

## طراحی مدل توسعه کارآفرینی در صنایع فرهنگی<sup>۱</sup>

(با تاکید بر صنعت بازی‌های رایانه‌ای)

دکتر ناصر میرسپاسی<sup>۲</sup>

دکتر محمود احمدپور داریانی<sup>۳</sup>

سوسن علایی<sup>۴</sup>

از صفحه: ۱ تا ۲۴

تاریخ ارایه: ۸۷/۴/۲۰

تاریخ پذیرش: ۸۷/۶/۲۵

### چکیده

امروزه کارآفرینی به‌عنوان یک پدیده نوین اقتصادی در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها نقش مؤثر و کلیدی یافته و به‌عنوان یکی از مقولات مهم و تحول‌آفرین آغاز هزاره سوم مورد توجه و عنایت خاص قرار گرفته است. بدین لحاظ اکثر کشورها کارآفرینی را به‌عنوان استراتژی توسعه ملی پذیرفته و اقدامات بسیاری برای توسعه آن انجام داده‌اند. برای دستیابی به اهداف توسعه کارآفرینی، دولت‌ها می‌توانند با سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و قوانین حمایتی، محیط مناسبی برای توسعه کارآفرینی ایجاد نمایند. در این پژوهش با هدف طراحی مدل توسعه کارآفرینی در یکی از بخش‌های نوپا ولی پر رونق صنایع فرهنگی (صنعت بازی‌های رایانه‌ای)، با رویکرد جامعه‌شناسی به کارآفرینی و با بهره‌گیری از روش طراحی الگوی توسعه کارآفرینی کشور کانادا و روش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ابتدا کلیه شاخص‌های مؤثر بر موضوع پژوهش شناسایی و پس از تلخیص و اولویت‌بندی با نظر کارشناسان، جهت تعیین وضعیت موجود و مطلوب و تحلیل فاصله میان آنها مورد استفاده قرار گرفته است. پس از نظرخواهی از ۵۷ نفر از تولیدکنندگان و سیاست‌گذاران صنعت بازی‌های رایانه‌ای در کشور با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده با روش‌های آماری تحلیل مسیر و آزمون فریدمن، مدلی متناسب با شرایط کشور و ویژگی‌های صنعت موردنظر طراحی و جهت اجرا به مسئولین پیشنهاد گردیده است.

**واژگان کلیدی:** توسعه کارآفرینی، صنایع فرهنگی، سیاست‌های دولت، صنعت بازی‌های رایانه‌ای.

۱- برگرفته از رساله دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی امور فرهنگی، سوسن علایی، ۱۳۸۶

۲- استاد و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران [Nasser-mirsepasi@sr.iau.ac.ir](mailto:Nasser-mirsepasi@sr.iau.ac.ir)

۳- استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه تهران [ahmadpord@yahoo.com](mailto:ahmadpord@yahoo.com)

۴- دانشجوی دوره دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران [Alaei.s@srbiau.ac.ir](mailto:Alaei.s@srbiau.ac.ir)

## مقدمه

روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تاثیر کارآفرینی است. به گونه‌ای که کارآفرینان سرمایه کشورها را کشف و از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنند و از این طریق در توسعه کشورها نقش محوری دارند. شواهد نشان می‌دهد که علت توسعه کشورهای چون آمریکا، ژاپن و آلمان که از نظر صنعتی توسعه یافته‌اند، کارآفرینی است. کارآفرینی هم‌اکنون به‌عنوان یک حرفه ظهور کرده و مانند دیگر حرفه‌ها باید توسعه یابد. (1, khanka, 2003)

با آشکار شدن نقش و تاثیر کارآفرینی بر روند اشتغال زایی و رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته، برنامه‌های توسعه کارآفرینی در کشورهای مختلف جهان مورد توجه سیاست‌گذاران و اندیشمندان قرار گرفته است. ترکیب جمعیتی جوان کشور و ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، لزوم رهایی اقتصاد کشور از وابستگی به مواد خام و ویژه نفت و عوامل دیگر موجب اهمیت یافتن امر توسعه کارآفرینی در کشور گردیده است. (احمدپور، ۱۳۸۵: ۹)

اهمیت کارآفرینی به حدی است که برخی از صاحب‌نظران، عصر حاضر را، عصر کارآفرینانه نامگذاری کرده‌اند. از نظر آنان کارآفرینان، انقلابی را هدایت می‌کنند که منجر به تحول و نوسازی اقتصاد در پهنه جهانی شده است. (1, Bygrave, 1994)

از این رو با توجه به ویژگی‌های منحصربه‌فردی که اقتصاد کارآفرینی در مقایسه با سایر شیوه‌های اقتصادی مانند ایجاد اشتغال، تحرک عوامل اقتصادی، انتقال و بکارگیری فناوری‌های نوظهور، بهبود بسیاری از شاخص‌های اقتصادی و جایگزینی الگوهای نوین داراست، می‌توان آن را به‌عنوان مدلی کارآمد و متناسب با شرایط و چالش‌های فراروی کشورهای در حال توسعه مبنای عمل قرار داد. چرا که غالب مشکلات و تنگناهای اقتصادی در این کشورها را می‌توان نشأت گرفته از عدم بکارگیری کامل عوامل اقتصادی، پایین بودن سطح بهره‌وری، بی‌توجهی به فرصت‌های جدید، عدم اشتغال همه نیروها و سرمایه‌های انسانی و غیره دانست که با حاکمیت فرهنگ و اقتصاد کارآفرینی قابل حل می‌باشند.

همچنین شواهد نشان داده است در کشورهایی که استراتژی کارآفرینی به‌عنوان یک راهبرد اصلی برای رفع مشکلات و پاسخ به ضروریات مربوط به تحولات و چالش‌های فراروی کشورها در مواجهه با پدیده جهانی شدن انتخاب گردیده، نتایج و دستاوردهای شگرفی داشته است. با توجه به تجارب استفاده از الگوهای کارآفرینی در این کشورها و با عنایت به ویژگی‌ها و امتیازات و پشتوانه‌های قوی مانند نیروی انسانی فرهیخته، جوانان با استعداد و ذخایر و منابع فراوان، می‌توان از کارآفرینی به‌عنوان گزینه برتر و اولویت استراتژیک توسعه نام برد و اذعان داشت که با وجود

ظرفیت‌ها و عوامل اقتصادی سرگردان و معطل در اقتصاد ایران، توسعه کارآفرینی به مراتب بیش از دیگر کشورها دستاوردهای ارزشمندی در پی خواهد داشت. (حسینی، ۱۳۸۶)

### بیان مسئله

بر اساس نظریات توسعه، ظرفیت همه کشورها می‌تواند با تولید سرانه جهان پیشرفته که به‌طور متوسط معادل ۳۲۰ میلیون ریال در سال است، یکسان باشد. (عظیمی، ۱۳۸۳: ۳۶۹) در حالی که تولید سرانه ایران برابر ۲/۳۵۰ میلیون ریال است. از این‌رو می‌توان یکی از راه‌حل‌هایی را که در بسیاری از کشورها، به‌خصوص کشورهای در حال توسعه به منظور ارتقای ظرفیت بالقوه انجام شده و بازخورد مثبتی داشته است، یعنی جلب قابلیت‌های نوآوری و مشارکت هرچه بیشتر افراد خلاق و حمایت از زمینه‌سازی و توسعه کارآفرینی به‌عنوان یکی از راهکارهای بنیادین مورد توجه قرار داد.

در این زمینه پیشرفت‌های پدید آمده در کشورهای در حال توسعه حاکی از آن است که با اتخاذ برنامه‌ریزی جامع، به کارگیری سیاست‌های معقول و اصولی در جهت تقویت بنگاه‌های کوچک و متوسط و توسعه کارآفرینی می‌توان ظرفیت‌های بالقوه و فعالیت‌های اقتصادی کشور را شکوفا نمود و به تبع آن ارتقای تولید، اشتغالزایی، رشد صادرات و ارزش افزوده و در نهایت توسعه پایدار را محقق نمود. بر همین اساس در اواخر سال ۱۳۸۴، آیین‌نامه بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین در کشور به تصویب هیأت وزیران رسید، اما آنچه مهمتر از مساله تامین مالی بنگاه‌هاست، موضوع راهبری و توانمندسازی بنگاه‌های مذکور است که از اهمیت بیشتری برخوردار است. (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۵: ۱-۲)

به‌طور کلی می‌توان گفت که دولت، سیاست‌گذار و حمایت‌کننده است و به‌عنوان قدرتمندترین عامل مؤثر در گرایش به کارآفرینی، می‌تواند نقش مهمی در این زمینه ایفا کند و ضمن پرهیز از ورود به مرحله اجرا می‌تواند با اتخاذ سیاست‌های مناسب و رفع موانع، زمینه و شرایط لازم را برای کارآفرینی فراهم نماید. توجه ویژه به توسعه مهارت‌های نیروی انسانی از طریق آموزش‌های رسمی و غیررسمی، ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی، کمک‌های مالی و مادی، شناخت موانع و رفع آنها، ایجاد شرایط ثبات اقتصادی، تثبیت فضای سیاسی، حذف مقررات زاید، تغییر در نظام مالیاتی و حقوقی، ارایه مشاوره در زمینه‌های مختلف تولید، بازاریابی و توزیع و همچنین تغییرات فرهنگی برای افزایش آگاهی و ایجاد انگیزه برای فعالیت‌های تولیدی نمونه‌هایی از کمک‌های دولتی محسوب می‌شوند.

نقش دولت در توسعه کارآفرینی در زمینه‌های گوناگون فرهنگی و هنری که از ظرفیت قابل توجهی برای رشد و اشتغال‌زایی نیز برخوردارند، علاوه بر منافع اقتصادی برای نیل به اهدافی چون

فرهنگ سازی و صدور ارزش‌های فرهنگی، نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی از اهمیت بیشتری برخوردار است. افزایش جمعیت به ویژه جوانان و نوجوانان در کشور، تنیدگی فرهنگ با زندگی روزمره و نیاز ذاتی و دایمی مردم به محصولات و خدمات فرهنگی و هنری که با رشد فناوری‌های نوین روز به روز توسعه می‌یابد، نیاز به محصولات فرهنگی را گسترش می‌دهد. عدم توجه به این نیاز، به معنی ورود تولیدات فرهنگی سایر کشورها با ویژگی‌های فرهنگی ناخواسته است.

یکی دیگر از ظرفیت‌های مهم بخش فرهنگ، حضور و تعامل فرهنگ و هنر ایرانی در عرصه‌های جهانی است. گرچه ایران به لحاظ فناوری‌های نوین صنعتی قدرت رقابت با کشورهای پیشرفته جهان را ندارد، اما از لحاظ فرهنگی و هنری از جمله کشورهای مطرح در جهان است. عناصر فرهنگ و هنر ایرانی چون موسیقی، صنایع دستی و تولیدات سینمایی، در حال حاضر مزیت نسبی ایران نسبت به سایر کشورها محسوب می‌شوند که قدرت حضور ایران در عرصه‌های جهانی را افزایش داده و فرصت رقابت خوبی را جهت مطرح‌شدن در محافل و مجامع فرهنگی بین‌المللی برای تولیدات فرهنگی و هنری ایرانی فراهم کرده است.

علاوه بر آن، گستره وسیع جغرافیایی فرهنگ و ادب ایرانی، گسترده زبان فارسی، وسعت قلمرو جغرافیایی و جمعیتی، دین اسلام، افزایش صادرات کالاهای فرهنگی و هنری در سال‌های اخیر، برپایی نمایشگاه‌های هنری و افزایش اکران فیلم‌های سینمایی در سایر کشورها، وجود رایزنی‌های فرهنگی و کرسی‌های آموزش زبان فارسی، اسلام‌شناسی، ایران‌شناسی و... در دانشگاه‌های معتبر جهان و برگزاری هفته‌های فرهنگی و هفته‌های فیلم در خارج از کشور، از دیگر ظرفیت‌های فرهنگی ایران در تعامل با سایر کشورها است.

تولیدات فرهنگی، دانش، تمدن و خلاقیت‌های بشری را ذخیره، حفظ و منتقل می‌کنند. میراث ارزشمند بشری به واسطه رسانه‌های فرهنگی چون کتاب، مطبوعات و آثار هنری تقویت و در سطح وسیع گسترش می‌یابند. بر این اساس، غنای فرهنگی و دینی ایران در برقراری رابطه موثر و هدفمند با سایر کشورهای دنیا ظرفیت و قابلیت مهمی در بخش فرهنگ است که در برنامه ریزی توسعه باید مدنظر قرار گیرد. (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۳۸۳: ۱۹-۷)

از سوی دیگر فرهنگ چون صنعت نیاز به کارخانه‌های بزرگ تولیدی ندارد، اما گستردگی و پوشش چشمگیری در واحدهای کوچک تولیدی و تجاری با سرمایه‌های کوچک ایجاد می‌کند که در اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی کشور نقش چشمگیری دارند. این مزیت‌ها اهمیت توجه و برنامه ریزی دولت را در جهت توسعه کسب و کار روشن می‌کند.

در این پژوهش بر اساس نقش و وظایف دولت در حمایت از کارآفرینی و امور فرهنگی جامعه

که در قوانین و سیاست‌های فرهنگی کشور مورد توجه قرار گرفته است، تلاش گردیده تا با طراحی و ارایه مدل بومی توسعه کارآفرینی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان یکی از بخش‌های پررونق صنایع فرهنگی، زمینه توسعه کسب و کار و تولید محصولات متناسب با فرهنگ بومی در کشور فراهم گردد.

### اهداف پژوهش

هدف اصلی این پژوهش تعیین ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای به منظور طراحی مدل راهبردی- کاربردی توسعه کارآفرینی در این صنعت است.

ارزیابی کارایی مدل پیشنهادی و انجام اصلاحات لازم با نظر متخصصان صنعت بازی در کشور جهت دستیابی به مدلی کارآمد با هدف تعیین اولویت‌های حمایت دولت از این صنعت نوپا، فرهنگ‌ساز و اشتغال‌زا در کشور، از دیگر اهداف پژوهش است.

### مبانی نظری پژوهش

بطور کلی دو رویکرد عمده به کارآفرینی وجود دارد: رویکرد روانشناسی و جامعه‌شناسی. ابتدا روانشناسان در اواسط قرن بیستم توجه خود را به کشف آن دسته از ویژگی‌های فردی و متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی که کارآفرین را از غیر کارآفرین متمایز می‌ساخت، به تجزیه و تحلیل فرد معطوف داشتند. هدف آنان کشف چگونگی ایجاد این ویژگی‌های متمایزکننده در افراد بود. این تحقیقات بر این فرض استوار بود که ویژگی‌های کارآفرینی قابل دستیابی و آموزش نبوده، بلکه امری ذاتی و نشأت گرفته از یک مبدأ و منبع خاص می‌باشد. بدین معنی که تنها افرادی که دارای جوهره کارآفرینی باشند، کارآفرین می‌شوند.

از اوایل دهه ۱۹۶۰ و به دنبال عدم موفقیت روانشناسان در دستیابی به ویژگی‌های مشترک میان کارآفرینان، توجه جامعه‌شناسان و روانشناسان به دسته دیگری از متغیرهای جمعیت‌شناختی معطوف گردید که از مطالعات آنها تحت عنوان رویکرد رفتاری<sup>۱</sup> یاد می‌شود. در این رویکرد دلایل و چگونگی تشکیل یک کسب و کار، یا شرکت نوپا و یا فرآیندی که طی آن شرکت‌های جدید پا به عرصه وجود می‌گذارند، مورد توجه قرار گرفتند. (Kollermeier, 1992; 18)

«پتر کیلی» با انتقاد از تحقیقاتی که در زمینه شخصیتی کارآفرینان صورت می‌گرفت، چارچوب کلی را برای ترویج کارآفرینی در جوامع توسعه نیافته پیشنهاد کرد. طبق این چارچوب برنامه‌هایی برای کمک به کارآفرینان نوظهور لازم است تا این افراد بتوانند مهارت‌های ضروری را در خود بهبود بخشیده و دانش مربوط به بازار و فناوری خود را افزایش دهند. بنابراین به جای تمرکز بر ویژگی‌های شخصیتی باید بر روی فرآیندی تمرکز کرد که به موجب آن سازمان‌های جدید بوجود می‌آیند. (احمدپور، ۱۳۷۸: ۴، ۱۰۳)

دولت به عنوان یکی از عواملی که بستر لازم را برای ارتقای کارآفرینی ایجاد می‌کند، در رویکرد جامعه‌شناسی جای دارد. این پژوهش با اتکا به این رویکرد و با استفاده از نظریات و مدل‌های کارآفرینی، نقش و وظایف دولت در توسعه کارآفرینی را مورد بحث قرار می‌دهد. برخی از این مدل‌ها که چارچوب نظری این پژوهش بر اساس آنها بنا شده به شرح زیر می‌باشند.

### مدل‌های توسعه کارآفرینی

محققین تاکنون با توجه به رویکرد رفتاری و تعاریف کارآفرینی مدل‌های مختلفی ارائه نموده‌اند. برخی از این مدل‌ها که بر عوامل محیطی و سیاست‌های دولت تاکید نموده و در این پژوهش مورد استناد قرار گرفته‌اند عبارتند از:

**مدل رویدادی «ویلیام بای گریو»<sup>۱</sup>** (۱۹۹۴): از نظر بای گریو عوامل محیطی در کنار عوامل شخصی و روانی از عوامل مهم رخداد کارآفرینی تلقی می‌شوند که از آن جمله به وضعیت اقتصاد و دسترسی به منابع اشاره شده است.

**مدل چندبعدی «ویلیام گارتنر»<sup>۲</sup>** (۱۹۸۵): گارتنر چهار عنصر فرد، محیط، سازمان و فرآیند را در ایجاد یک شرکت دخیل می‌داند.

**«چل وهاورس»<sup>۳</sup>** یکی از جامع‌ترین مدل‌های کارآفرینی را ارائه نمودند. در مدل ارائه شده آنان، عامل محیط به عنوان یک متغیر تاثیرگذار در فرآیند کارآفرینی مؤثر شناخته شده است.

**مدل یکپارچه کارآفرینی «نیاوالی»<sup>۴</sup> و «فوگل»<sup>۵</sup>** (۱۹۹۴): این دو محقق در مدل خود چهار عنصر اصلی محیطی را معرفی نموده‌اند که تاثیر تقویت و یا تضعیف‌کننده بسیاری بر فرآیند ایجاد

1- William Bygrave  
2- William Gartner  
3- E. Chell & J. Haworth  
4- R. Gnyawali  
5- S. Fogel

شرکت‌های نوپا دارند. این چهار عامل عبارتند از:

- ۱- رویکردها و سیاست‌های دولت
- ۲- شرایط اقتصادی و اجتماعی
- ۳- مهارت‌های شغلی و کارآفرینی
- ۴- حمایت‌های مالی و غیر مالی.

### مدل عوامل محیطی دکتر احمدپور

طبق این مدل نیازهای محیطی کارآفرینان انواع نیازهای مالی و اعتباری، تکنولوژی، بازاری، قانونی، آموزشی، مدیریتی، اجتماعی، اقتصادی عنوان گردیده است. (احمد پور، ۱۳۷۸: ۲۷-۱۱۷)

### مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی<sup>۱</sup> (GEM)

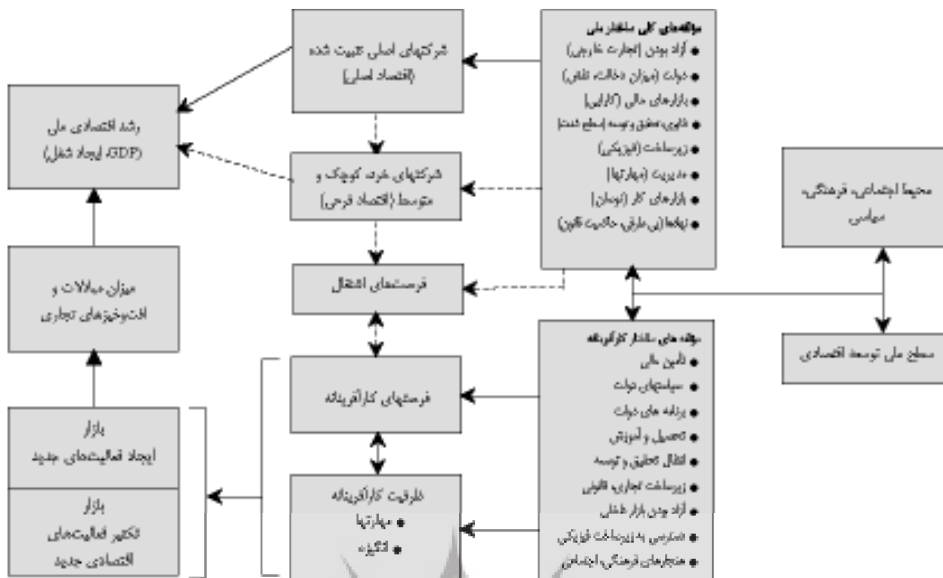
مهمترین تحقیق انجام شده در زمینه توسعه کارآفرینی مربوط به دیده‌بان جهانی کارآفرینی است. این مرکز ائتلافی غیرانتفاعی از گروه‌های علمی- پژوهشی است که هدف آن ارزیابی و ارائه داده‌های معتبری در سطح بین‌المللی در زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه است. (هاشمی، ۱۳۸۵)

یکی از فعالیت‌های مهم این مرکز که در سال ۱۹۹۷ توسط دانش‌پژوهان انگلیس، آمریکا، فنلاند و ایرلند در کالج بابسون و مدرسه بازرگانی لندن و با حمایت مرکز کارآفرینی کافمن آغاز شده است، ارائه پیشنهادهایی بر اساس مطالعه و بررسی سیاست‌های کشورهای مختلف برای توسعه کارآفرینی است. به‌عنوان مثال در سال ۲۰۰۶ به کشورهای با درآمد متوسط و پایین، تمرکز بر آموزش و تربیت نیروی انسانی به‌عنوان مهمترین راه توسعه کارآفرینی پیشنهاد گردیده است. اهم سیاست‌های اعلام شده این مرکز برای توسعه کارآفرینی، جهت تعیین شاخص‌ها در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. (GEM, 2004)

در سال ۱۹۹۹ جهت تعیین رابطه سیاست‌ها و برنامه‌های دولت‌ها با توسعه کارآفرینی، دیده‌بان جهانی کارآفرینی یک مدل مفهومی را طراحی و آن را ارزیابی کرد. در این مدل سیاست‌ها و برنامه‌های دولت، آموزش و پرورش، زیرساخت‌های قانونی و اقتصادی و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی از عوامل مهمی شمرده شده‌اند که موجب ایجاد فرصت‌ها و توانایی کارآفرینانه می‌شوند. به عبارت دیگر فضای کسب و کار پویا تحت شرایط خاص سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در هر جامعه موجب توسعه کارآفرینی و موجبات رشد اقتصادی در هر کشور می‌شود. این تحقیقات نشان دادند که میان پشتیبانی مالی و سطح کارآفرینی رابطه قوی و معناداری وجود دارد؛ آموزش

1- Global Entrepreneurship Monitor

نقش اساسی در کارآفرینی ایفا می‌کند و سیاست‌های دولت در توسعه کارآفرینی نباید فقط محدود به کارآفرینان باشد. (احمدپور، ۱۳۸۰: ۶۲-۵۸)



مدل مفهومی دیده‌بان جهانی کارآفرینی

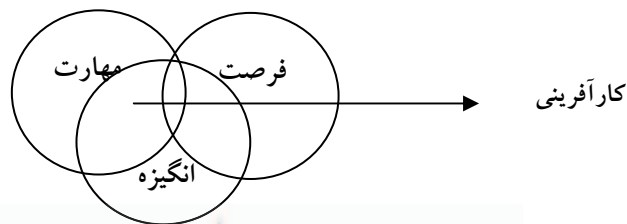
انجمن ملی کارآفرینان آمریکا نیز اقدام به انتشار گزارشی در زمینه تجربه‌های توسعه کارآفرینی در دره سیلیکون والی در آمریکا و همچنین ترغیب کارآفرینی نموده است. در این گزارش چهار نظام فرعی در نظام کلی توسعه کارآفرینی دره سیلیکون والی تشخیص داده شده است. نظام ایجاد محیط ترغیب‌کننده و پاداش‌دهنده که به آن پیش شرط‌های زمینه‌ای یا محیطی گفته می‌شود، نظام توانمندسازی و حمایت از کارآفرینان، نظام هدایت و مراقبت از رشد کارآفرینان و نظام توسعه نوآوری. هر یک از نظام‌های یاد شده از تعدادی عناصر حمایتی تشکیل شده است. (یدالهی فارسی، ۱۳۸۴: ۴۶-۳۴۲)

### استراتژی و مدل توسعه کارآفرینی کشور کانادا

کشور کانادا برای تعیین استراتژی توسعه کارآفرینی بررسی گسترده و عمیقی را از سال ۱۹۹۵ با هدف جمع‌آوری اطلاعات در باره سیاست‌های کارآفرینی در میان کشورهای عضو سازمان همکاری



اقتصادی و توسعه (OECD)<sup>۱</sup> آغاز نمود. نماینده این سازمان با هدف روشن نمودن سیاست‌های مؤثر بر ایجاد بنگاه‌های کوچک با این گروه همکاری می‌کرد. در چارچوب نظری این پژوهش آمده است که برای ایجاد یک شغل جدید سه عامل فرصت، مهارت و انگیزه دخالت دارند. بنابراین کلیه سیاست‌هایی که منجر به ایجاد این سه عامل می‌شوند، می‌بایست شناسایی، آزمون و مد نظر قرار گیرند. این گروه با اعتقاد راسخ به تاثیر سیاست‌ها و برنامه‌های دولت، مجموعه‌ای از مهمترین سیاست‌ها را در برنامه توسعه سالهای ۹۷ و ۹۸ منطقه، مدنظر قرار دادند. پس از اجرای سیاست‌ها و اطمینان از اثرگذاری آنها بر توسعه کارآفرینی، آنها را به مدیران و سیاست‌گذاران سایر کشورها نیز توصیه نمودند. اما اولویت‌بندی اجرای این سه عامل را منوط به شرایط و نیازهای هر کشور دانستند. (ACOA<sup>۲</sup>, 1996)



کشور کانادا هدف این استراتژی را سالم سازی، افزایش کارآمدی و رقابتی کردن اقتصاد کشور، توسعه فنی- تکنولوژیکی و تجاری کردن دستاوردهای علمی و فنی از طریق ترویج نوآوری و توجه ویژه به کسب و کارهای کوچک به عنوان عاملین اصلی فعالیت‌های این کشور اعلام نموده است. (احمدپور، ۱۳۸۳: ۲۳-۷۲۲)

### مطالعات کارآفرینی در ایران

در ایران مطالعات مربوط به کارآفرینی سابقه طولانی ندارد. در این زمینه مؤسسه کار و تامین اجتماعی- سازمان آموزشی و پژوهشی وابسته به وزارت کار و امور اجتماعی- با ترجمه مجموعه مقالاتی درباره اشتغال آزاد و خود اشتغالی با همکاری دفتر بین‌المللی کار (I.L.O.) برای نخستین بار طرح «آموزش کارآفرینی» را در سال ۱۳۶۷ مطرح کرد. شورای عالی آموزش و پرورش برای اجرای طرح‌های خود اشتغالی در سال ۱۳۶۸ دروس کارآفرینی را در برخی از رشته‌ها پیشنهاد نمود. (هزار جریبی، ۱۳۸۳: ۱۷)

1- Organization for Economic- Cooperation and Development  
2- Atlantic Canada Opportunities Agency

مطالعه‌ای در زمینه تجارب توسعه کارآفرینی در سایر کشورها نیز، طی دو طرح تحقیقاتی توسط دکتر احمدپور و دیگران صورت گرفته و نتایج آن در کتابی با عنوان «تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب» در سال ۱۳۸۳ به چاپ رسیده است.

در طرح تحقیقاتی اول، تجارب، سیاست‌ها و برنامه‌های فعلی و آتی در زمینه کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط در کشورهای هند، بریتانیا، آمریکا، کانادا، سنگاپور، فیلیپین، ژاپن، کره جنوبی، استرالیا و بلوک شرق و در طرح تحقیقاتی دوم، ۱۳ کشور آلمان، ایتالیا، فنلاند، هلند، اتریش، سوئد، لهستان، مجارستان، مالزی، تایوان، اندونزی، تایلند و بنگلادش مورد مطالعه قرار گرفته است. این مطالعه نشان داده است که چگونه کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی از کشورهای در حال توسعه در دهه‌های اخیر به دلیل نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان در توسعه جامعه، بهره‌برداری از این پتانسیل را جهت مواجهه با معضلاتی نظیر رکود، تورم و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده‌اند. این توجه در حد تدوین استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی جهت بسط روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب برای فعالیت کارآفرینان در عرصه‌های مختلف اقتصادی-اجتماعی، رفع موانع و ایجاد ارتباط و همکاری بین آنها و تسهیل دستیابی آنان به بازارهای جهانی بوده و نتایج قابل توجهی را نیز در پی داشته است. (احمد پور، ۱۳۸۳: ۵۳۳)

### طراحی مدل پیشنهادی و تعیین شاخص‌ها

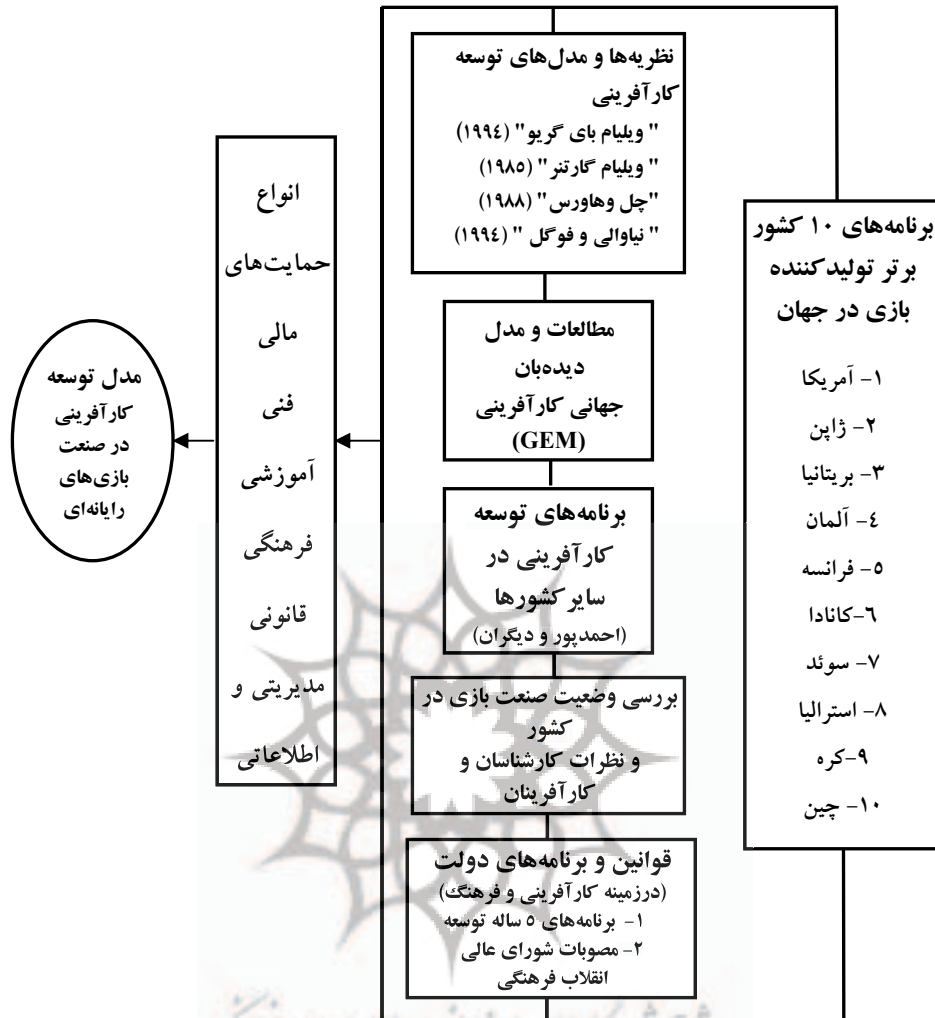
در این پژوهش به منظور طراحی مدلی یکپارچه و منسجم که در برگیرنده همه مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه کارآفرینی در صنایع فرهنگی و صنعت بازی‌های رایانه‌ای بوده و قابلیت توصیف و تحلیل موضوع پژوهش را به‌طور کامل داشته باشد، ابتدا مروری بر ادبیات کارآفرینی و شناسایی دیدگاه صاحب‌نظران برای استخراج یک چارچوب نظری ضروری بود تا بر اساس آن ابزار مناسب سنجش توسعه کارآفرینی طراحی و به کمک آن ارزیابی وضع موجود و شناسایی وضعیت مطلوب و همچنین تعیین سیاست‌های اجرایی و برنامه‌های عملیاتی مناسب میسر گردد. در تعیین مؤلفه‌های مؤثر بر مفهوم این پژوهش با رویکرد جامعه‌شناسی به کارآفرینی و بر اساس مبانی نظری پژوهش، پس از مطالعه و بررسی الگوهای موجود، مدل کشور کانادا که از سوی سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) به‌عنوان یک الگوی موفق به سایر کشورها توصیه شده و اعتباری جهانی یافته است، به‌عنوان چارچوب نظری پژوهش انتخاب گردید تا پس از تعیین مهمترین شاخص‌های مؤثر بر موضوع پژوهش، در طراحی مدل مورد نظر مورد استفاده قرار گرفته و پس از

آزمون، در صورت تناسب با ویژگی صنعت بازی‌های رایانه‌ای و شرایط موجود کسب و کار در کشور، به‌عنوان مدلی بومی مورد قبول قرار گرفته و جهت اجرا به مسئولین پیشنهاد گردد. شیوه طراحی مدل با بهره‌گیری از روش تدوین استراتژی و طراحی الگوی سایر کشورها از جمله کشور کانادا، ژاپن و استرالیا و همچنین با استفاده از روش دیده‌بان جهانی کارآفرینی به‌عنوان مهمترین مرکز توسعه کارآفرینی در جهان مبنی بر شناسایی سیاست‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی و پیشنهاد آن به سایر کشورها صورت گرفته است. لذا کلیه شاخص‌های مؤثر بر موضوع پژوهش شناسایی و بر اساس نظر کارشناسان داخلی اولویت‌بندی گردیده و سپس در طراحی مدل بومی توسعه کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفته‌اند تا بدین‌وسیله نقایص و ضعف‌های موجود در هر یک از الگوها، نظریات و برنامه‌ها نیز مرتفع گردد.

بدین منظور مطالعه گسترده‌ای به شرح زیر صورت گرفته است: ابتدا جهت تعیین شاخص‌های توسعه کارآفرینی، نظریات و مدل‌های مربوط به کارآفرینی، تحقیقات دیده‌بان جهانی کارآفرینی در کشورهای مختلف و تجارب توسعه کارآفرینی در سایر کشورها مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. برای تعیین سیاست‌ها و برنامه‌های مؤثر بر توسعه کسب و کار در صنعت بازی‌های رایانه‌ای نیز استراتژی‌ها و برنامه‌های حمایتی ده کشور برتر تولیدکننده بازی‌های رایانه‌ای در جهان به‌عنوان مهمترین منبع تعیین شاخص‌های این پژوهش جمع‌آوری و تلخیص گردیدند. کشورهای آمریکا، ژاپن، بریتانیا، آلمان، فرانسه، کانادا، سوئد، کره جنوبی، استرالیا و چین به ترتیب ده کشور برتر تولیدکننده بازی در جهان می‌باشند که برنامه‌های حمایتی آنها مورد مطالعه قرار گرفته است.

پس از ترکیب و تلخیص شاخص‌های بدست آمده، جهت حصول اطمینان از جامعیت آنها با استفاده از یک فرم نظرسنجی، نظرات تولیدکنندگان با سابقه بازی‌های رایانه‌ای در کشور جمع‌آوری گردید. نتیجه این نظرخواهی بعد از تحلیل محتوای سوال‌ها و بازبینی شاخص‌های پیشین، در تعیین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در صنعت بازی، مورد استفاده قرار گرفت. در نهایت پس از جمع‌بندی و تلخیص کلیه نظرات، سیاست‌ها و برنامه‌ها، تعداد ۳۵ شاخص به‌عنوان مهمترین عوامل مؤثر بر موضوع پژوهش انتخاب و در تهیه و تنظیم پرسشنامه بکار گرفته شد.

## مدل تحلیلی پژوهش



## روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با روش توصیفی و همبستگی انجام شده است. از آنجایی که در تحقیق توصیفی هدف توصیف واقعیت‌ها و ویژگی‌های یک پدیده یا یک جامعه معین به صورتی منظم و دقیق است؛ (ایزاک، ۱۳۸۰: ۳۰) ابتدا ویژگی‌ها، وضعیت بازار و رشد صنعت بازی‌های رایانه‌ای به

منظور روشن شدن اهمیت و ظرفیت این صنعت در کارآفرینی و اشتغال‌زایی مورد بررسی قرار گرفت. سپس با مطالعه گسترده ادبیات پژوهش عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در صنعت مزبور شناسایی گردید. تعیین این عوامل امکان ارزیابی وضعیت آنها در شرایط موجود کشور و مقایسه آن با شرایط مطلوب (تحلیل فاصله بین وضع موجود و مطلوب) را فراهم نمود.

پس از آن میزان تاثیرگذاری و اولویت هر یک از عوامل بر موضوع پژوهش با استفاده از آزمون فریدمن تعیین گردید و تعدادی از عوامل که از نظر پاسخ‌گویان اهمیت کمتری در ایجاد شرایط مطلوب توسعه کارآفرینی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای کسب کرده بودند، از مجموعه عوامل کنار گذاشته شدند.

طراحی مدل پیشنهادی به کمک عوامل باقی مانده و با استناد به مدل توسعه کارآفرینی کشور کانادا و با نظر کارشناسان صورت گرفت. این مدل با استفاده از روش مدل معادلات ساختاری<sup>۱</sup> مورد آزمون قرار گرفت و پس از تایید برآزش آن با موقعیت و وضعیت صنعت بازی‌های رایانه‌ای در ایران به‌عنوان مدل بومی توسعه کارآفرینی در ایران مورد قبول قرار گرفت و جهت اجرا به مسئولین پیشنهاد گردید. بنابراین پژوهش حاضر، از نظر هدف آن، از نوع کاربردی است.

### جامعه آماری

جهت آزمون مدل پیشنهادی، تولیدکنندگان بازی‌های رایانه‌ای و سیاست‌گذاران این صنعت در کشور از طریق پرسشنامه مورد نظرخواهی قرار گرفتند. در گروه تولیدکنندگان، مدیران شرکت‌هایی که تولیدات آنها در جشنواره بازی‌های رایانه‌ای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۸۵ مورد داوری قرار گرفته بود، مورد نظرخواهی قرار گرفتند. جهت دستیابی به نظر سیاست‌گذاران نیز از مدیران و اعضای کارگروه بازی‌های رایانه‌ای شورای عالی اطلاع‌رسانی و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان متولیان و سیاست‌گذاران صنعت بازی‌های رایانه‌ای، نظرخواهی به‌عمل آمد. با توجه به ویژگی‌های تعریف شده، تعداد اعضای جامعه آماری بر اساس مدارک موجود ۸۵ نفر برآورد گردید.

### روش نمونه‌گیری

در پژوهش‌های از نوع همبستگی، حداقل حجم نمونه ۵۰ نفر برای بیان چگونگی رابطه ضرورت دارد؛ (دلاور، ۱۳۸۱: ۹۷) بنابراین تعداد ۶۵ پرسشنامه با استفاده از روش نمونه‌گیری

تصادفی ساده میان اعضای جامعه آماری مورد مطالعه توزیع شد و از این تعداد ۵۷ پرسشنامه تکمیل و جمع‌آوری گردید.

### ابزار گردآوری اطلاعات

در این پژوهش جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. بدین منظور پرسشنامه‌ای با ۳۵ سؤال به گونه‌ای طراحی گردید که هر سؤال وضعیت موجود و مطلوب یکی از شاخص‌ها را از نظر پاسخگویان اندازه‌گیری نماید.

### روایی و پایایی پرسشنامه

#### الف- روایی پرسشنامه (Validity)

برای تعیین «روایی» سئوالات پرسشنامه و شاخص‌های ساخته شده از روش «روایی صوری»<sup>۱</sup> و «روایی محتوایی»<sup>۲</sup> استفاده شده است. بدین منظور جهت اطمینان از تناسب و کفایت شاخص‌ها، مهمترین آنها در قالب یک پرسشنامه در اختیار ۱۰ نفر از متخصصان قرار گرفت و پس از جمع بندی نظرات و پیشنهادات آنان اصلاحات لازم به عمل آمد. سپس شاخص‌هایی که مورد توافق حداقل ۸۰٪ از متخصصان قرار گرفته بود، در تنظیم مدل مفهومی، مدل پیشنهادی و همچنین پرسشنامه بکار گرفته شد.

#### ب- پایایی پرسشنامه (Reliability)

ارزیابی پایایی سئوالات پرسشنامه به روش سازگاری درونی و با استفاده از ضریب  $\alpha$  کرونباخ محاسبه گردیده است که مقدار آن با استفاده از نرم‌افزار SPSS برای سئوالات وضع موجود  $\alpha = 0/864$  و برای سئوالات وضعیت مطلوب برابر  $\alpha = 0/895$  بدست آمد که بیانگر قابل قبول بودن پایایی این پرسشنامه است.

### تجزیه و تحلیل داده‌های آماری

جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات علاوه بر شاخص‌های آمار توصیفی، از روش تحلیل مسیر<sup>۳</sup> و آزمون فریدمن استفاده شده است. هدف از بکارگیری روش تحلیل مسیر، بررسی میزان تبیین

1- Face Validity  
2- Content Validity  
3- path Analysis

واریانس (تغییرات) متغیر ملاک توسط متغیرهای پیش‌بینی‌کننده است. به عبارت دیگر برای اینکه بدانیم شاخص‌های تعیین شده در کل می‌توانند سهم قابل قبولی از واریانس (تغییرات) متغیر وابسته را تبیین کنند از این روش استفاده شده است.

از آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی و تعیین وزن شاخص‌ها و برای بررسی همگن بودن دو گروه نیز، از آزمون «تی»<sup>۱</sup> استفاده شده است. نتیجه این آزمون نشان داد که دو گروه تولیدکنندگان و سیاست‌گذاران، نظرات مشابهی داشته و با هم همگن هستند.

### تعاریف نظری و عملیاتی

**کارآفرینی:** واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است.

به اعتقاد ژوزف شومپیتر (Joseph Schumpeter, 1934) کارآفرین نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی و مشخصه کارآفرینی نوآوری است. به عبارت دیگر ویژگی تعیین‌کننده در کارآفرینی، همانا انجام کارهای جدید و یا ابداع روش‌های نوین در انجام کارهای جاری است. از نظر وی نوآوری در هر یک از زمینه‌های ارایه کالای جدید، ارایه روشی جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت، کارآفرینی محسوب می‌شود. (احمدپور، ۱۳۷۸: ۳)

دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرینی را تلاش برای ایجاد یک کسب و کار نو، راه‌اندازی یک فعالیت اقتصادی جدید و یا توسعه کسب و کار موجود توسط یک فرد یا تیمی از افراد و یا یک بنگاه تثبیت شده می‌داند که بر اساس ضرورت و یا فرصت انجام می‌شود. (GEM, 2004)

**توسعه کارآفرینی** نیز به معنی فرآیند تامین و تربیت فزاینده کارآفرینان شایسته و توانمند، ایجاد فعالیت‌های اقتصادی جدید و یا رشد و توسعه شرکت‌های نوپای موجود می‌باشد که با هدف افزایش نیروی انسانی متخصص، با انگیزه، مشتاق و توانمند در توسعه کسب و کارهای خصوصی است، که قادر باشند امکان بقا و رشد خود را بهبود بخشند. نتیجه غایی این فرایند اقدام به کارهای مخاطره‌آمیز و ایجاد شغل می‌باشد. (Stevenson, 1996, P: 11)

### صنایع فرهنگی (CULTURAL INDUSTRIES)

صنایع فرهنگی آن دسته از محصولات فرهنگی هستند که به طور صنعتی و به میزان انبوه تولید می‌شوند و شامل فعالیت‌های فیلم و ویدئو، تلویزیون و رادیو، بازی‌های ویدیویی، موسیقی، کتاب و نشریات است. (KEA-2006, p3)

#### بازی‌های رایانه‌ای

غالباً اصطلاح بازی‌های رایانه‌ای برای دو مفهوم بازی‌های رایانه‌ای (Computer Games) و بازی‌های ویدئویی (Video Games) به کار برده می‌شود که به طور کلی به لحاظ ساختار، محتوا و کارکرد بازی شبیه هم هستند و تنها تفاوت آنها نوع وسیله یا وسایل مورد استفاده برای انجام بازی است. تحقیقاتی که در گذشته انجام می‌شد، این دو نوع بازی را از هم جدا می‌کرد، اما در تحقیقات فعلی هر دوی آنها در یک دسته قرار می‌گیرند و به هر دوی آنها اصطلاحاً بازی‌های رایانه‌ای گفته می‌شود. (کانون پرورش کودکان و نوجوانان، ۱۳۸۱)

#### متغیرهای پژوهش

کلیه شاخص‌ها پس از جمع‌بندی و تلخیص در سه مؤلفه حمایت‌های مالی و فنی، حمایت‌های آموزشی و حمایت‌های مدیریتی به‌عنوان متغیرهای پیش‌بینی‌کننده این پژوهش دسته‌بندی شدند. توسعه کارآفرینی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای نیز به‌عنوان متغیر ملاک تعیین گردید. در پرسشنامه این پژوهش برای تعیین وضعیت و اندازه‌گیری متغیر حمایت‌های مالی و فنی ۱۰ سؤال، برای حمایت‌های آموزشی ۷ سؤال و برای اندازه‌گیری متغیر حمایت‌های مدیریتی ۱۲ سؤال مطابق جدول شماره (۴) در نظر گرفته شده است.

#### یافته‌های پژوهش

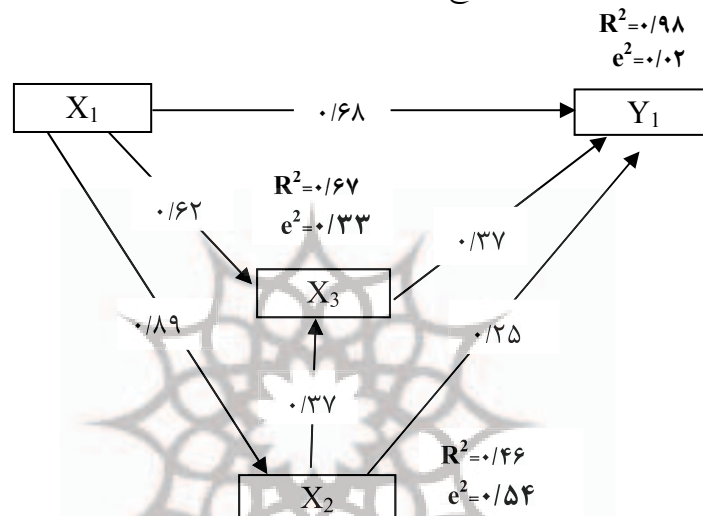
جهت آزمون مدل پیشنهادی، با استناد به روابط ساختاری<sup>۱</sup> بین ۳ مؤلفه تاثیرگذار به‌عنوان متغیرهای پیش‌بینی‌کننده<sup>۲</sup> و توسعه کارآفرینی به‌عنوان متغیر ملاک<sup>۳</sup> با بکارگیری نمرات تفاوت

1- Structural Relation  
2- Independent variable  
3- Dependent variable



(حاصل تفاضل نمرات وضع مطلوب از وضع موجود) و با استفاده از نرم‌افزار لیزرل<sup>۱</sup> (دوتویت، ۱۳۸۶) انجام شد و روابط مستقیم و غیرمستقیم و میزان اثرگذاری هر یک از متغیرهای پیش‌بینی‌کننده بر متغیر ملاک و همچنین میزان برازش<sup>۲</sup> این الگو با وضعیت صنعت بازی‌های رایانه‌ای در ایران از نظر افراد ذیصلاح مشخص شد.

در روش تحلیل مسیر از روش بیشینه درست‌نمایی برای برآورد مدل و از شاخص‌های مجذور خی<sup>۳</sup> ( $\chi^2$ )، شاخص نسبت مجذور خی بر درجه آزادی<sup>۴</sup> ( $\chi^2/df$ )، شاخص نیکویی برازش<sup>۵</sup> (GFI)، شاخص نیکویی برازش انطباقی<sup>۶</sup> (AGFI)، شاخص برازش مقایسه‌ای<sup>۷</sup> (CFI)، ریشه مجذور میانگین خطای تقریب<sup>۸</sup> (RMSEA) و باقیمانده مجذور میانگین<sup>۹</sup> (RMR) برای برازش مدل استفاده شد. نتیجه این بررسی به شرح زیر می‌باشد:



شکل ۱- مدل پیشنهادی و ضرایب مسیر مربوطه

chi - square=0/37 و df = 1 p.value=0/74153 و RMSEA = 0/001

- 1- Lisrel 8/54
- 2- Parsimony
- 3- Chi- Square
- 4- Degree of Freedom (df)
- 5- Goodness of Fit Index (GFI)
- 6- Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)
- 7- Comparative Fit Index (CFI)
- 8- Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
- 9- Root Mean Square Residual (RMR)

### معرفی نمادهای مدل

$X_1$  = حمایت‌های مالی و فنی

$X_2$  = حمایت‌های آموزشی

$X_3$  = حمایت‌های مدیریتی

$Y_1$  = توسعه کارآفرینی در (صنعت بازی‌های رایانه‌ای)

شاخص‌های برازش مدل به شرح زیر است:

شاخص برازش هنجار شده (NFI) = ۰/۹۹

شاخص برازش هنجار شده (NNFI) = ۰/۹۹

شاخص برازش تطبیقی (CFI) = ۰/۹۹

شاخص برازش افزایشی (IFI) = ۰/۹۹

شاخص برازش نسبی (RFI) = ۰/۹۸

شاخص نیکویی برازش (GFI) = ۰/۹۹

شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI) = ۰/۹۹

شاخص خی دو نرمال  $(\chi^2 / df)$  = ۰/۳۷

### نتیجه بررسی و آزمون مدل پیشنهادی

در مدل معادلات ساختاری اگر شاخص نسبت مجذور خی بر درجه آزادی، کوچکتر از ۳ باشد، برازش بسیار مطلوب مدل را نشان می‌دهد. همچنین اگر شاخص‌های GFI، AGFI، CFI، RMSEA و شاخص‌های RMR و RMSEA کوچکتر از ۰/۰۵ باشد بر برازش بسیار مطلوب و بسیار مناسب آن مدل دلالت دارد و کوچکتر از ۰/۰۸ بر برازش مطلوب و مناسب دلالت دارد. (دلاور و همکاران: ۱۳۸۵).

با توجه به مقادیر بدست آمده از آزمون مدل پیشنهادی با روش تحلیل مسیر، این مدل برای توسعه کارآفرینی از نظر متخصصان صنعت بازی‌های رایانه‌ای مدل بسیار مناسبی تشخیص داده شده و مورد تایید می‌باشد. همچنین نتیجه آزمون حاکی از آن بود که مؤلفه حمایت‌های مالی و فنی با اثر ۱/۲۵۳۷، حمایت‌های آموزشی با اثر ۰/۴۷۵۴ و حمایت‌های مدیریتی با اثر ۰/۳۷ به ترتیب در توسعه کارآفرینی در صنعت مورد نظر بیشترین نقش را دارند. این نتایج در جداول شماره (۳-۱) نشان داده شده‌اند:

جدول ۱- اثرات مستقیم و غیرمستقیم حمایت‌های مالی و فنی بر توسعه کارآفرینی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای

نوع اثر	مسیر	ضرایب
مستقیم	$X_1 \rightarrow y_1$	(۰/۶۸)
غیر مستقیم	$X_1 \rightarrow X_3 \rightarrow y_1$	$(۰/۶۲)(۰/۳۷) = ۰/۲۲۹۴$
غیر مستقیم	$X_1 \rightarrow X_2 \rightarrow y_1$	$(۰/۸۹)(۰/۲۵) = ۰/۲۲۲۵$
غیر مستقیم	$X_1 \rightarrow X_2 \rightarrow X_3 \rightarrow y_1$	$(۰/۸۹)(۰/۳۷)(۰/۳۷) = ۰/۱۲۱۸$
کل اثرات غیرمستقیم	-	۰/۵۷۳۷
کل اثرات مستقیم و غیرمستقیم	-	۱/۲۵۳۷

جدول ۲- اثرات مستقیم و غیرمستقیم حمایت‌های آموزشی بر توسعه کارآفرینی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای

نوع اثر	مسیر	ضرایب
مستقیم	$X_2 \rightarrow y_1$	۰/۲۵
غیر مستقیم	$X_2 \rightarrow X_3 \rightarrow y_1$	$(۰/۳۷)(۰/۳۷) = ۰/۱۳۶۹$
کل اثرات غیرمستقیم	-	-
کل اثرات مستقیم و غیرمستقیم	-	۰/۴۷۵۴

جدول ۳- اثرات مستقیم و غیر مستقیم حمایت‌های مدیریتی بر توسعه کارآفرینی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای

نوع اثر	مسیر	ضرایب
مستقیم	$X_3 \rightarrow y_1$	۰/۳۷
غیر مستقیم	-	-
کل اثرات غیرمستقیم	-	-
کل اثرات مستقیم و غیرمستقیم	-	۰/۳۷

در مرحله بعد با استفاده از آزمون فریدمن میزان اهمیت و اولویت هریک از شاخص‌ها به تنهایی بر متغیر ملاک مشخص گردید. نتیجه این آزمون نشان داد که در میان کل شاخص‌های تعیین شده، اجرای قوانین حمایتی (کپی‌رایت) بیشترین تاثیرگذاری و برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها کمترین اثر را در ایجاد وضعیت مطلوب توسعه کارآفرینی در این صنعت نوپا در کشور دارند. سپس شاخص‌های مربوط به هر یک از مؤلفه‌ها نیز با استفاده از آزمون فریدمن رتبه‌بندی و اهمیت و اولویت آن‌ها نسبت به یکدیگر مشخص گردید. نتیجه این آزمون در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

جدول شماره ۴- توزیع وزن و تعیین اولویت شاخص‌ها در مؤلفه‌های مربوطه با استفاده از آزمون فریدمن

وزن شاخص در مؤلفه	محتوای شاخص	شماره سؤال شاخص	مؤلفه
۲۰/۶۰	حمایت از تولیدات داخلی (توصیه و تبلیغ رایگان)	۳۲	حمایت‌های مالی و فنی
۱۸/۹۲	حمایت از صدور تولیدات به بازارهای خارجی	۳۵	
۱۷/۳۵	دسترسی به وام‌های بلندمدت و کم بهره	۹	
۱۷/۳۱	کمک‌های مالی دولت به شرکت‌ها	۱	
۱۷/۳۱	حمایت شرکت‌های بیمه از صنعت بازی	۱۲	
۱۴/۷۳	معافیت‌های مالیاتی	۳۰	
۱۴/۲۷	استودیوهای حرفه ای تولید	۲۱	
۱۳/۳۱	مشخص بودن شرایط تولید بازی	۱۵	
۷/۳۲	دسترسی به تجهیزات لازم (نرم‌افزار و سخت‌افزار)	۱۶	
۵/۱۸	دسترسی به اینترنت ارزان و پر سرعت	۲۸	
۱۹/۹۴	وجود رشته‌های تخصصی در سطح دانشگاه	۱۱	حمایت‌های آموزشی
۱۷/۲۹	آموزش‌های کوتاه مدت تخصصی	۴	
۱۵/۶۵	همکاری میان صنعت بازی و دانشگاه‌ها	۱۴	
۱۵/۲۱	حمایت از پژوهش‌های کاربردی مربوط	۱۷	

ادامه جدول شماره ۴- توزیع وزن و تعیین اولویت شاخص‌ها در مؤلفه‌های مربوطه با استفاده از آزمون فریدمن

مؤلفه	شماره سؤال شاخص	محتوای شاخص	وزن شاخص در مؤلفه
حمایت‌های آموزشی	۲۶	وجود کتابخانه‌های تخصصی	۱۵/۰۴
	۷	دسترسی به نیروی انسانی متخصص	۱۳/۲۸
	۲۰	امکان کارورزی در شرکت‌های تولید بازی	۱۰/۵۳
حمایت‌های مدیریتی	۲۵	رعایت قوانین حمایتی (کپی رایت)	۲۲/۸۶
	۲۳	حمایت از طرح‌های جدید و ابتکاری	۱۹/۵۴
	۳۱	بکارگیری مسئولین آگاه در سازمان‌های مربوط	۱۹/۴۰
	۶	حمایت از حضور شرکت‌ها در جشنواره‌های	۱۷/۵۴
	۵	اطلاع‌رسانی صنعت بازی در کشور	۱۶/۸۸
	۳۳	وجود مراکزی برای کمک‌های مشورتی	۱۵/۴۳
	۱۸	تقویت فرهنگ کارآفرینی در صنعت بازی	۱۳/۸۸
	۳۴	برقراری سیستم رده‌بندی سنی بازی‌ها	۱۳/۷۱
	۲۷	کنترل محتوای غیراخلاقی بازی‌ها	۱۲/۸۰
	۲۹	تشکیل خوشه‌های تولید بازی	۱۲/۶۸
	۸	وجود مرکز متولی در صنعت بازی	۱۲/۰۳
	۲۴	برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها	۵/۰۳

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با توجه به الزام دولت در زمینه حمایت از توسعه کارآفرینی به‌عنوان یکی از راهکارهای نوین ایجاد اشتغال و رشد و توسعه اقتصادی و همچنین حمایت از تولید محصولات فرهنگی متناسب با فرهنگ بومی در کشور، پژوهش حاضر با هدف طراحی مدلی راهبردی- کاربردی برای توسعه کارآفرینی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای صورت گرفته است.

بر اساس مطالعات نسبتاً گسترده پژوهشگر در زمینه ادبیات تحقیق، مشخص شد که تاکنون مدلی جامع و یکپارچه در زمینه موضوع پژوهش که در برگیرنده شاخص‌های توسعه کارآفرینی و همچنین شاخص‌های حمایت از صنعت بازی‌های رایانه‌ای باشد، ارائه نشده است. به عبارت دیگر

مدلی که تمامی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه کارآفرینی در صنعت مورد نظر را تبیین نموده باشد، وجود نداشت. از سوی دیگر مطالعه برنامه‌های کشورهای برتر تولیدکننده بازی‌های رایانه‌ای در جهان نشان داد که هر یک از این کشورها ضمن گستردگی اقدامات صورت گرفته، رویکردهای متفاوتی اتخاذ نموده و برنامه‌ها و سیاست‌هایی مناسب شرایط خود برگزیده‌اند. به همین دلیل نیاز به مدلی جامع به منظور پوشش دادن همزمان الگوها و نظریه‌های مطرح شده قبلی و یکپارچه کردن مطالعات مربوط به کارآفرینی و رویکردهای متفاوت حمایت از صنعت این بازی‌ها برای ارزیابی وضعیت موجود و تعیین وضعیت مطلوب و تحلیل فاصله میان آنها ضروری می‌نمود.

در پژوهش حاضر برای دستیابی به هدف مزبور ابتدا مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی با مطالعه و بررسی مدل‌های مختلف و با استناد به الگوی توسعه کارآفرینی کشور کانادا تعیین گردید. سپس برای تعیین شاخص‌های مؤثر بر توسعه کسب و کار در صنعت بازی‌های رایانه‌ای با استفاده از مدل‌ها و نظریات کارآفرینی، برنامه‌های توسعه کارآفرینی در سایر کشورهای جهان و اقدامات صورت گرفته در کشورهای برتر در حمایت از این صنعت و همچنین نظرات کارشناسان و تولیدکنندگان بازی‌های رایانه‌ای داخل کشور، ۳۵ شاخص به‌عنوان مهمترین عوامل مؤثر بر موضوع پژوهش انتخاب گردید. پس از حذف ۶ عامل که از نظر پاسخگویان کمترین امتیاز را جهت ایجاد شرایط مطلوب توسعه کارآفرینی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای کسب کرده بودند، ۲۹ شاخص باقی مانده تفکیک و طبقه‌بندی شده و با نظر کارشناسان در قالب مدلی با سه مؤلفه حمایت‌های مالی، آموزشی و مدیریتی دسته‌بندی و در طراحی مدل پیشنهادی بکار گرفته شدند.

این مدل پس از آزمون با روش تحلیل مسیر (مدل معادلات ساختاری) و بکارگیری نمرات نیاز (تفاوت وضع موجود و مطلوب) و تایید تناسب آن با وضعیت موجود صنعت مزبور در کشور به‌عنوان یک مدل بومی مورد قبول قرار گرفت. با این روش اثرات مستقیم و غیرمستقیم هر یک از مؤلفه‌ها و مجموع کلی آنها بر متغیر ملاک و همچنین اهمیت و اولویت آنها نیز تعیین گردید. نتیجه آزمون حاکی از آن بود که مؤلفه حمایت‌های مالی و فنی با اثر ۱/۲۵۳۷، حمایت‌های آموزشی با اثر ۰/۴۷۵۴ و حمایت‌های مدیریتی با اثر ۰/۳۷ به ترتیب در توسعه کارآفرینی در صنعت مورد نظر نقش دارند.

پس از آن میزان تاثیرگذاری هر یک از عوامل بر موضوع پژوهش و همچنین وزن و اولویت هر یک از آنها بطور تفکیک شده در مؤلفه‌ها نیز مطابق جدول شماره (۴) با استفاده از آزمون فریدمن مشخص و اولویت‌بندی گردید تا هدف پژوهش که ارایه مدلی جامع و یکپارچه متناسب با شرایط فعلی کشور در صنعتی نوپا و اشتغال‌زاست محقق گردد و بر اساس آن تعیین سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی توسعه کارآفرینی در یک صنعت نوپای فرهنگی در کشور فراهم گردد.

### فهرست منابع

- ۱- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۸۳، «تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب»، انتشارات امیرکبیر.
- ۲- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۷۸، «کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)»، انتشارات پردیس.
- ۳- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۸۰، «مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته»، دانشگاه تهران.
- ۴- احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، محمد، ۱۳۸۵، «مبانی کارآفرینی»، تهران، فراندیش.
- ۵- ایزاک، استفان، ۱۳۸۰، «راهنمای تحقیق و ارزشیابی در روان‌شناسی و علوم تربیتی»، مترجم علی دلاور، ارسباران.
- ۶- دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۶، «گزارشی از اجلاس سالانه دیده‌بان جهانی کارآفرینی».
- ۷- دلاور، علی، ۱۳۸۱، «روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی»، تهران، نشر ویرایش، چاپ یازدهم.
- ۸- دوتویت، استفان و ماتیلدا، ۱۳۸۶، «لیزرل محاوره‌ای»، ترجمه علی دلاور و حسن علی ویس کرمی، تهران، ارسباران.
- ۹- حسینی، سیدنبی اله، ۱۳۸۶، «اعجاز کارآفرینی برای اقتصاد ایران»، سایت خانه کارآفرینان ایران.
- ۱۰- عظیمی، حسین، ۱۳۸۳، «راهکارها و مسایل اقتصاد ایران»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- ۱۱- کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، ۱۳۸۱، «بررسی اثرات اجتماعی، فرهنگی و جسمانی بازیهای رایانه‌ای بر کودکان و نوجوانان»، مرحله اول.
- ۱۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت طرح و برنامه ریزی و تحول اداری، اسفند ۱۳۸۳، «سند توسعه بخش فرهنگ در برنامه چهارم توسعه»، سالهای (۱۳۸۸-۱۳۸۴)، ویرایش دهم.
- ۱۳- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات اقتصادی، ۱۳۸۵، «اقتصاد ایران، کارآفرینی، فرصتها و چالشهای پیش‌رو»، شماره مسلسل ۸۱۲۲.

- ۱۴- هاشمی، حمید، ۱۳۸۵، «عصرشکوفایی کارآفرینی: معرفی دیده‌بان جهانی کارآفرینی»، همایش ملی کارآفرینی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
- ۱۵- هزار جریبی، جعفر، ۱۳۸۳، «کارآفرینی»، تهران، پژوهشکده امور اقتصادی.
- ۱۶- یدالهی فارسی، جهانگیر، ۱۳۸۴، «مدل برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی»، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن.

- 17- Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA), The Implementation of an Entrepreneurship Development Strategy in Canada, Organization for Economic Cooperation and Development in cooperation with Atlantic Canada, Opportunities Agency, Paris 1996
- 18- Bygrave, W., The Portable MBA in Entrepreneurship, N.Y: John Wiley & Sons Inc, 1994
- 19- GEM, Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report, Bobson College and London Business school, 2004. [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)
- 20- (KEA) European Affairs, The Economy Of Culture In Europe, Study prepared for the European Commission Directorate-General for Education and Culture, 2006
- 21- khanka, S, Entrepreneurial Development, New Delhi: Chandan Company ltd, 2003)
- 22- Kollermeier, T. Entrepreneurship and Transition, International Perspectives on Entrepreneurial Research, (Elsevier Science Publishers, B.V.) Netherlands, 1992
- 23- Stevenson, Lois, the Implementation of an Entrepreneurship Development Strategy in Canada, Atlantic Canada Opportunities Agency, 1996

