



دانشگاه گوارن کورنر و ساینس کول

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد دوم، شماره دوم، تابستان 1394

<http://jead.gau.ac.ir>

الزامات ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی

* نعمت‌اله شیری¹، علی اصغر میرکزاده² و کیومرث زرافشانی³

¹ دانشجوی دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه،

² استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه،

³ دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

تاریخ دریافت: 1394/6/25؛ تاریخ پذیرش: 1394/8/22

چکیده

امروزه بیش از گذشته مؤسسات آموزش عالی بایستی به دنبال رهیافت‌هایی برای پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و اقتصادی جوامع باشند. در این راستا، افزایش بیکاری در میان گروه‌های تحصیل کرده به خصوص دانش‌آموختگان نظام آموزش عالی کشاورزی ایران به یکی از بزرگترین مشکلات اجتماعی - اقتصادی کشور تبدیل شده است؛ این مسئله ضرورت توجه به مقوله کارآفرینی و ترویج آن در نظام آموزش عالی کشاورزی را بیش از پیش آشکار ساخته است. در این زمینه، مطالعه مروری - تحلیلی حاضر، با هدف بررسی الزامات ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی انجام شد. برای این منظور، ضمن بررسی ضرورت کارآفرینی در نظام آموزش عالی، دلایل نیاز به مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه، ویژگی‌های کلیدی مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه به مبحث ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی پرداخته شد. بر اساس نتایج حاصل از بررسی منابع، مهم‌ترین الزامات ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی شامل: ابتلا به تغییرات بنیادین در تولید دانش، بازسازی آموزش، بهبود قابلیت اشتغال‌پذیری دانش‌آموختگان و پرورش افراد کارآفرین، ترویج راه‌اندازی کسب و کار، انجام تحقیقات مناسب و قابل دسترس، بین‌المللی‌سازی در راهبرد، رسیدگی به محدودیت‌های مالی و ساخت شراکت می‌باشند. یافته‌های این مطالعه می‌تواند به

* مسئول مکاتبه: nshiri82@gmail.com

نعمت‌اله شیری و همکاران

برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی کشاورزی در جهت تدوین برنامه‌هایی برای ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی کشور کمک کند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، ترویج کارآفرینی، نظام آموزش عالی کشاورزی

مقدمه

امروزه بیکاری در بسیاری از کشورهای جهان حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی به‌عنوان یک مشکل اساسی مطرح می‌باشد. حل این مشکل، سیاست‌گذاران غالب کشورها را با چالش‌های بزرگی روبرو کرده است؛ به گونه‌ای که می‌توان گفت: ثبات و زوال برخی از دولت‌ها در گرو حل بحران بیکاری می‌باشد (صالحی و برادران، 1385). این مسئله در کشورهای جهان سوم با شرایط حادثتری مواجه است؛ به‌طوری که در کشور ما نیز جمعیت بیکار کشور در دوره 1393-1384 به‌صورت فزاینده‌ای افزایش یافته است و پیش‌بینی وضعیت آینده بازار کار با در نظر گرفتن ورود سالانه 800 هزار نیروی انسانی جویای کار به بازار و پیش‌بینی وضعیت آینده بازار کار با در نظر گرفتن ورود سالانه 1400، بیکاری را به یکی از چالش‌های اصلی برنامه‌های توسعه اجتماعی - اقتصادی تا افق 1400 تبدیل نموده است. نرخ بیکاری نیروی انسانی دارای تحصیلات عالی از لحاظ کمی در ایران نیز همانند بسیاری از کشورهای در حال توسعه، رشد قابل توجهی داشته است (جمشیدی‌فر و همکاران، 1389). به‌طوری که براساس آمار موجود، حدود 2/5 میلیون نفر در ایران بیکار هستند که 30 درصد از آن‌ها را دانش‌آموختگان دانشگاهی تشکیل می‌دهند (کریمی و همکاران، 2010). بحران بیکاری به‌ویژه بیکاری دانش‌آموختگان نظام آموزش عالی به آفت مهمی برای برنامه‌های توسعه اجتماعی - اقتصادی کشور تبدیل شده است (قاسمی و همکاران، 2009). در این راستا، نه تنها دانش‌آموختگان بخش کشاورزی از این قاعده مستثنی نیستند، بلکه به‌صورت حادثتری از مشکلات مذکور رنج می‌برند (شیری و همکاران، 1393).

بررسی وضعیت دانش‌آموختگان کشاورزی در ایران طی یک دوره چهار ساله بین سال‌های 1384 تا 1388 نشان می‌دهد که هر ساله بین 36 تا 120 هزار نفر دانش‌آموخته کشاورزی از دانشگاه‌های دولتی و آزاد فارغ‌التحصیل شده‌اند که بخش عمده‌ای از این تعداد یا بیکارند یا در بخش‌های غیرکشاورزی مشغول به‌کار هستند (فرهانی، 1389)؛ به‌طوری که در حال حاضر خیل عظیمی از

دانش‌آموختگان آموزش عالی کشاورزی کشور با مشکل اشتغال مواجه شوند؛ این در حالی است که با توجه به جنبه کاربردی و عملی رشته‌های کشاورزی و ظرفیت‌های خوداشتغالی بخش کشاورزی انتظار می‌رود که فعالیت‌های کارآفرینی در میان این قشر بسیار بیش‌تر از دانش‌آموختگان سایر رشته‌های دانشگاهی باشد (شیری و همکاران، 1393).

در شرایط فعلی کشور، مهم‌ترین علل بیکاری دانش‌آموختگان کشاورزی، عدم وجود موقعیت‌ها و الزامات خوداشتغالی و کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی کشور می‌باشد. این امر موجب پایین بودن رفتار کارآفرینانه دانشجویان و دانش‌آموختگان کشاورزی شده و لذا این افراد تمام تلاش خود برای استخدام در بخش دولتی به‌کار می‌گیرند (علیپور و دهقانی، 1391). در این راستا، تلاش برای نیل به رهیافت‌های مختلف ترویج کارآفرینی به یکی از ضرورت‌های اساسی نظام آموزش عالی کشاورزی کشور تبدیل شده است. از این‌رو، در این مقاله مروری - تحلیلی به بررسی مهم‌ترین الزامات ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی پرداخته می‌شود.

ضرورت کارآفرینی در آموزش عالی: امروزه دانشگاه بر حسب رسالت‌ها و تعهداتی که نسبت به جامعه دارد، بایستی از یک سو برای بقاء و اثربخشی خود تلاش کند و از سوی دیگر، با توجه به نقشی که در جامعه به‌عنوان الگوی سایر سازمان‌ها دارد بایستی در جهت ایجاد بستری مناسب برای اثربخش کردن سازمان‌های دیگر برنامه‌ریزی کند تا به شیوه‌های جدید و کارآمد بتواند با ارائه کالاها و خدمات خود به جامعه، نتیجه ارزشمندی را به بار آورد. بر این اساس، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در عصر حاضر، بایستی مسئولیت‌های جدیدی در قبال جامعه و توسعه اقتصادی آن تقبل نمایند. به دانشگاهی که چنین مسئولیت‌هایی را قبول کرده، دانشگاه کارآفرین گفته می‌شود (یوسف، 2009؛ جیب و همکاران، 2009). در نظام آموزش عالی کارآفرینانه یا دانشگاه کارآفرین، فعالیت‌های تدریس، پژوهش و تعامل اجتماعی در هم تنیده‌اند؛ به‌طوری که در این نظام رهبری، مدیریت و مشارکت ذی‌نفعان خارجی در ایجاد یک هم‌افزایی مداوم و تعامل پویا بین آن‌ها است. یک تعریف مناسب از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه که با گستردگی زیاد به تنوع نهادی کمک می‌کند، توسط جیب (2013) ارائه شده است:

«مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه برای توانمندسازی اعضای هیأت علمی و دانشجویان در راه‌اندازی کسب و کارها؛ و ایجاد نوآوری و خلاقیت در پژوهش، تدریس و پیگیری و استفاده از دانش در طول زندگی آن‌ها طراحی شده‌اند. این مؤسسات به‌طور مؤثری به افزایش یادگیری در یک

نعمت‌اله شیری و همکاران

محیط اجتماعی که با سطوح بالایی از عدم اطمینان و پیچیدگی همراه است کمک می‌کند؛ و ایجاد ارزش‌های عمومی را از طریق فرآیند تعامل باز، یادگیری متقابل، کشف و مبادله با تمام ذی‌نفعان در جامعه محلی، ملی و بین‌المللی تسهیل می‌کنند».

بر این اساس، می‌توان اذعان نمود که کارآفرینی رابطه تنگاتنگی با آموزش عالی دارد و مفهومی است که حضور طولانی مدتی در زمینه بحث‌های مربوط به اصلاح نظام آموزش عالی دارد (ویلیامز، 1992؛ کلارک، 2004؛ شاتوک، 2003). به طوری که هدف از اجرای طرح کارآفرینی در دانشگاه‌ها تربیت دانشجویانی است که قادر باشند پس از دانش‌آموختگی شغل جدیدی همراه با نوآوری و خلاقیت ایجاد کنند. بنابراین، دانشگاه به‌عنوان یک نهاد اجتماعی باید آماده باشد که به ارزیابی و تحلیل منطقی وضع موجود جامعه پردازد و هدف‌هایی را برای حرکت منسجم آینده کشور ترسیم نماید. در واقع، جامعه دانشگاهی به‌عنوان آگاه‌ترین قشر جامعه باید قادر باشد نقشه‌ای برای توسعه جامعه طراحی کند. در این راستا، دانشگاه‌های مختلف کشور به تدریج شروع به انجام اقدامات لازم در زمینه اجرای طرح توسعه کارآفرینی (کاراد)¹ نموده‌اند؛ کارآفرینانه نمودن دروس و شیوه‌های تدریس، برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی، انجام تحقیقات در خصوص کارآفرینی و کارآفرینان، حمایت‌های علمی، مشاوره‌ای و مالی جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه توسط دانشجویان، گسترش مهارت‌های فردی و برگزاری دوره‌های کارآموزی از جمله اقداماتی است که در کشورهای مختلف مدنظر بوده است. اما لازم به ذکر است که برای طراحی و اجرای صحیح اقدامات مذکور در جهت ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی، بایستی تمام ارکان نظام آموزش عالی کارآفرینانه باشد؛ بنابراین، وجود مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه موردنیاز است. از این‌رو، در ادامه ضمن بحث در مورد دلایل نیاز به مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه، ویژگی‌های کلیدی مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه و ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد.

1- در برنامه سوم توسعه، طرحی تحت عنوان «طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور (کاراد)» تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری شروع و مسئولیت پیگیری اجرا و امور ستادی آن از سوی وزارت علوم در اواخر سال 1379 به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید.

دلایل نیاز به مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه

ابتلا به تغییرات بنیادی در تولید دانش¹: در طول پنجاه سال گذشته، تولید دانش به صورت بنیادینی تغییر کرده است. آنچه که امروزه به عنوان «توزیع شده اجتماعی، عمل‌گرایانه (کاربردی)، فرا رشته‌ای و موضوع پاسخگویی چندگانه» اشاره می‌شود، حالت دو دانش است (نوننتی و همکاران، 2003). این حالت دانش، شرایط متفاوتی می‌سازد که در آن تقسیم‌بندی رشته‌ها دیگر جایگاهی ندارد. در نتیجه این حالت، اگر چه مؤسسات آموزش عالی در معرض یک «تغییر تکنیکی در رابطه بین علم و اقتصاد» با آوردن چالش‌ها زیادی قرار می‌دهد؛ ولی فرصت‌های جدیدی را نیز برای ایجاد و نشر فناوری‌های جدید به ارمغان می‌آورد (اتزوویتز و همکاران، 2012). در این نوع آموزش، دیگر هیچ دانشگاهی تنها نیست و در واقع، بخش آموزش عالی به عنوان یک کل است که می‌تواند ادعا کند که ولاترین مخزن و عامل کشف دانش است (کویک، 2012).

مؤسسات آموزش عالی به‌طور فزاینده‌ای مجبور به بهبود ظرفیت خود با تأکید بر حل مشکلات دانش‌محور، ایجاد همکاری‌های گسترده‌تر برای یادگیری، عبور از مرزها و محدودیت‌های رشته‌ای و ترویج فرا رشته‌ای و کشف، بهره‌برداری و اشتراک دانش در راه‌های جدید هستند؛ به‌طوری که دانشگاه‌ها برای همگام شدن با تغییرات و تحولات اخیر بایستی در فرآیندهای خلق و تولید دانش خود تغییرات بنیادینی اعمال نمایند (جیب و همکاران، 2015). این امر، اهمیت آموزش عالی کارآفرینانه را آشکار می‌کند.

بازسازی آموزش²: انقلاب اطلاعات و ارتباطات جهانی، لزوم انجام تغییراتی در شیوه‌ها و رهیافت‌های تدریس و یادگیری در آموزش عالی به ارمغان آورده است؛ به‌طوری که آموزشگران و دانشجویان برای مقابله با حجم گسترده اطلاعاتی که به‌صورت آزادانه و فشرده در اینترنت قابل دسترس هستند، بایستی توانمند شوند. در این راستا، وبلاگ‌های علمی نظیر، یوتیوب³، فیس‌بوک⁴، توییتر⁵ و دیگر اشکال رسانه‌های اجتماعی اهمیت و ضرورت رو به رشدی در ارتباطات بین آموزشگر و دانشجو به‌دست آورده‌اند. فعال شدن کانال‌های یادگیری جدید، رهیافت‌ها و شیوه‌های

1- Catching up with fundamental changes in knowledge production

2- Reorganising Education

3- You Tube

4- Facebook

5- Twitter

سنتی تدریس و یادگیری را زیر سؤال می‌برد. در رهیافت‌ها و شیوه‌های جدید یادگیری، دانشجویان به یک فرد مطلع از دامنه وسیع منابع اطلاعاتی و چگونگی استفاده از آن تبدیل شده‌اند و در پیدا کردن راه‌حل‌های جدید به چالش کشیده شده‌اند؛ و آموزشگران به یک تسهیل‌گر در فرآیند یادگیری تبدیل شده‌اند (جیب و همکاران، 2015).

بنابراین، در عصر حاضر پتانسیل‌ها برای یادگیری دانشجویان گسترده‌تر شده است و با رشد دوره‌های درسی آن‌لاین باز و گسترده¹، جذب دانشجویان در سراسر جهان افزایش یافته است. دوره‌های درسی آن‌لاین و باز یک چالش برای اعضای هیأت علمی در دانشگاه‌های کمتر معتبر هستند؛ دانشجویان در این دانشگاه‌ها ممکن است قادر به گوش دادن به سخنرانی در مورد همان موضوع توسط استادان مشهور جهان باشند (همان). در پاسخ به این چالش‌ها و فرصت‌ها نیاز به یک رهیافت متفاوت نسبت به تدریس و یادگیری در مؤسسات آموزش عالی وجود دارد؛ بنابراین، به بازاندیشی در آموزش و تلاش برای ایجاد نوآوری در مؤسسات آموزش عالی نیاز هست (آزرویتز و همکاران، 2012).

بهبود قابلیت اشتغال‌پذیری دانش‌آموختگان و پرورش افراد کارآفرین²: در عصر حاضر، از یک طرف، نیازهای بازار کار به سرعت در حال تغییر و تحول هستند؛ به طوری که کارفرمایان به دنبال افراد ماهر در کسب و کار هستند که نیازهای مشتریان را بشناسند، و دارای مهارت‌هایی نظیر حل مسئله، کار گروهی، ارتباطات و فن‌آوری‌های اطلاعاتی و حسابداری باشند. همچنین، آنان به دنبال افرادی هستند که به شعار «خواستن توانستن است» باور دارند، در واقع این‌ها افرادی با فکر باز برای ارزش‌آفرینی و ارائه ایده‌های جدید در کسب و کارهای آنان می‌باشند. الزامات اشتغال‌پذیری با شایستگی‌ها و مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی همپوشانی دارند؛ هر دو در یک مفهوم گسترده‌تر به قابلیت‌ها و توانایی‌های موردنیاز برای راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار اشاره دارند. دستیابی به این نتایج یادگیری نیازمند محیط‌های یادگیری و راهبردهای تدریسی است که در آن به دانشجویان فرصت‌هایی برای تجربه و بهره‌برداری از دانش ضمنی داده می‌شود و آن‌ها را برای مالکیت بر فرآیند یادگیری تشویق می‌کند (جیب و همکاران، 2015). از طرف دیگر، بیکاری و اشتغال ناقص³

1- Massive Open Online Courses (MOOC)

2- Enhancing graduate employability and educating 'enterprising' individuals

3- Unemployment and underemployment

دانش‌آموختگان دانشگاهی در بسیاری از کشورها بسیار بالا است. این امر، یک بار دیگر این سؤال را مطرح می‌کند که آیا مؤسسات آموزش عالی به خودی خود می‌تواند به توسعه توانایی‌های و مهارت‌های دانش‌آموختگان برای پیدا کردن شغل و همچنین زندگی و رشد در یک بازار کار جهانی پویا و متحول کمک کنند (مولین و پاولین، 2012). بر این اساس، در عصر حاضر ارتقای قابلیت اشتغال‌پذیری دانش‌آموختگان دانشگاهی بایستی مورد توجه برنامه‌ریزان آموزش عالی قرار گیرد. در این راستا، بایستی خاطر نشان کرد که این امر مستلزم هم‌افزایی بین آموزش، پژوهش و کارآموزی و ساختارهای شبکه‌ای قوی‌تر بین مؤسسات آموزش عالی و بازار کار محلی و حتی غیرمحلی است (اتزوویتز و همکاران، 2012). به هر حال، این امر مستلزم پاسخگویی مؤسسات آموزشی به دانش‌آموختگانی است که نسبتاً به سایرین از ریسک‌گریزی پایین‌تری برخوردارند و علاقه بیش‌تری به کشف مشاغل و کسب و کارهای جدید دارند و همچنین دارای ارتباطات بین‌المللی بهتری می‌باشند.

ترویج راه‌اندازی کسب و کار¹: داشتن مهارت‌ها و صلاحیت‌های مناسب کارآفرینانه از اهمیت ویژه‌ای در موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه دارد؛ به طوری که افراد برانگیخته شده برای کارآفرینی به مجموعه مناسبی از مهارت‌ها برای شناسایی فرصت‌ها و راه‌اندازی پروژه‌های کارآفرینانه خود نیاز دارند. در این راستا، بهترین و مهم‌ترین گزینه برای ارتقای مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینانه این است که دانشگاه‌ها متولی امر آموزش از رویکرد کارآفرینانه برخوردار باشند؛ بنابراین، می‌توان گفت که مؤسسات آموزشی با طراحی و اجرای برنامه‌های کارآفرینانه نقش اصلی در ترویج کارآفرینی دارند (جیب و همکاران، 2015).

با توجه به این‌که راه‌اندازی و توسعه یک کسب و کار جدید و یا هر نوع سازمان شامل یک فرآیند یادگیری گسترده و مستمر است که می‌تواند توسط آموزش و کارآموزی کارآفرینی بهبود یابد. بحث‌ها از این‌که «چرا دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی بایستی به ترویج کارآفرینی بپردازند» به «چگونه آن‌ها بایستی به بهترین نحو این کار را انجام دهند»، تغییر یافته است (OECD, 2010). در این راستا، برنامه‌های آموزش و ترویج کارآفرینی بایستی در یک راه پویا و با توجه به تحقیقات کاربردی و نیازهای واقعی کسب و کار سازماندهی شود. برای اطمینان از این، تمرینات ارزیابی عملکرد، شامل جلسات بازخورد با مردم از جوامع کسب و کار، دانش‌آموختگان و دانشجویان کارآفرین و بررسی و

1- Promoting business start-up

مطالعه دانش‌آموختگانی با موقعیت‌های شغلی کارآفرینانه به‌طور منظم مفید است. یک نکته مهم در این راستا، این است که آموزش کارآفرینی بایستی توسط آموزشگران و دانشجویان جدی گرفته شود؛ ولی آن بایستی به تحقق الزامات دانشگاهی (ترفیع رتبه) برای هر دو نیز کمک کند (همان). بنابراین، یکی دیگر از دلایل اصلی نیاز به مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه، بحث ترویج راه‌اندازی کسب و کار در بین دانشجویان می‌باشد.

انجام تحقیقات مناسب و قابل دسترس¹: امروزه انقلاب اطلاعات و ارتباطات جهانی نه تنها چالش آموزش و یادگیری نیست، بلکه راهی برای تبدیل دانشگاه‌های متداول به دانشگاهایی با شهرت و وجهه علمی است؛ به‌طوری که اهمیت دانش و فنآوری نوین در تحقیقات عملی مؤسسات آموزش عالی مورد توجه فزاینده‌ای قرار گرفته است؛ و این امر سبب شده که مؤسسات مذکور نقش منحصر به فردی در ارتقای توسعه، رفاه و پایداری جامعه داشته باشند. دستیابی به این مهم، مستلزم پرورش افراد کارآفرین و همچنین ایجاد محیطی در دانشگاه‌ها است که انتقال، کاربرد و تبادل دانش و فنآوری را با جهان خارج تسهیل کند (جیب و همکاران، 2015).

چالش بسیاری از مؤسسات آموزش عالی این است که چگونه می‌توان تحقیقات دانشگاهی متناسب و قابل دسترس برای حل مشکلات جامعه پدید آورد (همان). برای حل مشکلات مذکور و تبدیل نتایج تحقیقات به محصولات و خدمات جدید به مؤسسات آموزش عالی بازی نیاز است که پذیرای مشکلات واقعی جهان برای فعال کردن پژوهشگران و دانشجویان در جهت ارائه راه‌حل‌های نوآورانه و نشر و گسترش آن‌ها باشند. همه این موارد به «ظرفیت کارآفرینانه» مؤسسات آموزش عالی نیاز دارد. برای توسعه این ظرفیت به یادگیری مشارکتی و همراهی با ذی‌نفعان خارجی نیاز است. این به معنی حرکت از تمرکز محدود بر انتقال دانش به یک شبکه مبتنی بر رهیافت تبادل دانش است (پرکمان و همکاران، 2013).

بین‌المللی‌سازی در راهبرد²: امروزه بین‌المللی‌سازی به‌صورت گسترده‌ای توسط بسیاری از مؤسسات آموزش عالی در سراسر جهان انجام می‌شود. در این زمینه، یک اجماع کلی وجود دارد و آن این است که بین‌المللی‌سازی زمانی می‌تواند پیشنهاد شود که قسمتی از یک راهبرد وسیع‌تر بوده و منافع ارزشمندی برای دانشجویان، اعضای هیأت علمی و دانشگاه‌ها به‌عنوان یک کل به دنبال داشته باشد.

1- Making research relevant and accessible

2- Embedding internationalisation into strategy

این تفکر راهبردی می‌تواند منجر به نوآوری و نوسازی آموزش و پرورش شود؛ همکاری‌های گسترده‌تر بین دانشجویان و اعضای هیأت علمی را تشویق کند؛ و همچنین می‌تواند راه‌های جدیدی را برای همکاری‌های تحقیقاتی باز کند. علاوه بر این، تحرک بین‌المللی دانشمندان و دانشجویان می‌تواند کارآفرینی دانشگاهی را از طریق قرار دادن آن‌ها در محیط‌های تحقیقاتی و فرصت‌های کاربردی جدید بهبود دهد (کرابل و همکاران، 2012).

یک رهیافت عملی وسیع برای بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌ها همکاری با مؤسسات آموزش عالی در خارج از کشور است که تبادلات اعضای هیأت علمی و دانشجویان و همکاری در تحقیق و توسعه و برنامه‌های مدرک مشترک بین‌المللی را تسهیل می‌کند و همچنین، منجر به باز شدن پردیس‌های بین‌المللی می‌شود. علاوه بر این‌ها، باز کردن ارتباطات وسیع‌تر از طریق رهیافت‌های آموزش از راه دور، جهانی شدن برنامه‌های درسی، ساخت ارتباطات قوی‌تر با کسب و کارهای بین‌المللی، ملی و محلی و تعامل نزدیک با دانش‌آموختگان خارج از کشور نیز از شیوه‌های عملی در حال رشد بین‌المللی‌سازی هستند (OECD, 2012).

رسیدگی به محدودیت‌های مالی¹: در عصر حاضر با افزایش محدودیت بودجه در بخش عمومی، فشار بر روی بسیاری از مؤسسات آموزش عالی در جهت افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها افزایش یافته است. در بسیاری از کشورها، گزینش‌ها بر اساس معیارهایی نظیر خروجی‌ها (مقالات، کتاب‌ها، طرح‌ها و ...) و همچنین، معیارهای عملکرد محور به اعضای هیأت علمی تخصیص می‌یابد. این نوع تخصیص منابع مالی به اعضای هیأت علمی هم بر تصمیمات راهبردی و هم بر ظرفیت منابع برای جذب بودجه‌های آتی تأثیر می‌گذارد. بنابراین، مؤسسات آموزش عالی بایستی با استفاده از جریان‌های بودجه‌ای چندگانه² به حفظ تعادل بودجه‌ای خود با منابع درآمدی غیررسمی بپردازند. به هر حال، مدیریت جریان‌های بودجه‌ای چندگانه به زمان و منابع زیاد نیاز دارد و مهم‌تر از همه مستلزم رهیافت‌های هزینه‌یابی است. پذیرش جریان‌های بودجه‌ای چندگانه بسیاری از مؤسسات آموزش عالی را با یک نیاز فوری برای غلبه بر موانع داخلی (برای مثال، مقاومت در برابر یک رویکر مدیریتی، فقدان شرایط و یا پرسنل آموزش دیده) و موانع خارجی، نظیر موانع قانونی و فقدان تجربه مدیریت ذی‌نفعان مواجه ساخته است (کینگ و همکاران، 2010).

1- Handling financial stringency

2- Multiple funding streams

محدودیت مالی از یک طرف می‌تواند یک مشوق برای کارآفرینانه رفتار کردن مؤسسات آموزش عالی می‌باشد (شاتوک، 2010)؛ و از طرف دیگر، می‌تواند در صورت عدم وجود سرمایه‌گذاری اولیه و یا شرایطی از چارچوب قانونی که مؤسسات آموزش عالی برای ایجاد و مدیریت جریان‌های بودجه‌ای چندگانه به آن نیاز دارند، بازدارنده باشد (ویلیامز، 2009). در هر حال، برای غلبه بر مشکلات مالی در آموزش عالی به مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه نیاز است.

ساخت شراکت‌ها¹: مؤسسات آموزش عالی سازمان‌های کثرت‌گرا و پیچیده با گروه‌ها و رشته‌های مختلف هستند که با ذی‌نفعانی از محیط‌های مختلف و با درجاتی از پیچیدگی جویجور که در فرآیندهای خلق، تبادل و به‌کارگیری دانش دخالت می‌کنند، روبه‌رو هستند (موسز، 2005). در این شرایط، حرکت از وابستگی درونی منفعل به تعامل و گسترش ارتباطات با ذی‌نفعان فعال یک فرآیند پیچیده است؛ زیرا قابلیت‌های دانشگاه‌ها برای تشخیص فرصت‌های همکاری و برای ارتباطات و تعامل با ذی‌نفعان بایستی به‌گونه‌ای توسعه یابد که ذی‌نفعان مؤسسات آموزش عالی را متعلق به خود ندانند (کلوفستن، 2013).

بسیاری از بحث‌های دانشگاهی و عمومی بر روی نظریه تعامل مؤسسات آموزش عالی بر مدل ماریچی سه ضلعی مشارکت مثلثی² با کسب و کارها و دولت و به تازگی با جامعه گسترده‌تر متمرکز شده‌اند (اتزوویتز، 2008). این امر به‌ویژه در حوزه توسعه فناوری از فعالیت‌های علمی و مهندسی ترویج شده است، ولی تا حدودی توسعه این امر در گروه‌های علوم انسانی به دلیل پیش‌فرض غلط در مورد پارادایم کارآفرینی مورد غفلت واقع شده است، با این وجود، بسیاری از گروه‌های علمی و دانشجویان آن‌ها تعامل بالایی با ذی‌نفعان خارجی دارند (بنوورث و جونگبلود، 2010).

چنانچه فرآیند تعامل دانشگاه‌ها با ذی‌نفعان به دقت مدیریت شود، مؤسسات مذکور به سازمان‌های یادگیرنده تبدیل می‌شوند که «مکان یادگیری»³ در تمام سطوح و اشکال در داخل و خارج از آن‌ها وجود داشته باشد (جیب، 2013). به هر حال در این شرایط، تعامل با ذی‌نفعان خارجی می‌تواند چالش‌هایی را به دلیل برتری جویی علمی میان ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری‌ها ایجاد نماید؛ به گونه‌ای که

1- Building partnerships

2- Triple Helix Model of triangular partnerships

3- Porous to learning

طیف وسیعی از ذی‌نفعان که در تعامل با دانشگاه‌ها هستند، قضاوت‌ها و تصمیمات را تنها از دریچه نگاه خود می‌بینند.

ویژگی‌های کلیدی مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه: با وجود تنوع مؤسسات آموزش عالی، ولی ویژگی‌های کلیدی مشخصی وجود دارد که متضمن مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه هستند؛ این ویژگی‌های را می‌توان به صورت زیر ارائه نمود (جیب و همکاران، 2015):

* رهبری و مدیریت دو عامل مهم و چالش‌برانگیز در توسعه مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه هستند. رهبری مثبت و پاسخگو محافظ‌پویایی و موفقیت سازمان‌ها به‌ویژه در شرایط عدم قطعیت، غیرقابل پیش‌بینی و پیچیده است. رهبری و مدیریت می‌تواند محرک ایجاد نوآوری‌های مختلف در سازمان‌هایی که چشم‌انداز و فرهنگ مشترکی دارند، باشد؛ اما این امر در سازمان‌هایی با بوروکراسی پیچیده اداری که به دنبال افزایش اقتدار و خودمختاری (برخلاف مدیریت کارآفرینانه) نسبت به ذی‌نفعان خود هستند، امکان‌پذیر نمی‌باشد.

* ظرفیت سازمانی، مردم، مشوق‌ها: مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه به‌طور مداوم به دنبال توسعه ظرفیت سازمانی خود هستند. برای دستیابی به این هدف بایستی پاداش‌هایی را برای اعضای هیأت علمی، دانشجویان و ذی‌نفعان که به دنبال ترویج کارآفرینی و از بین بردن موانع آن هستند، در نظر گرفت. هدف از این امر توانمند کردن افراد در سازمان برای درگیری در نوآوری و ایجاد روابط شخصی مبتنی بر اعتماد با ذی‌نفعان در سراسر مرزهای خارجی و داخلی و ایجاد هم‌افزایی در سازمان است.

* ترویج و توسعه کارآفرینی از طریق آموزش و یادگیری به چیزهای دیگر به‌جز منابع درسی استاندارد و ساختارهای کلاس درس معمولی نیاز دارند. آموزش کارآفرینی تلاشی به‌منظور افزایش قابلیت‌های کارآفرینانه در میان دانشجویان به‌وسیله دادن استقلال و مسئولیت‌پذیری به آن‌ها در فرآیند یادگیری از طریق یادگیری تجربی، مشارکتی و بازتابی است.

* هدایت افراد به مسیرهای کارآفرینی مستلزم راهبردهای تدریس و محیط‌های یادگیری است که دانشجویان و اعضای هیأت علمی مؤسسات آموزش عالی را در راه‌اندازی کسب و کارها حمایت کنند. مؤسسات آموزش عالی می‌توانند این حمایت را خودشان به‌طور مستقیم و با ارائه خدمات حمایتی تخصصی در زمینه راه‌اندازی کسب و کار به کارآفرینان بالقوه، آن‌ها را به داخل اکوسیستم کارآفرینی هدایت کنند.

* تبادل دانش که توسط احساس دیگریاری تعیین می‌شود. متأسفانه، نگرش منفی نسبت به کارآفرینی، کارآفرینان و کسب و کارها در داخل نظام آموزش عالی وجود دارد که می‌تواند مانع شکل‌گیری شبکه و همکاری با شرکای کسب و کار گردد. ارتباطات که هر دو طرف شبکه تبادل دانش را تضمین می‌کند درک روشنی از انتظارات، محدودیت‌ها و الزامات دارد که بدنه اصلی نظام آموزش عالی کارآفرینانه است.

* بین‌المللی‌سازی، به‌خودی‌خود شاخص مهمی برای کیفیت در نظام آموزش عالی نیست، ولی وسیله‌ای تغییر و پیشرفت مداوم است. دانشگاه‌ها می‌توانند از طریق فعالیت‌های خود در تدریس، پژوهش و تبادل دانش به‌وسیله اعضای هیأت علمی و دانشجویان خود بین‌المللی شوند.

* اندازه‌گیری اثر اقدامات کارآفرینانه در آموزش عالی آسان نیست. برای اندازه‌گیری اثر اقدامات کارآفرینانه، بایستی ابتدا سیستم نظارت و ارزشیابی کارآفرینی در ساختار رهبری و اجرایی مؤسسات آموزش عالی تعبیه شود. این امر به ایجاد درک درستی از کارآفرینی در هیئت اجرایی و مدیریتی مؤسسات آموزش عالی منجر می‌شود که در مقایسه با اهداف راهبردی دیگر، نظیر پایداری، برتری در پژوهش، جذب دانشجویان خارجی مهم‌تر است؛ زیرا برتری یا تعالی مؤسسات آموزش عالی از طریق چشمان تمام ذی‌نفعان خود در دستیابی به خلق ارزش عمومی مورد قضاوت قرار می‌گیرد.

ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی: تغییر در وضعیت و شرایط کشاورزی در سطح بین‌المللی، ملی و محلی، مدیران و صاحبان صنایع و شرکت‌های فعال در زمینه کشاورزی را ملزم می‌کند تا به‌منظور دوام، رقابت و رشد در بازار به طریقه متفاوت‌تری نسبت به گذشته فکر و عمل کنند. در حقیقت، کشاورزان امروزی و دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی بایستی دیدگاه، نگرش، مهارت، رفتار و نقش خود را از یک تولیدکننده صرف کشاورزی به یک کارآفرین کشاورزی تغییر دهند. بنابراین، ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی در جهت بهبود دانش، نگرش و رفتار کارآفرینانه آنان ضرورت دارد. در این راستا، بایستی خاطر نشان کرد که تغییرات متعددی که در طول دهه گذشته در بخش کشاورزی صورت گرفته است، نظام آموزش عالی کشاورزی را با چالش‌های جدیدی مواجه ساخته است. از جمله این چالش‌ها چگونگی تلفیق کارآفرینی در برنامه‌های آموزشی، پژوهشی و خدماتی مؤسسات آموزش عالی کشاورزی یا به عبارت بهتر، چگونگی ترویج کارآفرینی در این نظام است (عزیزی و حسینی، 1385).

تحقیقات متعدد در این زمینه نشان می‌دهند که اگرچه تنها افزودن یک دوره نظری درباره کارآفرینی به برنامه درسی آموزش عالی کشاورزی لازم است، اما کفایت نمی‌کند؛ بلکه بایستی برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان آموزش عالی کشاورزی از طرق مختلف که شامل برنامه‌های آموزش رسمی نظیر افزودن دروس و واحدهای کارآفرینی و برنامه‌های غیررسمی نظیر برگزاری سمینارها و همایش‌ها در دانشکده‌های کشاورزی با موضوع کارآفرینی، حمایت از دانشجویان فعال در زمینه کارآفرینی و تشویق و حمایت از دانشجویان در جهت ایجاد کارآفرینی، نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی در دانشجویان و تدریس تمام دروس با نگاه کارآفرینی اقدام کرد.

در این رابطه جویدن یک رهیافت دو بُعدی یکپارچه را برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان آموزش عالی کشاورزی معرفی می‌کند:

1- تلفیق واحدها و دروس آموزشی متعدد در برنامه‌های درسی آموزش کشاورزی جهت توسعه مهارت‌های مدیریتی در بین دانشجویان تمام رشته‌های کشاورزی؛

2- تلفیق واحدها و دروس آموزشی رسمی و غیررسمی مرتبط با کارآفرینی از طریق روش‌ها و راهبردهای تدریس معتد و متنوع در تمامی رشته‌های کشاورزی.

این رهیافت دو بُعدی ممکن است به دانشجویان کمک کند تا به دانش و هنر کارآفرینی مجهز گردند. راه‌های مختلف و فراوانی برای ترویج و توسعه کارآفرینی در رشته‌های اقتصاد و بازرگانی وجود دارد. آنچه که مشخص و شفاف نمی‌باشد این است که چگونه باید کارآفرینی را در بین سایر رشته‌های آموزش عالی آموزش داد و ترویج نمود؟ در ارتباط با آموزش و ترویج کارآفرینی در درون رشته‌های کشاورزی شواهد بسیار اندکی وجود دارد؛ به طوری که مدل مشخص و منحصر به فردی برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان آموزش عالی کشاورزی وجود نداشته و به نظر می‌رسد تدوین برنامه‌های متنوع و جدید بر حسب شرایط فرهنگی و ملی کشورها، مؤثرتر از به‌کارگیری سازوکارهای معدود برای ارائه برنامه‌های ترویج کارآفرینی باشد (صیدایی و صادقی، 1393). بر این اساس، بایستی اذعان کرد که برای تدوین و طراحی یک الگوی مناسب برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی به یکسری شرایط و مقتضیات نیاز است که برخی از مهم‌ترین آن‌ها به قرار زیر است:

* عوامل فردی و انسانی: قابلیت علمی، ریسک‌پذیری، توان روحی و روانی، انگیزه، علاقه‌مندی به یادگیری، مدیریت و ...؛

نعمت‌اله شیری و همکاران

* عوامل محیطی: وضعیت جغرافیایی مناسب، وضعیت سیاسی، وضعیت اقتصادی منطقه و رقبا؛
* سیاست‌ها و خدمات حمایتی: وجود سیستم مشاوره برای کارآفرینان، امکانات آموزشی، روش‌ها و سیستم‌های حمایتی، اعتبارات بانکی و قوانین و مقررات حمایتی تجاری.

در واقع، برای تدوین و طراحی الگویی مناسب بایستی عوامل اثرگذار بر ترویج و توسعه کارآفرینی شامل، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد، توانایی‌ها و رفتارهای کارآفرینانه افراد، نگرش افراد نسبت به کارآفرینی شناسایی شوند؛ بنابراین، می‌توان اظهار کرد که برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی بایستی کانون تمرکز را بر روی خود افراد و ویژگی‌ها و توانمندی‌های قرار داد، که این ویژگی‌ها و توانمندی‌ها خود تحت تأثیر فرهنگ، ساختار آموزشی و اجتماعی، حمایت و پشتیبانی و اصلاحات ساختاری دولت می‌باشد (لندسترون و استیونسون، 2003).

عزیزی و حسینی (1385) نیز اقدامات ذیل را برای ترویج و توسعه کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی ضروری می‌دانند:

* از طریق برنامه‌های متعدد سعی شود که ذهن و تمایل دانشجویان نسبت به تجارت و کسب و کارهای کارآفرینانه جلب شود؛ از جمله این برنامه‌ها می‌تواند جلسات آشنایی و بازدید از کارآفرینان موفق، شیوه زندگی کارآفرینان، کارهایی که کارآفرینان می‌کنند، مطالعات موردی در مورد کارآفرینان موفق بخش کشاورزی، آشنایی با بازارهای مرتبط با محصولات کشاورزی، دوره‌های آموزش خلاقیت و نوآوری، نحوه ایده‌یابی، نمایش فیلم در مورد کارآفرینان و سایر برنامه‌ها باشد که هدف عمده آن‌ها اثرگذاری بر دانش، نگرش، تمایل و در نهایت رفتار کارآفرینانه دانشجویان است؛

* هر یک از رشته‌های تخصصی کشاورزی اقدام به برگزاری برنامه‌های آموزش نظری و عملی در زمینه فرصت‌های تجاری مرتبط با رشته خود و نحوه نگارش و آماده‌سازی یک طرح تجاری در زمینه تخصصی خود نمایند؛

* عمده تمرکز بر روی یکپارچه‌سازی و تلفیق برنامه‌های آموزشی اجرا شده در درون سیستم قبلی آموزش عالی کشاورزی و نحوه هماهنگی و یکپارچه‌سازی رشته‌های مختلف متمرکز گردد و عناصر مختلف فرآیند کارآفرینی شامل ایده‌یابی، تبدیل ایده به طرح تجاری، تهیه منابع لازم و اجرای طرح به‌صورت آزمایش و آموزش مورد توجه قرار می‌گیرد؛ و

* ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان آموزش عالی کشاورزی به روش‌ها و راهبردهای متعددی نیاز دارد که بایستی در جهت اجرای بهینه برنامه‌های آموزش و ترویج کارآفرینی مورد مطالعه قرار گیرند.

نتیجه‌گیری

این مطالعه با هدف اصلی بررسی الزامات و ضرورت‌های ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی به صورت مروری- تحلیلی انجام شد. پس از بررسی و نقد منابع مختلف در این زمینه مهم‌ترین دلایل و ضرورت‌های نیاز به مؤسسات آموزش عالی کارآفرینانه یا ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی در قالب هشت دسته کلی، یعنی ابتلا به تغییرات بنیادین در تولید دانش، بازسازی آموزش، بهبود قابلیت اشتغال‌پذیری دانش‌آموختگان و پرورش افراد کارآفرین، ترویج راه‌اندازی کسب و کار، انجام تحقیقات مناسب و قابل دسترس، بین‌المللی‌سازی در راهبرد، رسیدگی به محدودیت‌های مالی و ساخت شراکت مشخص شدند؛ به طوری که هر یک از موارد فوق ضرورت توجه به کارآفرینی و ترویج آن در نظام آموزش عالی کشاورزی را نمایان می‌کنند.

بر این اساس، مدیران و سیاست‌گذاران نظام آموزش عالی بایستی از طریق برنامه‌های آموزشی، انجام طرح‌های ابتکاری برای ارائه کارآموزی، ارائه برنامه‌های نظارتی و حمایتی برای راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و انجام پژوهش‌های مربوط به کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و برگزاری سمینارها و برنامه‌های دیگر خدماتی و حمایتی در جهت ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی اقدام نمایند؛ به طور کلی، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی بایستی بتوانند با طراحی و اجرای برنامه‌های رسمی و غیررسمی آموزشی، فرهنگی، حمایتی، تشویقی و ... در جهت ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی اقدام کنند. بنابراین، می‌توان اظهار کرد که نظام آموزش عالی کشاورزی علاوه بر حفظ عدالت و ارزش‌های اجتماعی، بایستی نقش مهمی (آشکاری) در پاسخگویی به نیازهای اجتماعی- اقتصادی کشورها داشته باشد.

منابع

1. جمشیدی‌فر، م.، خرمی، ش. و راحلی، ح. 1389. بررسی عوامل مؤثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی تبریز. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، 3 (3): 53-64.
2. شیری، ن.، میرک‌زاده، ع.ا. و زرافشانی، ک. 1393. الگوی مفهومی ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، 1 (4): 49-68.
3. صالحی، س. و برادران، م. 1385. راهکارهای به‌کارگیری کارآفرینی در آموزش کشاورزی. جهاد، 140-157: 274.

4. صیدایی، س.ا. و صادقی، ح. 1393. کارآفرینی و برنامه‌ریزی توسعه روستایی. اصفهان: نشر دارخوین.
5. عزیزی، ب. و حسینی، س.س. 1385. نقش آموزش و توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی. جهاد، 274: 139-125.
6. علیپور، ح. و دهقانی، ک. 1391. نگرش دانشجویان رشته‌های کشاورزی نسبت به فعالیت کارآفرینانه در قالب تعاونی‌های کشاورزی. علوم ترویج و آموزش کشاورزی، 8 (2): 103-93.
7. فرهانی، م. 1389. بیکاری 50 درصد دانش‌آموختگان کشاورزی. گزارش سایت خبری ایلنا مورخه 1389/2/27.

1. Benneworth, P.B. and Jongbloed, W. 2010. Who matters to universities? A stakeholder perspective on humanities, arts and social sciences valorization. *Higher Education*, 59(5): 567-588.
2. Clark, B.R. 2004. Delineating the Character of the Entrepreneurial University. *Higher Education Policy*, 17: 355-370.
3. Etzkowitz, H. 2008. *The Triple Helix. University- Industry- Government, Innovation in Action*, Routledge: London.
4. Etzkowitz, H. and Klofsten, M. 2005. The innovating region: Toward a theory of knowledge-based regional development. *R&D Management*, 35(3): 243-255.
5. Etzkowitz, H., Ranga, and Dzisah, M.J. 2012. Whither the university? The Novum Trivium and the transition from industrial to knowledge society. *Social Science Information*, 5: 143-164.
6. Gibb, A., Hofer, A.R. and Klofsten, M. 2015. *The Entrepreneurial Higher Education Institution: A Review of THE Concept and Its Relevance Today*. Available at: <https://heinnovate.eu/>
7. Gibb, A.A. 2013. *Developing the Entrepreneurial University of the Future. Key Challenges, Opportunities and Responses*, OECD, Paris.
8. Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H.J.A. and Mulder, M. 2010. Entrepreneurship Education in Iranian Higher Education: The Current State and Challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48(1): 35-50.
9. King, R., Findlay, A. and Ahrens, J. 2010. *International Student Mobility Literature Review*, http://www.britishcouncil.org/hefce_bc_report2010.pdf (Retrieved 14 January 2014).
10. Klofsten, M. 2013. *Entrepreneurial Universities - An Analytical Framework and Rationale for Policy Support*. OECD, Paris.
11. Krabel, S., Siegel, D.S. and Slavtchev, V. 2012. The internationalization of science and its influence on academic entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*, 37(2): 192-212.

12. Kwiek, M. 2012. Knowledge Production in European Universities. States, Markets, and Academic Entrepreneurialism. Frankfurt and New York: Peter Lang.
13. Landestroom, A. and Estivenson, W. 2003. Motivating economic achievement: New-York: Free Press.
14. Mevlin, M., Pavlin, S. 2012. Employability of Graduates and Higher Education Management Systems, Final report of DEHEMS project, <http://www.dehems-project.eu/> (Retrieved 14 January 2014).
15. Moses, I. 2005. Institutional Autonomy Revisited. *Autonomy Justified and Accounted*, Higher Education Policy, 19: 411-431.
16. Nowotny, H., Scott, P. and Gibbons, M. 2003. Mode 2' Revisited: The New Production of Knowledge, *Minerva*, 41: 179-194.
17. OECD. 2010. Universities, Innovation and Entrepreneurship: Criteria and Examples of Good Practice, OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Working Papers, OECD Paris.
18. OECD. 2012. Approaches to Internationalization and their Implications for Strategic Management and Institutional Practice: A Guide for Higher Education Institutions, OECD Publishing.
19. Perkman, M. 2013. Academic engagement and commercialization: A review of the literature", *Research Policy* 43: 423-442.
20. Shattock, M. 2003. *Managing Successful Universities*. Buckingham: SRHE and Open University Press.
21. Shattock, M. 2010. The Entrepreneurial University: An Idea for Its Time. *London Review of Education*, 8(8): 263-271.
22. Williams, G. 2009. Finance and Entrepreneurial Activity in Higher Education in a Knowledge Society, in: M. Shattock (ed.), *Entrepreneurialism in Universities and the Knowledge Economy: Diversification and Organizational Change in European Higher Education*, Pp. 8-32.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 2(2), 2015
<http://jead.gau.ac.ir>

Requirements for Promoting Entrepreneurship in Higher Agricultural Education System

***N. Shiri¹, A.A. Mirakzadeh² and K. Zarafshani³**

¹Ph.D. Candidate, Dept. of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, ²Assistant Prof., Dept. of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, ³Associate Prof., Dept. of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah

Received: 16/9/2015; Accepted: 13/11/2015

Abstract

Nowadays more than ever in their history, higher education institutions are being judged by the ways in which they respond to the social and economic needs of society. In this regards, increasing rate of unemployment among the graduates of Iranian higher education system, particularly the graduates of agricultural colleges has been developed into one of the major socio- economic problems of the nation. Considering the importance of entrepreneurship and its promotion in job related competencies of graduates the present review- analytical study was conducted to investigate the requirements for promoting entrepreneurship in higher agricultural education system. In this regards, this article discusses on the significance of entrepreneurship in higher education, the reasons need to entrepreneurial higher education institutions, key characteristics of an entrepreneurial higher education institution and promoting entrepreneurship in higher agricultural education system. Based on the review of literature, key requirements for promoting entrepreneurship in higher agricultural education system was consisted of “Catching up with fundamental changes in knowledge production”, “Reorganizing education”, “Enhancing graduate employability and educating ‘enterprising’ individuals”, “Promoting business start-up through education”, “Making research relevant and accessible”, “Embedding internationalization into strategy”, “Handling financial stringency” and “Building partnerships”. The findings of this study can contribute for planner’s higher agricultural education system in order to designing programs for promoting entrepreneurship among agricultural students.

Keywords: Entrepreneurship, Promoting Entrepreneurship, Higher Agricultural Education System

*Corresponding author: nshiri82@gmail.com