



دانشگاه سمنان و علوم سمنان

http://seminars.usb.ac.ir/center

center@usb.ac.ir

تلفن: 02632222222

تلفن: 02632222222

اولین همایش ملی پژوهش‌های کاربردی در هنر (آموزش تا کارآفرینی)

همایش پژوهش‌های کاربردی هنر (آموزش تا کارآفرینی)

بررسی آموزش دانشگاهی هنر و کارآفرینی

سیدمحمدحسن امیرجهانشاهی سیستانی*

دانشجوی معماری دانشگاه آزاد اسلامی مشهد، BA, MBA, دکتری کارآفرینی دانشگاه آندرا یونیورسیتی

هندوستان

s.m.h.amirjahanshahi@gmail.com, 00989153071450



چکیده

در این مقاله سعی بر این شده به دانشگاه‌ها از دامنظر محیط مناسب جهت تشکیل گروه‌های کارآفرینی و تربیت و پرورش افراد با استعداد جهت شروع فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه توجه شود. همچنین مسأله کارآفرینی در دانشگاه‌های هنر بررسی شده است. بررسی تاثیر دانشگاه‌ها در توسعه کارآفرینی کاری پیچیده است چرا که همواره صنایع دانشگاه‌ها را ناتوان در تربیت نیروی ماهر و دانشگاه‌ها صنایع را ناتوان در جذب دانش‌آموختگان دانسته‌اند. در حوزه‌هایی چون پزشکی، حقوق و مهندسی وضعیت فارغ‌التحصیلان منوط به قبولی در آزمون‌های نظام صنفی مربوطه می‌باشد اما در حوزه هنر بدلیل نبود چنین نظامی بررسی وضعیت فارغ‌التحصیلان کار دشواری است. اکوسیستم کارآفرینی یکی از پویا ترین عواملی است که بر اقتصاد تاثیر می‌گذارد. بعد از بررسی چندین مقاله مرتبت با موضوع هنر کارآفرینی و آموزش دانشگاهی در این تحقیق نتیجه گرفته شده است که توجه به موارد تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها در رشد کارآفرینی موثر است لذا لیستی از این اقدامات مطرح شده است. و در بخش نتیجه گیری عوامل موثر در رشد کارآفرینی در آموزش دانشگاهی مورد بحث قرار گرفته است تا در نهایت این تحقیق همچون دیگر تحقیقات چراغ کوچکی در کنار منابع دیگر برای توسعه کارآفرینی هنر در دانشگاه‌ها باشد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، هنر، اقتصاد، دانشگاه، آموزش، آموزش دانشگاهی



مقدمه

در قرن بیستم صنایع تولیدی فرمانروایان اقتصاد جهانی و منطقه ای بودند و هر کشوری سعی در گسترش آن داشته در حالی که امروزه اقتصاد دانش بنیان با تکیه بر خلاقیت و سرمایه انسانی، در جستجو برای بهینه سازی است. هنر در اقتصاد نو جایگاه ویژه ای دارد شرکت های پیشتازی چون اپل هنر را سرلوحه کار خود قرار داده اند و این امر به اندازه ای مهم است که آنرا در تمامی تولیدات استیو جابز موسس اپل می توان دید تا حدی که محصولات این شرکت علاوه بر اینکه از نظر تکنولوژی پیشتاز هستند به آنها به دید یک اثر هنری نیز نگاه می شود. انیشتن نیز خلاقیت را راهی موثر برای توسعه علم می دانسته. با وجود اینکه این حقایق بر کسی پوشیده نیست. این واقعیت را نمی توان کتمان کرد که تنها بخش کوچکی از دانشجویان هنر بعد از فارغ التحصیلی به هنر خود به عنوان یک حرفه نگاه می کنند و در آن حوزه فعالیت می کنند (Costa, 2021).¹ کارآفرینی یک حقیقت جهانیست و فقدان امنیت شغلی یک واقعیت است بر همین اساس نقش ایده خوداشتغالی پررنگ شده است² (Garcia, 2017, p.401). هم اکنون که در وضعیت همگیری ویروس کرونا هستیم و در نتیجه وضعیت اشتغال بیش از پیش بحرانیست و کشورمان در تحریم شدید اقتصادیست، هنر پناهگاه امنی از نظر اقتصادی و روحی برای خود اشتغالان شده و سیل عظیم هنرجویان را در شبکه های اجتماعی میتوان دید. حال که در مرحله ای قرار داریم که ظهور صنعتی جدید با عنوان صنعت کارآفرینی در حال وقوع است، چرا دانشگاه ها نباید یک بخش از این توسعه باشند. ایده تشکیل دانشگاه کارآفرین جدید است و در اکثر دانشگاه های ایران تقریباً دو دهه است که بخش یا واحدی با عنوان کارآفرینی فعالیت میکند. دانشگاه ها بطور روز افزون در حال توسعه و بهبود محیط کارآفرینی هستند به عنوان مثال در دانشگاه های کشور آلمان بیش از هفتاد و پنج میلیون یورو در سال برای کارآفرینی و حمایت از آن خرج می شود. که نتیجه استارت آپ های فراوان و فعالیت های مرتبط با کارآفرینی شکل گرفته اگر تاثیر این شرایط را در دوجنبه یک دانش و توانایی های افراد و جنبه دیگر محیط تشویق کننده و سوق دهنده در نظر بگیریم. مجموع دو جنبه باعث شکل گیری کارگروهی و تیم سازی و در نهایت کارآفرینی میشود³ (Bergmann, 2018, p.700). کارآفرینی از طرق مختلف قابل آموزش است به عنوان مثال برگزاری سمینارها، دوره ها و کنفرانس ها و یا با افزودن رشته ی کارآفرینی یا درس کارآفرینی در برنامه درسی و رشته ی دانشگاه ها. در عصر حاضر تمام کشورهایی که در جهان حرف اول را در اقتصاد می زنند همان کشورهایی هستند که کارآفرینی را

¹ Costa, J. (2021), Is Entrepreneurship Education Key to All Entrepreneurial Initiatives?: Addressing the Role of Universities in a Global Perspective. In Reshaping Entrepreneurship Education With Strategy and Innovation, *IGI Global*, 45-63.

² García, J. C., Ward, A., Sánchez, B., & Flores, L. (2017), Entrepreneurship education: State of the art, *Propósitos y representaciones*, 401-473

³ Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C., & Grave, B. (2018), The climate for entrepreneurship at higher education institutions, *Research Policy*, 700-716.



دانشگاه گیلان و علوم انسانی

آدرس: وبسایت: <http://seminars.usb.ac.ir/courses>

پست الکترونیک: courses@usb.ac.ir

تیرماه - بهمن ماه ۱۳۹۹

۲۵ شهریور - ۲۵ آبان ۱۳۹۹

آموزش و فرهنگ آن را در سطح جامعه کشور خود نهادینه کرده اند و در این امر پیشتاز بوده اند. کارآفرینی موثرترین نیروی بالقوه در تاریخ جهان از سه دهه گذشته تاکنون بوده است. کارآفرینی رابطه ای تنگ تنگ با اقتصاد دارد و به کمک آن می توان کسب و کارهای جوامع را رونق داد و منجر به بهبود کارآیی و افزایش مزیت های رقابتی شد این مهم با آموزش کارآفرینی بدست می آید (دهانی، ۱۳۹۴)۴.

هنر و رونق اقتصادی در رابطه با هم هستند و کارآفرینی هنر یعنی فعالیتی درون صنایع خلاق را در شهرهایی که سابقه ای هنری دارند معرف توسعه ی اقتصادی می دانند. کارآفرینی هنر در صنایع خلاق مزیت رقابتی کشورهای در حال توسعه است تا بتوانند وارد اقتصاد جهانی شوند، کارآفرینی هنر در بستر اقتصاد دانش بنیان سرمایه ها و منابع فرهنگی را فعال می کند و علاوه بر جهانی کردن صنایع فرهنگی منحصر به فرد، منبعی برای رشد اقتصادی و ایجاد هزاران شغل جدید است. برای توسعه کارآفرینی هنر ضرورت دارد برای حقوق مالکیت فکری در نظام حقوقی کشور برنامه ریزی و قانون گذاری شود و اجرا شود به این دلیل که تولید ثروت در کارآفرینی هنر و اقتصاد دانش بنیان به رعایت این حقوق وابستگی شدیدی دارد (شش جوانی، ۱۳۹۳)۵. یک دانشگاه کارآفرین باید در تبیین، بومی سازی، توسعه، ارتقا و نهادینه سازی کارآفرینی نقش ویژه ای ایفا نماید. سال ۲۰۱۲ سازمان همکاری های اقتصادی و توسعه ای و اتحادیه اروپا بر آموزش کارآفرینی در سطوح مختلف تاکید کرده تا جایی که ایجاد دانشگاه کارآفرین را لازم دانسته و برای تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین، الزامات دستیابی به این ویژگی ها برای دانشگاه ها را مشخص نموده. لذا اصلاح رویه ها، سازوکارهای جدید، مبادلات، خلاقیت در تولید هنری، صادرات محصول هنری، رقابت پذیری و خدمات هنری، نگرش اقتصادی و مدیریت بازار مصرف در هنرمندان اصولی است که دانشگاه هنر کارآفرین باید دنبال کند. این توانمندی ها عامل مهمی برای توسعه و تعمیق هنر است، چرا که بطور مشهود و ملموس از عوامل بازدارنده اصلی هنر، ناکامی اقتصادی در تولید اثر، خدمات و ایده هنری است (علیشاهی، ۱۳۹۳: ۸۹)۶. مهمترین دست آورد این مقاله متمرکز کردن نتایج تحقیقات پیشین در زمینه کارآفرینی هنر و آموزش دانشگاهی است که شامل لیستی از روش های افزایش بهره وری کارآفرینی دانشگاه ها و بررسی نقاط قوت و ضعف این فعالیت ها و در نتیجه توصیه چند نکته و روش برای توسعه فعالیت های کارآفرینانه می باشد.

۴ دهانی، ن. (۱۳۹۴). نقش آموزش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و مزیت های رقابتی کسب و کار. کنفرانس بین المللی جهت گیری های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تبریز.

۵ شش جوانی، ح. (۱۳۹۳). کارآفرینی هنر یا کارآفرینی در هنر. نشریه پژوهش هنر، ۶۱-۶۶.

۶ علیشاهی، م.، زنگی، ب. و رمضانپور نرگسی، ق. (۱۳۹۳). نقش تجارت الکترونیکی در توسعه کارآفرینی هنر. نشریه پژوهش هنر، ۸۹-۹۸.



روش شناسی

پژوهش حاضر بر آنست تا نقش آموزش کارآفرینی دانشگاهی را در توسعه ی کارآفرینی در حوزه هنر مورد بررسی قرار دهد. لذا با استفاده از نتایج تحقیقات پیشین به منظور بهبود و به کمال رساندن الگوهای مورد استفاده به نتایجی دست می یابد که قابل استفاده در تحقیقات دیگر و همچنین منبع مطالعاتی خوبی برای علاقه مندان حوزه های هنر و کارآفرینی می باشد به ویژه فعالان آموزش دانشگاهی. پژوهش کیفی راهی مناسب برای بررسی مقالات و تحقیقات موجود در این زمینه بوده چرا که منابع اصلی خود نیز به کمیت مطلب نپرداخته اند و بررسی کمی بطور دقیق و علمی در این زمینه محدود به مطالعه موردی می شود. گرچه مطالعات موردی میتواند اطلاعات دقیقی به ما بدهد اما راه را برای بررسی کامل و نتیجه گیری درست در مورد نقش آموزش هنر در کارآفرینی باز نخواهد کرد. بنابراین در این تحقیق مانند اکثر تحقیقات دیگر در این زمینه به بررسی و تحلیل منابع نظری موجود در این زمینه پرداخته شده است. مقالات زیادی در زمینه کارآفرینی و آموزش دانشگاهی نوشته شده است اما مهمترین ویژگی این مقاله نسبت به دیگر مقالات اینست که به مقوله کارآفرینی در هنر و نقش دانشگاه های هنر پرداخته است.

اهداف پژوهش

هدف از این تحقیق توسعه دانش کاربردی در زمینه هنر، کارآفرینی و آموزش دانشگاهی بوده است و به گونه ای تاثیرآموزش دانشگاهی هنر در کارآفرینی را مورد بررسی قرار می دهد.

آموزش دانشگاهی، هنر و کارآفرینی

علی عبدالله زاده و همکاران در مقاله خود با عنوان نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی بعد از تعریف کارآفرینی به عنوان شکل ویژه ای از نوآوری که شامل اجرای موفق ایده ها برای ایجاد یک کسب و کار جدید یا یک ابتکار در یک کسب و کار، ابتدا به نقش دولت در ایجاد و اصلاح ارتباط بین دانشگاه و کارآفرینی اشاره میکند و در ادامه به نقش موثر ایجاد فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه ها می پردازد. امروزه دانش با اهمیتتر از گذشته و کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات عامل محرکه اقتصاد جدید است. درنهایت وی به این نتیجه رسیده که با توجه به بیکاری روز افزون در قشر تحصیل کرده نیاز به برنامه ریزی بلندمدت و مناسب می باشد که دانشگاه میتواند نقش بسیار موثری در این مهم داشته باشد. بر این اساس راهکارهایی را میتوان برای توسعه کارآفرینی در دانشگاه ها بیان کرد از جمله: معرفی ارزش کارآفرینان، جلب سرمایه، تعلیم و تربیت مربیان کارآفرینی، تعامل دانشگاه و دولت، استفاده از ظرفیت نشریات و مجلات و همایش های تخصصی، فرهنگ



دانشگاه گیلان و ماسان

http://www.uob.ac.ir/ceesee

ceesee@uob.ac.ir

تیرم - ماه فروردین ۱۳۹۹

۲۵ آبان ۱۳۹۹

سازی، استفاده از آموزش مجازی، بودجه مشخص کارآفرینی، پایان نامه های مرتبط با کارآفرینی مطرح کرد (سلماسی، ۱۳۹۴: ۲).

مقاله بررسی نقش آموزش عالی در اقتصاد دانش به منظور ارائه مدل مناسب، احمدی امینه و پریش جعفری معتقدند که آموزش عالی از طریق کارآفرینی، تقویت سرمایه انسانی، گسترش ارتباط صنعت و دانشگاه، مدیریت دانش، برنامه ریزی استراتژیک، زیرساخت سرمایه، مدیریت اطلاعات، زیر ساخت الکترونیک تحول فکر، نظام حقوقی حامی و مشوق دارایی های فکری می تواند در توسعه کارآفرینی موثر باشد (امینه، ۱۳۸۹: ۱۳۳).^۸

اصلی ترین سرمایه برای کارآفرینی خلاقیت است، جسارت، پیشرفت و بهره گیری به موقع از فرصت ها نیز از مهم ترین عوامل افزایش بهره وری و ایجاد کالا و خدمات جدید هستند. پرورش و شکوفایی این عوامل بسیار موثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی از طریق آموزش کارآفرینی است به خصوص آموزش دانشگاهی چرا که متولیان اصلی تربیت و پرورش منابع انسانی متخصص در جامعه هستند، آموزش کارآفرینی با تحلیل اجزای فرآیند کارآفرینی، کارآفرینان را به سوی مخاطره پذیری، مسئولیت پذیری، همدلی و تعاون سوق می دهد در نتیجه با تغییر روحیه، اهداف، ارزشها و باورها، کارآفرینان را هدایت می کند و به طور کلی کارآفرینی در رفتار کاری دانشجویان نهادینه می شود و نتیجتاً فرهنگ کارآفرینی ارتقا می یابد (میرزایی، ۱۳۹۵: ۹).

تجارت الکترونیک نتیجه ارتباط فناوری اطلاعات و بازار کسب و کار، فرصت را برای فعالیت و اشتغال عده بسیاری فراهم آورده. با گسترش و جهانی شدن آن، شاهد افزایش سرعت و کیفیت در ارائه خدمات، افزایش سرعت و دقت ثبت اطلاعات، پردازش اطلاعات و افزایش سرعت در تصمیم گیری هستیم. همکاریها و شبکه های مجازی، واقعیت مجازی، آموزش از راه دور و غیره نشان از این گستردگی دارند. تجارت الکترونیک بازار دایمی برای فعالیت و اشتغال عده بسیاری فراهم آورده که هنر و کارآفرینی از آن مستثنا نیستند. فناوری ابزاری نیرومند و قوی برای ارتقای کیفیت و کارایی آموزش است. با توجه به اینکه نظام آموزشی وظیفه بسیار سنگینی را بر عهده دارد، و با توجه به نوظهور بودن سیستم آموزش الکترونیکی، لازم است در اثربخشی و اجرای فعالیتهای آن، مطالعات جامع و وسیعی صورت گیرد. نظر به اهمیت و ضرورت به کارگیری سیستم آموزشی و همچنین اثربخشی کیفی آن، آموزش کارآفرینی و هنر از طریق تجارت الکترونیکی اهمیت ویژه ای دارد (موسوی خرد، ۱۳۹۳: ۱۰).

^۷ عبدالله زاده سلماسی، ع.، انوری، م.، و انوری، ن. (۱۳۹۴)، نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. نشریه مهارت آموزی دوره، ۷-۲۰.

^۸ امینه، ا. و جعفری، پ. (۱۳۸۹)، بررسی نقش آموزش عالی در اقتصاد دانش به منظور ارائه مدل مناسب. نشریه آینده پژوهی مدیریت، ۱۱۳-۱۳۴.

^۹ میرزایی، م. (۱۳۹۵)، بررسی نقش آموزش و دانشگاه کارآفرین بر توسعه فرهنگ کارآفرینی و توسعه اقتصادی و اجتماعی. ششمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین، تهران.

^{۱۰} موسوی خرد، (۱۳۹۳)، نقش تجارت الکترونیکی در توسعه کارآفرینی هنر. نشریه پژوهش هنر، ۱۲۷-۱۳۲.



دانشگاه گیلان و علوم انسانی

http://seminars.uib.ac.ir/029000

emee@uib.ac.ir

تیرم - چات فرمیل - شماره 20 - آستاند 1399

تیرم - چات فرمیل - شماره 25 - آستاند 1399

علل بیرون از جامعه هنری و عوامل درونی زیادی مانع کارآفرینی هستند. لذا جامعه هنری در تولید و عرضه اثر از مخاطرات و ناکارآمدی‌هایی رنج می‌برد که هر یک، حاصل عوامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی متعددی هستند. آموزش نیاز کارآفرینی است و ویژگی آن باید کارکردی بین رشته‌ای باشد و زمینه‌های ایجاد ارزش و تولید ثروت در علوم و رشته‌های مختلف باشد. دانشگاه کارآفرین هنری می‌تواند به عنوان محرک و نقطه عطف در نهادینه شدن رفتار و ویژگی کارآفرینانه در فارغ التحصیلان و دانشجویان تلقی شود. در نتیجه برای دستیابی به مفهوم دانشگاه کارآفرین و کسب ویژگی‌های لازم از سوی دانشگاه‌ها برای تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین و الزامات دستیابی به این ویژگی‌ها باید مشخص شود (علیشاهی، ۱۳۹۳: ۹۷).

نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری کارآفرینی است و پیشگامان موفقیت‌های تجاری کارآفرینان هستند. کارآفرین موفق مدام در حال بهره‌گیری از فرصت‌ها، نوآوری و خطرپذیری است و مدام در حال ایجاد ارزش افزوده است. مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد اشتغال، رقابت و بهره‌وری باعث رشد و توسعه اقتصادی است. لذا بعضی صاحب‌نظران معتقدند، انقلاب کارآفرینی در قرن حاضر اهمیتی به مراتب بیشتر از انقلاب صنعتی دارد. خلاقیت کارآفرینان در بقاء سازمانها مؤثر است و فعالیت‌های خلاقانه نیروی رقابتی پایداری برای سازمان‌هاست. هنر در پرورش خلاقیت نقش بسیار مهمی دارد و به عنوان مشوق خلاقیت، ویژگی اصلی کارآفرین است. توجه به خلاقیت و فعالیت‌های هنری به توسعه مهارت‌های شخصی و اجتماعی از جمله درک پیشرفته‌ای از اهداف و افزایش عزت نفس را در خود دارد. کارآفرینان می‌توانند با کمک فعالیت‌های هنری واقعیت متفاوتی را برای خود و جامعه تخیل کنند و در نتیجه شروع به خلق آثاری ارزشمند و کاربردی نمایند (اکبری، ۱۳۹۵: ۱۲).

رسول رنجبران در نتیجه تحقیق خود در زمینه دانشگاه‌های کارآفرین به ویژگی‌هایی به عنوان راه رسیدن به دانشگاه کارآفرین اشاره نموده که بطور خلاصه عبارتند از: برنامه ریزی و ارائه دروس کارآفرینی، تیم‌سازی، انتقال دانش خارجی، ارائه واحد‌های عملی و پروژه‌های مبتنی بر کارآفرینی، در اختیار قراردادن منابع علمی پژوهشی، بهره‌گیری از اساتید مجرب کارآفرینی، ترقیب و جلب جامعه دانشگاهی به دوره‌های آموزشی کارآفرینی، ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی و ارتقاء شناخت جامعه دانشگاهی به ویژه دانشجویان نسبت به کارآفرینی، کارآفرینان و نقش آنها در رونق اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه (رنجبران، ۱۳۹۳: ۱۳).

در راستای تشکیل دانشگاه کارآفرین و اقتصاد دانش بنیان، ایجاد شرکتهایی مستقل و تمرکز بر تخصص با تشویق دانشگاه‌ها در ایجاد فضایی مبتنی بر نوآوری، خلاقیت و قدرت درونی امکان‌پذیر است. پروژه‌های تحقیقاتی و پایان‌نامه‌های در

۱۱ علیشاهی، م.، زنگی، ب. و رمضانپور نرگسی، ق. (۱۳۹۳)، نقش تجارت الکترونیکی در توسعه کارآفرینی هنر. نشریه پژوهش هنر، ۸۹-۹۸.
 ۱۲ اکبری، پ. (۱۳۹۵)، نقش فعالیت‌های هنری در توسعه خلاقیت و کارآفرینی. دومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، بابل.

۱۳ رنجبران، ر. (۱۳۹۳)، نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی. ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه ۱۶، ۶۰-۶۶.



انجمن روانشناسان و مشاوران

http://conferences.usb.ac.ir/025000

emcees@usb.ac.ir

تیرم - بهمن ماه ۱۳۹۹

۲۵ آبان ماه ۱۳۹۹

رابطه با صنعت و اقتصاد پیشنهاد موثری در این زمینه است. در پرورش کارکنان، مدیران، اساتید و دانشجویان خلاق، نوآور، ماهر و کارآفرین، می‌توان از سیستم پاداش و تشویق در ارائه ایده‌ها و نظریه‌های جدید و تشکیل تیم‌های کارآفرینی بهره‌جست. با پذیرش بحران اقتصادی ملی و بیکاری، سیاست اقتصاد مناسب توسعه دانشگاه‌ها و حرکت به سمت کارآفرینی است تنها با این رویکرد است که می‌توان امید داشت تا به موفقیت چشمگیری دست یافت (سیفی، ۱۳۹۷: ۲۹).^{۱۴}

سمندر حبشی و همکارانش اطلاعات مفیدی از بین مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای با کمک پرسشنامه جمع‌آوری کرده‌اند که برپایه نتایج بدست آمده، آموزش کارآفرینی بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تاثیر دارد و درهوشیاری، دانش، ویژگی‌های شناختی و فردی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه نیز موثر است. باید توجه داشت فقدان تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در سازمانها و افراد، نرخ بیکاری را افزایش داده است درحالی که تشخیص فرصت فاکتور اصلی کارآفرینی است با توجه به این اصل در وضعیت‌های بحرانی نیز میتوان کارآفرین بود (حبشی، ۱۳۹۵: ۶۱).^{۱۵}

مدرسین به یک پاسخ دهنده سوالات کتاب و تصحیح کنندگان اشتباه‌ها تبدیل شده‌اند درحالی که باید تجارب را مدیریت کنند و تفکر میان رشته‌ای را تبلیغ کنند. شناختن و حفظ کردن اصول هنری به تنهایی به خلاقیت نمی‌انجامد و باید تمرکز مربی بر پرورش حس خلاقیت باشد. یعنی تولید کارگروهی و نقد هنری لذا چنین رویکردی همه جانبه نیاز است تا دانشجویان هنر به سبک‌های جدید و یا ترکیب آنها روی آورده و تشویق شوند. عواطف در تفکر از هر چیز دیگری مهمتر است ابتدا عواطف می‌آیند و سپس تفکر برای ارضای آن شکل می‌گیرد حتی وقتی تفکر اول می‌آید، عواطف به آن نیرو می‌بخشد. به نظر میرسد یک هنرمند، در لحظه خلق ایده در حال تفکر است در عین حال لحظه خلق ایده کاراو ممکن است در عالم خیال رخ دهد؛ لذا هر مقدار انسان از ساز و کار ذهن هوشیار و نیمه هوشیار، فرآیندهای تفکر، تکنیک‌ها، ابزارهای کنترل توجه و قالبهای ذهنی بیشتر مطلع شود خلاقیت بیشتری دارد. کارآفرین از میان ایده‌های ناشی از خلاقیت خود و دیگران و ترکیب آن با فرصت‌های بازار ایده را با کوشش به یک فرصت کارآفرینانه تبدیل می‌کند. لذا نوآوری، توانایی به کار بردن راه‌های خلاقانه برای مسائل، مشکلات و فرصتهاست (صفریان، ۱۳۹۴: ۷۹).^{۱۶}

^{۱۴} نادر سیفی، ن. و رسولیان، ب. (۱۳۹۷)، دانشگاه کارآفرین و نقش آن در پیشبرد و تحقق اقتصاد مقاومتی در شرایط تحریم. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱۹-۳۰.

^{۱۵} حبشی امامعلی، س.، کریمی گیگلو، ا. و نورمانیان، ح. (۱۳۹۵)، بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه. پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین‌المللی مهارت آموزی و اشتغال، ۳۶-۶۲.

^{۱۶} صفریان، ا. و خسروانی زنگنه، م. (۱۳۹۴)، تاثیر آموزش هنر در رشد خالقیت، نوآوری و ارتقای سطح مهارت‌های کارآفرینی کودکان پیش دبستانی. فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین علمی - پژوهشی ویژه نامه چهارمین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، ۷۹-۹۲.



نتایج و بحث

بر کسی پوشیده نیست که اکثر دانشجویان رشته‌های هنری بعد از فارغ التحصیلی از دنیای هنر دور شده و وارد مشاغل دیگری میشوند اما همین گروه بزرگ میتوانند منابع انسانی برای شکل‌گیری گروه‌های دانشجویی توسعه کارآفرینی باشند. لذا این مهم را باید مورد توجه قرار داد و به گسترش فرصت‌های تیم‌سازی در دانشگاه‌ها پرداخت. در ایجاد مجموعه‌های کارآفرین، دانشگاه‌ها، شرکت‌های کوچک و بزرگ، نوآوران و مخترعان، استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان و ... همواره کوشش فراوانی شده است. نقطه مشترک تمام این فعالیت‌های کارآفرینانه وجود استعدادها و نخبگانی است که معمولاً در دانشگاه‌ها پرورش یافته‌اند. مسئله نقیض هم وجود دارد، تعداد قابل توجهی از موسسین و بنیان‌گذاران شرکت‌های برتر دنیا افرادی هستند و بوده‌اند که دانشگاه یا محل تحصیل خود را ترک کرده و وارد بازار شده‌اند. به عنوان نمونه بیل گیتس موسس مایکروسافت که یکی از ثروتمندترین و موفقترین کارآفرینان است همین ویژگی را دارد. در عین حال دانشگاه‌ها میتوانند محل مناسبی جهت شناخت علوم تخصصی که شروع ایده‌های برتر هستند دانست و همینطور یکی از بهترین مکان‌ها برای تبادل ایده و تیم‌سازی دانست.

نتیجه‌گیری کلی

عموماً، آموزش کارآفرینی تاثیر بسیار زیادی در ایجاد اشتغال دارد، در کشورهای در حال توسعه هنوز تلاش بیشتری از قرارداد واحد کارآفرینی در برنامه درسی دانشگاهی لازم است و فاکتورهایی چون وضعیت سیاسی، ثبات اقتصادی، تکنولوژی و رقابت بین‌المللی ارجعیت دارند (Garcia, 2017, P.470)¹⁷. این مسأله کم و بیش در کشور ما بعنوان یک کشور در حال توسعه صدق میکند. در اکثر دانشگاه‌های اروپا محیط و شرایط کارآفرینی دانشگاهی خاصی در دانشگاه‌ها مورد نیاز هستند. در حالی که دوره‌ها و برنامه‌های کارآفرینی برای دانشجویان علاقه‌مند تشویق‌کننده است اما عموم دانشجویان معتقدند این برنامه‌ها فاصله زیادی تا کارآفرینی حقیقی دارند. برای تاثیرگذاری برنامه‌های کارآفرینی دانشگاهی این مقوله باید مرحله به مرحله در طول ترم‌های متعدد و بطور ادامه‌دار در اختیار دانشجویان قرار گیرد و توصیه میشود تاثیر برنامه‌های کارآفرینی بر دانشجویان بطور مکرر بررسی شود و در تصمیمات دانشگاه از این اطلاعات استفاده شود (Bergman, 2018, P.714)¹⁸. عوامل و فاکتورهای زیادی برای ارتقا و نهادینه کردن کارآفرینی هنر در دانشگاه‌ها مطرح شده که در این تحقیق آنها جمع‌آوری

¹⁷ García, J. C., Ward, A., Sánchez, B., & Flores, L. (2017), Entrepreneurship education: State of the art, Propósitos y representaciones, 401-473.

¹⁸ Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C., & Grave, B. (2018), The climate for entrepreneurship at higher education institutions, Research Policy, 700-716.



دانشگاه گیلان و علوم انسانی

آدرس: وبسایت آفرینش <http://seminars.uib.ac.ir/courses>

ایمیل: osrrec@uib.ac.ir

تیرین مهلت ارسال مقاله: 20 آبان 1399

آخرین مهلت ثبت نام: 25 آبان 1399

شده اند. نکته قابل تامل اینست که در حد ممکن فعالیت‌ها و برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها باید ویژه گروه‌های مختلف دانشجویان بطور جداگانه طراحی شود و هر گروه برنامه مخصوص خود با پیگیری‌های ویژه داشته باشد تا فعالیت‌ها به نتیجه برسد چرا که اکثر دانشجویان برنامه‌های کارآفرینی را نیمه‌کاره رها کرده و به نتیجه مطلوب نمی‌رسند. پس بطور خلاصه برنامه‌های فعلی کارآفرینی موثر هستند اما تنها برای گروه کوچکی از دانشجویان لذا برنامه کارآفرینی زمانی کاملاً موثر خواهد بود که برای هر گروه از دانشجویان بطور خاص طراحی شود و بطور مستمر در طول دوران تحصیل این برنامه ادامه داشته باشد.



مراجع

- اکبری، پ. (۱۳۹۵)، نقش فعالیت های هنری در توسعه خلاقیت و کارآفرینی، دومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، بابل.
- امینه، ا. و جعفری، پ. (۱۳۸۹)، بررسی نقش آموزش عالی در اقتصاد دانش به منظور ارائه مدل مناسب، نشریه آینده پژوهی مدیریت، ۱۱۳-۱۳۴.
- حبشی امامعلی، س.، کریمی گیگلو، ا. و نورمانیان، ح. (۱۳۹۵)، بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی بر قابلیت تشخیص فرصتهای کارآفرینانه، پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین المللی مهارت آموزی و اشتغال، ۳۶-۶۲.
- دهانی، ن. (۱۳۹۴)، نقش آموزش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و مزیت های رقابتی کسب و کار. کنفرانس بین المللی جهت گیری های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تبریز.
- رنجبران، ر. (۱۳۹۳)، نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، ۱۶، ۶۶-۶۰.
- شش جوانی، ح. (۱۳۹۳)، کارآفرینی هنر یا کارآفرینی در هنر. نشریه پژوهش هنر، ۶۱-۶۶.
- صفاریان، ا. و خسروانی زنگنه، م. (۱۳۹۴)، تاثیر آموزش هنر در رشد خلاقیت، نوآوری و ارتقای سطح مهارتهای کارآفرینی کودکان پیش دبستانی. فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین علمی - پژوهشی ویژه نامه چهارمین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، ۷۹-۹۲.
- عبداله زاده سلماسی، ع.، انوری، م. و انوری، ن. (۱۳۹۴)، نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. نشریه مهارت آموزی دوره، ۷-۲۰.
- علیشاهی، م.، زنگی، ب. و رضانیپور نرگسی، ق. (۱۳۹۳)، نقش تجارت الکترونیکی در توسعه کارآفرینی هنر. نشریه پژوهش هنر، ۸۹-۹۸.
- موسوی خرد، س. (۱۳۹۳)، نقش تجارت الکترونیکی در توسعه کارآفرینی هنر، نشریه پژوهش هنر، ۱۲۷-۱۳۲.
- میرزایی، م. (۱۳۹۵)، بررسی نقش آموزش و دانشگاه کارآفرین بر توسعه فرهنگ کارآفرینی و توسعه اقتصادی و اجتماعی، ششمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین، تهران.
- نادر سیفی، ن. و رسولیان، ب. (۱۳۹۷)، دانشگاه کارآفرین و نقش آن در پیشبرد و تحقق اقتصاد مقاومتی در شرایط تحریم، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱۹-۳۰.



دانشگاه گیلان و علوم انسانی

http://seminars.usb.ac.ir/courses

seminars@usb.ac.ir

تیرماه 1399

25 آبانماه 1399

اولین همایش ملی پژوهش‌های کاربردی در هنر (موضوعی تا کاربردی)

Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C., & Grave, B. (2018). The climate for entrepreneurship at higher education institutions. *Research Policy*, 700-716.

Costa, J. (2021). Is Entrepreneurship Education Key to All Entrepreneurial Initiatives?: Addressing the Role of Universities in a Global Perspective. In *Reshaping Entrepreneurship Education With Strategy and Innovation*. IGI Global, 45-63.

García, J. C., Ward, A., Sánchez, B., & Flores, L. (2017). Entrepreneurship education: State of the art. *Propósitos y representaciones*, 401-473.