

طراحی الگوی توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی ایران (صفحات ۳۵ تا ۶۰)

نوع مقاله: پژوهشی DOR: ۲۰.۱۰۰۱.۱.۱۷۳۵۸۶۶۳.۱۳۹۹.۱۵.۲.۲.۲

الهه فرشباغ حقرو^۱* دکتر سید رضا صالحی امیری^۲

دکتر علی اکبر رضایی^۳* دکتر سید جمال الدین طیبی^۴

پذیرش: ۹۹/۰۲/۰۴

دریافت: ۹۸/۰۹/۲۹

چکیده

کارآفرینی از ابزار مهم توسعه به‌شمار می‌آید صنایع فرهنگی بومی به‌عنوان یکی از اجزا و عناصر مهم رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی است. استفاده از تجربیات کشورهای موفق دنیا در این زمینه می‌تواند توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی را به‌همراه داشته باشد. مطالعه حاضر با هدف توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی ایران، از طریق ارائه الگوی برگرفته از مطالعات تطبیقی کشورهای توسعه‌یافته منتخب، انجام گرفته است. این پژوهش یک مطالعه تطبیقی کمی-کیفی است. کشورهای مورد مطالعه شامل کانادا، بریتانیا، فنلاند و ایران است. متغیرهای مهم از طریق رجوع به اسناد معتبر کارآفرینی صنایع فرهنگی، شناسایی گردیده و بر اساس آن پرسشنامه‌ای طراحی شده و در اختیار ۱۵۰ نفر از جمله کارآفرینان و اساتید دانشگاهی قرار گرفته است. داده‌های به‌دست آمده با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی، تأییدی و معادلات ساختاری تحلیل شدند و الگوی نهایی استخراج گردید. در مجموع ۴ عامل سیاست‌های حمایتی دولت، مدیریت آموزش نیروی انسانی، مدیریت مالی و رقابتی کردن بر کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر شناخته شدند که از این عوامل، سیاست‌های حمایتی دولت با بار عاملی ۰/۸۴ بیشترین و رقابتی‌کردن با ۰/۴ کمترین تاثیر را در کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی داشته‌اند.

واژگان کلیدی: طراحی الگو، توسعه، کارآفرینی، صنایع فرهنگی بومی، کشورهای توسعه‌یافته.

۱. دانشجوی دکتری تخصصی، گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات،

دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Modir.farhngi@gmail.com

۲. دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) dr.salehiamini@gmail.com

۳. استادیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. dr.rezaei5@yahoo.com

۴. استاد گروه مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران

۱- بیان مسئله

کارآفرینی^۱ عامل اصلی تفاوت رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته با کشورهای در حال توسعه است. (تربتی، ۱۳۹۶: ۱۵) و به عنوان پدیده‌ای نوین، نقش مؤثری در تولید و پیشرفت کشورها دارد؛ به طوری که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار، عاملی کلیدی است. از این رو کارآفرینی برای حفظ عملکرد و زنده ماندن در محیط‌های بسیار پویا و رقابتی، نیازمند نوآوری، ابداع، خلق محصولات و خدمات جدید است (رحمان‌نیا، ۱۳۹۵: ۱). بنابراین مفهومی چند بُعدی دارد که فعالیت‌ها را به سوی نوآوری در محصول و فناوری، سوق می‌دهد (انوری، ۱۳۹۹: ۱۲۹). در دنیای امروز، تنها با واژه کارآفرینی روبه‌رو نیستیم، بلکه کارآفرینی دارای پیوندهای جدیدی در حوزه‌های گوناگون از جمله کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی سیاسی، کارآفرینی پایدار و... است که در این میان، کارآفرینی فرهنگی به عنوان یکی از پیشران‌های کارآفرینی محسوب می‌شود (Lindsay, 2005: 5)

صنایع فرهنگی با ظرفیت بالای اشتغال‌زایی و درآمدزایی، زمینه مناسبی برای کارآفرینی فراهم کرده است. طبق نتیجه به دست آمده از تحقیقات گسترده؛ بخش فرهنگ در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی، با سرعت بیشتری رشد کرده و اشتغال بیشتری را ایجاد کرده است. به علاوه این صنایع موجب حرکت سایر بخش‌های اقتصادی از جمله ابتکار و تکنولوژی ارتباطات نیز شده است. طبق این گزارش در حالی که میزان کل اشتغال در سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۲ در کشورهای عضو اتحادیه اروپا کاهش یافته است، اشتغال در این بخش به میزان ۱.۸۵ درصد افزایش داشته است. بدین ترتیب بخش فرهنگ، فرصت‌های اشتغال متعدد و متنوعی را با مهارت‌های بالا ایجاد می‌کند (KEA, 2006: 7). کارآفرینی صنایع فرهنگی، فصل مشترک بین کارآفرینی، هنر و اقتصاد است. (فاتو^۲ ۲۰۱۱: ۲۱) فرهنگ و اقتصاد دارای خاستگاهی مشترک هستند. خاستگاه هر دو، جامعه است (حضرتی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۲). از کارآفرینی صنایع فرهنگی به عنوان موتور توسعه فرهنگ و اقتصاد یاد می‌شود و یکی از اصلی‌ترین عواملی است که می‌تواند از زوال و نابودی این صنایع باارزش، که معرف فرهنگ و

^۱ . Entrepreneurship

^۲ .Fatou

میراث کشورند، جلوگیری کند. (۲۰۱: ۲۰۱۸، Arzubiaga). کارآفرینی صنایع فرهنگی به معنای مدیریت روندها و فرآیندهای تولید و عرضه خدمات و کالاهای فرهنگی و هنری است که به گونه‌ای نوآورانه به احیا و آفرینش ارزش فرهنگی می‌پردازد (موسوی بازرگانی، ۱۳۸۶: ۷۳). کارآفرینان فرهنگی در پی تحقق ارزش‌های فرهنگی هستند و اقتصاد را، ابزاری جهت تحقق ارزش‌های فرهنگی می‌دانند (کلامر^۱، ۲۰۱۲: ۲۱) و برای تولید درآمد حاصل از فعالیت‌های فرهنگی، راه‌حل‌های نوآورانه و خود پایدار در کسب و کارهای فرهنگی را پیشنهاد می‌کنند که موجب بهبود زندگی، حفظ ارزش‌های فرهنگی و ایجاد ثروت خواهد شد. (آجزون^۲، ۲۰۱۲: ۹) کارآفرین صنایع فرهنگی از دیدگاه یونسکو، به افرادی گفته می‌شود که به "خلق تولید و تجاری سازی مضامین نامشهود و دارای طبیعت فرهنگی اشتغال دارند. این مضامین نوعاً از طریق کپی‌رایت حمایت می‌شوند و می‌توانند به شکل کالا یا خدمات باشد" (کیقبادی، ۱۳۸۷، ۲۴). توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی یکی از محورهای اصلی برنامه دوساله یونسکو در سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۰۸ بوده است (عزتی، ۱۳۹۷: ۴۲).

با انجام این پژوهش می‌توان به شناسایی متغیرهای مهم و کاربردی که در موفقیت کشورهای توسعه‌یافته در کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی دخیل بودند و پیاده‌سازی آن‌ها در کشور ایران، به بهبود شاخص‌های کارآفرینی مرتبط با این زمینه کمک نمود. هدف از این مطالعه، طراحی الگوی توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی است. در این پژوهش کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در سه کشور منتخب توسعه یافته کانادا، بریتانیا، فنلاند با ایران مقایسه شده و الگوی پیشنهادی طراحی گردیده پژوهش حاضر در پی پاسخ به این پرسش است که:

۱- ابعاد الگوی پیشنهادی توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی ایران

چيست؟

۲- الگوی مطلوب کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی ایران چیست؟

^۱. klamer

^۲. Ageson

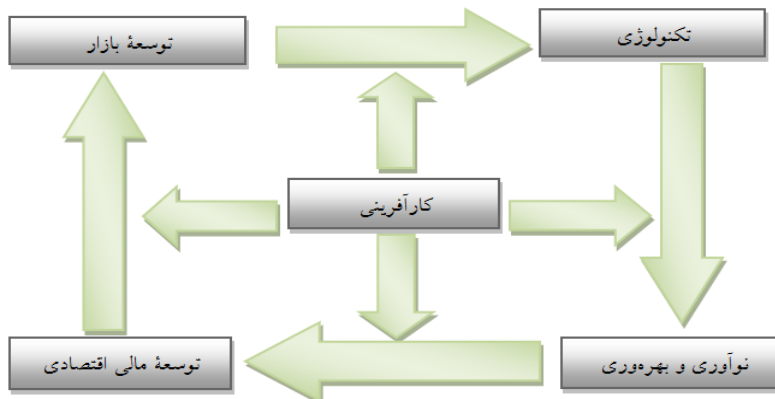
۲- ادبیات پژوهش

۲-۱- ادبیات نظری

محققان و پژوهشگران مختلف از کارآفرینی تعاریف متعددی ذکر کردند. به عنوان مثال، جوزف شومپیتر کارآفرینی را "فرض تعریف شده، ریسک و مسئولیت در طراحی و پیاده سازی استراتژی و یا شروع یک کسب و کار" تعریف می کند. (Schumpeter, ۱۹۹۵: ۱۳۱). همچنین وی، کارآفرینی را به عنوان نیروی برهم زننده اقتصاد به کار برده و آن را با عنوان "تخریب خلاق" نامگذاری می کند. (مقیمی، ۱۳۹۵: ۵۲) یعنی با کارآفرینی، فعالیت های سنتی تعطیل می شود و فعالیت های اقتصادی مدرن تری جای آن را می گیرد. ژوزف شومپیتر نظریه توسعه اقتصادی را مطرح نمود و نقش محوری کارآفرینان در ایجاد سود، مسئله ای بود که در این نظریه مورد توجه قرار گرفت؛ آن گونه که وی به "پدر کارآفرینی" ملقب گردید. از نظر وی کارآفرینان نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی و موتور توسعه هستند. شومپیتر مشخصه اصلی کارآفرینی را "نوآوری" می دانست. (احمدپور داریانی، ۱۳۹۸: ۱۱۸).

شکل ۱ مدل توسعه کارآفرینی از دیدگاه شومپیتر را نشان می دهد که در این مدل فرصت ها به صورت دوره ای و خارج از یک محدوده اقتصادی، در اثر عواملی از جمله ارائه منابع جدید و نوآوری، پیشرفت های تکنولوژیک و توسعه بازارها بوجود می آیند. شومپیتر معتقد است که تغییرات در تکنولوژی، نیروهای سیاسی، قوانین، عوامل اقتصاد کلان و روندهای اجتماعی، اطلاعات جدیدی را خلق می کند که کارآفرینان می توانند با استفاده از آنها منابع را به روش جدیدی ترکیب کنند و ترکیبات ارزشمندتری را خلق کنند. (Schumpeter, ۱۹۹۷: ۱۳۱)

شکل ۱- مدل توسعه کارآفرینی شومیتتر



علی‌رغم اینکه کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه ۱۹۷۰ و بسیاری از کشورهای در حال توسعه از اواخر دهه ۱۹۸۰ موضوع کارآفرینی را مورد توجه قرار داده اند، در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته است. مشکل بی‌کاری و پیش‌بینی حادث شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. (شاطریان و نصرآبادی، ۱۳۹۶: ۱۸۳) در ماده ۹۲ و ۷۱ برنامه ششم توسعه نیز ضمن تأکید بر حمایت از تولیدات و محصولات فرهنگی از طریق فعال شدن بانک تخصصی صنعت و معدن، این بانک موظف به انجام اقداماتی در زمینه تجهیز منابع مالی بخش صنعت و معدن و تشویق، ترویج و هدایت بخش غیردولتی در سرمایه‌گذاری‌های صنعتی و معدنی، توسعه کارآفرینی و کمک به انتقال فناوری شد. در اجرای طرح کارورزی، استفاده از نیروی تحصیل کرده و جوان کشور در اصلاح ساختار منابع انسانی و فنی واحدهای صنعتی، تقویت ظرفیت کارآفرینی و اجرای برنامه‌های افزایش بهره‌وری و... در نظر گرفته شده است (برنامه ششم توسعه، ۱۳۹۶: ۲۷). در تبصره ۱۸ قانون بودجه سال ۱۳۹۷ نیز برای ساماندهی و توسعه امور جوانان؛ همچنین اشتغال و کارآفرینی، تشویق جوانان نخبه و کارآفرین، حمایت از تولیدات و محصولات فرهنگی و انجام امور پژوهشی و تحقیقاتی مربوط به جوانان در نظر گرفته شد.

همچنین مقرر شد حداقل ۲۵ درصد از این اعتبار به اجرای طرح‌های مهارت‌آموزی و آموزش فنی و حرفه‌ای، کارآفرینی و اشتغال جوانان اختصاص یابد (قانون بودجه، ۱۳۹۷: ۶۵).

۲-۲- ادبیات تجربی

تاکنون مطالعات مختلفی برای بررسی شرایط مطلوب کارآفرینی فرهنگی انجام شده و تاثیر متغیرهای مختلف بر کارآفرینی فرهنگی بررسی شده است اما در این زمینه، در مواردی بسیار محدود، مباحث نظری به صورت سطحی ارائه شده است و در ارتباط با کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مطالعات قابل توجهی انجام نشده است. احمدپور داریانی (۱۳۸۶)؛ در دو طرح تحقیقاتی، تجارت و توسعه کارآفرینی را در سایر کشورها مورد مطالعه قرار داده است. این طرح تحقیقاتی نشان می‌دهد که کشورهای پیشرفته به دلیل نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان در توسعه جامعه، از این ظرفیت برای مواجهه با معضلاتی نظیر رکود، تورم و عدم اشتغال بهره‌برده‌اند؛ آن هم با تدوین استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی برای بسط روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب برای فعالیت کارآفرینان در عرصه‌های مختلف اقتصادی-اجتماعی، رفع موانع، ایجاد ارتباط و همکاری بین کارآفرینان و تسهیل دستیابی آنان به بازارهای جهانی. کاظمی و کمالیان (۱۳۹۱)، در پژوهشی با عنوان کارآفرینی فرهنگی و صنایع خلاق معتقدند در آینده‌ای نه‌چندان دور صنایع خلاق تعیین‌کننده قدرت اقتصادی کشورها خواهند بود و تقویت مهارت‌ها و توانایی‌های فرهنگی، تولید محصولات جدید، تأسیس مؤسسات و شرکت‌هایی که قابلیت رقابت در بازارهای جهانی را داشته باشند می‌تواند در توسعه کارآفرینی فرهنگی مؤثر باشد. صنایع خلاق در حفظ و ترویج فرهنگ‌های محلی، بازسازی فرهنگ، هویت بخشی به اقوام گوناگون ایرانی، معرفی فرهنگ کشور در عرصه بین‌المللی نقش مهمی دارند.

محمدی و همکاران (۱۳۹۷)؛ در پژوهشی با عنوان شناسایی الگوهای ذهنی کارآفرینان نسبت به کارآفرینی فرهنگی با استفاده از روش کیو به این نتیجه رسیدند که کارآفرینان فرهنگی دارای ذهنی نوآور و خلاق هستند و در مجموع سه الگوی ذهنی در مورد کارآفرینی فرهنگی وجود دارد که عبارتند از: "نوآوری فرهنگی"، "بازاریابی فرهنگی" و "بسترهای فرهنگی". دهمجانی (۱۳۹۸) در پژوهشی نقش آموزش در

توسعه کارآفرینی صنایع دستی ایران را بررسی کرده که یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد بین شیوه‌های مختلف آموزش و توسعه کارآفرینی در صنایع دستی ارتباط معنی‌داری وجود دارد. همچنین نشان داده که مهارت در صنایع دستی اهمیت ویژه‌ای دارد. شیدینیا^۱ و همکاران (۲۰۱۵)، نقش نوآوری را در کارآفرینی فرهنگی بررسی کرده‌اند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که نوآوری و مؤلفه‌های آن (نوآوری باز، نوآوری رفتاری، نوآوری استراتژیک و نوآوری فرآیندی)، بر کارآفرینی فرهنگی تأثیر مثبت و معنادار دارند. متیو^۲ موانعی همچون عدم دسترسی به منابع مالی، نبود نیروی کار آموزش دیده، دسترسی کم به زمین، شیوه‌های ضدرقابتی، عدم آگاهی از پشتیبانی کسب و کار، مشکلات صدور مجوز کسب و کار، هزینه‌های مالی، عدم حقوق برابر، عدم دسترسی به اطلاعات، فقدان قوانین و مقررات، فقدان الگو، فقدان چارچوب ساختار، عدم ارائه‌دهندگان خدمات پشتیبانی، محدودیت‌های سیاسی، حقوق اجتماعی، قوانین و مقررات تجاری اجتماعی و نرخ مالیات بالا را موانع کارآفرینی فرهنگی مطرح کرد. (Mathew, ۲۰۱۰: ۱۶۴)

همانطور که ملاحظه می‌شود اکثر پژوهش‌های فوق‌الذکر به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی فرهنگی پرداخته‌اند و پژوهشی در زمینه طراحی الگوی کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی به روش مطالعه تطبیقی انجام نشده و در این پژوهش سعی شده ابعاد گسترده‌تری از کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی، در کشورهای کانادا، بریتانیا، فنلاند و ایران مورد بررسی قرار گیرد.

۳- چارچوب روش‌شناختی

۳-۱- روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و با روش توصیفی، تحلیلی و مقطعی انجام شد. این مطالعه در ۶ مرحله: ۱- انجام مطالعه مروری به منظور تحلیل وضعیت موجود کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی، ۲- انتخاب کشورها برای مطالعه تطبیقی، ۳- انجام مطالعه کتابخانه‌ای (مطالعه کیفی) در ایران و کشورهای منتخب و تشکیل ماتریس تطبیقی، ۴-

^۱. Shindina

^۲. Mathew

نظرسنجی خبرگان در مورد متغیرهای مهم برگرفته از مطالعه تطبیقی مرحله سوم و طراحی پرسشنامه، ۵- مطالعه میدانی و نظرسنجی از کاربران (مطالعه کمی) و ۶- تحلیل عاملی اکتشافی و استخراج الگوی ریاضی (مطالعه کمی) انجام شد.

دامنه این پژوهش، عوامل توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی است که شامل سیاست‌ها، آموزش، وضعیت مالی و رقابتی است. دامنه مکانی پژوهش، کشور ایران و کشورهای توسعه یافته منتخب است. این پژوهش در سال ۱۳۹۹ به انجام رسیده است. جامعه آماری پژوهش، ۱۵۰ نفر از افراد صاحب نظر دانشگاهی در حوزه کارآفرینی فرهنگی و کارآفرینان صنایع فرهنگی با سابقه کاری ده ساله است که از طریق نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. در این پژوهش فیش کارت، جدول تطبیقی و پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری در نظر گرفته شده است. در مرحله مطالعه تطبیقی، داده‌ها از طریق مراجعه به اسناد و مدارک، کتب، مقالات، رساله‌های دکتری و بهره گیری از اینترنت جمع آوری شد و جستجوی مقالات در پایگاه علمی با فیش برداری انجام گرفت. کشورهای مورد مطالعه شامل کشورهای توسعه یافته و موفق در زمینه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی هستند.

جدول ۱- مقایسه میزان کارآفرینی و بیکاری در کشورهای توسعه یافته منتخب

کشور / شاخص	میزان بیکاری	میزان کارآفرینی
کانادا	۶.۱	۴۲۱۰.۴
بریتانیا	۴.۶	۳۷۴.۵۱
فنلاند	۷.۳	۳۸۵۰.۹
ایران	۱۲.۰	۱۶۰.۶۳

گزارش بانک جهانی ۲۰۱۸

جدول ۱- مقایسه میزان کارآفرینی و بیکاری در کشورهای توسعه یافته منتخب را نشان می‌دهد که آمار این کشورها از سایت گزارش دیدبان جهانی کارآفرینی^۱ بر اساس شاخص‌های کارآفرینی گرفته شد و سپس از بین کشورهای پیشرو در این زمینه به روش نمونه گیری تصادفی بر اساس میزان کارآفرینی، ۳ کشور توسعه یافته فنلاند، کانادا،

^۱ Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

بریتانیا انتخاب شدند.

به منظور گردآوری اطلاعات مورد نیاز در مطالعه میدانی، پرسشنامه در سه بخش تدوین گردید: بخش اول مشتمل بر مشخصات مصاحبه شونده‌گان، بخش دوم توضیح مختصری از پژوهش و الگوی مفهومی اولیه و بخش سوم شامل ۱۵ سوال که تاثیر مؤلفه‌های مستخرج از مطالعه تطبیقی کشورها در کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی را از دید متخصصان مورد سنجش قرار می‌دهد.

برای سنجش روایی پرسشنامه، ابتدا روایی محتوایی پرسشنامه بر اساس قضاوت خبرگان (۳۰ نفر) تعیین شد و از آن‌ها درخواست گردید که نظر خود را در مورد محتوا، ساختار، شکل ظاهری و نحوه نگارش پرسشنامه بیان نمایند. پس از اعمال پیشنهادهای این گروه از خبرگان، برای تعیین روایی صوری، پرسشنامه اصلاح شده در یک اجرای آزمایشی مورد آزمون قرار گرفت. در نهایت برای تعیین پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که در این پژوهش مقدار ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۳ به دست آمد. سؤالات مربوط به مطالعه میدانی توسط مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت نمره‌دهی شد؛ بطوریکه به "خیلی زیاد" امتیاز ۵، "زیاد" امتیاز ۴، "متوسط" امتیاز ۳، "کم" امتیاز ۲ و "خیلی کم" امتیاز ۱ تعلق گرفت.

در مرحله مطالعه میدانی به منظور جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه به دو روش حضوری و الکترونیکی توزیع و جمع‌آوری شد. در مرحله مطالعه میدانی، داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه جهت تحلیل به نرم‌افزار SPSS (نسخه ۱۶) منتقل شد و با استفاده از تحلیل عاملی، ابعاد و مؤلفه‌های پژوهشی شناسایی و نام‌گذاری مؤلفه‌ها و ابعاد عمومی صورت گرفت.

۴- تحلیل تجربی

مطالعه تطبیقی کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در کشورهای توسعه‌یافته منتخب در جدول ۲- ارائه شده است.

جدول ۲- جدول تطبیقی مؤلفه‌های کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی

در کشورهای مورد مطالعه و ایران

گویه / کشور	ایران	کانادا	بریتانیا	فنلاند
۱. اصلاح قوانین مالیاتی	تاحدودی	ندارد	دارد	ندارد
۲. نوآوری در صنایع فرهنگی	ندارد	دارد	دارد	دارد
۳. اصلاح زیرساخت‌ها	تا حدودی	تا حدودی	دارد	تا حدودی
۴. آموزش کارآفرینی فرهنگی	تا حدودی	دارد	دارد	دارد
۵. سرمایه‌گذاری	محدود	دارد	دارد	دارد
۶. پرداخت وام با بهره کم	دارد	دارد	دارد	دارد
۷. رقابت‌پذیری	محدود	دارد	دارد	تاحدودی
۸. بهبود خدمات حمایتی	ندارد	ندارد	دارد	ندارد
۹. موانع قانونی	ندارد	دارد	دارد	تا حدودی
۱۰. ارتقاء سطح تکنولوژی	محدود	فراگیر	فراگیر	محدود
۱۱. تسهیلات مالی و اعتباری از طرف دولت	محدود	محدود	دارد	دارد
۱۲. الگوی کارآفرینی فرهنگی	ندارد	دارد	دارد	ندارد
۱۳. سیاست ایجاد فرهنگ کارآفرینی	تاحدودی	تا حدودی	دارد	تا حدودی
۱۴. ارتقاء روحیه کارآفرینی	ندارد	دارد	دارد	ندارد
۱۵. حمایت دولت از کسب و کار صنایع فرهنگی بومی	ندارد	دارد	دارد	تا حدودی

در بین گویه‌های کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در کشورهای توسعه‌یافته منتخب، گویه‌های " فقدان سرمایه‌گذاری" با میانگین امتیاز ۴/۲۸ و " آموزش کارآفرینی" با میانگین امتیاز ۴/۲۱ بیشترین؛ و گویه‌های بهبود خدمات حمایتی " با میانگین امتیاز ۳/۵۷

و " اصلاح زیرساخت‌ها " با میانگین امتیاز ۳/۵۹ ، کمترین امتیاز را به خود اختصاص دادند. در نتایج مطالعه، میانگین امتیاز گویه‌های مؤلفه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی ۳/۸۶ از ۵ بود. میانگین گویه‌های مؤلفه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در جدول ۳- نشان داده شده است. در ادامه مشاهده می‌شود که شاخص‌های چولگی و کشیدگی همه گویه‌های پرسشنامه در محدوده ± 2 بوده لذا توزیع داده‌های مربوط به گویه‌ها نرمال هستند.

جدول ۳- میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی هریک از گویه‌های کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی

گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
۱- به نظر شما اصلاح قوانین مالیاتی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۳/۸۹	۰/۹۲	-۰/۵	-۰/۳۴۶
۲- به نظر شما نوآوری در صنایع فرهنگی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۳/۸۳	۰/۹۸	-۰/۲۹۲	-۰/۸۱۷
۳- به نظر شما اصلاح زیرساخت‌ها تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۳/۵۹	۱/۱۶	-۰/۴۴۹	-۰/۷۰۶
۴- به نظر شما آموزش کارآفرینی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۴/۲۱	۰/۹۸	-۱/۰۶۷	۰/۳۹۴
۵- به نظر شما فقدان سرمایه‌گذاری تا چه حد می‌تواند مانع توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی شود؟	۴/۲۸	۰/۸۴	-۰/۹	-۰/۰۹
۶- به نظر شما پرداخت وام با بهره کم تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۳/۷۴	۱/۰۱	-۰/۱۹	-۱/۱۲
۷- به نظر شما رقابت‌پذیری تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۳/۷	۱/۰۹	-۰/۴۲۹	-۰/۶۶
۸- به نظر شما بهبود خدمات حمایتی تا چه حد می‌تواند	۳/۵۷	۱/۱۱	-۰/۳۹۴	-۰/۶۰۲

در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟				
۰/۵۱۶-	۰/۴۳۴-	۰/۹۹	۳/۸۱	۹- به نظر شما موانع قانونی تا چه حد می‌تواند مانع توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی شود؟
۰/۴۹۵-	۰/۵۰۷-	۱/۰۴	۳/۸۶	۱۰- به نظر شما ارتقاء تکنولوژی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر واقع شود؟
۰/۷۷۳-	۰/۳۸۵-	۰/۹۲	۳/۹۱	۱۱- به نظر شما تسهیلات مالی و اعتباری از طرف دولت تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟
۰/۱۱۶-	۰/۷۶۴-	۱/۰۶	۳/۹۱	۱۲- به نظر شما فقدان الگوی کارآفرینی تا چه حد می‌تواند مانع توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی شود؟
۰/۵۶۱-	۰/۴۵۹-	۱/۰۵	۳/۷۳	۱۳- به نظر شما سیاست ایجاد فرهنگ کارآفرینی تا چه حد می‌تواند در توسعه صنایع فرهنگی مؤثر باشد؟
۰/۷۴۹-	۰/۴۰۷-	۰/۹۸	۳/۸۹	۱۴- به نظر شما ارتقاء روحیه کارآفرینی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟
۰/۱۳	۰/۸۸۷-	۱/۰۳	۴/۰۱	۱۵- به نظر شما حمایت دولت از کسب و کار تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟

۴-۱- نتایج تحلیل عاملی اکتشافی کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی

برای سنجش عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی، پرسشنامه‌ای بر اساس نظریات متخصصین و مطالعه تطبیقی تدوین شد، اما لازم بود که با توجه به عوامل فرهنگی اقتصادی و اجتماعی ایران از تحلیل عاملی برای سنجش آن استفاده شود. نتایج اجرای تحلیل عاملی اکتشافی نشان می‌دهد؛ عوامل اصلی مؤثر بر کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی ۱۵ مؤلفه است:

- ۱- اصلاح قوانین مالیاتی، ۲- نوآوری، ۳- اصلاح زیرساخت‌ها، ۴- آموزش کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی، ۵- فقدان سرمایه‌گذاری، ۶- پرداخت وام با بهره کم، ۷- رقابت‌پذیری، ۸- بهبود خدمات حمایتی، ۹- از بین بردن موانع قانونی، ۱۰- ارتقاء

تکنولوژی، ۱۱- تسهیلات مالی اعتباری، ۱۲- فقدان الگوی کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی، ۱۳- سیاست ایجاد فرهنگ کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی، ۱۴- ارتقاء روحیه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی، ۱۵- حمایت دولت از کسب و کار؛ که بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی با روش بیشینه احتمال و چرخش واریماکس به ۴ عامل اصلی تقسیم شده است.

محاسبات انجام شده نشان داد که شاخص کفایت نمونه‌برداری آزمون کرویت بارتلت (KMO) از ۰/۵ بالاتر است و سطح معنادار بودن مشخصه آزمون کرویت بارتلت ۰/۰۰۱ بوده است، بنابراین داده‌ها از کفایت لازم برخوردارند و همبستگی کافی بین گویه‌ها وجود دارد و اجرای تحلیل عاملی بر اساس ماتریس همبستگی حاصل در گروه نمونه مورد مطالعه قابل توجیه است. نتایج آزمون کفایت نمونه‌گیری و قابلیت عامل-پذیری داده‌ها در جدول ۴- نشان داده شده است. در این پژوهش مقدار KMO برابر ۰/۸۱ و مقدار بارتلت نیز کمتر از ۰/۰۱ شده است. نتایج این دو آزمون نشان می‌دهد که انجام تحلیل عاملی بر روی متغیرها (عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی) امکان‌پذیر است.

جدول ۴- نتایج آزمون کفایت نمونه‌گیری و قابلیت عامل‌پذیری داده‌ها

آماره KMO	۰/۸۱۹
آزمون کرویت بارتلت	مقدار تقریبی کای دو
	درجه آزادی
	سطح معنی‌داری
	۵۶۲/۹۰۱
	۱۰۵
	$P < ۰/۰۰۱$

جدول ۵ یعنی جدول "عوامل استخراج شده از تحلیل عاملی با استفاده از چرخش واریماکس و بار عاملی گویه‌ها" نشان می‌دهد که در آن گویه‌های حمایت دولت از کسب و کار صنایع فرهنگی بومی، تسهیلات مالی و اعتباری از طرف دولت، بهبود خدمات حمایتی، موانع قانونی، پرداخت وام با بهره کم، اصلاح زیرساخت‌ها، به‌عنوان عامل اول به نام سیاست‌های حمایتی دولت؛ و گویه‌های آموزش کارآفرینی، ارتقا تکنولوژی، فقدان الگوی کارآفرینی، سیاست ایجاد فرهنگ، به‌عنوان عامل دوم با نام مدیریت آموزش نیروی انسانی؛ گویه‌های ارتقاء روحیه کارآفرینی، اصلاح قوانین

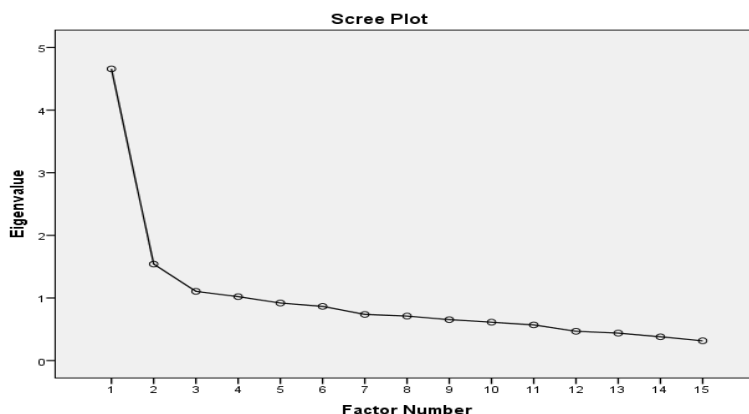
مالیاتی، نوآوری، فقدان سرمایه‌گذاری، به‌عنوان عامل سوم به‌نام مدیریت مالی و در نهایت گویۀ رقابت‌پذیری، به‌عنوان عامل چهارم به‌نام رقابتی کردن نام‌گذاری شد. شکل ۲- نمودار سنگریزه را نشان می‌دهد. مطابق نمودار سنگریزه تعداد چهار عامل دارای مقدار ویژه بیشتر از ۱ هستند. همچنین مقدار ویژه عامل اول دارای اختلاف زیادی با عامل‌های بعدی است.

جدول ۵- عوامل استخراج شده از تحلیل عاملی با استفاده از چرخش واریماکس و بار عاملی گویه‌ها

ردیف	شماره اولیه گویه و تنه گویه	بارهای عاملی			
		عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴
۱	به نظر شما حمایت دولت از کسب و کار تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۰/۶۹۶			
۲	به نظر شما تسهیلات مالی و اعتباری از طرف دولت تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۰/۶۴۴			
۳	به نظر شما بهبود خدمات حمایتی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۰/۶۲۴			
۴	به نظر شما موانع قانونی تا چه حد می‌تواند مانع توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی شود؟	۰/۵۸۵			
۵	به نظر شما پرداخت وام با بهره کم تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۰/۵۷۴			
۶	به نظر شما اصلاح زیرساختها تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟	۰/۵۴۸			

۰/۷۲۶	۷	به نظر شما آموزش کارآفرینی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟
۰/۶۹۳	۸	به نظر شما ارتقاء تکنولوژی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر واقع شود؟
۰/۶۸۶	۹	به نظر شما فقدان الگوی کارآفرینی تا چه حد می‌تواند مانع توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی شود؟
۰/۴۷۲	۱۰	به نظر شما سیاست ایجاد فرهنگ کارآفرینی تا چه حد می‌تواند در توسعه صنایع فرهنگی مؤثر باشد؟
۰/۷۸۶	۱۱	به نظر شما ارتقاء روحیه کارآفرینی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟
۰/۷۵	۱۲	به نظر شما اصلاح قوانین مالیاتی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟
۰/۵۴۳	۱۳	به نظر شما نوآوری در صنایع فرهنگی تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی مؤثر باشد؟
۰/۵۰۱	۱۴	به نظر شما فقدان سرمایه‌گذاری تا چه حد می‌تواند مانع توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی شود؟
۰/۸۶۱	۱۵	به نظر شما رقابت‌پذیری تا چه حد می‌تواند در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی مؤثر باشد؟

شکل ۲- نمودار سنگریزه عاملی کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی



۲-۴- نتایج تحلیل عاملی اکتشافی

جدول ۶ تعداد عامل‌های استخراج شده را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد به دنبال تحلیل ۴ عامل با ارزش ویژه بزرگتر از یک استخراج شد که تقریباً ۴۰ درصد از واریانس کل را تبیین می‌نماید. سهم عامل اول ۹/۷، درصد عامل دوم ۲۳/۵٪، عامل سوم ۷/۱ و عامل چهارم ۳/۶۷ درصد بود. نمودار سنگریزه ترسیم شده از عامل‌ها نیز نشان داد که فقط چهار عامل با فاصله‌های متناسب، خارج از خط افقی تشکیل شده از سنگریزه‌ها قرار دارند. بنابراین می‌توان چهار عامل را به‌عنوان عوامل مهمی که بیشترین نقش را در تبیین واریانس داده‌ها دارند، استخراج نمود.

جدول ۶- تعداد عامل‌ها، واریانس کلی تبیین‌شده، ارزش‌های ویژه و واریانس تبیین‌شده توسط هر عامل

ارزش ویژه اولیه			عامل
تجمعی %	واریانس %	کل	
۹/۷۰۳	۹/۷۰۳	۱/۴۵۵	۱
۳۳/۲۱۲	۲۳/۵۰۹	۳/۵۲۶	۲
۴۰/۳۸۴	۷/۱۷۲	۱/۰۷۶	۳
۴۰/۰۶۳	۳/۶۷۹	۰/۵۵۲	۴

در نهایت، بررسی همبستگی بین نمرات عامل‌های اکتشاف شده با یکدیگر و کل سیاهه از طریق آزمون پیرسون نیز انجام شد. نتایج این بررسی در جدول ۷ مشاهده می‌شود که همهٔ عامل‌ها به صورت مثبت و در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ با یکدیگر همبسته‌اند. همچنین عمل‌های چهارگانه استخراج شده با نمره کل همبستگی معنی‌دار آماری مثبت داشتند.

جدول ۷- ضرایب همبستگی بین عامل‌های پرسشنامهٔ کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی

عامل‌ها	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴	نمره کل
عامل ۱ سطح معنی‌داری	۱	-	-	-	سیاهه
عامل ۲ سطح معنی‌داری	۰/۴۲۴	۱	-	-	۰/۰۰۱P <
عامل ۳ سطح معنی‌داری	۰/۶۲۵	۰/۵	۱	-	۰/۰۰۱P <
عامل ۴ سطح معنی‌داری	۰/۱۶۸	۰/۳۳۲	۰/۱۷۸	۱	۰/۰۲۹P =
نمره کل سیاهه سطح معنی‌داری	۰/۸۴۷	۰/۷۵۵	۰/۸۱۹	۰/۴	۱
	۰/۰۰۱P <	۰/۰۰۱P <	۰/۰۰۱P <	۰/۰۰۱P <	۰/۰۰۱P <

۴-۳- آزمون روابط

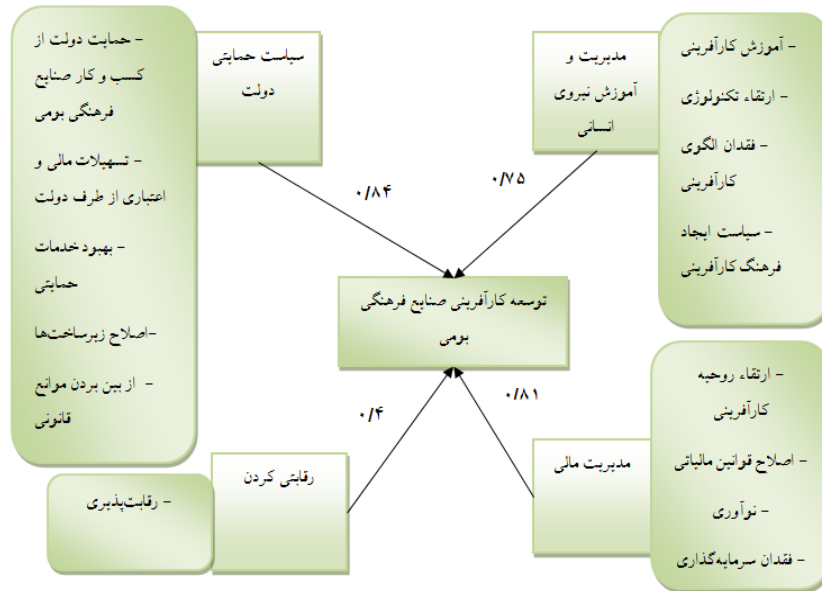
در جدول ۸ که نتایج آزمون روابط عامل‌های پژوهش انعکاس یافته است، مقدار ضریب استاندارد شده و سطح معنی‌داری گزارش شده است. نتایج آزمون نشان می‌دهد تمامی عامل‌ها با توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی رابطه معنادار و همبستگی دارند ($p < 0/01$). همچنین رابطه عامل سیاست‌های حمایتی دولت برابر با $0/84$ عامل مدیریت آموزش نیروی انسانی برابر با $0/75$ عامل مدیریت مالی برابر با $0/81$ عامل رقابتی کردن برابر با $0/4$ بدست آمده است.

نتایج نشان می‌دهد قوی‌ترین رابطه با مدیریت کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در بین چهار عامل، به عامل سیاست‌های حمایتی دولت با ضریب استاندارد شده $0/84$ و ضعیف‌ترین رابطه با کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در بین چهار عامل، به عامل رقابتی کردن با ضریب استاندارد شده $0/4$ اختصاص دارد.

جدول ۸- آزمون روابط

عامل دارای رابطه با کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی	ضریب شده	استاندارد	سطح معنی‌داری	نتیجه
سیاست‌های حمایتی دولت	$0/84$		۱	تایید رابطه
مدیریت آموزش نیروی انسانی	$0/75$		$0/424$	تایید رابطه
مدیریت مالی	$0/81$		$0/625$	تایید رابطه
رقابتی کردن	$0/4$		$0/168$	تایید رابطه

شکل ۳- الگوی کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی با توجه به یافته‌های مطالعه تطبیقی و بار عاملی آن‌ها



۵- بحث

در ایران صنایع فرهنگی، به علت جوان بودن صنعت و ناآشنایی تولیدکنندگان در تأمین زیرساخت‌ها، از کمبود زیرساخت رنج می‌برند و دولت با سیاست‌گذاری مناسب می‌تواند تا حدودی این مسئله را حل کند. همچنین در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی، نقش آموزش و مهارت‌های کارآفرینی مهم برشمرده شده است و در کشورهای توسعه‌یافته منتخب، آموزش در صنایع فرهنگی بومی پررنگ‌تر است، در حالی که در کشور ایران به این امر کمتر توجه شده است و کمبود نیروی متخصص در این زمینه باعث شده که این مسئله به کل فرآیند تولید محصول ضربه بزند. همگرایی در آموزش نیروی انسانی با توجه به ظرفیت بازار استعدادها موجود در بین متقاضیان می‌تواند در حل این مسئله مؤثر بوده و عنصر خلاقیت در تولید آثار را تقویت نماید. که با مطالعه دهنده‌جانی (۱۳۹۸) و کاظمی و کمالیان (۱۳۹۱) همسو است. صنایع فرهنگی در ایران به خاطر بسیاری از مسائل در امر سرمایه‌گذاری با مخاطره روبه‌رو است. کم‌تجربه و جوان بودن

گروه‌های تولیدکننده و ماهیت خطرپذیر سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع فرهنگی موجب شده و بیشتر سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در این زمینه دولتی بوده که در این موارد نیز به دلیل کارشناسی نبودن نحوه تخصیص سرمایه و منابع و ناآگاهی سازمان‌های ارائه دهنده آن‌ها، معمولاً نتیجه مطلوب به دست نمی‌آید، که با مطالعه متیو (۲۰۱۰) و احمدپور داریانی (۱۳۸۶) همسو است. فقر شدید محتوایی در این سال‌ها بر محصولات فرهنگی سایه انداخته است. آگاه‌سازی، آموزش، رقابت‌پذیری در کیفیت، نوآوری، خلاقیت در عرصه محصولات فرهنگی می‌تواند مسیر مطلوب کنونی را در تولید آثار فرهنگی متحول کند. در کشور ما نیز رقابت‌پذیری در سطح پایینی قرار دارد و به دلیل وجود برخی از محدودیت‌های بین‌المللی همچون تحریم، این رقابت‌پذیری محدود شده است که با مطالعه محمدی (۱۳۹۷) و شیدنیا (۲۰۱۵) همخوانی دارد.

۶- نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج پژوهش که با کمک بررسی ادبیات و مرور متون مرتبط و نظرسنجی خبرگان برای بومی‌سازی آن در ایران بدست آمد، متغیرهای رقابت‌پذیری، ارتقاء روحیه کارآفرینی، اصلاح قوانین مالیاتی، آموزش کارآفرینی، حمایت دولت از کسب و کار و الگوی کارآفرینی از مهمترین عوامل در ارتقاء کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در کشورهای توسعه‌یافته شناخته شدند. از آنجا که نقش برخی از این عوامل در توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در کشور ایران بسیار کم‌رنگ است، دولت باید در تدوین سیاست‌های خود با نگرش خاص به نیازهای کسب و کار، قوانینی در حمایت از متغیرهای نامبرده کارآفرینی ایجاد کند تا بتوان شاهد ارتقاء سطح کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در ایران بود.

پیشنهادات

با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش و الگوی ارائه شده، پژوهشگر بر این نظر است که عواملی وجود دارد که می‌تواند در پیاده‌سازی این الگو و تحقق اهداف آن مؤثر باشد. امید است این پیشنهادها مسئولین اجرایی حوزه کارآفرینی و اشتغال کشور را در اجرای صحیح الگو حاضر و در نهایت توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی یاری رساند. با توجه به اینکه چهار عامل به‌عنوان عوامل مؤثر در توسعه صنایع فرهنگی بومی معرفی شد،

لذا در خصوص هر عامل اقدامات مؤثر به شرح زیر است:

اقدامات مؤثر در رابطه با عامل اول سیاست‌های حمایتی دولت:

تخصیص بخشی از بودجه سالانه دولت برای حمایت و توسعه کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی

ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری جهت حمایت مالی از کارآفرینان فرهنگی

ایجاد واحد پژوهش و مشاوره به منظور حل مشکلات پیش‌روی کارآفرینی صنایع فرهنگی

ایجاد یک کمیته مشورتی متشکل از مدیران کسب و کار و آموزش جهت حذف موانع موجود بر سر راه ارتقاء کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی.

جهت توسعه زیرساخت‌ها؛ کمک به راه‌اندازی کسب و کار در میان بخش‌های استراتژیکی جمعیت مانند زنان و بیکاران.

سیاست‌گذاری حمایتی کسب و کارهای فرهنگی تازه تأسیس توسط دولت.

اقدامات مؤثر در رابطه با عامل دوم مدیریت آموزش نیروی انسانی

برگزاری مراکز رایگان آموزش کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی با الگوی یکسان وزارت کار و اشتغال

گنجانیدن آموزش کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی در برنامه‌های درسی آموزش و پرورش

تشویق دانشگاه‌ها و واحدهای تحقیقاتی به تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه

تدوین الگوی کارآفرینی صنایع فرهنگی بومی و تبلیغ از طریق رسانه‌های جمعی

تغییر نوع نگرش جامعه نسبت به کارآفرینان فرهنگی

اقدامات مؤثر در رابطه با عامل سوم مدیریت مالی

تشویق افراد به شروع کسب و کار و ارائه اطلاعات لازم در موارد کارآفرینانه و بهبود مهارت‌های مورد نیاز

ایجاد روحیه کارآفرینی و ریسک‌پذیری، از طریق حمایت اطلاعاتی و آموزش مهارت‌های لازم

تخفیف و کاهش مالیاتی

فراهم کردن زمینه نوآوری، تغییر شیوه تولید و افزایش بهره‌وری

تشویق و فراهم کردن زمینه برای سرمایه گذاران خارجی
فراهم کردن بستری برای توسعه صنایع فرهنگی و تولید محصولات فرهنگی
تعدیل نگرش مسئولان و دست اندرکاران فرهنگی کشور نسبت به این مقوله که
فعالیت فرهنگی صرفاً هزینه کردن نیست و امکان سودآوری دارد.
اقدامات مؤثر در رابطه با عامل چهارم رقابتی کردن
رقابت‌های متنوع در زمینه ایده و کیفیت محصول
ایجاد فضای رقابتی در عرصه تولید محصولات فرهنگی با نظارت دولت
فراهم آوردن فضای گفتگوی کارشناسانه برای تبیین استراتژی‌های فرهنگی برای
هدایت موضوع، وضع ملاک‌ها و معیارهای ارزیابی محصولات تولیدشده برای شکل
دادن به چرخه رقابت این عرصه در کشور.

منابع

- انوری، شاپور (۱۳۹۹). شناسایی الگوی رفتاری کارآفرینان مستقل در ایران، فصلنامه علمی پژوهش‌های مدیریت راهبردی، تهران، (۱۱) ۲۶، ۱۲۷-۱۴۸.
- احمدپور داریان، محمود و باقری، هیبت‌الله (۱۳۹۸). کارآفرینی در قالب یک مکتب، جنگل استراتژی، تهران، انتشارات جاجرمی.
- احمدپور داریانی، محمود؛ شیخان، ناهید و رضازاده، حجت‌اله (۱۳۸۶). تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- ترتی، سروناز (۱۳۹۶). تحلیل نشانه‌شناختی موانع تحقق اقتصاد مقاومتی و ارائه راهکارها، فصلنامه مطالعات میان‌فرهنگی، تهران، (۳۲) ۱۲، ۹-۳۴.
- حضرتی صومعه، زهرا و قاسمعلی، مژگان (۱۳۹۵). بررسی تطبیقی عناصر فرهنگی مؤثر بر توسعه اقتصادی-اجتماعی ایران و کره جنوبی با تأکید بر ادیان رایج در این دو کشور، فصلنامه مطالعات میان‌فرهنگی، تهران، (۲۶) ۱۱، ۴۱-۸۰.
- دهدجهانی، جواد (۱۳۹۸). نقش آموزش در توسعه کارآفرینی صنایع دستی ایران، نشریه علمی پژوهشی مطالعات هنر اسلامی، تهران، (۳۳) ۱۵، ۱۴۸-۱۶۳.
- رحمان‌نیا، مریم و فکور ثقیه، امیرمحمد (۱۳۹۵). دلایل شکست کسب و کارهای کارآفرین و نوپا و ارائه راهکارها برای توسعه کارآفرینی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و کارآفرینی، تهران.
- شاطریان، محسن، نصرآبادی، زهرا و منصوریان، فاطمه (۱۳۹۶). تحلیل موانع کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان کاشان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، تهران، (۲۱) ۶، ۱۸۶-۱۹۶.
- عزتی، یونس، حقیقیان، منصور و موذنی، احمد (۱۳۹۷). مطالعه جامعه‌شناختی رابطه سرمایه اجتماعی با توسعه فرهنگی، فصلنامه مطالعات میان‌فرهنگی، تهران، (۳۸) ۱۴، ۳۷-۶۴.

طراحی الگوی توسعه کارآفرینی در حوزه صنایع فرهنگی بومی ایران.....

قانون بودجه سال ۱۳۹۷ کل کشور، مصوب سال ۱۳۹۶ مجلس شورای اسلامی.
کاظمی، مهدی، رضا کمالیان، امین و طالبی زاده، محدثه (۱۳۹۱). کارآفرینی فرهنگی و صنایع خلاق، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، بابلسر، <https://civilica.com/doc/174977>.
کیقبادی، مرضیه، فخرایی، مرضیه، علوی، سیده سارا و زواری، سید عبدالمجید (۱۳۸۷). از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق، مرور ادبیات موضوع، همراه با نگاهی به وضعیت صنایع فرهنگی در کشورهای پنج قاره جهان، قم، اداره کل تبلیغات اسلامی قم.
محمدی، اسفندیار، شرفی، وحید، صیدیوسفی، معصومه و صیدیوسفی، ناهید (۱۳۹۷). شناسایی الگوهای ذهنی کارآفرینان نسبت به کارآفرینی فرهنگی با استفاده از روش کیو، فصلنامه توسعه کارآفرینی، تهران، شماره ۳، دوره ۱۱، ۴۸۱-۵۰۰.
مقیمی، محمد، زارعی، حسن و جندقی، غلامرضا (۱۳۹۵). مطالعه رابطه بین فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و جهت گیری کارآفرینانه: مطالعه شرکت های کوچک و متوسط، فصلنامه پژوهش های مدیریت عمومی، سیستان و بلوچستان، (۲۱)، ۶-۴۹-۷۸.
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت طرح و برنامه ریزی و تحول اداری (۱۳۹۵). سند توسعه بخش فرهنگ در برنامه ششم توسعه اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، سال های (۱۳۹۶-۱۴۰۰).

Arzubiaga, U., Kotlar, J., De Massis, A., Maseda, A & Iturralde, T (۲۰۱۸). Entrepreneurial orientation and innovation in family SMEs: unveiling the (actual) impact of the Board of Directors. *Journal of Business Venturing*, ۲۳: ۱۹۹-۲۰۶.

Ageson, T.H (۲۰۱۲). Cultural entrepreneurs : producing cultural value and wealth. *Cultures and Globalization: the cultural Economy*, ۲, ۹۲.

Fatou, J (۲۰۱۱). Reconsidering cultural entrepreneurship: hip hop music economy and social change in senegal, francophone west africa. London school of economics and political science.

Global Entrepreneurship Monitor (۲۰۱۷). Global Report ۲۰۱۶/۱۷, Global Entrepreneurship Research Association,

www.gemconsortium.org.

(KEA) European Affairs (۲۰۰۶). the Economy Of culture in erope, study prepared for the european commission directorate – General for Education and culture.

Klamer, A (۲۰۱۲). Cultural entrepreneurship, The Revive of Austrian Economics , ۲۴(۲): ۱۴۱-۱۵۶.

Lindsay ,N.J(۲۰۰۵). Toward A Cultral Model of indigenous entrepreneurial Attitude. Academy of marketing science Reveiw. ۲۰۰۵; ۱-۱۷.

Mathew, V (۲۰۱۰). Woman enterpreneurship in Midel East : Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development International Entrepreneurship Management Journal , ۶: ۱۶۳-۱۸۱.

Shindina, Tatyana., Lysenko, Yevgeniy & Orlova, Nina (۲۰۱۵). Entrepreneurs' Training in Innovation-Oriented Society. Social and Behavioral Sciences, ۲۱۴: ۱۰۹۸-۱۱۰۸.

Schumpeter, J (۱۹۹۷). Capitalism, Socialism and Democracy. New York: Harper

Schumpeter, J (۱۹۹۶). the Moderting Impact of industry Technological Opporthnities, in calvin A. kent, Donald L. sexton, karl H. Vesper, Encyclopedia of Entrepreneurship, Academy of Management Journal.

