کاربردی جهاد، مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره)

* نویسنده مسئول: امید جمشیدی

Jamshidi.omid65@ut.ac.ir

چکیده

امروزه بر خلاف گذشته، بازارهای سطح جهان با تغییرات روزانه و حتی لحظه به لحظه نیازهای جوامع بشری روبرو هستند و سازمان های آموزشی که عامل اصلی تربیت نیروی انسانی متخصص هستند، برای جا نماندن از تغییرات سریع و بقا و رشد در این بازارها باید به سرعت و با هدف گذاری های درست حرکت کنند. یکی از اهداف نوین مراکز آموزشی، توسعه فعالیت های کارآفرینانه است. از طرفی وجود مدل توسعه کارآفرینی باعث می شود که اقدامات صورت گرفته براساس برنامه ریزی و نگرش همه جانبه صورت پذیرد. وجود آمار بالای بیکاری مخصوصاً در رشته های کشاورزی لزوم اهمیت به توسعه کارآفرینی در مراکز آموزش کشاورزی به عنوان یکی از متولیان اصلی آموزش کشاورزی در کشور را دوچندان می کند. بنابراین هدف تحقیق حاضر طراحی مدل توسعه کارآفرینی مراکز آموزش کشاورزی با استفاده از مرور سیستماتیک منابع و استخراج مؤلفه های تاثیر گذار بود. همچنین این تحقیق به دنبال تحلیل استراتژیک وضعیت توسعه کارآفرینی در مراکز آموزش کشاورزی بود. برای این منظور از تعداد ۳۰ نفر از دانشجویان شرکت کننده در طرح های کارآفرینی و اساتید ایشان در چهار حوزه نقاط ضعف، قوت، تهدید و فرصت های توسعه کارآفرینی مصاحبه به عمل آمد. در نهایت نتایج تحقیق حاضر در دو قسمت مدل پیشنهادی توسعه کارآفرینی در مراکز آموزش عالی و همچنین استراتژی های توسعه کارآفرینی مبتنی بر مدل SWOT ارائه گردید.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، مراکز آموزش کشاورزی

مقدمه

کشاورزی از دیرباز به عنوان مهمترین عامل تأمین نیازهای فیزیولوژیکی بشر مورد توجه بوده و امروزه نیز وظیفه زمینه سازی توسعه پایدار در ابعاد مختلف را برعهده دارد. در هر کشور و با هر میزان از توسعه یافتگی، بخش کشاورزی اصلی ترین منبع تولید

غذا، پوشاک و در نتیجه استقلال و خودکفایی آن کشور است که باید متناسب با رشد جمعیت بتواند با شیوه‌های مختلف پاسخ‌گوی نیاز افراد باشد (۱۳). از طرفی نسبت قابل توجهی از منابع نیروی انسانی در این بخش فعال هستند که و به همین دلیل چگونگی تربیت نیروی انسانی جهت اشتغال در بخش کشاورزی از اهمیت زیادی برخوردار است. با توجه به هزینه بالای آموزش کشاورزی به خصوص در بخش آموزش عالی، باید نسبت به آینده شغلی آنان و کارآفرینی در نظام آموزشی توجه بسیار زیادی گردد. تربیت نیروی انسانی مناسب بازار کار در بخش کشاورزی را از چالش‌های قرن بیست و یکم می‌داند. سوابق تحقیقات در ایران نیز بیانگر وجود چالش بین نظام آموزش کشاورزی و نیاز بازار کار می‌باشد. از جمله اینکه در همین تحقیق، بیش از ۸۰ درصد از دانشجویان مشغول به تحصیل در رشته‌های کشاورزی میزان آمادگی خود را برای اشتغال در بازار کار کشاورزی در حد متوسط، کم یا خیلی کم ذکر کرده‌اند. در ایران بیکاری روز افزون سبب نگرانی طبقات مختلف جامعه بویژه دانش‌آموختگان جوان گردیده و دولت در تلاش است برای ایجاد تحوّل مثبت در شرایط نامطلوب بازار کار، از سیاست‌های حمایتی گوناگون پیروی کند تا فرصت‌های شغلی را افزایش دهد. در دو دهه گذشته، بخش چشمگیری از بودجه دولت، به منظور اشتغال‌زایی و کارآفرینی هزینه شده ولی در عمل به پدید آمدن فرصت‌های شغلی پایدار نشده است. براساس اعلام آخرین آمار در اردیبهشت ماه ۱۳۸۹ از ۱۳۳ هزار عضو سازمان نظام مهندسی کشاورزی ۱۹ هزار نفر در بخش دولتی، ۲۷ هزار نفر غیردولتی و بالغ بر ۶۰ هزار مهندس معادل ۴۵ درصد کل اعضا جویای کار در بخش کشاورزی وجود دارد. این گفته از آن رو اهمیت دارد که ۴۵ درصد اصلی‌ترین نهاد صنفی دانش‌آموختگان بخش کشاورزی بیکار هستند و این می‌تواند به عنوان محکی برای برآورد تعداد بیکاران این بخش به کار رود. به طور کلی یکی از عمده دلایل بیکاری دانش‌آموختگان بخش کشاورزی را می‌توان، نارسایی در آموزش‌های تجربی و کاربردی مناسب در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی دانست (۹)، و جای بسی تأسف است که در کشوری همچون ایران که تنوع آب و هوایی، زمین‌های مستعد و نیروی کار جوان به فراوانی وجود دارد، شاهد این نرخ بالای بیکاری به ویژه در بخش کشاورزی هستیم (۳۶). تحقیق حاضر نیز با توجه به اهمیت بحث اشتغال و تأکید بر کارآفرینی به عنوان یکی از بهترین راه‌حل‌های آن به صورت نظری ضرورت توسعه کارآفرینی در نظام آموزش کشاورزی را مورد بررسی قرار می‌دهد. همچنین وضعیت کارآفرینی را در مرکز آموزش عالی امام خمینی(ره) به عنوان یکی از مراکز آموزش کشاورزی پیش‌رو در کارآفرینی با استفاده تحلیل SWOT مورد تحلیل قرار گرفت.

ادبیات نظری تحقیق

۱- مفهوم کارآفرینی

واژه «کارآفرینی» نزدیک به دویست سال است که مورد استفاده قرار می‌گیرد (۳۲). کانتیلون^۱ (۱۷۳۰) اقتصاددان ایرلندی را می‌توان به عنوان اولین فردی دانست که از اصطلاح کارآفرین در علم اقتصاد سخن به میان آورده است. او کنشگران اقتصادی را به سه گروه مالکان زمین، کارگران دستمزد بگیر و آن دسته کنشگران اقتصادی که ضمن پذیرش ریسک در بازار به فعالیت می‌کنند، تقسیم می‌کند. به تعریف وی کارآفرین شخصی است که ابزار تولید را به منظور ترکیب به صورت محصولاتی قابل عرضه به بازار خریداری می‌کند. در این تعاریف بیشتر بر ابهام و خطرپذیری کارآفرین اشاره شده و ذکر می‌گردد که کارآفرین در هنگام خرید از قیمت نهائی محصولات اطلاع خاصی ندارد. در آن زمان کانتیلون عمده فروشان را به عنوان اصلی‌ترین گروه کارآفرینان محسوب می‌نمود (۲۸). منشا واژه کارآفرین از اصطلاح فرانسوی *Entreprendre* معادل لغت *Undertake*، به معنای متعهد شدن بر گرفته شده است که در زبان فارسی به مسئولیتی که یک شخص به عهده می‌گیرد اطلاق می‌شود (۲۱). باتیست سی^۲ (۱۸۳۰) اقتصاددان فرانسوی، بر این باور است که واژه کارآفرین برای اولین بار در حدود سال ۱۸۰۰ میلادی ابداع و به کار برده شده است. به بیان او: کارآفرین فردی است که متعهد به یک شرکت یا سازمان باشد. به ویژه در نقش یک پیمانکار، که واسطه‌ای میان سرمایه و نیروی کار فراهم می‌آورد (۳۰). از دیدگاه شومپیتر کارآفرینی موتور محرکه رشد اقتصادی و تغییرات اجتماعی محسوب می‌شود و این تغییرات در ایجاد مشاغل جدید و استفاده اثر بخش از منابع و قواعد مؤثر است و باعث تجدید حیات ملی می‌شود (۳۵). به عقیده «آرتور کول» کارآفرینی عبارت است از فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. از دیگر سو «روبرت نشات»^۳ فرهنگ کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصتها، ارضای نیازها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب و کار می‌داند. به عبارت دیگر، فرآیندی که بتوان با استفاده از خلاقیت، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل، به وجود آورد، کارآفرینی گویند. جامعه شناسان و روانشناسان، ابعاد فرهنگی و اجتماعی تأثیرات محیط بر فرد و ویژگی‌های شخصیتی آن را بررسی کرده‌اند. بی‌شک در توسعه فرهنگ کارآفرینی نیز عوامل متعددی دخیل هستند که ضروری است، درجه تأثیرگذاری هر یک از آنان مشخص شود (۲).

¹ Richard Cantillon

² Jean Baptiste Say

³ Robert Naishtat

اوکھوس^۱ (۳۳) به نقل از ساویر^۲ بیان می‌کند که کارآفرینی را می‌توان در دامنه وسیعی از وظایف مشاهده کرد. این وظایف می‌تواند شامل نوآوری محض تا کارهای معمولی باشد و کارآفرینی را نه تنها به طور مستقل و فردی، بلکه در تمام سازمان‌هایی که در آنها تصمیم‌گیری‌های متهورانه اتخاذ می‌شود و بر ترکیب و تخصیص منابع در شرایط بی‌ثبات تأثیر می‌گذارد، می‌توان یافت (۳۳). کارآفرینی را می‌توان یک فرآیند پویا نامید که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می‌شود. این فرآیند به کاربرد نیرو و انگیزه‌ی افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و هم‌چنین راه‌حل‌های کاربردی احتیاج دارد. میل به خطرپذیری حساب شده براساس زمان، ارزش خالص یا فرصت‌شغلی، توانایی تشکیل یک تیم در ارتباط با انجام یک کار پرخطر، داشتن مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز، داشتن مهارت اساسی در پی‌ریزی و طراحی یک طرح منسجم و پایدار شغلی، داشتن چشم‌اندازی برای یافتن فرصت‌هایی که دیگران نمی‌توانند در یک موقعیت به هم ریخته و پرآشوب دریابند از اجزای اصلی این فرآیند هستند (۳۴).

هیسریچ^۳ و همکاران (۲۷) کارآفرینی را فرایند خلق چیزی جدید و با ارزش می‌داند که با صرف زمان و کوشش و ریسک‌های توأم مالی، روانی و اجتماعی و کسب پاداش مادی، رضایت شخصی و استقلال عجین است (۲۷). کارآفرینی فرآیند خلق ابتکارها و نوآوری‌ها و ایجاد کسب و کار جدید در شرایط خطر خیز از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع می‌باشد و کارآفرین کسی است که با کشف و شناخت فرصت‌های محیطی و بهره‌گیری مناسب از منابع بتواند در شرایط پرابهام و مخاطره‌آمیز به ابتکارات و نوآوری‌ها و ایجاد کسب‌وکار جدید بپردازد (۱۸). تینا (۲۰۰۳) کارآفرینی را هر نوع کوشش در ایجاد کسب و کار جدید یا فعالیت‌های جدید مخاطره‌آمیز همچون خوداشتغالی، ایجاد یک سازمان جدید و یا توسعه سازمانی می‌داند که از طریق یک فرد، یک تیم و یا یک سازمانی که قبلاً تأسیس شده است؛ به عبارت دیگر می‌توان گفت کارآفرینی یک سبک مدیریتی است که شامل تعقیب فرصت‌ها بدون توجه به منابعی که هم‌اکنون در کنترل است شود (۲۲).

کارآفرینی شامل مطالعه و شناسایی منابع، فرصت‌ها، فرآیند کشف یا خلق، بهره‌برداری از فرصت‌ها و استعداد‌های افراد در محیط سازمانی که آنها مشغول کشف، بهره‌برداری و ارزیابی از این فرصت‌ها هستند، می‌شود (۲۵). کارآفرینی عبارت است از تمام فعالیت‌هایی که به منظور تولید و خلق چیزهای جدیدی از قبیل کالاهای جدید، روش‌های جدید تولید، یا ایجاد بازارهای جدید، انجام می‌گیرد (۳۷).

¹ Ockhaus

² Sawyer

³ Hisrich

در دهه‌ی اخیر شاخه‌های جدیدی از کارآفرینی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. تا آنجا که از کارآفرینی علاوه بر موتور توسعه اقتصادی به مثابه موج تحول‌آفرین و ارزش‌آفرین در حیطه‌های اجتماعی و فرهنگی نیز یاد شده چونکه باعث به وجود آمدن ارزش و ایجاد ثروت در سازمان‌ها و جوامع می‌شود (۲۹).

در مجموع می‌توان گفت، اگر چه تعاریف گوناگونی از کارآفرینی ارائه شده است اما صاحب‌نظران در مجموع کارآفرینی را فرآیند شناسایی فرصت‌های اقتصادی، ایجاد کسب و کار و شرکت‌های جدید، نوآور و رشد‌یابنده و مخاطره‌آمیز برای بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی شده می‌دانند که در نتیجه آن کالاها و خدمات جدیدی عرضه می‌شود (۲۴).

۲- مفهوم کارآفرینی کشاورزی

امروزه، بخش کشاورزی با مباحثی نظیر رقابتی شدن بازار، آزادسازی تجاری، کاهش کنترل دولت در فعالیتهای اقتصادی، خصوصی سازی، تمرکززدایی و کشاورزی رقابتی بین‌المللی مواجه است. بنابراین، با توجه به تحولات صورت گرفته در بخش کشاورزی، افزایش نرخ بیکاری در این بخش و نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی، لزوم توجه به توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی روز به روز آشکارتر می‌شود (۱۷). کارآفرینی در بخش‌های کشاورزی، صنعت و خدمات از نظر بنیادی مفهومی مشابه دارند. بر این اساس، کارآفرینی در کشاورزی به معنای به کارگیری خلاقیت و نوآوری در فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی است و زمینه‌های کارآفرینی متنوعی در این بخش وجود دارد. در واقع نواحی روستایی، محیط بکر بروز کارآفرینی است. فعالیت‌هایی از جمله زراعت، باغداری، گلخانه، پرورش دام و طیور، زنبور عسل و فعالیتهای جنگل‌داری، آبخیزداری، حفظ و توسعه محیط زیست و... مهمترین زمینه‌های بروز کارآفرینی کشاورزی هستند (۱۶).

۳- اهمیت کارآفرینی در بخش کشاورزی

از جمله راهکارهای مهم توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال بوده که مهمترین ساز و کار و ابزار آن کارآفرینی است. کارآفرینی باعث کاهش بیکاری، افزایش بهره‌وری و افزایش درآمد مردم می‌شود. کارآفرینی ابزار نیرومندی است که بهره‌گیری از آن و فرصتهای ناشی از آن میتواند باعث رفع مشکلاتی نظیر بیکاری و کمبود نیروی انسانی خلاق شده و رقابت‌پذیری را موجب می‌شود (۹) و عامل اساسی در پیدایش ایده‌های جدید کسب و کار جدید است (۲۶).

توجه به کارآفرینی در بخش کشاورزی از آن جهت حائز اهمیت می‌باشد که این بخش، یکی از بخش‌های اقتصادی مهمی است که با توجه به شرایط موجود جهانی، ناگزیر باید برای مقابله با چالش‌های اشتغال در کشور باید از آن مدد گرفت زیرا بخش کشاورزی دارای فرصت‌های بالقوه زیادی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی می‌باشد. بنابراین توجه به کارآفرینی در بخش کشاورزی بسیار ضروری می‌باشد. برای سوق دادن جوانان دانش‌آموخته به سمت کارآفرینی و تربیت افرادی کارآفرین در آینده،

ایجاد و توسعه برخی ویژگی‌ها، توانایی‌ها و مهارت‌ها ضروری به نظر می‌رسد که این مهم از طریق ترویج و آموزش کارآفرینی امکان‌پذیر می‌باشد (۱۳).

البته باید توجه داشت که توسعه کارآفرینی فرآیندی پیچیده، بلندمدت و فراگیر است که البته نقش به‌سزایی در رشد و توسعه اقتصادی دارد، به طوری که امروزه کارآفرینی به راهبردیترین و مهمترین ابزار اقتصادی جوامع پیشرفته تبدیل شده است. در واقع رشد و توسعه اقتصادی مرهون کارآفرینان و فعالیتهای کارآفرینانه است. از این رو لازمه دستیابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی، توسعه کارآفرینی است (۱۱). از سوی دیگر صاحب‌نظران توسعه معتقدند که ریشه بسیاری از مشکلات کشورهای در حال توسعه در توسعه‌نیافتگی روستاهای آنها است. با توجه به نقش و جایگاه روستاها در فرآیندهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مقیاس محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و پیامدهای توسعه نیافتگی مناطق روستایی چون فقر گسترده، نابرابری فرآیندها، رشد سریع جمعیت، بیکاری، مهاجرت، حاشیه‌نشینی شهری و ...، ضرورت توجه به توسعه روستایی و حتی تقدم آن بر توسعه شهری مورد تأکید قرار گرفته است (۳). در این راستا کشاورزی به عنوان محور توسعه در مناطق روستایی، بخشی است که جهت تولیدات و کارآفرینی در بخشهای وابسته، دارای توانهای افزایشی غیرقابل مقایسه با سایر بخشهای اقتصادی است و به جرأت میتوان گفت که توسعه سایر بخشها به آن وابسته است (۷). لذا پرداختن به توسعه کارآفرینی کشاورزی، برای دست اندرکاران این بخش از اهمیتی حیاتی برخوردار است؛ چرا که اگر بهره‌برداران بخش کشاورزی با مشکلاتی از جمله عدم جذابیت سرمایه گذاری در کشاورزی، ضعف فضای کسب و کار، عدم حمایت‌های لازم از طرف دولت و سازمانهای محلی، بهره‌وری پایین بهره‌برداران و منابع، فقدان توانمندی‌های حرفه‌ای و کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا مواجه نباشند، می‌توانند منابع را به نحو مطلوب به کار گیرند، در غیر اینصورت فقر، توسعه نیافتگی، نابرابری فرآیندها، بیکاری و مهاجرت ارمغان آن خواهد بود. بنابراین یکی از راهبردهای مهم توسعه، کارآفرینی کشاورزی است (۱۹).

۴- کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی

در دهه اخیر و با افزایش فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، یکی از اساسی‌ترین دغدغه‌های مسئولان و متولیان امور، یافتن راه حلی برای مسئله بیکاری بوده است. بدیهی است نظام آموزش عالی کشور با تربیت افراد توانمند و تقویت فرهنگ خوداشتغالی در بین آنها می‌تواند در نهایت دانش‌آموختگانی را به جامعه عرضه کند که خلاقانه با شناسایی فرصت‌ها در جهت فراهم کردن مشاغل تازه گام برمی‌دارند (۵). نظام‌های آموزشی کشورهای مختلف تلاش راهبردی هدفمندی را برای تلفیق کارآفرینی در برنامه آموزشی خود همراه با فراهم‌آوری ابزارها و سازوکارهای الزم اعمال کرده‌اند تا بتوانند از راهبرد آموزش کارآفرینی یا آموزش کارآفرینانه جهت ارتقای شایستگی‌های مورد انتظار جامعه و بازار کار از دانش‌آموختگان کشاورزی

بهره مطلوب را ببرند (۱۵). اما برخلاف این تصور آرمانی روند فعالیت‌های آموزش عالی کشور به ویژه در بین رشته‌های مختلف بخش کشاورزی به شکل دیگری رقم خورده است. نتایج نشان داده است که تعداد دانشجویان و فارغ التحصیلان بخش کشاورزی در سالیان اخیر به شدت رشد داشته است در صورتی که وضعیت اشتغال آنان چندان مناسب نمی باشد. بنابراین با توجه به نرخ فزاینده بیکاری در کشور به ویژه در بین فارغ التحصیلان بخش کشاورزی، حاکی از آن است که احتمالاً آموزش‌های ارائه شده در نظام آموزش عالی کشاورزی و در همین راستا مراکز آموزش کشاورزی منطبق با نیازهای فعلی جامعه نیست و یا عدم کارآیی آموزش‌ها به این امر منجر می‌شود که فارغ التحصیلان به ایجاد مشاغل مناسب برای خود قادر نباشد (۶).

بدیهی است هدف غائی آموزش عالی کشاورزی، تربیت دانش‌آموختگانی کارآفرین است که پس از پایان تحصیلات خود بتوانند با استفاده از منابع و فرصت‌های موجود نسبت به ایجاد شغلی مرتبط با آموخته‌های دانشگاهی مبادرت ورزند. چنین رویکردی به آموزش عالی در نتیجه تفکر کارآفرینانه و توجه دلسوزانه حاصل می‌شود.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش کتابخانه‌ای و میدانی بود. هدف تحقیق طراحی الگوی توسعه کارآفرینی و بررسی نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های آن در مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره) وزارت جهاد کشاورزی به عنوان یکی از مراکز آموزش کشاورزی پیش‌رو در بحث کارآفرینی بود. برای دستیابی به هدف نخست تحقیق، پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه کارآفرینی در مراکز آموزش عالی کشاورزی مورد بررسی قرار گرفت و از تکنیک SWOT با ۳۰ نفر از پاسخگویان دانشجویان کارآفرین و اساتید ناظر طرح‌ها جهت شناسایی نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدها بهره گرفته شد. لازم به ذکر است که در ادامه به منظور شناسایی مورد مطالعه مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره) اطلاعاتی از وضعیت و برنامه‌های کارآفرینی صورت گرفته مطرح شده است.

مورد مطالعه

دنایای حاضر، شاهد تغییرات سریع علوم، فناوری و تنوع در محصولات جدید می‌باشد. امروزه برای سازگاری و تعادل اثربخش با رقابت جهانی، تنها کارآفرین نمودن بخش خصوصی کافی نیست بلکه بخش دولتی نیز باید کارا تر و اثربخش تر از قبل در جامعه حاضر شود. از طرف دیگر، با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشور و لزوم پرداختن دانشجویان و دانش‌آموختگان مراکز آموزش عالی به فعالیت‌های کارآفرینانه به جای جست و جوی شغل در سازمان‌های دولتی و خصوصی

موجود، مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره) را بر آن داشت که در سال ۱۳۸۸ پارک علم و فناوری دانشجو را با محوریت توسعه فعالیت‌های کارآفرینی احداث نماید. در ادامه سیاست‌های آموزشی و تشویقی در زمینه‌های مرتبط با کارآفرینی و آماده‌سازی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان برای ورود به بازار کار واقعی، مزرعه آموزشی کارآفرینی به وسعت ۵ هکتار در محل اراضی مرکز و جنب کلاس‌های درسی دایر شد. این مزرعه از بخش‌های مختلف گلخانه، کشت گیاهان زراعی و باغی و گیاهان دارویی تشکیل گردید و هدف آن ایجاد امکان کار و فعالیت عملی فراگیران و آشناسازی آنها با دنیای واقعی تولید، کاهش ریسک فعالیت‌های نوآورانه و ابتدایی آنها و در نهایت آماده‌سازی ایشان برای کارآفرینی و اشتغال‌زایی بود. برگزاری گردهمایی ملی دانش‌آموختگان و دانشجویان کارآفرین مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره) یکی دیگر از فعالیت‌های مربوط به توسعه و تشویق کارآفرینی در این مرکز بوده است. همچنین گروه‌های آموزشی، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان این مرکز در نمایشگاه‌های متعددی با موضوعات کارآفرینی و تجاری سازی در سالهای اخیر شرکت نموده‌اند. اجرای طرح‌های کارحین تحصیل و کارآفرینی به عنوان یکی از مهمترین برنامه‌های توانمندسازی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان از جمله برنامه‌های جدید این مرکز بود. طی این طرح‌ها بیش از ۷۰ دانشجو و ۱۵ مدرس و عضو هیات علمی به صورت مستقیم درگیر فعالیت‌های کارآفرینانه شدند. با توجه به این سوابق این مرکز به دنبال اجرای اثربخش و هدفمند برنامه‌های کارآفرینی آتی است. ارائه الگوی کارآفرینانه می‌تواند زمینه ساز اجرای هدفمند برنامه‌های توسعه کارآفرینی قرار گیرد.

تحلیل سوات (SWOT)

کلمه سوات (SWOT)، مخفف کلمات نقاط قوت (S)^۱، نقاط ضعف (W)^۲، فرصت‌ها (O)^۳ و تهدیدها (T)^۴ است. این تحلیل در مجموع به دو دسته عوامل بیرونی و درونی طبقه‌بندی می‌شود. موارد مربوط به فرصت‌ها و تهدیدها مربوط به عوامل خارجی بوده و موارد مربوط به نقاط قوت و ضعف، مربوط به عوامل داخلی سازمان (واحد، بخش) هستند که از ادغام سازنده آنها، می‌توان به راهبردهای مؤثر دست یافت (۴).

در تحلیل SWOT همان‌طور که ذکر شد با دو دسته عوامل بیرونی (خارجی) و عوامل درونی (داخلی) مواجه هستیم:

الف) عوامل بیرونی

¹ Strengths
² Weaknesses
³ Opportunities
⁴ Threats

این عوامل خارج از سازمان، واحد یا بخش مورد نظر بوده که بر فعالیت‌های آن تأثیر دارند اما در اختیار آن سازمان، واحد یا بخش نیست. هدف از بررسی محیط بیرونی، تهیه فهرستی محدود از فرصت‌هایی که می‌تواند به یک سازمان، واحد یا بخش مورد نظر سود رسانده یا تهدیدهایی که باید از آنها اجتناب شود، می‌باشد. لذا عوامل بیرونی خود به دو نوع می‌باشد:

- فرصت‌ها: فرصت یک قابلیت یا موقعیت یا آن چه که سازمان، واحد یا بخش را در رسیدن به اهداف یاری نماید و به عنوان موتور محرکه و شتاب‌دهنده است.

- تهدیدها: تهدید یک قابلیت یا موقعیت نامطلوب برای سازمان، واحد یا بخش است که به عنوان مانعی بر سر راه توسعه مطلوب آن قرار دارد و آن را از رسیدن به اهداف باز می‌دارد.

بایستی این نکته را در نظر داشت که آنچه برای یک سازمان، واحد یا بخش به عنوان تهدید قلمداد می‌شود ممکن است برای سازمان واحد یا بخش دیگر فرصت باشد و لذا فرصت یا تهدید بودن یک عامل نسبی است؛ اینجاست که ضرورت تحلیل SWOT نشان داده می‌شود.

ب) عوامل درونی

این عوامل، در اختیار سازمان، واحد یا بخش مورد نظر است و قابلیت ترمیم و اصلاح توسط مدیران داخلی را دارد. هدف از بررسی محیط درونی تهیه فهرستی از نقاط قوت است که سازمان برای به دست آوردن سود باید از آن‌ها بهره‌برداری نماید و یا نقاط ضعفی که برای جلوگیری از ضرر یا کاهش سود باید از آن‌ها اجتناب نماید. عوامل درونی نیز همانند عوامل بیرونی دو نوع می‌باشد:

- نقاط قوت: نقاط قوت، یک شایستگی، قابلیت و مزیتی رقابتی در مقابل رقبا است و نقاط اتکالی سازمان، واحد یا بخش بوده که با استفاده از آن به اهداف خود نزدیک‌تر می‌شود.

- نقاط ضعف: ضعف یک محدودیت یا کمبود، در توانایی‌ها و قابلیت‌ها است که مانع عملکرد اثر بخش‌تر سازمان، واحد یا بخش می‌شود. نقاط ضعف، مختل‌کننده فعالیت‌های سازمان بوده و در رسیدن سازمان به اهداف خلل ایجاد می‌کند پس لازم است تا سازمان این عوامل را در حد امکان به حداقل برساند.

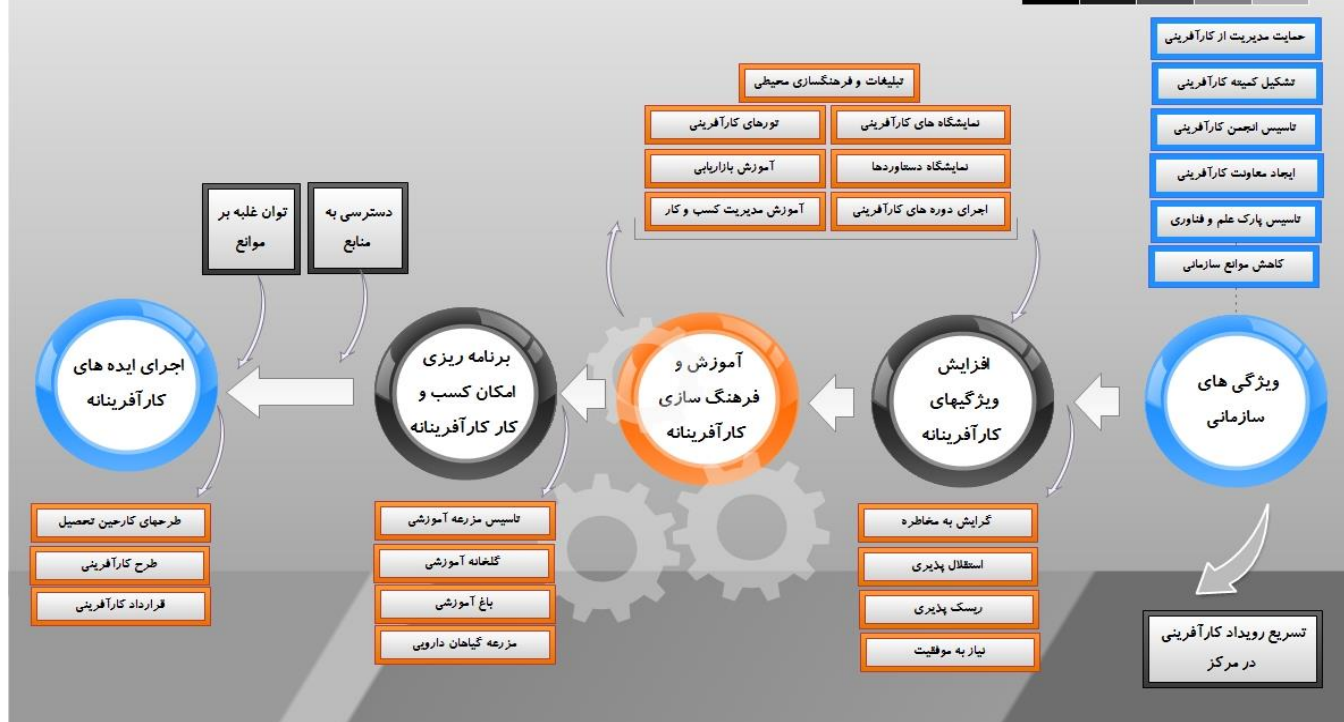
یافته‌ها

۱- مدل توسعه کارآفرینی در مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره)

امروزه بیش از گذشته موسسات آموزش عالی باید به دنبال رهیافت‌هایی برای پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و اقتصادی جوامع باشند. در این میان افزایش بیکاری در میان گروه‌های تحصیل کرده به خصوص دانش‌آموختگان نظام آموزش عالی

کشاورزی ایران به یکی از بزرگترین مشکلات اقتصادی - اجتماعی کشور تبدیل شده است. مراکز آموزش عالی باید از رویکرد سنتی با هدف آموزش به رویکرد جدید یعنی تبدیل دانش و اطلاعات به محصولاتی با قابلیت تجاری سازی و تربیت نیروی انسانی سازگار با نیازهای بازار کار و با مهارت و تخصص بالا، تغییر پیدا کنند. این مسئله ضرورت توجه به مقوله کارآفرینی و ترویج آن در مراکز آموزش عالی کشاورزی را پیش از پیش آشکار ساخته است. باید توجه نمود که برای ترویج صحیح کارآفرینی بایستی تمام ارکان نظام آموزش عالی کارآفرینانه باشد. بنابراین، وجود مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه مورد نیاز است.

از طرف دیگر مروری بر مدل‌های کارآفرینی به طور عام و کارآفرینی کشاورزی به طور خاص، گویای نوپا بودن این مفهوم و نهادینه نشدن آن در مراکز آموزش کشاورزی است. با اینحال مطالعات مختلفی در زمینه کارآفرینی به انجام رسیده است که هرکدام سعی در ارائه راهکاری برای توسعه کارآفرینی نموده‌اند. به طور مثال، در تحقیق خسروی‌پور و دهقان‌پور (۹) کارآفرینی در بخش کشاورزی از طریق ایجاد و گسترش مشاغل خانگی مورد بررسی قرار گرفته و به پتانسیل اشتغالزایی و انعطاف‌پذیری آنان اشاره شده است. و یا در تحقیق نصیری‌پور و همکاران (۲۰) مولفه‌های فردی موثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در بیمارستان‌های دولتی ایران مورد بررسی قرار گرفته است. دهقان و همکاران (۱۰) نیز توسعه کارآفرینی در نظام اداری (بخش دولتی) را مورد توجه قرار دادند. آنها به این نتیجه رسیدند که در نظام اداری عوامل سه گانه ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای بر کارآفرینی موثر است و سازمانهای دولتی باید به تغییر نگرش مدیریتی و توسعه رویکرد راهبردی، اصلاح ساختار مبتنی بر راهبردهای جدید، توسعه آموزش‌های مهارتی و تمرکززدایی برای افزایش مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها و اصلاح سیستم‌ها و روش‌های کاری به منظور ارتقای مستمر عملکرد سازمانی توجه نمایند. بنابراین مشاهده می‌شود که تحقیقات مختلف عوامل موثر مختلفی را بر توسعه کارآفرینی نام می‌برند. الگوها و مدل‌های توسعه کارآفرینی سازمانی نیز در سطوح مختلف عوامل و شرایط عدیده‌ای را برای توسعه کارآفرینی نام می‌برند. برای نمونه براساس الگوی مفهومی دیده‌بان جهانی کارآفرینی که یکی از کاملترین الگوها می‌باشد، شرایط چارچوب کارآفرینانه که به ایجاد کسب و کارهای جدید کمک می‌کند عبارتند از؛ سیاست-های دولت، آموزش و تربیت، انتقال تحقیق و توسعه، زیرساخت‌های قانونی و تجاری و دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی (۱۲). با توجه به تجربیات و تحقیقات قبلی مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره) با در نظر داشتن نقش مهم کارآفرینی در تربیت نیروی انسانی کارآمد، همواره ایجاد بستری مناسب برای ارتقای کارآفرینی در بین دانشجویان، کارکنان و حتی بهره‌برداران کشاورزی را از اولویت‌های اصلی خود قرار داده است و اقدامات هدفمند خود را مبتنی بر مدل توسعه کارآفرینی کورانکو و همکاران طراحی و اجرا نموده است. این الگو دارای ۵ حوزه فعالیتی و برنامه‌ریزی به شکل (۱) است.



شکل ۱- مدل کارآفرینی مراکز آموزش عالی کشاورزی

۲- تحلیل استراتژیک وضعیت توسعه کارآفرینی

الف- نقاط قوت و ضعف درونی مراکز آموزش کشاورزی در توسعه کارآفرینی

همانگونه که ذکر شد منظور از نقاط قوت، ویژگی‌های مثبت و توانمندی‌های مراکز آموزش کشاورزی و منظور از نقاط ضعف، محدودیت‌ها و کمبودهایی است که در این مراکز برای توسعه کارآفرینی وجود دارد. به طور کلی نقاط ضعف و قوت معطوف به عواملی است که تحت کنترل مدیریت مرکز آموزش است و این مراکز می‌توانند برای اداره‌ی آن برنامه‌ریزی نمایند.

جدول ۱- ارزیابی نقاط قوت و ضعف ناشی از عوامل داخلی

نماد	گویه ها	
نقاط قوت	S1	وجود دانشجویان مستعد، کارآفرین و عمل‌گرا
	S2	وجود امکانات زیرساختی مناسب
	S3	اجرای طرح‌های مشوق کارآفرینی (کارحین تحصیل و کارآفرینی)
	S4	رویکرد مثبت و سازنده مدرسان و اعضای هیات علمی نسبت به موضوع کارآفرینی
	S5	وجود انجمن کارآفرینی و پارک علم و فناوری
	S6	توجه به آموزش‌های عملی تخصصی
	S7	اصلاح ساختارهای اداری به سمت حمایت از توسعه کارآفرینی
	S8	حمایت سازمان‌های بالادستی از توسعه کارآفرینی (برای نمونه موسسه آموزش عالی علمی کاربردی و سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی)
نقاط ضعف	W1	محدودیت مالی برای حمایت از طرح‌های کارآفرینی
	W2	غالب بودن روحیه مدرک‌گرایی در بین دانشجویان
	W3	ارزیابی دانشجویان براساس محفوظات نظری و نه توانایی عملی
	W4	ساختار نامناسب مراکز (بوروکراسی اداری) و عدم وجود امکانات لازم جهت حمایت از تمامی کارآفرینان
	W5	علاقه بخش اعظمی از دانشجویان به استخدام در ادارات دولتی
	W6	ارتباط ضعیف مراکز با بخش اجرا
	W7	پایین بودن سطح مهارت دانشجویان
	W8	عدم توجه به تجاری سازی دستاوردها
	W9	عدم توسعه کانون‌های کارآفرینی فارغ التحصیلان

ب- فرصت‌ها و تهدیدات بیرونی مراکز آموزش کشاورزی در توسعه کارآفرینی

قسمت دیگر تحلیل سوات مربوط به بررسی فرصت‌ها و تهدیدات بیرونی مراکز آموزش کشاورزی در توسعه کارآفرینی است. در این بخش منظور از فرصت‌ها موقعیت‌های مطلوب و مساعد بیرونی جهت توسعه کارآفرینی و منظور از تهدیدات، موقعیت‌های نامساعد یا نامطلوب بیرونی هستند که بر توسعه کارآفرینی در مراکز تاثیر نامطلوب گذاشته و مانع توسعه آن می‌شوند.

جدول ۲- ارزیابی نقاط فرصت و تهدید ناشی از عوامل بیرونی

نماد	گویه ها	
O1	وجود واحدهای آموزش کارآفرینی	نقاط فرصت
O2	نزدیکی به بازار مصرف برای تولیدات کارآفرینان	
O3	اعلام حمایت سایر سازمان‌های دولتی از توسعه کارآفرینی (برای نمونه سازمان جهاد کشاورزی)	
O4	نامگذاری سالجاری به عنوان اشتغال و تولید و توجه به کارآفرینی	
O5	وجود ظرفیت‌های بالقوه در بخش کشاورزی و بکر بودن زمینه کسب و کار	
O6	وجود طرح‌های حمایت کننده از توسعه کارآفرینی	
O7	تثبیت اعتبارات مربوط به اجرای طرح‌های کارآفرینی در سازمانهای بالادستی	
O8	فرهنگ سازی ارزش دهی به کارآفرینی	
T1	کاهش شدید تعداد دانشجویان ورودی به مراکز آموزش	نقاط تهدید
T2	مشکلات مربوط به دسترسی به سرمایه اولیه جهت راه-اندازی کسب و کار کارآفرینانه	
T3	طولانی بودن فرایند کسب مجوزهای مربوط به کسب و کار کارآفرینان	
T4	فقدان گسترش فرهنگ کارآفرینی در بین همه دانشجویان	
T5	موانع قانونی و حقوقی ورود به دنیای کسب و کار (ثبت شرکت، ثبت اختراع، مالکیت معنوی)	
T6	ریسک بالای کارآفرینی در بخش کشاورزی	
T7	نبود سرمایه گذار در بخش کشاورزی	
T8	نبود فرهنگ کار تیمی	
T9	اقدامات جزیره ای و منفک از هم	

ج- استراتژی ها و راهکارهای توسعه کارآفرینی در مراکز آموزش کشاورزی

در این بخش با توجه به نقاط ضعف و قوت درونی و فرصت ها و تهدیدات محیطی مطرح شده در بخش های قبل، استراتژی ها و راهکارهای مقابله با تهدیدات، بهره گیری از فرصت ها، رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت جهت توسعه کارآفرینی در مراکز آموزش کشاورزی در چهار گروه زیر ارائه می شود. لازم به ذکر است که راهبردهای چهارگانه در حوزه‌های "راهبردهای تهاجمی، راهبردهای اقتضایی، راهبردهای انطباقی و راهبردهای تدافعی" استخراج گردید.

جدول ۳- گزینه‌های راهبردی TOWS

فرصت‌های پیش‌روی توسعه کارآفرینی	تهدیدهای پیش‌روی توسعه کارآفرینی	راهبردهای توسعه کارآفرینی در مراکز آموزش کشاورزی
<p>راهبردهای حداکثر- حداقل (ST)</p> <p>۱- توسعه و تقویت انجمن‌ها و کانون‌های کارآفرینی</p> <p>۲- ایجاد و تقویت مراکز کارآفرینی</p> <p>۳- تثبیت ساختاری و قانونی بودجه مربوط به طرح‌های توسعه کارآفرینی</p> <p>۴- برقراری ارتباط با سازمان ثبت و مراکز مسئول جهت تسهیل ثبت شرکت، ثبت اختراع و ...</p> <p>۵- توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه از طریق آموزش‌های همگانی</p> <p>۶- ایجاد شرکت‌ها و موسسات مالی و اعتباری خاص، جهت حمایت از کارآفرینان به وسیله سرمایه‌گذاری در پروژه‌های کارآفرینانه</p> <p>۷- اصلاح ساختار اداری به سمت توسعه کارآفرینی با توجه به تاکید سازمان‌های بالادست</p> <p>۸- حرکت در جهت توسعه کارآفرینی با یک برنامه منسجم و هدفمند و اجتناب از اجرای پروژه‌های جزیره‌ای و منفک از هم</p>	<p>راهبردهای حداکثر- حداقل (SO)</p> <p>۱- شناسایی دانشجویان مستعد، آموزش و تشویق آنها جهت راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه</p> <p>۲- اجرای هرچه بیشتر طرح‌های کارآفرینی و کارجین تحصیل و تأمین هزینه اولیه کارآفرینی از محل طرح‌ها</p> <p>۳- کاهش ریسک فعالیت‌های تولیدی دانشجویان با دراختیار قراردادن امکانات اولیه شروع کسب و کار</p> <p>۴- فعال سازی مشاوره شغلی و کسب و کار در مراکز</p> <p>۵- اطلاع‌رسانی گسترده در خصوص نتایج عملی آموزش‌ها و حمایت‌های کارآفرینی جهت جذب تعداد بیشتر دانشجو</p> <p>۶- رایزنی و هماهنگی با سازمانهای متولی مجوزهای کسب و کار توسط مدیریت مراکز جهت تسریع در کار</p> <p>۷- شناسایی و جذب اعتبارات کارآفرینی دستگاه‌های مختلف اداری</p> <p>۸- گسترش فرهنگ کار تیمی با دراختیار قراردادن طرح‌های کارآفرینی به تعاونی‌ها و یا مجموعه دانشجویان</p> <p>۹- برقراری ارتباط و معرفی کارآفرینان برتر</p>	<p>نقاط قوت توسعه کارآفرینی</p>
<p>راهبردهای حداقل- حداقل (WT)</p> <p>۱- ایجاد تغییر و تحول در برنامه‌های درسی، محتوای درسی، برنامه‌های آموزشی و روش‌های تدریس در مراکز با رویکرد ترویج و توسعه کارآفرینی در جامعه</p> <p>۲- افزایش مهارت‌های عملی دانشجویان که باعث افزایش فرصت اشتغال شده و جذب دانشجو را در مراکز تسهیل می‌نماید.</p> <p>۳- افزایش ارتباط با بخش اجرا و کاهش زمان کسب مجوزهای لازم کسب و کار</p> <p>۴- کمک به تجاری سازی دستاوردهای کارآفرینانه دانشجویان برای کاهش ریسک آنان</p>	<p>راهبردهای حداقل- حداقل (WO)</p> <p>۱- تغییر نظام ارزشیابی به نظام ارزش دهنده فعالیت‌های عملی و کارآفرینانه</p> <p>۲- طراحی و اجرای فعالیت‌های فرهنگی و ترویجی به منظور اصلاح نگرش‌ها و تغییر گرایش‌های دانشجویان</p> <p>۳- برقراری ارتباط موثر با بخش خدمات و صنعت توسط مراکز کارآفرینی و یا انجمن‌های کارآفرینی</p> <p>۴- طراحی و برگزاری دوره‌های تربیت اساتید، مدرسان و مشاوران کارآفرینی و تهیه متون آموزشی مورد نیاز</p> <p>۵- استفاده از منابع سازمانهای دولتی برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه</p> <p>۶- ارائه مطالب ترغیب کننده به کارآفرینی در واحدهای کارآفرینی جهت تغییر روحیه مدرک‌گرایی و استخدام دولتی دانشجویان</p>	<p>نقاط ضعف توسعه کارآفرینی</p>

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نقش و جایگاه نظام آموزش در تأمین نیروی انسانی ماهر و متخصص مورد نیاز برای جامعه، بی‌هیچ شکی می‌توان اظهار کرد که دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی قابلیت‌های بسیار فراوانی در توسعه امر کارآفرینی از طریق ارائه انواع

آموزش‌های رسمی را دارا می‌باشند. از طرفی اهمیت بخش کشاورزی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور ایجاب میکند تا این مراکز برای ایجاد و رونق کسب و کارهای کشاورزی به مقوله کارآفرینی توجه نمایند چراکه امروزه کارآفرینی نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی و از توسعه آن از مشخصه‌های یک اقتصاد سالم است.

مراکز آموزش کشاورزی نقش بسیار مهمی در بسترسازی، ظرفیت‌سازی، فرهنگ‌سازی و ترویج فرآیند کارآفرینی و به دنبال آن کارآفرینی پایدار ایفا می‌کنند. بنابراین به طور کلی توصیه می‌شود توسعه کارآفرینی در سرفلوحه تمامی برنامه‌های آموزشی مراکز آموزش کشاورزی قرار گیرد و این مراکز را به سازمان‌هایی کارآفرین‌پرور تبدیل سازد.

به واسطه همین اهمیت، تحقیق حاضر به دنبال ارائه یک مدل توسعه کارآفرینی در مراکز آموزش جهاد کشاورز بود. با استفاده از این مدل و تبدیل شدن مراکز به سازمانی آموزشی و کارآفرین محور، می‌توان امیدوار بود که خروجی این مراکز نیروهایی کارآفرین، توانمند و خلاق و مولد برای اقتصاد کشور خواهد بود. از اینرو سعی گردید از مدل‌های علمی و ساختارگرایانه موجود در ادبیات کارآفرینی برای برنامه‌ریزی و اجرای فعالیت‌ها استفاده گردد. مروری بر تحقیقات پیشین، پیرامون مدل‌های کارآفرینی، گویان نوپا بودن این مفهوم مخصوصاً در بخش آموزش کشاورزی و عدم نهادینه‌سازی آن است. بنابراین نیاز به تامین منابع علمی و بومی، براساس تفاوت‌های مکانی - فضایی به منظور سازماندهی و حمایت از توسعه کارآفرینی قویاً احساس می‌شود. این تحقیق با بررسی انواع مدل‌های کارآفرینی مدل (۱) را با توجه به مطابق بودن مولفه‌های آن با عناصر تحت مدیریت مراکز آموزش جهاد کشاورزی پیشنهاد می‌کند. این مدل با توجه به پوشش شاخص‌های متنوع از جمله ساختار، استراتژی‌ها، تحقیق و توسعه و فرهنگ سازمانی مدلی جامع و فراگیر محسوب می‌شود. به طور کلی تجربیات برنامه‌های گذاشته و در حال اجرای کارآفرینی این مرکز بیانگر این است که کارآفرینی حیطه‌ای کاملاً گسترده و بکر است و در صورت تامین زیرساخت‌های لازم از طرف مخاطبان مورد توجه جدی قرار می‌گیرد. با اینحال لازم است که در اجرای برنامه‌های مذکور از اقدامات جزیره‌ای و منفک از هم اجتناب کرده و در چارچوبی مشخص و هدفمند به اجرای برنامه‌های مذکور پرداخت.

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل استراتژیک توسعه کارآفرینی پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد؛

- با توجه به عدم آشنایی دانشجویان با مقوله کارآفرینی پیشنهاد می‌شود که کارگاه‌های آموزشی مرتبط به صورت هدفمند و با کیفیت برگزار گردد تا از این طریق علاوه بر افزایش دانش فراگیران در زمینه مرتبط، نگرش آنها نیز بهبود یافته و انگیزه شروع فعالیت‌های کارآفرینانه ایجاد شود.

- استفاده از روش‌های مختلف اطلاع‌رسانی برای ترغیب دانشجویان جهت شرکت در طرح‌های کارآفرینی

- حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد مراکز آموزش از فرهنگ نوآورانه و خلاقیت دانشجویان

- تخصیص منابع اعتباری به توسعه فعالیت‌های خلاقانه و کارآفرینانه

- شناسایی دانشجویان مستعد، کوشا و علاقمند و در اختیار قرار دادن امکانات کارآفرینی به آنها. این امر باعث تبلیغ مثبت جهت ترغیب سایر دانشجویان می شود.

- توانمندسازی تشکل‌های علمی و کارآفرینی جهت تبادل اطلاعات و توسعه اقدامات مربوط به شروع فعالیت کارآفرینی - پایدار بودن آموزش‌ها به نحوی که متناسب با مرحله کاری، آموزش‌های لازم به کارآفرینان ارائه گردد.

- توجه ویژه به آموزش‌های بازاریابی و فروش به منظور توانمندسازی کارآفرینان در جهت کسب منافع اقتصادی - تشویق کارآفرینان برتر

- استفاده از زیرساخت‌های موجود در مراکز برای شروع فعالیت کارآفرینانه علاقمندان (این امر باعث کاهش هزینه شروع به کار متقاضیان می شود).

- شبکه سازی اقدامات کارآفرینانه و ایجاد زنجیره تولید به منظور کسب ارزش افزوده بالاتر

منابع

۱. احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۶. کارآفرینی: تعاریف نظریات و الگوها. تهران. نشر شرکت پردیس.
۲. احمدپور داریانی، م. مقیمی، س. م. ۱۳۸۵. مبانی کارآفرینی. تهران نشر فراندیش.
۳. ازکیا، م. ۱۳۸۳. جامعه شناسی توسعه و توسعه نیافتگی روستایی ایران. تهران: انتشارات اطلاعات.
۴. افتخاری، ع و مهدوی، د. ۱۳۸۵. راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک. مدرس علوم انسانی. ویژه نامه جغرافیا. دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۳۰-۱.
۵. حسین پور، د و زارعی وش، ف. ۱۳۸۹. الگوی کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی اداره کل تعاون استان تهران). مجله تعاون. سال ۲۱، دوره جدید، شماره ۴.
۶. حسینی، م، حسینی، س و سلیمان پور، م. ۱۳۸۹. شناسایی و تحلیل موانع کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی از دیدگاه دانشجویان کارشناسی ارشد استان تهران. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران). دوره ۲-۴۱، شماره ۳، صص ۳۶۸-۳۵۹.
۷. حیدری ساربان، و. ۱۳۹۱. عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی کشاورزان در مناطق روستایی. مطالعه موردی: شهرستان مشکین شهر. جغرافیا (فصلنامه علمی- پژوهشی انجمن جغرافیای ایران). ۱۰ (۳۵).
۸. خسروی پور، ب و کیخواه، ش. ۱۳۹۲. آموزش کارآفرینی، رویکردی کارآمد در جهت اشتغال دانشجویان کشاورزی. ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه. شماره ۱۶۳.
۹. خسروی پور، ب و دهقان پور، م. ۱۳۹۴. کارآفرینی در بخش کشاورزی از طری ایجاد و گسترش مشاغل خانگی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی. جلد ۲، شماره ۳.

۱۰. دهقان، ر.، طالبی، ک و عربی، ا. ۱۳۹۱. توسعه کارآفرینی در نظام اداری (بررسی وضعیت در بخش دولتی). کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان.
۱۱. زالی، مر و رضوی، م. ۱۳۸۷. موانع توسعه کارآفرینی در ایران. ناشر: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
۱۲. زیودار، م و قاسمی، ام. ۱۳۹۰. اولویت بندی عوامل تسهیل‌گر در راهاندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط با استفاده از روش مقدار ترکیبی قضاوتها در محیط فازی. مجله توسعه کارآفرینی. شماره ۱۱، صص ۱۸۶-۱۶۷.
۱۳. سبحانی، س.م. ۱۳۹۱. تدوین مدل مفهومی ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. گروه ترویج کشاورزی دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران.
۱۴. شریعت‌زاده، ا.، جنیدی شریعت‌زاده، ح.، منصورفر، ک.، ایروانی، ه و حجازی، ی. ۱۳۸۳. تحلیل سازه‌های موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران.
۱۵. شریف‌زاده، م.ش.، عبدالله زاده، غ و عربیون، ا. ۱۳۹۳. آسیب‌شناسی اخلاقی کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار: رویکردی پدیدارشناسانه. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی. دوره ۷، شماره ۴.
۱۶. کرمی، ش. آگهی، ح. ۱۳۹۴. تحلیلی بر رویکردها و مدل‌های توسعه کارآفرینی، در توسعه کارآفرینی کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی. جلد ۲، شماره ۲.
۱۷. کلاگر، پ و آقائی، م. ۱۳۹۳. بررسی نقش کارآفرینی کشاورزی در توسعه روستایی. کارآفرینی در کشاورزی. دوره ۱، شماره ۱، صص ۸۳-۶۱.
۱۸. گلیج، ز. ۱۳۸۴. کارآفرینی روستایی و توسعه پایدار. ماهنامه سروش بانوان. شماره ۶۳، صص ۱۳-۱۲.
۱۹. میرزا امینی، مر. ۱۳۸۳. راهکارهای توسعه کارآفرینی و اشتغالزایی روستایی. مجموعه مقالات همایش نقش فناوری اطلاعات در اشتغال سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان. شورای عالی اطلاع رسانی. تهران، ۴.
۲۰. نصیری‌پور، ا.، رئیسی، پ و حسینی، ح. ۱۳۹۲. مولفه‌های فردی موثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در بیمارستان‌های دولتی ایران. مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان. دوره ۱۲، ۶۹۴-۶۸۱.

21. Anderson, RB., Dana, LP and Dana, TE. 2006. Indigenous land rights, entrepreneurship, and economic development in Canada: "opting-in" to the global economy. *Journal of World Business*. 41(1): 45-55.
22. Dacin, PA., Dacin, MT and Matear, M. 2010. Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *The academy of management perspectives*. 24(3): 37-57.
23. Drucker. PF. 1995. *Entrepreneurial Strategies*, Calif. Manage. Rev. 27: 9-25.
24. El Harbi, S and Anderson, AR. 2010. Institutions and the shaping of different forms of entrepreneurship. *The Journal of Socio-Economics*. 39(3). 436-444.

25. Gregoire, DA., Noel, MX., Dery R and Bechard J. 2006 Is there Conceptual Convergence in Entrepreneurship Research? A Co-citation Analysis of the Frontiers of Entrepreneurship Research,1981-2004. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 30 (3): 333-373.
26. Heinonen, J and Poikkijoki, SA. 2006. An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible? *Journal of Management Development*. 25(1): 80-94.
27. Hisrich Robert d and Peters. Michael. P. 2002. "Entrepreneurship" ; Fifth Edition; Mc Graw - Hill; Toronto.
28. Jevons, WS. 1881. Richard Cantillon and the Nationality of Political Economy. *Contemporary Review* (Oxford, United Kingdom: The Contemporary Review Company Limited): 333–360.
29. Katsikis I and Kyrgidou L. 2007. Sustainable Entrepreneurship as a Strategy for Development: A Theoretical and Empirical Approach, accepted at the 27th Annual International Conference of the Strategic Management Society -SMS: The Challenges of Non-Market Influences on Market Strategies, 14-17, October 2007, San Diego, CA, USA.
30. Klyver, K., Hindle, K and Meyer, D. 2008. Influence of social network structure on entrepreneurship participation—a study of 20 national cultures. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 4(3): 331-347.
31. Kuratko, DF and Hodgetts, RM. 2001. "Entrepreneurship: A Contemporary Approach", Harcourt College Publishers.
32. Morris, M and Lewis, P. 1995. "The determinants of entrepreneurial activity : implication for marketing", *European Journal of Marketing*. 29(7).
33. Ockhaus. R. 1982. "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs"; *Academy of Management Journal*.
34. Sahlman, WA. 1999. *The entrepreneurial venture: readings selected*. Rutgers University Press.
35. Schumpeter, JA. 1934. *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
36. Sobhani, SMJ and Hossieni, SM. 2010. Agricultural Students' Attitude towards Educational Barriers of Entrepreneurial Training in Iran.International Conference On Agricultural Extension 2010 (AGREX'10) Malaysia.
37. Thoren, K. 2007. *Corporate Entrepreneurship as a Business Development Strategy*. Doctoral Thesis. Stockholm, Sweden.