

بررسی تحلیلی - مقایسه ای عملکرد مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا و مراکز کارآفرینی دانشگاه های منتخب ایران

*محمد عزیزی

*عضو هیئت علمی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۶/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۰/۲۳

چکیده

با توجه به رشد سریع مراکز کارآفرینی در طی سه دهه اخیر، مطالعات کمتری در ارتباط با آنها به ویژه کارکرد و عملکرد این مراکز انجام شده است. مقاله حاضر به بررسی، مقایسه و تجزیه و تحلیل عملکرد مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا و منتخب دانشگاه های ایران می پردازد. مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا از طریق رتبه بندی مراجع مهم در سطح دنیا انتخاب شده اند. اطلاعات مربوط به مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا از سایتهای اینترنتی این مراکز و نامه نگاری اینترنتی با مسئولین این مراکز به دست آمده است. مراکز کارآفرینی منتخب دانشگاه های تهران بر اساس گزارش عملکرد این مراکز انتخاب شده اند. اطلاعات مربوط به مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران از طریق اسناد و مدارک موجود مربوط به گزارش عملکرد سالانه این مراکز و مصاحبه با مسئولین و کارشناسان این مراکز به دست آمده است. از مقایسه مشخصات مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا با مراکز کارآفرینی مستقر در دانشگاه های تهران، تفاوت های موجود شناسایی شده است. یافته های این مقاله نشان می دهد که مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا بر فعالیتهای پژوهشی و ارائه خدمات و مشاوره به دانشجویان در سطوح مختلف تحصیلی و افراد و گروه های متقاضی مختلف نیز همانند فعالیتهای آموزشی و تدریس اهمیت بیشتری قائل شده و برنامه های جامع تر آموزش و ترویج کارآفرینی از نظر کیفی و دوره های بیشتری نیز از نظر کمی اجرا می کنند. در عین حال مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران بیشتر به فعالیتهای آموزشی می پردازند. بطور کلی مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا فعالیتهای گسترده و توسعه درونی و بیرونی بیشتری در راستای آموزش و توسعه کارآفرینی انجام می دهند. یافته های این مقاله می تواند برای دانشجویان، اعضای هیئت علمی، کارکنان، مدیران، تصمیم گیرندگان و سایر ذی نفعان مراکز کارآفرینی مثر ثمر واقع شود.

واژه های کلیدی: کارآفرینی، عملکرد، آموزش، مراکز کارآفرینی

وقفی^۲، خدمات و برنامه های بیرونی^۳، برنامه های دانشگاهی و تجاری سازی فناوری مانند طراحی و توسعه فناوری در دانشگاه و راه اندازی شرکت های جدید ایجاد نمایند (فینکل، ۲۰۰۵).

با توجه به رویکرد فوق در دانشگاه ها، مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران با مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا از نظر عملکرد مورد مقایسه و بررسی قرار می گیرند. بنابراین دو سوال اصلی تحقیق به منظور شناسایی ویژگی ها و تفاوت های عملکرد مراکز کارآفرینی می تواند وجود داشته باشد: ۱. مهمترین اقدامات و فعالیتهای مراکز کارآفرینی کدامند (به عنوان مثال فعالیت های آموزشی، پژوهشی، ترویجی و غیره...) ۲. چه تفاوت هایی بین عملکرد مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا و ایران وجود دارد؟

مقدمه

علی رغم رشد قابل توجه آموزش کارآفرینی در دانشگاه های دنیا، تحقیقات کمتری راجع به مراکز کارآفرینی صورت گرفته است. هدف از این مقاله بررسی و مقایسه ای عملکرد مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا با مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران است.

با پیدایش مشکلات اقتصادی کشورها و کم شدن اعتبارات دولتی دانشگاه ها، تصمیم گیرندگان و مدیران دانشگاه ها برآنند که با تجاری سازی فعالیت های علمی، در جهت استقلال مالی و علمی گام های عملی تر و موثرتری بردارند. یکی از راه هایی که دانشگاه ها می توانند میزان بودجه و اعتبارات خویش را افزایش دهند، راه اندازی و توسعه مراکز کارآفرینی است. مراکز کارآفرینی می توانند منابع درآمدی قابل توجهی برای دانشگاه ها از طریق اعتبارات اهدائی^۱،

² . endowment

³ . external programming

¹ . donations

مبانی نظری و پیشینه

در طی بیست سال اخیر نقش کارآفرینی به عنوان موتور رشد اقتصادی، ایجاد شغل و توسعه محلی بیش از پیش بر همگان روشن شده است. دانشگاه ها از طریق سه مأموریت آموزش، پژوهش و حمایت اقتصادی در تسهیل اقتصاد محلی و توسعه اجتماعی ابزار مهمی به حساب می آیند (جافی، ۱۹۹۸؛ منزفیلد،^۴ ۱۹۹۱؛ رزور و همکاران،^۵ ۲۰۱۰). به عنوان مثال شواهد تجربی نشان می دهد که چگونه فعالیت انتقال دانش بر توسعه محلی از طریق فعالیتهای کارآفرینانه (اودرچ و لهمن،^۶ ۲۰۰۵)، رقابت پذیری (اودرچ و همکاران،^۷ ۲۰۱۲) و دسترسی به بازارهای مالی برای شرکتهای دانش بنیان است (مولی و همکاران،^۸ ۲۰۱۲).

آموزش کارآفرینی

کنز^۹ (۲۰۰۳) کامل ترین مطالعه را در زمینه گاهشناسی^{۱۰} آموزش کارآفرینی انجام داده است. اگر چه وی در ادبیات تحقیق به عصر کشاورزی و تجربیات قبل از ۱۸۷۶ که در زمینه آموزش و یادگیری فعالیت های کسب و کار توجه نموده است؛ با این وجود، طبق مطالعات وی سابقه آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها وارد به سال ۱۹۴۷ بر می گردد. در واقع می توان گفت که آموزش کارآفرینی به عنوان یک مزیت برتر در دانشکده های مدیریت بازرگانی از اوایل دهه ۱۹۷۰ شروع شده است. دانشگاه کالیفرنیا جنوبی اولین دوره MBA را در مرکز کارآفرینی در سال ۱۹۷۱ و دوره کارشناسی را پس از آن در سال ۱۹۷۲ شروع کرده است. رشته علمی کارآفرینی از همین جا ریشه گرفته است. در اوایل دهه ۱۹۸۰ نزدیک به ۳۰۰ دانشگاه در آمریکا دوره هایی در زمینه کارآفرینی و کسب کار کوچک داشته اند و در دهه ۱۹۹۰ این مقدار به ۱۰۵۰ دانشگاه افزایش یافته است (سولمون، وور و فرنالند،^{۱۱} ۱۹۹۴). بنابراین به جرأت می توان گفت ظهور واقعی آموزش کارآفرینی از دهه ۱۹۸۰ بوده است.

آموزش کارآفرینی در دانشگاه های دنیا فراگیر شده است، به عنوان مثال تمامی دانشگاه های برتر در آمریکا کارآفرینی را آموزش داده و صدها مجله معتبر بین المللی و بیش از هزاران

کتاب با عنوان کارآفرینی انتشار پیدا می کنند (موریس،^{۱۲} ۲۰۱۴). کارآفرینی هم در دنیای کسب و کار و هم در دانشگاه ها رونق بسیاری گرفته است. دوره ها، رشته ها و دانشکده های کارآفرینی روز به روز افزایش پیدا می کند. افزایش اهمیت کارآفرینی ورشته های مرتبط با آن نیز (کسب کارهای کوچک و خانوادگی، کارآفرینی سازمانی، وغیره) را می توان در افزایش پست های سازمانی اختصاص داده شده در این زمینه (کرسی یا استادی^{۱۳}) را در کارآفرینی و رشته های مرتبط با آن نیز مشاهده کرد (موریس و همکاران، ۲۰۱۴).

پروازگی کارآفرینی در دانشگاه ها را می توان در رشد قابل ملاحظه داوطلبان شغلی و پست های هیئت علمی کارآفرینی نیز مشاهده کرد. فینکل و دیدز^{۱۴} (۲۰۰۱) در مطالعاتشان افزایش داوطلبین مشاغل ستادی کارآفرینی در دانشگاه های آمریکا را از ۳۵ در سال ۱۹۹۰ به ۶۸ در سال ۱۹۹۸ و به ۲۲۸ در سال ۲۰۰۰ گزارش نموده اند. علی رغم افزایش بی سابقه و دور از انتظار در این رشته، هنوز کارآفرینی در میان سایر رشته های دانشگاهی مشروعیت خود را به دست نیآورده است (فینکل، ۲۰۰۵).

در طی سالهای اخیر مطالعاتی در خصوص جنبه های مختلف آموزش کارآفرینی صورت گرفته است از جمله مقالاتی توسط دافی^{۱۵}، سولومون^{۱۶}، تارابیشی^{۱۷}، براش^{۱۸} و همکاران (۲۰۰۵)، کنز (۲۰۰۳) و کوراتکو (۲۰۱۴) انتشار پیدا کرده است؛ محققین کمتری بطور خاص بر جنبه های مرتبط با مراکز کارآفرینی مطالعه کرده اند. در سال ۱۹۹۱، ساندبرگ و گت وود^{۱۹} بر جنبه های داخلی، تمرکز تحقیقات، مقدار بودجه، و اساسنامه های^{۲۰} مراکز کارآفرینی مطالعاتی انجام دادند (ساندبرگ و گاتوود، ۱۹۹۱).

شاید بتوان گفت که کاملترین مطالعه بر روی مراکز کارآفرینی توسط آپتون^{۲۱} با عنوان "تجارب موفقیت آمیز مدیران مراکز کارآفرینی" با حمایت مالی بنیاد کافمن انجام شده است. آپتون مطالعه موردی عمیق خویش را بر روی ۹ مرکز کارآفرینی انجام داد. مطابق با یافته های این مطالعات، میتوان فهرستی از بهترین اقدامات برای راه اندازی، هدایت، تامین

12. Morris

13. chairs or professorship

14. Finkle & Deeds

15. Duffy

16. Solomon

17. Tarabishy

18. Brush

19. Sandberg and Gatwood

20. constituents

21. Upton

4. Mansfield

5. Roessner et al

6. Audretsch and Lehman

7. Audretsch et al

8. Meoli et al

9. Katz

10. chronology

11. Solomon, Weaver and Fernald

- ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی و ارتقاء شناخت جامعه دانشگاهی نسبت به کارآفرینی، کارآفرینان و نقش آنان در رونق اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه.

- ترغیب و جذب جامعه دانشگاهی به دوره های آموزش کارآفرینی.

- گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان، پروژه های کارآفرینی، محیط و فضای کارآفرینان و سایر زمینه های مرتبط با توجه به شرایط و مقتضیات ایران.

چنانچه ذکر شد در زمینه کارآفرینی و مسائل مربوط به آن تا قبل از سال ۷۹ و واگذاری، پیگیری و اجرای طرح کاراد به سازمان سنجش آموزش کشور، تجربه قابل استفاده ای در کشور وجود نداشت. لذا در ابتدای کار کمیته اولیه ای با حضور مسئولان و کارشناسان سازمان و چند نفر از اساتید و صاحب نظران آشنا به موضوع تشکیل و راهکارهای مختلف مورد مطالعه و بررسی قرا گرفت. مهم ترین تصمیمی که کمیته مذکور گرفت، اقدام به سازماندهی اجرای طرح در سطح وزارت علوم، سازمان سنجش و دانشگاه ها بود. در این راستا آیین نامه ای تدوین و پس از بررسی های لازم و اعمال نظر اساتید، دانشگاه ها و صاحب نظران و تصویب وزیر علوم تحقیقات و فناوری، در خرداد ماه سال ۸۱ به کلیه دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی ابلاغ شد (آیین نامه کاراد).

روش شناسی

این پژوهش متناسب با اهداف مورد نظر، از روش های متعددی استفاده شده است از جمله: روش توصیفی - پیمایشی و همچنین اسنادی، تحلیلی و تطبیقی.

در پژوهش حاضر با توجه به اسناد و مدارک علمی و کاربردی وضع موجود مراکز کارآفرینی ترسیم شده است؛ بنابراین روش اسنادی نیز مورد استفاده واقع شده است. جهت تعیین وضعیت عملکرد مراکز کارآفرینی در دانشگاه های برتر و معتبر آمریکا از اسناد و مدارک موجود در این زمینه از جمله سایتهای اینترنتی، مقالات و کتابها و نامه نگاری با مسولین^{۲۲} مراکز کارآفرینی استفاده شده است. علاوه بر آن از روش تطبیقی نیز جهت مقایسه ای عملکرد بین مراکز کارآفرینی در دانشگاه های دولتی شهر تهران با مراکز کارآفرینی در دانشگاه های برتر آمریکا انجام شده است.

جامعه آماری این تحقیق را مراکز کارآفرینی برتر^{۲۳} دانشگاه های آمریکا مطابق با فهرست مجله کارآفرین (که اطلاعات نسبتاً کاملتری در سایت اینترنتی^{۲۴} خود قرار داده بودند) و

منابع، مدیریت و بازاریابی مرکز کارآفرینی ارائه داد (آپتون، ۱۹۹۷). به غیر از دو تحقیق انجام شده که در بالا اشاره گردید، کم و بیش می توان ادعا کرد، ادبیات موضوع مرتبط برای مراکز کارآفرینی کمتر و پراکنده است (فینکل، ۲۰۰۵). با وجود نبودن تحقیقات لازم در این زمینه، سعی شد با بررسی تطبیقی بین مراکز کارآفرینی دانشگاه های مهم و مقایسه آن با مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران اطلاعات لازم جمع آوری گردد.

سابقه آموزش کارآفرینی در دانشگاه های ایران

براساس برنامه سوم توسعه، طرحی تحت عنوان «طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور» که به اختصار «کاراد» نام گرفته است، تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه ریزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در ۱۲ دانشگاه کشور شروع و مسئولیت پیگیری، اجرا و امور ستادی آن از سوی وزارت علوم در اواخر سال ۱۳۷۹ به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید.

دلایل مطرح شدن طرح کاراد

مطالعه و بررسی در زمینه اقدامات به عمل آمده در رابطه با موضوع کارآفرینی در کشورهای مختلف بیانگر این است که دانشگاه ها در زمینه های آموزشی و پژوهشی پیشقدم بوده اند. لذا در ایران نیز چنین رسالتی برای دانشگاه ها متصور است. علاوه بر این سیستم نظام آموزشی کشور ما، به ویژه در بخش آموزش عالی با هدف تربیت نیروی انسانی متخصص برای بخش دولتی شکل گرفته است. این مسئله موجب گردیده که فارغ التحصیلان بدون توجه و قصد بکارگیری آموخته ها و نیز قوه خلاقیت و ابتکار خود در راستای شروع کاری نو و ارائه محصول و یا خدمتی جدید، صرفاً به دنبال یافتن موقعیت های شغلی وارد بازار کار نیروی انسانی شوند. این در حالی است که در شرایط فعلی کشور ما جذب نیروی انسانی آماده به کار تقریباً متوقف شده است و بخش خصوصی نیز توان جذب فارغ التحصیلان آماده به کار را ندارد.

با توجه به اینکه یکی از پیامدهای مثبت پدیده کارآفرینی اشتغال مولد می باشد، طرح کاراد با هدف رفع معضل فعلی کشور در زمینه بیکاری و نیز بهره مند شدن از سایر پیامدهای کارآفرینی همانند بروز خلاقیت ها، تولید ثروت، ایجاد، تولید و به کارگیری فناوری، رشد اعتماد به نفس در بین دانشجویان و فارغ التحصیلان و جلوگیری از مهاجرت نخبگان ارائه شده است.

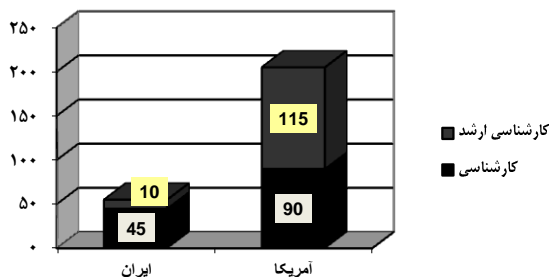
به طور خلاصه اهداف طرح کاراد به شرح ذیل می باشد:

²² . Director

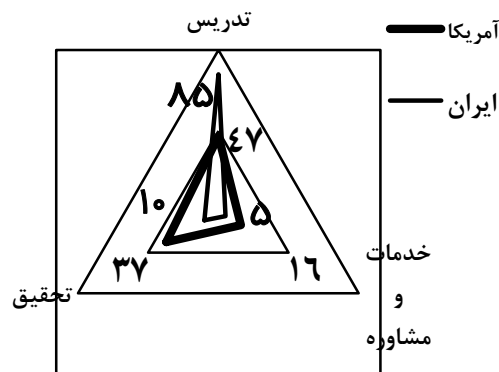
²³ . Top- Ranked centers

²⁴ . <http://www.entrepreneur.com/slideshow/237323>

نفر است. ۱۱۵ نفر از اینها دانشجویان کارشناسی ارشد و ۹۰ نفر نیز دانشجویان کارآفرینی برای هر دانشگاه می باشند (نمودار ۱). در مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا بیشتر دانشجویان کارشناسی ارشد در دوره های کارآفرینی شرکت می کنند. در مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران به طور میانگین سالانه نزدیک به ۴۵ نفر از دانشجویان کارشناسی و ۱۰ نفر نیز کارشناسی ارشد در دوره های کارآفرینی شرکت می کنند.^{۳۳}



نمودار ۱- میانگین تعداد دانشجویان شرکت کننده در برنامه های کارآفرینی



شکل ۱ انواع فعالیتهای مراکز کارآفرینی

همانگونه که در جدول ۱ مشاهده می شود ۴۶ درصد از مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا در دوره کارشناسی دوره کارآفرینی بصورت متمرکز^{۳۴} (معروفترین مدرک) دارند. ۳۱ درصد دوره ها بصورت رشته فرعی^{۳۵} و ۲۴ درصد به عنوان رشته اصلی^{۳۶} کارآفرینی می باشد. بین مراکز کارآفرینی برتر

برای دانشگاه های دولتی شهر تهران، دانشگاه های تهران، شریف، شهیدبهشتی، امیرکبیر، خواجه نصیر الدین طوسی و علامه طباطبائی تشکیل می دهند. فهرست دانشگاه های آمریکا بر اساس مطالعات و راهنمایی های کنسرسیوم ملی مراکز کارآفرینی^{۲۵} (NCEC) آدرس اینترنتی مراکز کارآفرینی، فهرست تحقیقات کالج بابسون و مجله کارآفرین بوده است. رتبه بندی مراکز کارآفرینی مربوط به سال ۲۰۱۴ است که برترین آنها عبارتند از: کالج بابسون^{۲۶}، دپاول^{۲۷}، کالیفرنیا جنوبی^{۲۸}، آریزونا^{۲۹}، فلوریدای جنوب^{۳۰}، ایلینویز شیکاگو^{۳۱}، کالیفرنیا - لس آنجلس^{۳۲}. در این مقاله عملکرد مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا با مراکز کارآفرینی منتخب دانشگاه های تهران مقایسه شده است. اطلاعات مربوط به مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران از طریق پرسشنامه و مصاحبه حضوری با مسئولان و کارشناسان مراکز کارآفرینی با دریافت اسناد گزارش عملکرد سالانه کسب شده است. لازم به ذکر است که اطلاعات مربوط به مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران به خاطر نوساناتی که مقدار، نوع فعالیتها و برنامه های کارآفرینی از زمان راه اندازی داشته اند، بصورت میانگین یکسال در نظر گرفته شده اند.

یافته های پژوهش

نوع فعالیت

هنگامیکه فعالیت های مختلف دانشگاهی مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا با مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران مقایسه می شود، ۴۷ درصد این فعالیتها در مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا به آموزش و تدریس، ۳۷ درصد به تحقیق و ۱۶ درصد به ارائه خدمات مشاوره در زمینه کارآفرینی می پردازند. در حالیکه در دانشگاه های تهران ۸۵ درصد به آموزش و تدریس، ۱۰ درصد به تحقیق، و ۵ درصد به ارائه خدمات مشاوره می پردازند (شکل ۱).

برنامه های دوره کارشناسی و دوره های کارآفرینی ارائه شده:

میانگین سالانه تعداد دانشجویان شرکت کننده در برنامه های کارآفرینی مرتبط با مرکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا ۲۰۵

²⁵ . national consortium of entrepreneurship centers

²⁶ . Babson College

²⁷ . DePaul University

²⁸ . University of Southern California

²⁹ . The University of Arizona

³⁰ . University of South Florida

³¹ . University of Illinois, Chicago

³² . University of California, Los Angeles

^{۳۳} . البته در بعضی دانشگاه ها بالای ۵۰ نفر در دوره ها شرکت می کنند و در بعضی دیگر به حد نصاب تشکیل نرسد.

³⁴ . concentration in entrepreneurship

³⁵ . minors

³⁶ . majors

انتقال تکنولوژی کمتر در دانشگاه‌ها برگزار می‌شود. در بعضی از مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران دوره‌هایی برگزار می‌شود که ارتباط چندانی با ترویج روحیه کارآفرینی ندارند (از جمله مدیریت پروژه). علت این موضوع از دیدگاه یکی از کارشناسان مرکز کارآفرینی جذب بیشتر دانشجویان فنی و مهندسی در مراکز کارآفرینی بوده است.

دانشگاه‌های آمریکا و مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران در سه نوع دوره نیز تفاوت‌های قابل توجهی مشاهده می‌شود. در مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های آمریکا و تهران، مهمترین دوره‌های مشترک در تمام دانشگاه‌ها عبارتند از: مقدمه ای بر کارآفرینی، تدوین طرح کسب‌وکار، خلاقیت و نوآوری و بازاریابی. دوره‌هایی چون فرانسیز، کارآفرینی سازمانی و

جدول ۱- برنامه‌های کارآفرینی دوره کارشناسی که در دانشگاه‌های آمریکا طی یکسال ارائه می‌شود

نوع برگزاری دوره				
انتخابی (elect)	رشته اصلی (maj)	رشته فرعی (min)	متمرکز (Conc)	
				درصد دانشگاه‌هایی که دوره‌های مورد نیاز برای رشته اصلی، فرعی و متمرکز ارائه می‌دهند
۸	۲۵	۲۵	۳۳	مقدمه ای بر کارآفرینی
۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	تدوین طرح کسب‌وکار
	۱۷	۱۷	۱۷	امور مالی کارآفرینانه
	۱۷	۲۵	۸	رشد و توسعه کارآفرینانه
۸	۸	۱۷		مدیریت کسب‌وکار کوچک
۸	۸	۸	۸	پروژه کارآفرینانه
۸	۱۷	۸	۸	تجزیه و تحلیل امکان سنجی
	۸			حقوق و کارآفرینی
۸	۸	۳		کارورزی کارآفرینانه
	۸	۸		خلاقیت و نوآوری
۱۷				کسب‌وکار خانوادگی

elect. : Elective; maj: major; min.: minor; Conc.: concentration

کارآفرینی بصورت ۲ واحد اختیاری برای دانشجویان کارشناسی ارائه شده است. البته هنوز بعضی از دانشگاه‌های تهران هنوز نپذیرفته‌اند که کارآفرینی به عنوان درس اختیاری برای دانشجویان عرضه گردد. در دانشگاه‌هایی که این درس بصورت اختیاری عرضه شده است، استقبال خیلی زیادی از آن به عمل نیامده است.

دانشجویان کارشناسی شرکت کننده در دوره‌های کارآفرینی

همانگونه که در جدول ۲ مشاهده می‌گردد معروفترین دوره‌های کارآفرینی برای دانشجویان دوره کارشناسی در دانشگاه‌های آمریکا عبارتند از: مقدمه ای بر کارآفرینی، تدوین طرح کسب‌وکار و مدیریت کسب‌وکار کوچک. دوره‌هایی که در دانشگاه‌های آمریکا کمترین متقاضی را دارند عبارتند از: کارآفرینی سازمانی، فرانسیز، حقوق و کارآفرینی، طراحی محصول، و انتقال تکنولوژی. به طور کلی تفاوت‌های زیادی

چنانچه مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا و مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران از نظر نوع دوره‌های برگزار شده با همدیگر مقایسه شوند. تفاوت‌های مهمی بین آنها مشاهده می‌گردد. درصد مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا که تجزیه و تحلیل و امکان سنجی طرح کسب‌وکار ارائه می‌دهند در دانشگاه‌هایی که رشته کارآفرینی دارند بیشتر است. علاوه بر آن درصد مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا که دوره رشد کارآفرینانه ارائه می‌دهند برای دانشگاه‌هایی که کارآفرینی به عنوان رشته فرعی ارائه می‌شود؛ بیشتر است. در مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران دوره‌هایی چون تجزیه و تحلیل و امکان سنجی کسب‌وکار، کسب‌وکار خانوادگی، مدیریت کسب‌وکار کوچک و رشد و توسعه کارآفرینانه برگزار نمی‌گردد. از نظر ماهیت و نوع اجرای دوره نیز در مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران، دوره‌های کارآفرینی یا بصورت کوتاه مدت و فشرده بوده و یا درس

مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران فقط دوره هایی از قبیل مبنای کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری و طرح کسب و کار در بین تمام دانشگاه های مورد بررسی شده مشترک است

بین مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا و مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران از نظر تعداد دانشجویان ثبت نام کننده و تعداد دوره های ارائه شده وجود دارد (جدول ۲) در

جدول ۲- تعداد دوره ها و تعداد دانشجویان کارشناسی ثبت نام کننده در یک سال

مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا		مراکز دانشگاه های تهران	
تعداد دوره	دانشجویان	تعداد دوره	دانشجویان
۱/۶	۶۰	۲۵	
۰/۸	۲۸	۱۶	
۰/۳	۱۲	----	
۰/۵	۱۶	----	

۰/۲	۸	----	
۰/۱	۱	----	
۰/۵	۱۸	----	
۰/۱	۳	۱۰	
۰/۲	۶	----	
۰/۲	۴	----	
۰/۱	۳	----	
۰/۱		----	
۰/۱	۲	----	
۰/۱		----	

هایی که برای دانشجویان کارشناسی ارشد در دانشگاه های آمریکا از استقبال کمتری برخوردارند؛ عبارتند از: فرانسیز^{۴۲}، طراحی و توسعه محصول^{۴۳}، انتقال تکنولوژی^{۴۴} و کارآفرینی سازمانی^{۴۵}. همانگونه که در جدول فوق مشاهده می گردد، مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا که دوره تجزیه و تحلیل امکان سنجی و فرانسیز ارائه می دهند؛ به طور قابل توجهی برای دانشگاه هایی که کارآفرینی به عنوان رشته فرعی و متمرکز دارند، بیشتر است. علاوه بر آن، درصد برنامه های کارآفرینی در مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا که دوره انتقال تکنولوژی برگزار می کنند به طور قابل ملاحظه ای برای دانشگاه های که کارآفرینی در آنها اختیاری است، بیشتر است. برای دانشجویان کارشناسی ارشد در دانشگاه های تهران اخذ دروس کارآفرینی به عنوان درسی ممکن نیست؛ بلکه فقط می توانند در دوره های کوتاه مدت شرکت نمایند. چند سالی است که در بعضی دانشگاه های دولتی و آزاد رشته کارآفرینی در سطح دکتری، کارشناسی

برنامه های کارآفرینی برای دانشجویان دوره کارشناسی ارشد

جدول ۳ برنامه های آموزش کارآفرینی در سطح کارشناسی ارشد را نشان می دهد. معروفترین دوره بصورت متمرکز بوده است که در حدود ۸۵ درصد از مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا دوره های کارآفرینی متمرکز در سطح کارشناسی ارشد داشته اند در حالیکه مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران دوره کارآفرینی خاص برای دانشجویان کارشناسی ارشد طراحی نشده است و بعضی از دانشجویان کارشناسی ارشد ممکن است در بعضی از دوره های کوتاه مدت مراکز کارآفرینی شرکت نمایند. پیش نیازهای لازم برای هر کدام از دوره ها از دانشگاهی به دانشگاه دیگر متفاوت بوده و در تمام دانشگاه ها یکسان نیست. در دانشگاه های آمریکا، متداولترین دوره در سطح کارشناسی ارشد، تدوین طرح کسب و کار^{۳۷}، مقدمه ای بر کارآفرینی^{۳۸}، امور مالی کارآفرینانه^{۳۹}، رشد کارآفرینانه^{۴۰} و پروژه در زمینه کارآفرینی^{۴۱} است. دوره

6 . franchising

43 . product development

44 . technology transfer

45 . corporate entrepreneurship

37 . Business plan development

38 . Introduction to entrepreneurship

39 . Entrepreneurial finance

40 . Entrepreneurial growth

41 . Entrepreneurial field project

کارآفرینی، در سایر رشته‌های علمی دیگر نیز گرایش کارآفرینی وجود دارد(مثال: زیست‌شناسی گرایش کارآفرینی).

ارشدو کارشناسی(با عنوان مدیریت کسب‌وکار) راه اندازی شده است. در حالیکه در دانشگاه های آمریکا علاوه بر رشته

جدول ۳: برنامه ها و دوره های کارآفرینی ارائه شده در مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا برای دانشجویان کارشناسی ارشد

نوع دوره				درصد دانشگاه هایی که برنامه ها و دوره های مورد نیاز برای رشته اصلی، فرعی، فشرده و اختیاری ارائه می دهند
elect	maj	min	conc	
	۱۵	۱۵	۸۵	
۸	۸	۸	۵۰	مقدمه ای بر کارآفرینی
	۸	۸	۴۲	تدوین طرح کسب‌وکار
۱۷			۲۵	امور مالی کارآفرینانه
۸			۳۳	توسعه کارآفرینانه
۶			۸	مدیریت کسب‌وکار کوچک
۸			۳۳	پروژه کارآفرینانه
۱۷				بازار یابی کارآفرینانه
	۸	۸		تجزیه و تحلیل امکان سنجی
۱۷			۸	حقوق و کارآفرینی
۲۱			۱۷	کارورزی
۸			۸	خلاقیت و نوآوری
۸			۸	کسب‌وکار خانوادگی
				طراحی و توسعه محصول
۱۷			۸	کارآفرینی سازمانی
			۸	فرانشیز
۱۷			۸	انتقال تکنولوژی

بر حسب تعداد دانشجویان شرکت کننده، مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا تعداد دانشجویان بیشتری در دوره هایی چون مقدمه ای بر کارآفرینی، امور مالی کارآفرینانه، تدوین طرح کسب کار، توسعه کارآفرینانه، تجزیه و تحلیل و امکان سنجی، کارآفرینی سازمانی، خلاقیت و نوآوری، فرانشیز ثبت نام کرده اند.

دانشجویان کارشناسی ارشد شرکت کننده در دوره های کارآفرینی

جدول ۴ دوره هایی را در بین مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا برای دانشجویان کارشناسی ارشد ارائه می شود، نمایش می دهد. همانگونه که ملاحظه می گردد، متداولترین دوره ها در دانشگاه های آمریکا(بر حسب تعداد دانشجویان ثبت نام کننده) عبارتند از: مقدمه ای بر کارآفرینی، امور مالی کارآفرینانه، تدوین طرح کسب‌وکار، و توسعه کارآفرینانه. کم توجه ترین دوره ها نیز در دانشگاه های آمریکا عبارتند از فرانشیز، مدیریت کسب کار کوچک، خلاقیت و نوآوری، طراحی و توسعه محصول، و کسب‌وکار خانوادگی. برحسب تعداد دوره های ارائه شده چنین تفاوتی مشاهده می شود: مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا تعداد دوره‌های بیشتری در خصوص مقدمه ای بر کارآفرینی، امور مالی کارآفرینانه، تدوین طرح کسب‌وکار، طراحی و توسعه محصول و خلاقیت و نوآوری ارائه می دهند.

جدول ۴: تعداد دوره های کارآفرینی و دانشجویان در سطح کارشناسی ارشد در دانشگاه های آمریکا

تعداد دانشجویان	تعداد دوره	
۸۱	۲/۱	مقدمه ای بر کارآفرینی
۴۲	۱/۴	تدوین طرح کسب و کار
۳	۰/۲	مدیریت کسب و کار کوچک
۶۳	۱/۷	امور مالی کارآفرینانه
۱۳	۰/۳	بازاریابی کارآفرینانه
۸	۰/۵	پروژه در زمینه کارآفرینانه
۴	۰/۳	کارورزی
۳۳	۰/۹	رشد و توسعه کارآفرینانه
۱۲	۰/۵	خلاقیت و نوآوری
۱۵	۰/۴	تجزیه و تحلیل و امکان سنجی
۱۱	۰/۳	کسب و کار خانوادگی
۱۱	۰/۲	حقوق و کارآفرینی
۸	۰/۳	انتقال تکنولوژی
۱۰	۰/۴	طراحی و توسعه محصول
۸	۰/۰۵	فرانشیز
۱۲	۰/۴	کارآفرینی سازمانی

متداولترین برنامه های ترویجی برای مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران عبارتند از: برگزاری سمینارها کارگاهها (۳۵ درصد)، سخنران میهمان (۲۰ درصد)، مسابقه طرح کسب و کار، برنامه انتخاب کارآفرین سال (۲۰ درصد). البته بعضی از مراکز مطالبی بصورت گاهنامه در راستای ترویج کارآفرینی انتشار می نمایند.

با توجه با شکل زیر، غیر از فعالیتهای آموزشی که مراکز کارآفرینی برعهده دارند؛ سایر فعالیتهای تکمیلی و توسعه ای نیز برای ترویج روحیه کارآفرینی بین دانشجویان و دانشگاهیان مهم است. همانگونه که در شکل ۲ مشاهده می گردد بین مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران و مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا از نظر نوع برنامه های داخلی مراکز تفاوتی زیادی وجود دارد. در مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران فعالیتهایی مثل کارورزی، انتقال فناوری، آموزش از راه دور و راه اندازی صندوق سرمایه گذاری مخاطره آمیز^{۴۶} وجود ندارند. علاوه برآن فعالیتهایی از قبیل انتشار مجله، مسابقه طرح کسب و کار و تشکل های دانشجویی کارآفرینی در مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران در مقایسه با مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا کم رنگ تر است.

در هیچکدام از دانشگاه های تهران دوره هایی چون کارورزی، رشد و توسعه کارآفرینانه و تجزیه و تحلیل و امکان سنجی، کسب و کار خانوادگی، انتقال تکنولوژی، طراحی محصول، و فرانشیز برگزار نشده است. لازم است به این نکته نیز اشاره شود که دانشجویان در دانشگاه های آمریکا می توانند دروس ارائه شده در دانشگاه ها و مراکز دانشگاهی دیگر را به عنوان درس اصلی در رشته خود انتخاب نمایند. ولی در دانشگاه های تهران هنوز این امکان برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی فراهم نشده است.

فعالیت های ترویج و گسترش کارآفرینی

منظور از فعالیتهای ترویج، توسعه و گسترش کارآفرینی فعالیتهایی است که در جهت تکمیل فعالیت های آموزشی و فرهنگی انجام می شود. همانگونه که در شکل ۲-۳ مشاهده می گردد: معروفترین و متداولترین فعالیتهای گسترش درونی و بیرونی آموزش کارآفرینی در مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا مسابقه طرح کسب و کار (۹۲ درصد)، کارورزی (۹۲ درصد)، کلوب های دانشجویی (۹۲ درصد) انتقال تکنولوژی (۷۵ درصد)، آموزش از راه دور (۳۳ درصد)، کسب بودجه و اعتبار از سرمایه گذاران ریسکی (۳۳ درصد) و راه اندازی مجله (۵۰ درصد) است. مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا تمایل بیشتری به انتشار مجله دارند.

^{۴۶} . تنها شرکتهای مستقر در مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران از محل سرمایه خودشان مبادرت به راه اندازی صندوق سرمایه گذاری مخاطره آمیز نموده اند.

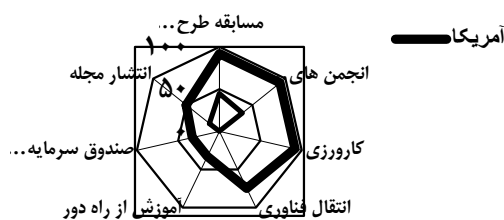
کسب و کارهایی که در نتیجه فعالیت مراکز کارآفرینی راه‌اندازی شده‌اند، وجود ندارد. فعالیتهای دیگر که مشترک بین مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های آمریکا و دانشگاه‌های ایران است دعوت از سخنران مهمان (کارآفرین)^{۴۹} و برگزاری سمینار و کارگاه است که فعالیتهای مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران بسیار کمتر از فعالیتهای مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران است.

سنجش موفقیت مراکز کارآفرینی

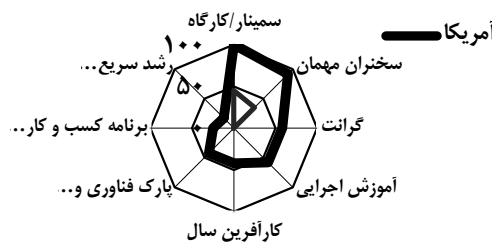
از دیدگاه مدیران/کارشناسان مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران مهمترین معیارهای سنجش موفقیت به ترتیب اهمیت عبارتند از: (۱) تعداد دانشجویان ثبت نام کننده در برنامه، (۲) ارزشیابی‌های دانشجویان، (۳) شناخت ایجاد شده در خصوص کارآفرینی، (۴) اعتبارات و بودجه کسب شده. نظر به اینکه مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران از نظر پست سازمانی هیأت علمی ندارند؛ به همین دلیل دیدگاهی در این قسمت ذکر نشده است.

در تحقیقی که توسط فینکل انجام شده مهمترین معیارهای موفقیت که برای سنجش و ارزیابی مراکز کارآفرینی وجود دارد اشاره شده است. در این تحقیق برای مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا مهمترین معیارهای سنجش موفقیت از دیدگاه اعضای هیأت علمی به ترتیب عبارتند از: (۱) ارزشیابی‌های دانشجویان؛ (۲) شناخت ایجاد شده در خصوص کارآفرینی؛ (۳) تعداد فارغ التحصیلان؛ (۴) تعداد دانشجویان ثبت نام کننده در برنامه؛ (۵) تحقیق. همچنین از دیدگاه مدیران مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا مهمترین معیارهای سنجش موفقیت عبارتند از: (۱) شناخت ایجاد شده در خصوص کارآفرینی؛ (۲) تعداد دانشجویان ثبت نام کننده در برنامه‌ها، (۴) تعداد فارغ التحصیلان، (۵) ارزشیابی‌های دانشجویان (فینکل، ۲۰۰۵).

غیر از فعالیتهای آموزشی که مراکز کارآفرینی برعهده دارند؛ سایر فعالیتهای تکمیلی و توسعه ای نیز برای ترویج روحیه کارآفرینی بین دانشجویان و دانشگاهیان مهم است. همانگونه که در شکل ۲ مشاهده می‌گردد بین مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران و مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا از نظر نوع برنامه‌های داخلی مراکز تفاوت‌های زیادی وجود دارد. در مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران فعالیتهایی مثل کارورزی، انتقال فناوری، آموزش از راه دور و راه‌اندازی صندوق سرمایه‌گذاری مخاطره آمیز^{۴۷} وجود ندارند. علاوه بر آن فعالیتهایی از قبیل انتشار مجله، مسابقه طرح کسب و کار و تشکلهای دانشجویی کارآفرینی در مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران در مقایسه با مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های آمریکا کم‌رنگ تر است.



شکل ۲- برنامه‌ها و فعالیتهای داخلی مراکز کارآفرینی (درصد)



شکل ۳- میانگین (درصد) فعالیتهای و خدمات بیرونی مراکز کارآفرینی

از نظر تعداد و نوع فعالیتهای و خدمات در راستای آموزش کارآفرینی نیز تفاوت‌های چشمگیری بین مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا و مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران وجود دارد (شکل ۲). در مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های تهران اقداماتی چون اعطای کمک تحصیلی^{۴۸} به دانشجویان کارآفرینی، آموزش اجرایی کارآفرینان و مدیران کسب و کارها، وابسته بودن پارک فناوری و مرکز رشد به مرکز کارآفرینی، برنامه کسب و کار خانوادگی، و اقدامات مربوط به رشد سریع

^{۴۹} . در اینجا به این نکته نیز اشاره گردد که دعوت از کارآفرین برای ارائه سخنرانی به دانشجویان نیاز به رعایت یکسری اصول در اجرا است. در غیر اینصورت جذابیت لازم را برای دانشجویان نخواهد داشت و به مرور تعداد مخاطبین کم خواهد شد. به جای سخنرانی یکطرفه کارآفرین و ارائه پند و نصیحت برای دانشجویان بایستی جلسه را تبدیل به مصاحبه حرفه‌ای نمود. خود محقق در چند تا از این سخنرانی‌ها فقط به منظور اینکه چه اتفاقی در این سخنرانی‌ها می‌افتد شرکت نموده است و با ناباوری تمام دیده که یا محتوی سخنرانی به درد دانشجویان نخورده و یا با استقبال بسیار ضعیفی از سوی دانشجویان مواجه شده است. بطوریکه در یک دانشگاه بالای ۱۰ هزار جمعیت دانشجو تنها کمتر از ۱۵ نفر دانشجو در سخنرانی کارآفرین شرکت داشته‌اند!

^{۴۷} . تنها شرکتهای مستقر در مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران از محل سرمایه خودشان مبادرت به راه‌اندازی صندوق سرمایه‌گذاری مخاطره آمیز نمودند.

^{۴۸} . Grant

کارآفرینی به عنوان محل و مرکز مهم فراهم کننده آموزش کارآفرینی آسیب برساند. وجود برنامه کارآفرینی در سطح دانشگاه و ارائه آن به صورت دوره های مختلف و چندگانه می تواند نشان و اهمیت توجه به کارآفرینی برای یک موسسه دانشگاهی باشد، در حالیکه نداشتن برنامه های کارآفرینی در تمام سطوح دانشگاهی می تواند نشان از این باشد که کارآفرینی شاید تنها برای دانشکده های مدیریت بازرگانی، کسب و کار و کارآفرینی کاربرد دارد. هرچند که این موضوع در برخی دانشگاه ها از طریق ارائه رشته تحصیلی کارآفرینی در دوره تحصیلی کارشناسی ارشد و دکتری برای همه و بدون داشتن شرایط خاص پذیرش (مثلا داشتن تخصص و تجربه در حوزه خاصی) قابل مقایسه است. اما موضوع مهم آنست که آموزش کارآفرینی با هدف راه اندازی کسب و کار برای فراگیرانی که مهارت و تجربه در صنعت خاصی ندارند خیلی نمی تواند موفقیت آمیز باشد. در دانشگاه های برتر دنیا هم کارآفرینی در سایر رشته ها بصورت تنیده و تلفیق شده است (موریس، ۲۰۱۴).

فعالیت های خدماتی و توسعه ای درونی و بیرونی مراکز کارآفرینی در شکل ۲-۳ نمایش داده شده است. مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا بطور میانگین تعداد بیشتری مسابقه طرح کسب و کار، دوره کارورزی، کلوب های دانشجویی، و غیره داشته و تمایل بیشتری به انتشار مجله در زمینه کارآفرینی دارند. از نظر فعالیت های بیرونی بین مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا و دانشگاه های دولتی شهر تهران تفاوت زیادی مشاهده می شود. متداولترین فعالیت های داخلی برای مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا عبارتند از: مسابقه طرح کسب و کار، کارورزی، انجمن های دانشجویی، انتقال فناوری. متداولترین فعالیت های توسعه ای بیرونی نیز برای مراکز کارآفرینی عبارتند از: برگزاری سمینارها و کارگاه ها، دعوت از سخنران میهمان.

در مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا نظر اعضای هیأت علمی در خصوص معیارهای سنجش و موفقیت بیشتر عبارتند از: ارزش یابی های دانشجویان، شناخت، تعداد فارغ التحصیلان، و تعداد دانشجویان شرکت کننده در برنامه ها. از دیدگاه مدیران در مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا معیارهای سنجش موفقیت عبارتند از: ارزشیابی های دانشجویان، شناخت، تعداد فارغ التحصیلان، و تعداد دانشجویان ثبت نام کننده در برنامه. این نتایج نشان می دهند که هم اعضای هیأت علمی و هم مدیران مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا دیدگاه مشابه هم دارند که تأکید و کانون توجه هر دو دانشجویان می باشند. از دیدگاه مدیران در مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران مهمترین معیارهای سنجش موفقیت عبارتند از: تعداد دانشجویان ثبت نام کننده در برنامه، ارزشیابی های دانشجویان، شناخت و اعتبار و بودجه ایجاد

می توان گفت که از نظر اعضای هیأت علمی در مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا "ایجاد شناخت نسبت به کارآفرینی" از شاخص های مهمتر سنجش موفقیت می باشد. بررسی سوابق مدیران مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران نشان می دهد که مدیریت این مراکز دستخوش جابجایی و تغییر و تحولات زیادی در طی عمر کوتاه راه اندازی این مراکز وجود دارد. سابقه فعالیت کمتر و اختصاص زمان اندک برای مرکز (به خاطر تمام وقت نبودن) باعث شده است که آنان شناخت کاملی از معیارهای موفقیت مراکز کارآفرینی نداشته باشند. علاوه بر آن بهتر است مدیران و کارشناسان این مراکز از سوابق علمی و کسب و کار مرتبط در این زمینه برخوردار باشند.

بحث و نتیجه گیری

در این مقاله سعی شد خصوصیات و مشخصات مراکز کارآفرینی با داده هایی که از منابع مختلف به دست آمده بود، مورد بررسی قرار گیرد. در این مقاله واحد مطالعه به دو دسته تقسیم شدند: مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا که رتبه بالا و برتری داشته و مراکز کارآفرینی منتخب دانشگاه های تهران.

در جدول ۱ میانگین تعداد دانشجویانی که با مرکز کارآفرینی در ارتباط هستند، نشان داده شده است. برنامه های مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا تعداد بیشتری دانشجو جذب کرده اند. میانگین ۲۰۵ نفر برای مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا و ۵۵ نفر برای مراکز کارآفرینی دانشگاه های تهران. به نظر می رسد که داشتن سابقه و منابع بیشتر، رایج بودن روحیه کارآفرینی در دانشگاه و وجود برنامه های با کیفیت باعث شده است که تعداد بیشتری دانشجو به برنامه های مراکز کارآفرینی علاقه مند باشند. علاوه بر آن یکی از عواملی که برای مراکز کارآفرینی دانشگاه های آمریکا مهم است، تأکید بیشتر بر الهام بخشی و دمیدن روحیه کارآفرینی برای دانشجویان کارشناسی ارشد است.

نتایج یافته های این تحقیق نشان می دهد که تفاوت های چشمگیری در برنامه های درسی دوره کارشناسی و ارشد در ارتباط با برنامه ها، دوره ها و دانشجویان بین مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا و دانشگاه های تهران وجود دارد (جدول ۲الی ۴). مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه های آمریکا تمایل دارند برنامه های جامع و کاملی در زمینه آموزش کارآفرینی داشته باشند.

با تمرکز آموزش کارآفرینی در دوره کارشناسی ارشد، دانشگاه ها به اهمیت و جایگاه کارآفرینی در برنامه درسی مطابق با ماموریت دانشگاه ها پی برده اند. چنانچه برنامه جامع کارآفرینی در سطح کارشناسی ارشد نیز نباشد، ممکن است به موفقیت مرکز

شتابدهنده^{۵۴} که هم وابسته به دانشگاه‌ها و هم وابسته به سایر سازمانها و یا مستقل وجود دارند که لازم است درباره عملکرد آنها هم تحقیق انجام شود. در نهایت هم ذکر این نکته ضروری است که در کشورهای توسعه یافته مراکز توسعه کارآفرینی و مراکز مشابه آن بر اساس نیاز و ضرورت شکل گرفته اند و به همین دلیل است که این مراکز روز به روز توسعه یافته تر شده اند مثلاً وقتی می بینند که تعداد اختراعات در دانشگاه بالاست برای تسهیل جریان ثبت اختراع در دانشگاه دفتری به همین نام (دفتر ثبت اختراع) تأسیس می کنند و یا نسل‌ی از دانشجویان سر و کار دارند که گرایش به فعالیت کسب و کار و بازار دارند و در نتیجه مراکز حمایت از کسب و کارهای دانشجویان را در دانشگاه ایجاد می کنند. بنابراین دانشگاه‌های کشورهای در حال توسعه نباید به تبعیت از کشورهای توسعه یافته و بدون توجه به نیاز و بستر مناسب از کشورهای توسعه یافته پیروی کنند و مراکز مشابه تأسیس کنند.

منابع

1. Aldrich, H., and J. Pfeffer (1976). "Environments of Organizations", *Annual Review of Sociology*, 2, 70-105.
2. Audretsch, D. B., Hulsbeck, M., & Lehman, E. E. (2012). Regional competitiveness, university spillovers, and entrepreneurial activity. *Small Business Economics*, 39(3), 587-601.
3. Audretsch, D. B., & Lehman, E. E. (2005). Does the knowledge spillover theory of entrepreneurship hold for regions? *Research Policy*, 34(8), 1191-1202.
4. Brush, C., I. Duhaime, W. Gartner, A. Stewart, J. Katz, M. Hitt, S. Alvarez, G. Meyer, and S. Venkataraman (2003). "Doctoral Education in the Field of Entrepreneurship", *Journal of Management*, 29(3), 309-331.
5. Cassia, Lucio; Massis, Alfredo De; Meoli, Michele; Minola, Tommaso (2013); Entrepreneurship research centers around the world: research orientation, knowledge transfer and performance; *Technol Transf* (2014) 39:376-392 DOI 10.1007/s10961-012-9290-7
6. Finkle, T. (1998). "The Relationship between Boards of Directors and Initial Public Offerings in the Biotechnology Industry", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(3), 5-29.

شده است. همانگونه که ملاحظه می شود این نوع دیدگاه مقابل دیدگاه مراکز کارآفرینی برتر دانشگاه‌های آمریکا است، که در آن آموزش دانشجویان در اولویت قرار داشت.

در دانشگاه‌های آمریکا اهمیت و جایگاه کارآفرینی برای مسئولان، مدیران، اساتید، دانشجویان و کارکنان بیش از پیش نمایان گشته است، به طوریکه برنامه‌ها و دوره‌های کارآفرینی با استقبال و علاقه زیادی برگزار می گردد و مسئولین نیز حمایت‌های لازم را به عمل می آورند. روسای دانشگاه‌ها که از مدیران، اعضای هیأت علمی، کارکنان، تجهیزات و برنامه‌های مراکز کارآفرینی حمایت‌های مالی لازم را به عمل آورده و با جذب اعتبار و تأمین منابع از بیرون^{۵۰} خود را هماهنگ و سازگار کنند؛ باعث ایجاد برنامه‌های مولد و بهره‌ورتر می گردند (فینکل، ۱۹۹۸). بنابراین مسئولین مراکز کارآفرینی و کارشناسان مربوطه در دانشگاه‌های ایران بایستی سعی نمایند با استفاده از تجارب سایر کشورها و استفاده از جذابیت‌های کارآفرینی، دانشجویان بیشتری را جذب فعالیتهای آموزشی و ترویجی و توسعه ای کارآفرینی نمایند که این امر نیز مستلزم اعطای اختیار و مسولیت کافی به مسئولان مربوطه و داشتن انعطاف لازم در ارائه دروس دانشگاهی و همچنین فراهم بودن انتخاب بیشتر برای دانشجویان است.

پژوهش حاضر در کنار یافته‌های اصیل و قابل توجه، با محدودیتهایی هم همراه بوده است که مسیر را برای محققین بعدی فراهم می کند. نخست اینکه این تحقیق با استناد به اسناد موجود و محدود به جمع آوری اطلاعات از مسئولان و کارشناسان مراکز کارآفرینی و گزارشهای انتشار یافته پیرامون آن بوده است، در صورتیکه برای سنجش عملکرد می توان از نظرات تمامی ذی نفعان مراکز کارآفرینی بهره جست و با استفاده از روشها و ابزارهای مختلف به جمع آوری داده در این زمینه پرداخت. دوم اینکه عملکرد مورد مطالعه و مقایسه شده بین مراکز کارآفرینی تنها محدود به فعالیتهای مشترکی بوده که در بین این مراکز وجود داشت و این عملکردها قابل گزارش بودند، در صورتیکه تأثیر و عملکرد برنامه‌های کارآفرینی با توجه به اهداف آن می تواند بسیار گسترده و در بازه‌های زمانی مختلف مورد ارزیابی قرار گیرد. سوم هم به این نکته اشاره شود که امروزه مراکز متعددی با عناوین و نامهای مختلف در دنیا وجود دارند که کارکردهای مشابه و در عین حال تخصصی‌تری درباره کارآفرینی ارائه می دهند که برخی از آنها عبارتند از: دفتر انتقال فناوری^{۵۱}، مرکز رشد^{۵۲}، هچری^{۵۳} و

50 . fundraising

51 . Technology transfer office

52 Incubator

53 . Hatchery

54 . Accelerator

19. “ (۱۹۸۷) ———Bringing the Environment Back In: The Social Context of Business Strategy ”،in *The Competitive Challenge* ،ed. David J. Teece. San Francisco، CA: Ballinger، 119.۱۳۵-
20. Pfeffer، J.، and G. R. Salancik (1978) . *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Harper & Row.
21. Price، J. L. (1963.)The Impact of Governing Boards on Organizational Effectiveness and Morale ”،*Administrative Science Quarterly*. ۲۳۶-۲۲۱ ، ۲۳
22. Provan، K. G. (1980) “ Board Power and Organizational Effectiveness among Human Service Agencies ”،*Academy of Management Journal*-۲۲۱ ، ۲۳ . ۲۳۶
23. Robinson ،P.، and M. Hayes (1991). “Entrepreneurship Education in America’s Major Universities ”،*Entrepreneurship Theory and Practice* . ۵۲-۴۱ ، (۳)۱۵
24. Roessner، D.، Manrique، L.، & Park، J. (2010). The economic impact of engineering research centers:Preliminary results of a pilot study. *The Journal of Technology Transfer*، 35(5)، 475-493.
25. Sandberg، W. R.، and E. J. Gatewood “ (۱۹۹۱)A Profile of Entrepreneurship Centers: Orientation، Interests، Activities، and Resources ”،*Entrepreneurship Theory and Practice*. ۲۴-۱۱ ، (۳)۱۵
26. Solomon، G. T.، K. M. Weaver، and L. W. Fernald (1994)“ .A Historical Examination of Small Business Management and Entrepreneurial Pedagogy”، *Simulation and Gaming*-۳۳۸ ، (۳)۲۵ . ۳۵۲
27. Solomon، G. T.، S. Duffy، and A . Tarabishy “ (۲۰۰۲)The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis”، *International Journal of Entrepreneurship Education*. ۸۶-۶۵ ، (۱)۱
28. Upton، N. (1997) .*Successful Experiences of Entrepreneurship Center Directors*، Kansas City، MO: Center for Entrepreneurial Leadership Inc.، Ewing Marion Kauffman Foundation، Baylor University.
29. Zald، M. (1967)“ .Urban Differentiation، Characteristics of Boards of Directors، and Organizational Effectiveness”، *American Journal of Sociology*.
7. Finkle، Todd A. (2005)“ .A Review of Trends in the Market for Entrepreneurship Faculty from 1989 ”،۲۰۰۴-in *Frontiers of Entrepreneurship Research 2005: Proceedings of the Twenty-Fifth Annual Entrepreneurship Research Conference* .Ed. Shaker A. Zahra et al. Wellesley، MA: AMBCE.
8. Finkle، T. A.، and D. Deeds (2001)“Trends in the Market for Entrepreneurship Faculty during the Period ”،۱۹۹۸-۱۹۸۹،*Journal of Business Venturing* . ۶۳۰-۶۱۳ ، (۶)۱۶
9. <https://www.entrepreneur.com/topcolleges/unundergr/0.html>
10. Jaffe، A. (1998). The real effects of academic research. *American Economic Review*، 79(5)، 957-970.
11. Katz، J. A. (2003)“ .The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education ”،*Journal of Business Venturing*. ۳۰۰-۲۸۳ ، (۲)۱۸
12. ۲۰۰۴“ (۲۰۰۴) ———Survey of Endowed Positions in Entrepreneurship and Related Fields in the United States”، report sponsored by the Kauffman Foundation، 1.۴۵-
13. Kuratko، D. F. (2005)“ .The Emergence of Entrepreneurship Education: Development، Trends، and Challenges ”، *Entrepreneurship Theory and Practice* ، (۵)۲۹ . ۵۹۸-۵۷۷
14. Mansfield، E. (1991). Academic research and industrial innovation. *Research Policy*، 20، 1-12.
15. Meoli، M.، Paleari، S.، & Vismara، S. (2012). Completing the technology transfer process: the M&As of science-based IPOs. *Small Business Economics*. doi:10.1007/s11187-012-9416-1.
16. Morris،Michael H.؛ Kuratko، Donald F.، Cornwall Jeffrey R.(2014)؛ *Entrepreneurship programs and the Modern Universities*؛ Edward Elgar
17. Pfeffer، J. (1972)“ .Size and Composition of Corporate Boards of Directors: The Organization and Its Environment”، *Administrative Science Quarterly*، ۱۷ . ۲۲۹-۲۱۸
18. “ (۱۹۷۳) ———Size، Composition، and Function of Hospital Boards of Directors: A Study of Organization- Environment Linkage ”،*Administrative Science Quarterly* . ۳۶۴-۳۴۹ ، ۱۸