

# فرایند مهارت آموزی در مدل های اقتصاد خلاق به منظور توسعه اکوسیستم کسب و کارهای الکترونیکی

بهنام صادقی اردوبادی<sup>۱</sup>

رضا محمد کاظمی\*<sup>۲</sup>

غلامحسین حسینی نیا<sup>۳</sup>

## چکیده

مهارت آموزی؛ متناسب با تغییرات فناورانه و پیشرفت علوم در حوزه های مختلف، زمینه ساز تامین نیروی انسانی کارآمد و مولد در راستای توسعه اقتصادی است. بر این اساس در پژوهش حاضر فرایند مهارت آموزی در مدل های اقتصاد خلاق مشتمل بر مدل های (رفاهی، رقابتی، رشد و نوآورانه) به منظور توسعه اکوسیستم کسب و کارهای الکترونیکی، مورد مطالعه قرار گرفته است. این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی است و با روش کیفی و رویکرد «تحلیل مضمون» به واسطه کدگذاری چهار مرحله ای انجام شده است. روایی و پایایی تحقیق به واسطه روش بازآزمون و توافق بین دو کدگذار مورد تایید قرار گرفته است. جامعه آماری این پژوهش را خبرگان حوزه صنایع خلاق که صاحب کسب و کار الکترونیکی بوده و در بحث آموزش های مهارتی نیز فعال بوده اند تشکیل داده است و با انجام دوازده مصاحبه؛ کفایت داده (اشباع نظری) حاصل گردیده است. نتایج تحقیق نشان داده است؛ اقتصاد خلاق مشتمل بر ارزش آفرینی در صنایع خلاق شامل «رسانه، هنر، میراث فرهنگی، آفرینش های کارکردی و خدمات خلاق» می باشد که لازم است بسترسازی جهت «توسعه توانمندی کاربران دیجیتالی، فعالیت های دیجیتالی، سازمان های دیجیتالی و انگیزه های دیجیتالی» ایجاد شود و در این فرایند مولفه هایی چون «ارزیابی های اثرگذار، بهبود مستمر در مهارت آموزی (یادگیری)، تدریس هدفمند و آموزش پویا و ارائه بازخورد موثر به مهارت آموزان و مربیان» منجر به تقویت و توسعه اکوسیستم کسب و کارهای الکترونیکی گردد. بدین منظور پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: مهارت آموزی، اقتصاد خلاق، اکوسیستم کسب و کارهای الکترونیکی

۱. دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

۲. استاد، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۳. دانشیار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

نوع مقاله: مقاله علمی پژوهشی؛ موضوع مطالعه: کیفی / دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۱؛ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۶

## مقدمه

دگرديسی در آموزش و بطور خاص دگرديسی فناورانه در عرصه آموزش و مهارت آموزی، همسو با تحولات دم افزا در جهان، لزوم توجه بیش از پیش به رویکرد های نوین مهارت آموزی را برجسته نموده است. (حسینی نیا و بختیاری، ۱۴۰۲) از طرفی فشارهای رقابتی زیادی که امروزه به کسب و کارها وارد شده است؛ لزوم توجه به کارآفرینی، توانمندسازی و ارائه محصولات و خدمات به شیوه نوآورانه را دو چندان نموده است (محمد کاظمی و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرینی به طور گسترده به عنوان محرک نوآوری و رشد اقتصادی مورد حمایت قرار می گیرد. با توجه به چالش های تکنولوژیکی و دیجیتالی امروز، کارآفرینی دیجیتال پدیده ای رو به رشد است، که هم از طریق دیجیتالی کردن مشاغل موجود و هم از طریق ایجاد شرکت های دیجیتالی موجب توسعه ی کسب و کارها می شود (فرناندز و همکاران، ۲۰۲۲). مقوله ی دیجیتالی سازی در صنایع مختلف و بویژه صنایع خلاق که با هدف توسعه ی کسب و کارهای خرد مد نظر است نیازمند مهارت آموزی و توسعه ی توانمندی ها و قابلیت های افراد است.

اصطلاح "اقتصاد خلاق" نخستین بار در سال ۱۹۹۳ در کتاب جان هاوکینز درباره ی رابطه ی بین خلاقیت و نظام اقتصادی پیدا شد. هاوکینز از واژه ی "اقتصاد خلاق" در معنایی گسترده بهره گرفت، به طوری که ۳۱ شاخه ی صنعت خلاق، از هنر تا زمینه های گسترده تر علم و فناوری را مورد بررسی قرار داد. به عقیده وی، عبارت اقتصاد خلاق به توان اجتماعی - اقتصادی فعالیت هایی که با دانش، اطلاعات و خلاقیت داد و ستد می کنند، اطلاق می گردد. در قلب اقتصاد خلاق صنایعی وجود دارند که حلقه واسطه هنر، فرهنگ، تجارت و فناوری قلمداد می شوند. صنایعی از قبیل تبلیغات، معماری، هنر و صنایع دستی، طراحی، مد، فیلم، ویدئو، عکاسی، موسیقی، هنرهای نمایشی، صنعت چاپ، نرم افزار، بازیهای رایانه ای، چاپ الکترونیک و رادیو/تلویزیون. صنایع فرهنگی نیز که بر مواردی از جمله گرد شگری و میراث فرهنگی، موزه ها و کتابخانه ها، سرگرمی ها، فعالیتهای ورزشی و نیز طبیعت گردی دلالت دارد در واقع، بخش مکمل صنایع خلاق را شامل می شود. (شریفی و همکاران، ۱۳۹۹) با توجه به تغییرات اخیر در اکوسیستم کسب و کارها و تمایل

روز افزون به توسعه ی کسب و کارهای الکترونیکی؛ مهارت آموزی جهت توسعه کارآفرینی دیجیتال به نهادها کمک می کند تا دیدگاه و اولویت های خود را در پاسخگویی به نیاز جامعه متمرکز کنند. بر این اساس آموزش و توانمند سازی جهت توسعه «خلاقیت دیجیتال، رهبری دیجیتال و فرآیند دانش دیجیتال» شامل انتخاب مناسب ترین گزینه ها برای گرایش های مدیریتی، سازمانی و اداره ی کسب و کارها است که ممکن است با کاربرد یک یا چند استراتژی، مزایایی قابل توجهی ایجاد نماید (آواوده<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۲). تحولات روز افزون جهانی و محیط پیرامون در حال تغییرساز ماندها، اقتصاد و صنایع در سراسر جهان را تحت تاثیر قرار می دهد (استینگر، ۲۰۱۹). عصری که در آن به سر می بریم به نام های مختلف از جمله؛ عصر رشد و پیشرفت فناوری، عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات، عصر دانایی محوری و مغز افزاری و عصر سازمان های یادگیرنده نامیده می شود که یکی از ویژگی های بارز آن، وجود تغییرات سریع در محیط، فناوری، مشتریان، ارباب رجوع، رقبا، همکاران، محصولات و خدمات است که همگی نیرو هایی هستند که بر سازمان ها اثر می گذارند و نیاز به برتری را موجب می شوند (ملک زاده، ۱۳۹۳). انقلاب صنعتی چهارم که از آن با عنوان صنعت ۴ یاد می شود، در حال دگرگونی صنایع تولیدی و خدماتی در سطح دنیا و به ویژه کشورهای پیشرو در این زمینه می باشد (آیزنبرگ، ۲۰۱۱). در انقلاب صنعتی چهارم تولیدات و خدمات به سوی هوشمندی هدایت می شوند. هدف از انقلاب صنعتی چهارم؛ ایجاد مدل تولید بسیار انعطاف پذیر از محصولات و خدمات سفارشی و دیجیتالی با تعاملات واقعی بین افراد، محصولات و دستگاهها در طول فرایند تولید است. ایجاد استراتژی های جدید، دستیابی به فرصت های کارآفرینی و توسعه فن آوری های جدید، قابلیت ها، محصولات و ارائه مدل های تجاری جدید؛ راه حل مشکلات پیچیده ای است که نیاز به ایجاد تغییر در تعداد زیادی از گزینه های بسیار وابسته به هم در مدل های کسب و کار را دارد. لذا چالشی که مشکلات پیچیده برای مدیران ایجاد می کند؛ نیاز به یافتن ترکیبی عالی از گزینه های وابسته به یکدیگر

۱. Awawdeh  
 ۲. Steininger  
 ۳. Isenberg

دارد(باومن<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). بنابراین، روند مهارت آموزی با توجه به روند کارآفرینی نیز در حال تغییر است.

تعداد عوامل درگیر، که می‌توانند در تعامل و تبادل دانش باشند؛ با استفاده از فن‌آوری‌های دیجیتال و توسعه‌ی کارآفرینی دیجیتال در حال توسعه و گسترش اند(کاوالو<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). اکوسیستم‌های دیجیتالی نقش مهمی به عنوان شتاب دهنده، مطالعات گسترده در مورد نوآوری دیجیتال و کارآفرینی بازی می‌کند. دیجیتالی شدن عمدتاً روی شرکت‌های مشخص و سازمانی متمرکز است(الیا و همکاران، ۲۰۲۰). لذا ظهور سیستم عامل‌های دیجیتالی و اکوسیستم‌های مرتبط که منجر به ایجاد یک زمینه جدید و بالقوه مهم برای کارآفرینی است؛ در حال ظهور است(نامبیسان و بارون<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). تحقیقات در زمینه کارآفرینی به طور فزاینده اهمیت کارآفرینی دیجیتال را تأیید می‌کند(دلگوایس و استراب<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱). کارآفرینی دیجیتالی، تبادل، انتقال و کسب دانش را تسهیل می‌کند و در عین حال راهکارهای جدیدی برای انجام کسب و کارها ایجاد می‌کند(امیت و زووت<sup>۵</sup>، ۲۰۰۱). کارآفرینی دیجیتالی در بسیاری از بخش‌های اقتصاد به طور فزاینده رواج پیدا می‌کند و باعث می‌شود عوامل نهادی جدید در این حوزه بروز و ظهور یابند(گیسینگرا<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). امروزه فن‌آوری‌های دیجیتال تأثیر بسزایی در نحوه شکل‌گیری و ایجاد مشاغل جدید دارند. مدل‌های کسب و کارهای نو ظهور، از پتانسیل فناوری دیجیتال و هوش جمعی برای طراحی و اجرای ابتکارات کارآفرینانه و پایداری کسب و کارها استفاده می‌کند. با این حال، اگرچه موضوع کارآفرینی دیجیتالی ضروری و کاربردی برای شرایط کنونی است اما تحقیقات جامعی که بتواند تأثیر واقعی فن‌آوری‌های دیجیتال و ترکیب آن با فرایند کارآفرینی را نشان دهد؛ بسیار کم و محدود است و لازم است برای توصیف ماهیت و خصوصیات اکوسیستم کارآفرینی که توسط الگوی‌های جدید شکل می‌گیرد؛ تحقیقات بیشتری انجام شود(الیا، ۲۰۲۰). همچنین تأثیر دیجیتالی شدن بر فرآیندهای نو ظهور اکوسیستم‌های کارآفرینی - چشم انداز علم و پیچیدگی‌های محیطی و

<sup>۱</sup>. Baumann

<sup>۲</sup>. Cavallo

<sup>۳</sup>. Nambisan, Baron

<sup>۴</sup>. Del Giudice and Straub

<sup>۵</sup>. Amit and Zott

<sup>۶</sup>. Andrea Geissinger

همسویی دانش افزایی و پویایی مهارت آموزی در این زمینه، لزوم توجه به این مقوله را دوچندان می کند.

ادبیات اخیر صرفاً دیجیتالی شدن را به عنوان عامل مهمی در فعالیت های کارآفرینانه مطرح می کند. با این وجود، درک چگونگی تأثیرگذاری دیجیتالی شدن در چشم انداز مهارت آموزی بسیار گسترده است و نیازمند توجه ویژه از سوی صاحب نظران و محققان می باشد. به علاوه، در این زمینه، رویکردهای جدیدی وجود دارد که نشان می دهد اثرات احتمالی فن آوری ها و زیرساخت های دیجیتالی بر اکوسیستم های مهارت آموزی و کارآفرینی غیر قابل انکار است. با وجود تحقیقات گسترده در مورد تلاقی دیجیتالی شدن و اکوسیستم های کارآفرینی، اکثریت قریب به اتفاق آثار در ادبیات از ماهیت مفهومی برخوردار بوده و عملاً کاربردی نشده است (هاروس، ۲۰۱۸). بر این اساس پرداختن به کسب و کارهای دیجیتال و اکوسیستم کارآفرینی و همچنین ادغام این دوحوزه به ما کمک می کند تا تعامل ذینفعان که بینش رفتاری فردی و اجتماعی را تحت تاثیر قرار می دهد بهتر بشناسیم. چارچوب اکوسیستم دیجیتال شامل چهار مفهوم است: حاکمیت زیرساخت های دیجیتال، تابعیت کاربر دیجیتال، کارآفرینی دیجیتال و بازار دیجیتال است (سوسن و اکس، ۲۰۱۷). با وجودی که غالب افراد از تجارت اینترنتی، تجارت آنلاین و ... استفاده می کنند و به عنوان یک فعالیت بسیار رایج است؛ اقتصاد دیجیتال برای کارآفرینی، نیاز به ایجاد اکوسیستم جدید دارد که تحقیقات در این حوزه نیاز به توسعه و گسترش دارد (مارتینز دی، ۲۰۱۹). امروزه اهمیت مهارت آموزی برای غالب جوامع امری آشکار و کاربردی است اما مهارت آموزی جهت توسعه ی اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال می تواند مرزهای کارآفرینی را گسترش داده و زمینه لازم برای توسعه کارآفرینی در اقصاء مختلف جامعه همچون (بیماران، معلولین، سالخورگان، زنان خانه دار، بازنشستگان و جوانان در حال تحصیل) در هر ساعت از شبانه روز را فراهم آورد. در واقع، کارآفرینی دیجیتال و اقتصاد دیجیتال به عنوان یکی از مهمترین اقتصادها مورد ستایش قرار گرفته است اما استفاده از فن آوری های دیجیتالی، نیاز به بررسی و نظریه پردازی جدید دارد (زاھرء و

- 
- <sup>۱</sup>. Haarhaus
  - <sup>۲</sup>. Sussan, Acs
  - <sup>۳</sup>. Martinez Dy
  - <sup>۴</sup>. Zaheer

همکاران، ۲۰۱۹) و نیازمند آن است که کاوش و مهندسی مجدد در فرایندهای مهارت آموزی صورت پذیرد.

همچنین زیر ساخت های لازم برای فناوری های دیجیتال مانند هوش مصنوعی، سیستم عامل ها، چاپ سه بعدی دیجیتال، سیستم عامل های رسانه های اجتماعی، داده های بزرگ، فضای ابری و ... ایجاد گردد (کاوالو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹).

بر اساس دیدگاه آیزنبرگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۱)، به دلیل وابستگی اکوسیستم به عوامل منطقه ای و فرهنگی و اجتماعی و خصوصاً نوع فناوری، هر اکوسیستم کارآفرینی بی نظیر و منحصر بفرد است. اگرچه هر اکوسیستم کارآفرینی جامع می تواند با استفاده از این شش قلمرو توصیف شود، ولی هر اکوسیستم نتیجه ی از صدها عنصری است که به روش های پیچیده و شیوه خاصی با یکدیگر تعامل دارند. مهارت آموزی و یادگیری یکی از ارکان کلیدی است که نقش مهمی در توسعه و موفقیت کسب و کارها دارد لذا به نظر می رسد پژوهش فوق در راستای ارائه ی الگویی متناسب با رویکرد نوین در توسعه ی اکوسیستم کارآفرینی در کشور موثر باشد. بر این اساس سوال اصلی تحقیق به ترتیب زیر ارائه می شود: **فرایند مهارت آموزی در مدل های اقتصاد خلاق به منظور توسعه اکوسیستم کسب و کارهای الکترونیکی چگونه است؟**

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

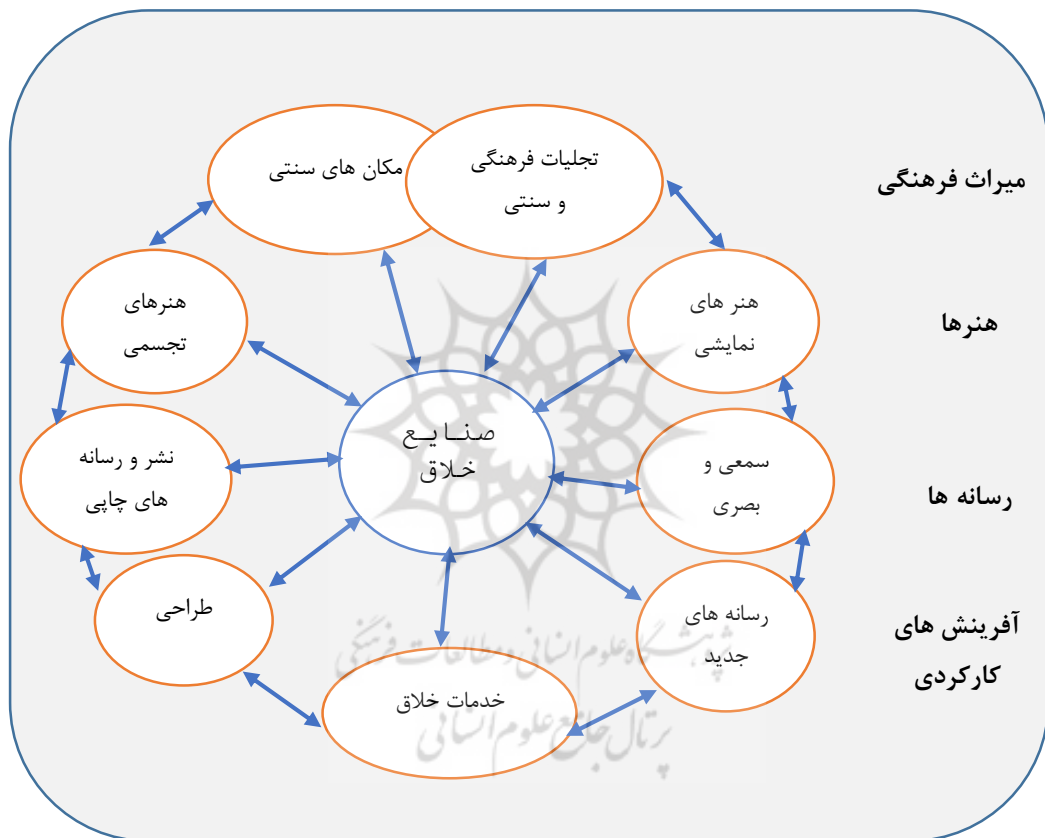
## ۱) اقتصاد خلاق

آنکتاد اقتصاد خلاق را به این صورت تعریف می کند: "اقتصاد خلاق" یک مفهوم در حال تکامل مبتنی بر دارایی های خلاق است که مجموعه ای از فعالیت های اقتصادی دانش بنیان، نوآورانه را در بر می گیرد که می تواند سبب رشد و توسعه ی اقتصادی، افزایش درآمدهای ارزی (حاصل از صادرات) و کاهش بیکاری کشورها شود، در حالی که به تنوع فرهنگی و توسعه ی انسانی در سطوح خرد و کلان نیز کمک می کند. صنایع خلاق در قلب اقتصاد

<sup>۱</sup>. Cavallo

<sup>۲</sup>. Isenberg

خلاق قرار دارند که به دلیل قابلیت انعطاف پذیری، به عنوان یکی از مؤلفه های کلیدی توسعه اقتصاد محلی نگریسته می شوند. صنایع خلاق در تقاطع هنر، کسب و کار و فناوری، نقش تسریع کننده و موتور محرک نوآفرینی را بازی نموده و به سبب پیوندهای پسین و پیشین قوی که با سایر بخش های اقتصادی دارند می توانند با رشد خود سبب رشد سایر بخش نیز شوند. (لشگری زاده، ۱۴۰۰) در شکل (۱) طبقه بندی آنکتاد از اقتصاد خلاق ارائه شده است:



طبقه بندی آنکتاد از اقتصاد خلاق (آنکتاد، ۲۰۰۸)

## ۲) مدل های اقتصادی مرتبط با اقتصاد خلاق

پوتز و کانینگهام (۲۰۰۸) و پوتز (۲۰۰۹) چهار مدل ایده آل مرتبط با صنایع خلاق را با عملکرد اقتصادی ارائه دادند که مدل های رفاهی، رقابتی، رشد و نوآورانه را پوشش می دهد. در مدل رفاهی، صنایع خلاق به مثابه عامل رفاهی در جامعه عمل می کند تا بخش بیمار که از رشد اقتصادی عقب تر هستند را تقویت کنند. در مدل رقابتی، صنایع خلاق به عنوان یکی از صنایع در کنار دیگر صنایع مشغول فعالیت اقتصادی هستند. در مدل رشد، صنایع خلاق در مقام محرک رشد هستند و تاثیری فوق العاده در اقتصاد دارند. در مدل نوآورانه، صنایع خلاق در خدمت به دگرگونی های فناورانه نقش مهمی دارند و به عنوان بخشی از تحول اقتصادی و تسهیل گری نظام اقتصادی محسوب می شوند (دامنج و ماکرو، ۲۰۱۷).

## ۳) اکوسیستم کارآفرینی

مفهوم اکوسیستم کسب و کار نخستین بار توسط مور (۱۹۹۳) معرفی شد. یک مدل تکاملی چهار مرحله ای از ظهور اکوسیستم -تولد، بسط و گسترش، رهبری و خود نو سازی را ارائه داد که در آن اکوسیستم از یک مجموعه ای از عناصر تصادفی به یک اجتماع ساختار یافته تکامل می یابد. بر اساس دیدگاه مور پیدایش اکوسیستم به عنوان دوره زمانی شناخته می شود که از ابتدای کشف یا اختراع تا تجاری سازی یک نوآوری را مفهوم سازی می نماید. از نظر مور بازیگران در اکوسیستم کسب و کار، بنگاه ها یا شرکت ها، ذینفعان، دولت ها و قانونگذاران هستند که به طور مستقیم در خلق ارزش مشترک درگیر هستند (اسپیگل، ۲۰۱۷). با شکل گیری اکوسیستم و بکارگیری ظرفیت ها و توانمندی همه بازیگران توان ایجاد ارزش می یابد، اثرگذاری شبکه اکوسیستم امکان بکارگیری ظرفیت ها و توانمندیهای سایر بازیگران را افزایش می دهد. در این بستر ذینفعان با انباشت سرمایه انسانی و سرمایه دانش اقدام به تولید، توزیع، جذب و تجاری سازی دانش جدید می کنند و کارآفرینی نوآورانه را به ارمغان می آورند (حقیقی نسب و همکاران، ۱۳۹۹).

<sup>۱</sup>. Potts & Cunningham

<sup>۲</sup>. Boix-Domenech & Soler-Marco

<sup>۳</sup>. Spigel



## ۴) کسب و کار دیجیتالی

عصر دیجیتالی شدن تغییرات قابل توجه در مفاهیم ایجاد نموده است. کارآفرینی نیز از این قاعده مستثنی نبوده و در تعریف سنتی آن با تعریف کارآفرینی دیجیتالی شکاف قابل توجهی وجود دارد (سوسن و اکس، ۲۰۱۷). به ویژه، اکوسیستم های دیجیتالی نقش مهمی به عنوان شتاب دهنده، مطالعات گسترده در مورد نوآوری دیجیتال و کارآفرینی بازی می کند. دیجیتالی شدن عمدتاً روی شرکت های مشخص و سازمانی متمرکز است. تأثیر تحول دیجیتال امروزه بسیار گسترده است و بیشتر صنایع و انواع شرکتها را در سیطره خود قرار داده است. اما مشاغل بسیار سنتی هنوز کاملاً تحت تأثیر قرار نگرفته اند. بعلاوه توسعه نوآوری و مشارکت نقش مهمی در دیجیتالی شدن و موفقیت سازمانهای دیجیتالی دارد. مفهوم کارآفرینی دیجیتالی در حال گسترش است و یک الگوی جدید کارآفرینی، که دارای دو ویژگی اصلی است را ایجاد نموده است: اول اینکه، کسب و کار دیجیتالی با استفاده از اینترنت به صورت کاملاً متمرکز فعال می شود و فن آوری های دیجیتال پایه و اساس این نوع کسب و کار است؛ دوم، اساس این سبک کسب و کار نوآوری است و لزوماً پتانسیل نوآوری را نیز افزایش می دهد (الیا، ۲۰۲۰). بعلاوه کارآفرینی دیجیتالی نتیجه تعامل سه عنصر مجزا اما مرتبط، یعنی مصنوعات دیجیتال، زیر ساخت های دیجیتال و سیستم عامل های دیجیتالی می باشد (نامیبیان و همکاران، ۲۰۱۷). از طرفی مفهوم کارآفرینی دیجیتال به ایجاد سرمایه گذاری های جدید اشاره می کند و تحول در مشاغل موجود با توسعه فن آوری های دیجیتال جدید را ایجاد می کند. کارآفرینی دیجیتال نمایانگر یک ستون اساسی برای توسعه اقتصادی دیجیتال است (شین و لایند سی، ۲۰۱۸) و لزوم پیگیری فرصت های کارآفرینی را مبتنی بر رسانه ها و فناوری های دیجیتال مطرح می کند (هوسو و اینکو، ۲۰۱۶) کراوس و همکاران (۲۰۱۸) شش جریان تحقیقاتی در زمینه دیجیتال را شنا سایی کردند: کارآفرینی و طراحی مدل های کسب و کار دیجیتالی، فرآیند کارآفرینی دیجیتال، استراتژی های پلتفرم، اکوسیستم دیجیتال، آموزش کارآفرینی دیجیتال و کارآفرینی اجتماعی می باشد (کراسو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۸).

<sup>۱</sup>. Shen and Lindsay

<sup>۲</sup>. Hosu, Iancu

<sup>۳</sup>. Kraus

در ادامه خلاصه ای از ادبیات پیشین در جدول (۱) ارائه می شود:

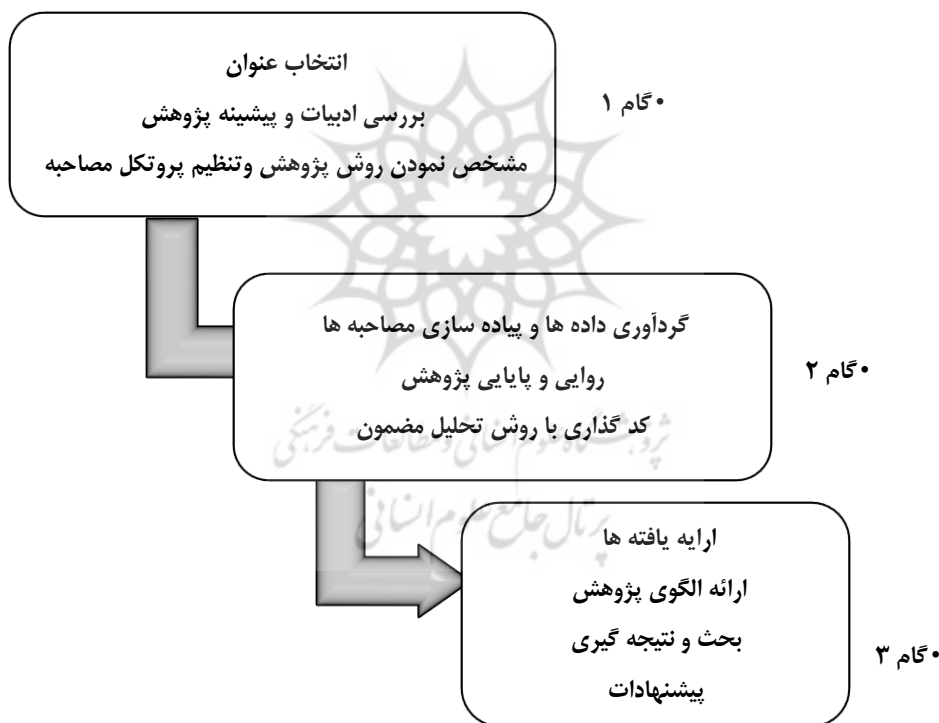
محقق	سال	عنوان	متدولوژی	نتایج/یافته
مینجا و همکاران	۲۰۲۳	تأثیر تولید مشترک برنامه های آموزشی کارآفرینی بر انتقال خلاقانه مهارت های کارآفرینی	آمیخته (کیفی- کمی)	آموزش کارآفرینی، احتمال بکارگیری خلاقانه مهارت های آموزشی در شرکت های خرد را از ۳۱ به ۴۹ درصد افزایش می دهد. با این حال، ابعاد کمتر تولید مشترک (نیازهای آموزش مشترک و طراحی مشترک) تأثیر مثبت متوسطی بر انتقال خلاق آموزش کارآفرینی داشتند، در حالی که بعد رایج تر (تولید مشترک) تأثیر مثبت قوی بر خلاقیت داشت. انتقال آموزش کارآفرینی این مطالعه بر حیاتی بودن تولید مشترک آموزش در ترویج استفاده خلاقانه از آموزش کارآفرینی تأکید می کند که برای ارتقای نوآوری و رونق کسب و کار بسیار مهم است. این نشان دهنده کاربرد اصول آندراگوژی و تولید مشترک آموزش کارآفرینی در زمینه اقتصاد نوظهور است.
جان مونیو موشیرا	۲۰۲۳	رسانه های دیجیتال و پتانسیل اقتصاد خلاق در اشتغال جوانان در کنیا: دیدگاه	کیفی	شناسایی مسیرها، فرصت های از دست رفته برای تسریع ایجاد و توسعه شغلی در صنایع خلاق و ارائه راهکارهایی برای کاهش چالش های مرتبط با جوانان ضروری است. از آنجایی که فرصت های مالی محدود، مشارکت کم جوانان در نیروی کار و چارچوب های سیاست

<p>ضعیف مشخص می‌شود، موفقیت در این صنعت نیازمند مسیرهای کلیدی است. اینها شامل سرمایه گذاری در نوآوری های دیجیتال، توسعه مدل های نوآورانه، ایجاد مشارکت با بخش خصوصی، سرمایه گذاری استراتژیک توسط دولت در زیربخش های بالقوه صنعت خلاق و شناسایی مدل های افزایش مقیاس موفق است.</p>		<p>نظریه زمینه ای</p>		
<p>صنایع خلاق در بستر اقتصاد خلاق و با توسعه فعالیت هایشان در بستر الکترونیکی خلق ارزش می کنند.</p>	<p>آمیخته (کمی و کیفی)</p>	<p>انطباق صنایع خلاق با فناوری های الکترونیکی</p>	<p>۲۰۲۰</p>	<p>سوکوو سکیا و ارماکوا</p>
<p>این پژوهش به بررسی ارتباط بین شبکه های اجتماعی با ظرفیت های صنایع خلاق پرداخته است و نتایج حاکی از آن است بهره گیری از ظرفیت های شبکه های اجتماعی برای تقویت خلاقیت صنایع، برندها و محصولات خلاق خاص بازی های رایانه ای و پیوند آن با شبکه های اجتماعی تاکید نموده است.</p>	<p>کیفی</p>	<p>بازاریابی مجازی(رسانه های اجتماعی در صنایع خلاق</p>	<p>۲۰۲۰</p>	<p>واوراس کی و اوتال</p>
<p>دانش در سازماها و مدیریت دانش مستلزم سرمایه اجتماعی و کسب آن از محیط اجتماعی، شبکه های اجتماعی و سرمایه اجتماعی زمینه ساز فعالیت صنایع خلاق است.</p>	<p>آمیخته(کیفی و کمی)</p>	<p>سرمایه اجتماعی برای نظام مدیریت دانش صنعت خلاق</p>	<p>۲۰۲۰</p>	<p>مایاساری و چاندرا</p>
<p>متناسب با میزان نفوذ شبکه های اجتماعی، قصد خرید در بین مصرف کنندگان</p>	<p>کمی</p>	<p>جذابیت اینستاگرام،</p>	<p>۲۰۱۸</p>	<p>کیرکوا و همکاران</p>

وجود دارد و بین برند مصرفی و قصد خرید تجارت اجتماعی در شبکه های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.		فیسبوک، یا توئیتر		
تأثیر صنایع خلاق و اقتصاد خلاق در رشد اقتصادی با اتکای به سرمایه بومی و اجتماعی بین عناصر جامعه صنایع خلاق و فرهنگی در رشد اقتصادی نقش دارند.	کیفی	اقتصاد خلاق، صنایع فرهنگی و توسعه محلی	۲۰۱۶	بوکسلا و سالرنو
نتایج بررسی باهدف سنتز پژوهی، با استفاده از روش کیفی گراندتئوری (نظریه داده بنیاد) نشان داد «اقتصاد رسانه» بر توسعه ی شبکه های اجتماعی نقش واسط و مثبتی ایفا می کنند. در این راستا عوامل واسطه ای، مداخله گر، تسهیلگر ها و پیامدها مشخص شدند.	طراحی مدل اقتصاد رسانه ای صنایع خلاق در شبکه های اجتماعی	کیفی	۱۳۹۹	شریفی و همکاران
صنایع خلاق، بازاریابی خلاق و بازاریابی محتوا از عناصر اصلی در شبکه های اجتماعی است که با استفاده از ارتباطات اعضای خانواده ها در تولید محتوا و شفافیت عملی است	شناسایی ویژگی های نظام بازاریابی صنایع خلاق	کیفی	۱۳۹۸	شریفی و همکاران
مدل صنایع خلاق مبتنی بر اثرات سیاسی، توسعه ملی و هویتی در ایران است.	کیفی	طراحی نظام پایش اثرات صنایع خلاق	۱۳۹۸	شاملی و همکاران
تأمین مشارکتی هزینه تولید برنامه ها، اینترنت و رسانه های نوین، پخش تبلیغات بازرگانی، آموزش و انتقال تجربیات، کمک مردمی، بودجه دولتی از شیوه های تأمین مالی است.	کیفی	عوامل مؤثر بر بازاریابی فیلمهای سینمایی	۱۳۹۷	صلواتیان و همکاران

## روش شناسی تحقیق

هدف این پژوهش ارائه الگوی مهارت آموزی در توسعه اکوسیستم کسب و کارهای الکترونیکی مبتنی بر اقتصاد خلاق است که به صورت اکتشافی و با هدف کاربردی ارائه می شود. بر این اساس با ابزار مصاحبه و روش پژوهش کیفی با استفاده از استراتژی تحلیل مضمون داده های پژوهش گردآوری و تحلیل شده است. گردآوری داده ها تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه یافته است و این مهم در مصاحبه دوازدهم حاصل گردیده است. جهت اطمینان از روایی پژوهش از روش های بررسی توسط اعضاء و بازبینی توسط همکاران استفاده شده است. برای بررسی پایایی تحقیق از روش بازآزمون و توافق بین دو کد گذار استفاده گردیده است. در ادامه و در شکل (۲) چارچوب اجرایی تحقیق ارائه شده است.



شکل (۲) چارچوب اجرایی پژوهش

در تحقیق حاضر از پایایی بازآزمون و روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام گرفته استفاده می‌شود. در این بخش برای بررسی پایایی مصاحبه‌ها، از روش پایایی بازآزمون و روش پایایی توافق بین دو کدگذار استفاده شده است. در ادامه نحوه انجام هر یک از آنها شرح داده شده است.

### محاسبه پایایی بازآزمون

روش بازآزمون برای ارزیابی ثبات کدگذاری پژوهشگر به کار می‌رود. برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مصاحبه‌های انجام گرفته چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شده و هر کدام از آنها در یک فاصله زمانی مشخص توسط خود پژوهشگر، دو بار کدگذاری می‌شوند. سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر مصاحبه انتخابی با هم مقایسه می‌شوند. در هر کدام از مصاحبه‌های انتخابی، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه هستند با عنوان کدهای توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان کدهای عدم توافق مشخص می‌شوند. فرمول تخمین پایایی بین کدگذاری در دو فاصله زمانی بدین ترتیب است:

$$\text{درصد پایایی بازآزمون} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

در پژوهش کنونی برای محاسبه اعتبار بازآزمون، از بین مصاحبه‌های انجام گرفته، تعداد ۲ مصاحبه انتخاب شده و هر کدام از آنها دو بار در یک فاصله زمانی ۲۰ روزه توسط پژوهشگر کدگذاری شده‌اند. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول زیر آمده است:

جدول (۲) محاسبه اعتبار بازآزمون

ردیف	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	اعتبار بازآزمون (درصد)
۱	۲۲	۹	۴	۸۲٪
۲	۲۴	۱۱	۲	۹۲٪
تعداد کل	۴۶	۲۰	۶	۸۷٪

<sup>۱</sup>Re-Test Reliability

<sup>۲</sup>Inter-Coder Reliability

همان طور که در جدول فوق مشاهده می شود تعداد کل گدها در دو فاصله زمانی ۲۰ روزه برابر ۴۶، تعداد کل توافقات بین گدها در این دو زمان برابر ۲۰ و تعداد کل عدم توافقات در این دو زمان برابر ۶ است. اعتبار بازآزمون مصاحبه های انجام گرفته در این تحقیق با استفاده از فرمول ذکر شده، برابر ۸۷ درصد است. با توجه به اینکه این میزان اعتبار بیشتر از ۶۰ صدم است اعتبار کدگذاری ها مورد تأیید است.

### پایایی بین دو کدگذار

توافق بین کدگذاران عبارت از توافق دو یا چند کدگذار در زمینه کدهای مورد استفاده در خصوص بخشی از متن مصاحبه می باشد (نشان داده شود که یک کدگذار دیگر، متن را با همان کد یا کدهای مشابه کدگذاری می کند). برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک دانشجوی مقطع دکتری درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند. آموزش ها و تکنیک های لازم جهت کدگذاری مصاحبه ها به ایشان انتقال داده شد (هر چند که خود ایشان با کدگذاری آشنایی داشتند). سپس محقق به همراه این فرد، تعداد چهار مصاحبه را کدگذاری نموده و درصد توافق درون موضوعی (توافق بین دو کدگذار) با استفاده از فرمول زیر محاسبه گردید:

$$\text{درصد توافق دو کدگذار} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل گدها}} \times 100\%$$

نتایج حاصل از این کدگذاری ها در جدول زیر آمده است:

جدول (۳) محاسبه اعتبار بین دو کدگذار

ردیف	تعداد کل گدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	اعتبار بین دو کدگذار (درصد)
۱	۲۱	۹	۳	۸۶٪
۲	۱۹	۸	۳	۸۴٪
تعداد کل	۴۰	۱۷	۶	۸۵٪

همانطور که در جدول فوق مشاهده می شود تعداد کل گدها که توسط محقق و همکار تحقیق به ثبت رسیده است برابر ۴۰، تعداد کل توافقات بین این گدها ۱۷ و تعداد کل عدم توافقات بین

این گُدها برابر ۶ است. اعتبار بین گُذگاران برای مصاحبه‌های انجام‌گرفته در این تحقیق با استفاده از فرمول ذکرشده برابر ۸۵ درصد است. با توجه به اینکه این میزان اعتبار بیشتر از ۶۰ صدم است. اعتبار کدگذاری‌ها مورد تأیید است و می‌توان ادعا کرد که میزان اعتبار تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است.

### یافته ها

در این بخش گام‌های طی شده جهت کدگذاری سه مرحله‌ای (کد باز، کد محوری و کد گزینشی) گردید. نتایج حاصل در جدول (۴) نشان داده شده است:

جدول (۴) نتایج کد گذاری با رویکرد تحلیل مضمون

مصدق	تم فرعی	تم اصلی	محور
صنایع خلاق با داشتن مدل اقتصاد رسانه ای در فضای شبکه اجتماعی، دارای کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بوده و پتانسیل های تولید ثروت را در ابعاد مختلف دارند.	رسانه	اقتصاد خلاق	فرایند مهارت آموزی درمدل های اقتصاد خلاق (مدل) رفاهی،
برنامه ریزی نظام مند در شیوه کسب درآمد با رویکرد اقتصاد محوری، تدوین برنامه های دانش محور با هدف دانش اندوزی، تسهیم آن، هویت محوری با دادن هویت به کاربران در حوزه صنایع خلاق، دادن اطلاعات و آموزش های لازم به کاربران و عناصر سازمانی، با راهبرد نوآوری و خلاقیت و سبب است گذاری در عرضه شبکه های اجتماعی مرتبط است.			مدل رشد، مدل رقابتی، مدل نوآورانه) به منظور توسعه اکوسیستم کسب و
توسعه ی کسب و کارهای حوزه هنر نیاز به آگاهی بخشی هنرمندان در راستای اطلاعات کسب و کار و بازار دارد.	هنر ها		
هنرمندان مشکلات جدی در زمینه بازاریابی دارند که ناشی از عدم مهارت و توانمندی فعالان این حوزه در زمینه ی کارآفرینی و بازاریابی است.			
تحقیق و پژوهش خلاق که پاسخگوی نیاز جامعه باشد و به عنوان استراتژی و راهبردی جهت حل مشکلات باشد نیاز به مهارت آموزی تخصصی دارد.	خدمات خلاق		



کارهای الکترونیکی	حوزه های فرهنگی و تفریحی و ورزشی قابلیت های مناسبی برای توسعه دارند که مهارت آموزی می تواند بسیار کمک کند.		
	نقش بسزای صنایع خلاق و فرهنگی در اقتصاد به واسطه ی تبلیغات، طراحی های خلاق است .	میراث فرهنگی	
	امکانات شبکه های اجتماعی، معرفی خدمات معماری، هنری، صنایع دستی به توسعه کسب و کار های الکترونیکی در صنایع خلاق کمک می کند.		
	اقتصاد خلاق شامل کلیه افراد و کسب و کارهایی است که باعث ایجاد فرهنگ، محصولات و خدمات خلاقانه می شود.	آفرینش های کارکردی	
	فعالیت در رسانه های جدید به منظور توسعه کارآفرینی در صنایع خلاق نیازمند مهارت آموزی است.		
فرایند مهارت آموزی در اقتصاد خلاق	در مراحل فرایند آموزی از برنامه ریزی و سازماندهی تا تاثیر گذاری مهارت آموزی بر اشتغال پایدار لازم است به صورت مستمر ارزیابی شود و بازخورد مناسب ارائه شود.	ارزیابی های اثر گذار در فرایند مهارت آموزی	
	یکی از راهبردهای ضروری که در بحث مهارت آموزی لازم است مد نظر قرار بگیرد؛ انطباق مهارت آموزی با تغییرات مداوم است. پویایی در مهارت آموزی لازم است.	بهبود مستمر در مهارت آموزی (یادگیری)	
	ضرورت فهم اقتصاد خلاق در قالب صنایع خلاق برای مربیان لازم است تا بتواند صورت هدفمند و در راستای اهداف اقتصاد خلاق فعالیت نمایند	تدریس هدفمند و آموزش پویا	
	ارائه بازخورد مناسب و بر انگیزاننده به مهارت آموزان و مربیان باعث بهبود فرایند مهارت آموزی است.	بازخورد موثر به مهارت آموزان و مربیان	
	توسعه ی اکوسیستم کسب و کار های الکترونیکی با نقش آفرینی کاربران دیجیتالی محقق می شود این کاربران در قالب کاربران (سازمانی، مهارت آموزان و مربیان) نقش آفرینی می کنند.	کاربران دیجیتالی (چه کسی)	توسعه اکوسیستم کسب و

انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات و اهمیت کسب مهارت های لازم برای شبکه سازی و فرهنگ سازی نقش مهمی در افزایش سهم اقتصادی از صنایع خلاق دارد.	انگیزه های دیجیتالی (چرا)	کارهای الکترونیکی
ایجاد زیر ساخت مناسب نیاز به یک سازمان مادر و هماهنگ کننده دارد که بتواند کنترل و هدایت و راهبری مهارت آموزی را در این بستر فراهم کند.	سازمان های دیجیتالی (چگونه)	
کلیه اقدامات سازماندهی و هماهنگی نهادی از طریق سازمان مادر قابل کنترل و هدایت است.		
اقتصاد خلاق به واسطه فعالیت رسانه ها، شبکه های اجتماعی، کاربران (مهارت آموزان)، با هدف حذف فاصله های عمودی و کاهش هزینه ها، افزایش انعطاف پذیری و فعالیت های غیر خطی مثمر ثمر است.	فعالیت دیجیتالی (چه چیزی)	
بهره گیری از تعاملات الکترونیکی می تواند منجر به اقدامات مولد در زمینه تولید و خلق محصولات فرهنگی، هنری و ورزشی شود.		

در این پژوهش ۱۲ مصاحبه با خبرگان حوزه مهارت آموزی مرتبط با کسب و کارهای الکترونیکی انجام شد. در این پژوهش، بر اساس سؤالات مطرح شده، در پروتکل مصاحبه بر اساس الگوی شناختی استحصال شده از ادبیات، کدهای استخراج شده دسته بندی شد. در ادامه بر اساس یافته های پژوهش بحث و نتیجه گیری ارائه می گردد:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

۱. Why
۲. How
۳. What

## بحث و نتیجه گیری

اقتصاد خلاق؛ با تاثیر گذاری چند بعدی؛ از چندین راه به توسعه ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیست محیطی کشورها کمک می کند. از منظر اقتصادی، تجارت جهانی یکی از مولفه های کلیدی اقتصاد خلاق است. به گزارش آنکتاد، تجارت جهانی محصولات صنایع خلاق طی سال های اخیر به سرعت افزایش یافته است و تجارت کالاها و خدمات خلاق به طور متوسط سالانه ۱/۷ درصد افزایش داشته است. که سهم صادرات فرآوردهای سمعی و بصری با رشد بیش از سه برابری بیش ترین ارزش آوری را برای کشور های صادر کننده داشته است (گزارش اتحادیه اروپا، ۱۹۹۱). اشتغال زایی را می توان از مهم ترین پیامدهای اجتماعی توسعه ی صنایع خلاق دانست. لازم به یادآوری است که صنایع خلاق هم متکی بر دانش و مهارت و سرمایه انسانی هستند به این معنا که به نیروی کار با مهارت های خاص و صلاحیت های حرفه ای سطح بالا نیاز دارند و هم "کاربر" هستند، مثل تئاتر و سینما که تماماً به نیروی کار خلاق متکی می باشند. سهم صنایع خلاق در اشتغال اکثر کشورها قابل توجه است، تقریباً بین ۱ تا ۱۱ درصد نیروی کار شاغل در هر کشور را تشکیل می دهند. پتانسیل اشتغال زایی صنایع خلاق از دیدگاه سیاست های هدف گذاری اشتغال می تواند حایز اهمیت باشد. دیگر جنبه ی اجتماعی مهم صنایع خلاق به نقش آنها در ارتقای انسجام اجتماعی مربوط می شود. از نظر عامه ی مردم، اقتصاد خلاق شامل مجموعه ای از فعالیت های فرهنگی است که می توانند به یکپارچگی اجتماعی جوامع کمک کند. جوامعی را که به کشمکش های اجتماعی و انواع مختلف تنش های داخلی دچار می شوند، می توان از طریق مشارکت در آیین های فرهنگی درمان کرد. مشارکت قشرهای مختلف مردم یک کشور در یک جشن آیینی یا ملی، انگیزه ی مردم را نسبت به زندگی اجتماعی و حیات جامعه اعتلا می بخشد. همچنین اقتصاد خلاق می تواند نقش کاتالیزوری در افزایش توازن جنسیتی در محیط کار، به ویژه در کشورهای در حال توسعه ایفا کند. چرا که زنان بسیاری در حیطه های صنایع دستی و هنری و عرصه های مربوطه به طور غیر رسمی کار می کنند، که اقتصاد خلاق می

تواند موجبات جذب بیشتر بعضی از کارکنان با استعداد را که در بخش غیررسمی اقتصاد به فعالیت های خلاق مشغول می باشند و معمولاً بی اهمیت به حساب می آیند، را فراهم می سازد. افزون بر آن، اقتصاد خلاق ارتباط تنگاتنگی با نظام های آموزشی، چه در کشور های توسعه یافته و چه در حال توسعه دارد. اکثرمدارس به نقش هنر در شکل گیری نگرش و رفتارهای اجتماعی کودک آگاه هستند و در آموزش بزرگسالان نیز، امکانات و زیر ساخت های مناسبی در اکثر کشورها برای بهره گیری از آموزش های فرهنگی و هنری وجود دارد. لذا این ارتباط دوجانبه که در یک سو نهادهای آموزشی و پرورشی قرار دارند که مسوول پرورش افراد ماهر و با انگیزه برای پیوستن به محیط های کار خلاق می باشند؛ و در سوی دیگر صنایع خلاق ورودی های فرهنگی و هنری لازم را برای نظام آموزشی تدارک می بینند، سبب ارتقای فرهنگی جوامع در بلندمدت می شود. از بعد فرهنگی می توان اقتصاد خلاق را به عنوان تامین کننده ی کالاها و خدمات خلاق که دارای دلالت های فرهنگی عمیق است، در نظر گرفت. آموزشهای فرهنگی و هنری، شناخت بزرگسالان را از جامعه و کارکردهای آن افزایش می دهد، یا می تواند ابزاری برای ارتقای چنین شناختی باشد. در این راستا مداس و ساوین (۲۰۲۳) نقش مثبت خلاقیت بر رشد اشتغال را نشان داده اند. علاوه بر این، نویسندگان شواهدی برای اثر مکمل ناشی از ترکیب خلاقیت با تجربه مدیریتی، سطح تحصیلات افراد و مهارت های مرتبط با آنها پیدا کردند، در مقابل، ترکیب خلاقیت با تحقیق و توسعه را نیز مثر ثمر دانسته اند که هم سو با نتایج تحقیق حاضر است. بر اساس اهمیت این مقوله در پژوهش حاضر فرایند مهارت آموزی در مدل های اقتصاد خلاق به منظور توسعه اکوسیستم کسب و کارهای الکترونیکی با روش کیفی و رویکرد تحلیل مضمون، مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. در این راستا رشید<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۳) نیز مطرح کردند یک انتقال دانش با

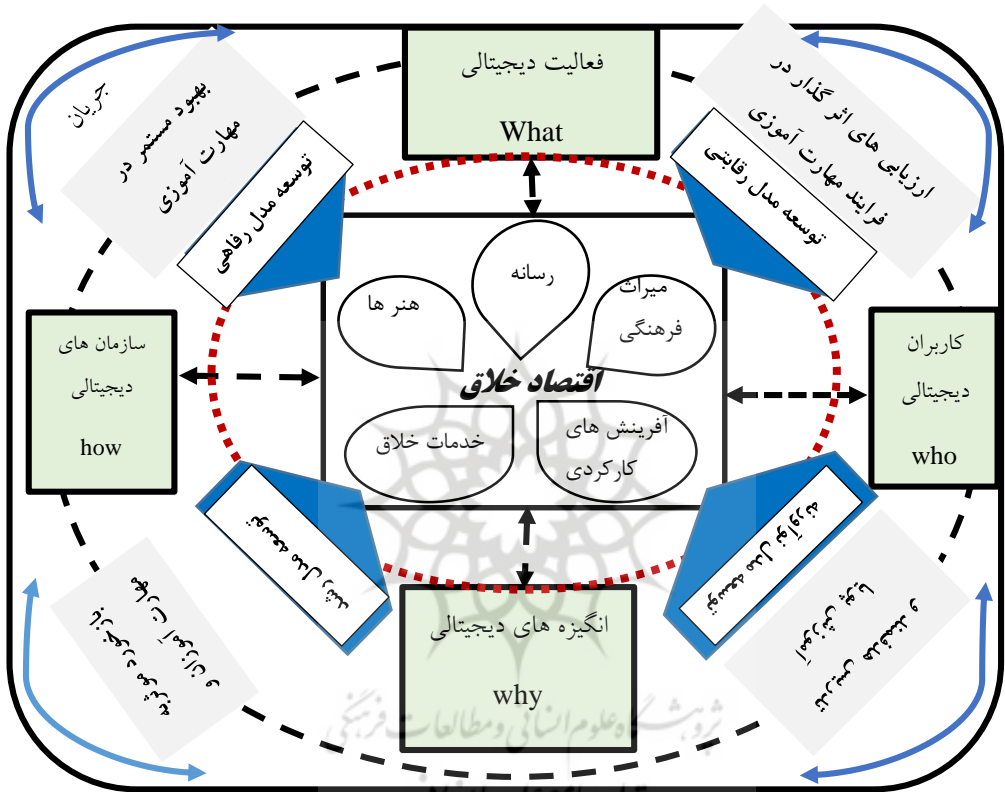
---

<sup>۱</sup>. Medase and Savin

<sup>۲</sup>. Rashid

ساختار کارآفرینی، جامعه را از طریق پیوند، پل زدن، و پیوندهای مشارکت دانشگاه-جامعه-دولت انعطاف پذیرتر و رقابت پذیرتر تبدیل می کند.

در ادامه و در شکل (۳) الگوی پژوهش مستخرج از تحلیل داده ها (کدگذاری) ارائه شده است :



شکل (۳) الگوی نهایی پژوهش مستخرج از تحلیل داده های کیفی

بر اساس نتایج پژوهش حاضر مشخص شد فرایند مهارت آموزی در مدل های اقتصاد خلاق مشتمل بر مدل (رقابته، رشد و نوآورانه) است. بعلاوه اقتصاد خلاق مربوط به خلق ارزش در صنایع خلاق شامل «رسانه، هنر، میراث فرهنگی، آفرینش های کارکردی و خدمات خلاق» است که لازم است بسترسازی جهت «توسعه توانمندی کاربران دیجیتالی، فعالیت های دیجیتالی، سازمان های دیجیتالی و انگیزه های دیجیتالی» ایجاد شود و در این فرایند مولفه هایی چون «ارزیابی های اثر گذار، بهبود مستمر در مهارت آموزی (یادگیری)، تدریس هدفمند و آموزش پویا و ارائه بازخورد

موثر به مهارت آموزان و مربیان» منجر به تقویت و توسعه اکوسیستم کسب و کارهای الکترونیکی گردد. بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادات کاربردی ارائه شده است:

### پیشنهادات کاربردی

۱) مدل اول اقتصادِ خلاق که در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت «مدل رفاهی» بوده است. با تقویت مهارت آموزی در این بخش کسب کارهای موجود توان مجدد برای رقابت و ادامه حیات خواهند یافت. بر این اساس پیشنهاد می شود کسب و کارهای بیمار اقتصاد خلاق در کشور که امکان رونق بخشی آن ها با توسعه کسب و کارهای الکترونیکی وجود دارد شناسایی و صاحبان این کسب و کارها، مهارت های لازم، مناسب و پویا را دریافت کنند. بدین طریق بخش بیمار اقتصاد که از رشد ساقط است و زیانده؛ به عنوان یک فرصت، جهت توسعه اقتصادی نقش آفرینی خواهد کرد. این مهارت ها بویژه برای بانوان، سالخوردگان و اقشار آسیب پذیر همچون خانواده بهزیستی و کمیته ی امداد می تواند مثر ثمر باشد.

۲) مدل دوم مربوط به «مدل رقابتی» در صنایع خلاق است. بر اساس نتایج تحقیق پیشنهاد می شود مهارت های لازم در زمینه ی بازاریابی دیجیتال، بازارهای هدف صادراتی و صنایع خلاق به عنوان یک صنعت مکمل در نظر گرفته شود. بر این اساس صنایع مکمل به عنوان فعالان حوزه اقتصاد خلاق می توانند به صنایع دیگر اضافه شوند مثلاً هنر خوشنویسی و طراحی می تواند مکمل صنعت پوشاک یا لوازم خانگی و تزئینی باشد. بر این اساس پیشنهاد می شود مهارت های لازم برای بخش هایی از صنعت که صنایع خلاق می توانند به عنوان مکمل، خلق ارزش افزوده برای آنها باشد مهارت های مناسب را دریافت کنند.

۳) مدل سوم (مدل رشد) در صنایع خلاق است بر این اساس پیشنهاد می شود استراتژی های مناسب جهت تقویت کسب و کارها با فعالیت در بستر الکترونیکی در بازار داخلی و خارجی مد نظر قرار بگیرد. مهارت آموزی برای صنایع خلاق جهت توسعه و رشد کسب و کارها می تواند موجب رونق این بخش گردد.

۴) مدل چهارم (مدل نوآورانه) در اقتصاد خلاق است. از آنجا که بخشی از قوه خلاقیت افراد مربوط به ویژگی های ذاتی است و بخشی دیگر مربوط به آموزش ها و محیطی است که فرد رشد و نمو می یابد؛ بر این اساس پیشنهاد می شود مهارت های لازم در این حوزه همچون اقدامات ابتکاری در

صنایع خلاق و یا بریکولاژ در توسعه ی کسب و کار های الکترونیکی در صنایع خلاق مد نظر قرار بگیرد .

### پیشنهاد برای تحقیقات آتی

بر اساس نتایج تحقیق پیشنهاد می شود عناوین زیر در تحقیقات آتی مد نظر قرار بگیرد :

۱) تأثیر تولید مشترک برنامه های آموزشی کارآفرینی بر انتقال خلاقانه مهارت های کارآفرینی

۲) کاربرد رویکردی چند بعدی برای تقویت و سنجش تفکر خلاق و مهارت های شناختی

۳) کاربرد استراتژی ها برای کاهش شکاف مهارتی مبتنی بر بازی وارسازی آموزش در صنایع خلاق در ایران

۴) طراحی مدل صنعت خلاق فرهنگی مبتنی بر هوش مصنوعی مبتنی و یادگیری ماشین



## منابع

۱. حسینی نیا غلامحسین، بختیاری، مر ضیه (۱۴۰۲) ارائه الگوی راهبردی جامع آموزش های فنی و حرفه ای یک پژوهش چند روشی، فصلنامه مهارت آموزی دوره ۱۱، شماره ۴۳ - (۳)
۲. شاملی حاجی آبادی، مهدی، مدهوشی، مهرداد، آقاجانی، حسنعلی. (۱۳۹۸). طراحی نظام پایش اثرات صنایع خلاق ایران. فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ، ۱۲(۴۵)، ۱۳۱-۱۵۲. doi: 10.22034/jsfc.2019.95596
۳. صلواتیان، سیاوش، مهناز بخش روح و احمدرضا درفشی (۱۳۹۷) عوامل مؤثر بر بازاریابی فیلمهای سینمایی ایرانی از طریق رسانه «های اجتماعی»، مطالعات فرهنگ شماره، ارتباطات - ۹۱: ۹۷۳-۹۷۹
۴. شریفی، سیدمهدی، محمدرضا سعیدآبادی، مهرداد استیری (۱۳۹۸) «طراحی مدل سیستمی آموزش و توسعه سرمایه انسانی در صنایع خلاق»، فصلنامه های پژوهش مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع) شماره ۷۵(۱) ۹۱-۹۹.
۵. شریفی، سیدمهدی، دانایی، ابوالفضل، هوشیار، سعید. (۱۳۹۹). طراحی مدل اقتصاد رسانه‌های صنایع خلاق در شبکه‌های اجتماعی. فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۱۴(۳۶)، ۶۱-۸۶. doi: 10.22085/javm.2021.257847.1650
۶. محمدکاظمی، رضا، طالبی، کامبیز، داوری، علی، دهقان نجم آبادی، عامر. (۱۴۰۰). طراحی مدل توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط دانش بنیان با رویکرد دیمتل. فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران، ۱۶(۶۱)، ۱-۱۶.
۷. ملک زاده غلامرضا، سلطانی فرشته (۱۳۹۳) سیستم های هوشمندی کسب و کار و تحول گرایی مدیران در شرکت های کوچک و متوسط، فصلنامه رشد فناوری، سال یازدهم، شماره ۴۱، زمستان ۱۳۹۳
۸. Amit, R. and Zott, C. (2001) Value Creation in E-Business. Strategic Management Journal, 22, 493-520
۹. Andrea Geissinger, Christofer Laurell, Christian Sandström, Klas Eriksson, Rasmus Nykvist (2019) Digital entrepreneurship and field conditions for institutional change- Investigating the enabling role of cities, Technological Forecasting and Social Change, Volume 146, September 2019, Pages 877-886
۱۰. Awawdeh, H., Abulaila, H., Alshanty, A., & Alzoubi, A. (2022). Digital entrepreneurship and its impact on digital supply chains: The mediating role of business intelligence applications. International Journal of Data and Network Science, 6(1), 233-242.
۱۱. Baumann O., Schmidt J., Stieglitz N. (2019) Effective Search in Rugged Performance Landscapes: A Review and Outlook, Journal of Management.



۱۲. Boccella, N.& Salerno, I. (2016).Creative economy, cultural industries and local development.Procedia-Social and Behavioral Sciences, 223, 291-296.
۱۳. Boix-Domenech, R.& Soler-Marco, V. (2017).Creative service industries and regional productivity.Papers in Regional Science, 96(2), 261-279.
۱۴. Cavallo Angelo , Antonio Ghezzi, Claudio Dell'Era, Elena Pellizzoni(2019) Fostering digital entrepreneurship from startup to scaleup: The role of venture capital funds and angel groups, Technological Forecasting & Social Change 145 (2019) 24–35
۱۵. commerce purchase intention. Eur J Econ Bus Stud, 10, 279-289.
۱۶. Del Giudice, M., & Straub, D. (2011). IT and entrepreneurship: an on-again, off-again love affair or a marriage? MIS Quarterly, 35(4), 3–8
۱۷. Divito, L., & Ingen-Housz, Z. (2019). From Individual Sustainability Orientations To Collective Sustainability Innovation And Sustainable Entrepreneurial Ecosystems. Small Business Economics, 20, 1-30.
۱۸. Fernandes, C., Ferreira, J. J., Veiga, P. M., Kraus, S., & Dabić, M. (2022). Digital entrepreneurship platforms: Mapping the field and looking towards a holistic approach. Technology in Society, 101979.
۱۹. Gianluca Elia , Alessandro Margherita, Giuseppina Passiante(2020) Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process, Technological Forecasting & Social Change for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurships. The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.
۲۰. Haarhaus, T., Geiger, J.-M., Liening, A(2018) The influence of digitalization on emergent processes of entrepreneurial ecosystems - A complexity science perspective, International Conference on Information Systems 2018, ICIS 2018
۲۱. Hosu, I., Iancu, I, 2016. Digital Entrepreneurship and Global Innovation. IGI Global
۲۲. Isenberg, D. J. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm.
۲۳. Kircova, İ. Yaman, Y.& Köse, Ş. G. (2018). Instagram, Facebook or Twitter: whichengages best? A comparative study of consumer brand engagement and social
۲۴. Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F.L., Spitzer, J., 2018. Digital entrepreneurship a research agenda on new business models for the twenty-first century. Int. J.Entrepreneur. Behav. Res
۲۵. Mayasari, Y.& Chandra, T. (2020).Social capital for knowledge management system of the creative industry.Journal of EnterprisingCommunities: People and Places in the Global Economy.

۲۶. Medase, S. K., & Savin, I. (2023). Creativity, innovation and employment growth in sub-Saharan Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*.
۲۷. Minja, J. J., Charles, G., & Mbura, O. K. (2023). The influence of co-production of entrepreneurship training programmes on the creative transfer of entrepreneurship skills. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 13(1), 4.
۲۸. Muchira, J. M. (2023). Digital media and creative economy potential on youth employment in Kenya: a grounded theory perspective. *Information and Learning Sciences*.
۲۹. Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., Song, M., 2017. Digital innovation management: reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quart.* 4(1), 223–238
۳۰. Rashid, N. K. A., Lani, M. N., Ariffin, E. H., Mohamad, Z., & Ismail, I. R. (2023). Community Engagement and Social Innovation Through Knowledge Transfer: Micro Evidence from Setiu Fishermen in Terengganu, Malaysia. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-18.
۳۱. Shen, K.N., Lindsay, V., Xu, Y., 2018. Digital entrepreneurship. *Inf. Syst. J.* 28 (6), 1125–1128.
۳۲. Steininger D.M.(2019) Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT-associated and digital entrepreneurship research, *Information Systems Journal*.
۳۳. Sukhovskaya, D. N.& Ermakova, L. I. (2020). Adaptation of Culture and Creative Industries Sphere to the Transition of Digital Technologies. In 2nd International.Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth”(MTDE 2020) (pp. 474-477). Atlantis Press.
۳۴. Sussan, F., Acs, Z.J., 2017. The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Econ.* 49(1), 55–73.
۳۵. UNCTAD(2008) CREATIVE ECONOMY REPORT .
۳۶. Wawrowski, B.& Otolá, I. (2020). Social Media Marketing in Creative Industries:How to Use Social Media Marketing to Promote Computer Games?Information,11(5), 242.