

آسیب‌شناسی نظام کارآفرینی رسانه‌ای در نهادهای توسعه دهنده کارآفرینی

(مورد مطالعه: اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان قم)

محمد مهدی اردیبهشت^۱

کمال احمد آلی^۲

چکیده

آسیب‌شناسی فرایندی است نظام‌مند از جمع‌آوری داده‌ها به منظور تعامل اثربخش و سودمند در راستای حل مشکلات، چالش‌ها، فشارها و محدودیت‌های محیطی است. با مقایسه و ارزیابی وضعیت موجود و مطلوب کارآفرینی رسانه‌ای می‌توان به نقاط قوت و ضعف این نظام پی برد و پیشنهادهایی در جهت بهبود آن‌ها ارائه کرد. تحقیق حاضر شامل خبرگان حوزه کارآفرینی، رسانه و آموزش‌های مهارتی می‌باشد. روایی محتوایی آن توسط هفت تن از خبرگان رسانه تایید و جهت تعیین پایایی از ضریب پایایی آلفای کرونباخ (۰/۹۳۱) استفاده شده است. مطابق با الگوهای ساخت ابزار در علوم مدیریت جهت مراحل شاخص‌سازی و انجام روایی محتوا از تحلیل عاملی اکتشافی برای تعیین ساختار عاملی اولیه انجام گرفته است. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، از t تک نمونه‌ای برای وجود متغیرهای کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت مناسب و از T مستقل برای تعیین شکاف بین وضع موجود و مطلوب در نظام کارآفرینی استفاده و موارد همچون توجه به عوامل دروندادی، فرآیندی، بروندادی و محیطی کمتر از میزان مطلوب بوده است؛ کمترین توجه به ترتیب عوامل محیطی و فرآیندی، در مقابل به عوامل دروندادی بیشترین توجه شده است و بیشترین شکاف بین وضع موجود و مطلوب (آسیب)، به ترتیب بین مولفه‌های مربوط به عوامل محیطی، عوامل دروندادی، عوامل فرآیندی و عوامل بروندادی می‌باشد.

واژگان کلیدی: آسیب‌شناسی، کارآفرینی رسانه‌ای، آموزش مهارتی، کسب و کار

^۱ محمد مهدی، دانشگاه پردیسان قم؛ دکترای کارآفرینی رسانه‌ای

^۲ کمال احمد آلی، موسسه آموزش عالی آزاد، فن‌آوران حکیم، دارای مجوز رسمی از وزارت علوم تحقیقات و فناوری، دکترای مدیریت عالی کارآفرینی، کسب و کار

مقدمه

کارآفرینی فعالیتی است که به طور سنتی با رشد اقتصادی و توسعه همراه بوده در و نتیجه، سیاست‌های نهادهای عمومی زیادی برای ترویج این‌ها فعالیت اختصاص یافته است.

. Velilla, Ortega, Molina, (۲۰۱۸) امروزه بیشتر کشورها نگران وضعیت اقتصادی خود هستند و مایلند اقتصادهایی با نرخ پایین بیکاری ایجاد کنند؛ بنابراین کارآفرینی، عامل اصلی برای رسیدن به این هدف است (Crecente et al, ۲۰۱۸).

برای نخستین بار تعریف کارآفرینی رسانه‌ای^۳ را از طرف هواگ^۴ (۲۰۰۵) مشاهده می‌کنیم که کارآفرینی رسانه‌ای را به عنوان هر فعالیتی که منجر به اضافه شدن یک صدا به رسانه‌ها شود تعریف کرد. اما این تعریف توسط آختن هاگن^۵ (۲۰۰۸) مورد انتقاد قرار گرفت، زیرا او در مثالی نقض، بیان کرد که راه اندازی یک وب نوشت توسط یک فرد اضافه شدن یک صدا در عالم رسانه هاست، اما چنین امری ویژگی‌های کارآفرینی رسانه‌ای را ندارد. مطابق رویکرد هانگ و ون ویزل (۲۰۰۷) " کارآفرینی رسانه‌ای را می‌توان به فعالیت‌های کارآفرینانه که با هدف استخراج فرصت‌های مناسب کسب و کار و سودآوری در صنعت رسانه انجام می‌شوند" اطلاق کرد. در یکی از جامع‌ترین تبیین‌ها از کارآفرینی رسانه‌ای، خواجه نیان و روشندل اربطانی این مفهوم را به این ترتیب تعریف کردند: افراد یا شرکت‌های کوچکی که با شناسایی یک فرصت مناسب سودآور در بازار، منابع کوچک مالی را فراهم می‌کنند، و با گردهم آوردن مهارت، دانش و تجهیزات، اقدام به عرضه فرآورده جدیدی در بازار رسانه با نوآوری در محصول، فرایند، کانال توزیع، و یا منطقه جغرافیایی می‌کنند. (خواجه نیان و روشندل اربطانی، ۲۰۱۱).

افزایش بیکاری جوانان یکی از مهمترین مشکلات اقتصادی و جوامع امروز جهان به طور مشابه برای کشورهای کمتر توسعه یافته و در حال توسعه است. در طول دهه آینده، باید حداقل ۴۷۵ میلیون شغل جدید برای جذب ۷۳ میلیون جوان در حال حاضر بیکار و ۴۰ میلیون نفر برای ورود سالانه جدید در بازار کار به وجود آورند (Unesco, ۲۰۲۱-۲۰۱۶).

یکی از مهمترین ویژگیهای هر نظام اقتصادی، درهم تنیدگی ساختارهای آموزش و اشتغال است. هر آموزشی باید بازدهی یا توجیه اقتصادی داشته باشد که عالی‌ترین نوع آن، ایجاد اشتغال متناسب با فراگیر است (نوید ادهم، ۱۳۹۵).

Media entrepreneurship (ME)^۳

Hoag^۴

Achtenhagens

Hang and Weezel^۶

جوانان پایه و اساس جوامع هستند؛ آن‌ها از یک سو با انرژی، نوآوری و شخصیت خود فضای توسعه و امنیت یک ملت را تعریف می‌کنند و از سوی دیگر با استعدادهای خلاق و نیروی کار خود، ضامن پیشرفت‌های اقتصادی و دستیابی به اهداف سیاسی و اجتماعی جامعه می‌شوند. (Olori & Olori, ۲۰۱۸).

آموزش فنی و حرفه‌ای در برگرفته مطالعه فن‌آوری و علوم مرتبط با آن و کسب مهارت‌های عملی، نگرش، درک و دانش مربوط به مشاغل در بخش‌های مختلف حیات اجتماعی و اقتصادی است Clark & Olumese (۲۰۱۳).

در واقع نقش آموزش فنی و حرفه‌ای تبدیل دانش به تولید و همچنین آماده‌سازی افراد برای زندگی، کسب و کار و آموزش عالی با توجه به تحولات سریع تکنولوژیکی و تغییرات در دنیای کاری باشد Hatisaru & Küçüküran (۲۰۰۹).

در راستای ترویج آموزش‌های الکترونیکی برپایه ابزارهای رسانه‌ای در حوزه مهارت آموزی، «تولید شبیه سازهای نرم افزاری و سخت افزاری»، «محتوای الکترونیکی آموزش‌های مهارتی در حوزه صنعت، کشاورزی، خدمات و فرهنگ و هنر»، «نرم افزارهای آموزشی مبتنی بر رایانه، ابزارهای همراه تبلت‌ها، تلفن‌ها و تلویزیون‌های هوشمند»، «وب سایت‌های آموزش مجازی» و «ایده‌های خلاقانه و نو در مهارت آموزی» بعنوان محور آموزش‌های سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای قرار گرفته است (پرنده، ۱۳۹۱).

اما علیرغم مشخص بودن این ایده‌ها اینکه برای تحقق آن‌ها چه فرآیندی باید طی گردد و عوامل دخیل در آن فرآیند چه می‌باشند، نامشخص می‌باشد به عبارت ساده‌تر مساله اصلی پژوهش حاضر این است که با توجه به اهمیت و ضرورت آموزش‌های فنی و حرفه‌ای چرا خروجی سازمان‌های آموزش دهنده مهارت آنچنان که باید راهی به بازار کار و کارآفرینی نمی‌یابند؟ ابعاد و مولفه‌های کارآفرینی رسانه‌ای چیست؟

وضعیت موجود نظام کارآفرینی رسانه‌ای در حال حاضر چگونه است؟ وضعیت مطلوب نظام کارآفرینی رسانه‌ای چگونه باید باشد؟ میزان شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب نظام کارآفرینی رسانه‌ای چقدر است؟ اولویت بندی نمودن آسیب‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای به ترتیب اهمیت کدامند؟ و در نهایت به این پرسش پاسخ دهد که " شناسایی و اولویت بندی آسیب‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای در نهادهای توسعه کارآفرینی چگونه است؟"

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی ارتباطی قوی با رسانه دارد. از یک طرف، پدیده کارآفرینی به شدت تحت تأثیر صنایع رسانه‌ای است. از سوی دیگر، رسانه‌ها با ایجاد یک گفتمانی که ارزش‌ها و تصاویر منسوب به کارآفرینی را انتقال می‌دهد؛ نقش مهمی در تأثیرگذاری بر پدیده کارآفرینی دارند (۲۰۰۵ Hang&Vanweezel). بنابراین ضرورت مطالعه کارآفرینی در کسب و کار رسانه‌ای را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

رسانه، در عصر حاضر جزو لاینفک زندگی و کار انسان (در همه سنین) است. از این رو با توجه به نیازمندی همه‌ی افراد جامعه و وجود ظرفیت کارآفرینی و رشد اقتصادی در این حوزه، انجام پژوهش‌های عمیق درباره‌ی این بعد از رسانه ضروری به نظر می‌رسد.

رسانه در سال‌های اخیر در عرصه‌ی بین‌المللی (و نیز داخلی) بعد جدیدی از خود نشان داده و به آن به عنوان یک کسب و کار نگریسته می‌شود (Hoag and seo, ۲۰۰۵).

کارآفرینی بعد از راه‌اندازی کسب و کار است (Thompson&Tilden, ۲۰۰۹) و آموزش و پرورش فنی و حرفه‌ای (TVET) موثرترین ابزار برای توانمندسازی شهروندان جهت دستیابی به توسعه پایدار ملی، افزایش اشتغال، بهبود کیفیت زندگی و کاهش فقر، بیکاری و ترویج فرهنگ صلح، آزادی و دموکراسی است. نگاهی گذرا به این دیدگاه، اهداف TVET را به عنوان مهارت‌های عملی، دانش، عادت کار، نگرش و ارزش‌های دیگر به گیرندگان این آموزشها مشخص می‌کند (Olori & Olori, ۲۰۱۸).

ضرورت توجه جدی و اساسی به توسعه‌ی کمی و کیفی رسانه‌ها در اسناد بالادستی مشهود است. به عنوان نمونه در چندین ماده از قانون برنامه‌ی پنج‌ساله‌ی پنجم توسعه (به عنوان نمونه تبصره‌ی ب ماده ۹ از فصل الف) به صراحت بر ضرورت توجه به توسعه‌ی رسانه در کشور اشاره شده است که این نگاه اسناد بالادستی نظام، پرداختن به مطالعات کارآفرینی رسانه را توجیه می‌کند.

برای تأثیرگذاری بیشتر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در پرورش نیروی کار ماهر و تربیت نیروی انسانی کارآفرین، نیازمند توجه جدی‌تر به بعد آموزشی به لحاظ محتوا و روش دارد (سلیمی، ۱۳۸۴).

براساس اعتقاد بسیاری از صاحب نظران، به رغم تلاش‌های فراوان در راستای ایجاد تحول و تغییر در فرآیند نظام مهارت‌سازی در کشور، نظام آموزشی بدلائیل مختلف مدتهاست که قادر نیست نیازهای بازار کار را از طریق تامین نیروی کار ماهر بطور کامل تامین کند (خاوری، ۱۳۹۳).

ارزشیابی‌ها از سیستم آموزش فنی و حرفه‌ای نشان می‌دهد که کارفرمایان از کیفیت این آموزشها راضی نیستند و غالبا از کیفیت ناچیز آموزش و فقدان مهارت‌های کاربردی کارآموزان و عدم تناسب محتوای آموزشی رضایت ندارند (نوبید ادهم، ۱۳۹۵).

جدول اخلاصه‌ای از مطالعات انجام شده درباره‌ی آسیب‌شناسی کارآفرینی رسانه‌ای را نشان می‌دهد.

جدول ۱- خلاصه مطالعات پیشین

محقق	هدف	روش	یافته ها
نیک نژاد، مقیمی و روشندل (۱۳۹۱)	طراحی مدل کارآفرینی رسانه ای	کیفی - داده بنیاد	در الگوی کارآفرینی رسانه‌ای، عوامل زیربنایی (منابع و انسان مداری)، روینمایی (کارآفرین رسانه‌ای، بازار و مشتریان و دولت/جامعه) و موازنه کننده (ارتباطات، ارزشها و هنجارها و نظام اجتماعی- اقتصادی)
سلیمانی و رضوی (۱۳۹۵)	طراحی مدل کار آفرینی در رسانه	کیفی - داده بنیاد	ارائه مدلی شامل سه بعد اساسی است که شامل: عوامل ساختاری، عوامل رفتاری (محیطی) و عوامل زمینه‌ای است.
کریمیان (۱۳۹۳)	آسیب شناسی کارآفرینی رسانه‌ای	کیفی	۴ دسته بندی برای اولویت‌های آسیب‌ها در این عرصه مطرح نمود که عبارتند از: قانونی و سیاسی، مدیریت و نیروی انسانی، فرهنگی و اجتماعی، آموزشی و رفتاری
انتظاریان (۱۳۹۲)	آسیب شناسی محیط کسب و کار	کیفی	آسیب‌های محیط کسب و کار در بخشهای مختلف را شامل: ۵/۲۱ منابع مالی، ۴/۱۱ نرخ مالیات، ۸/۶ نیروی آموزش دیده، ۱۱/۷ دسترسی به زمین، ۸/۶ اخذ مجوز، ۵/۴ قانون کار، ۴/۳ حمل و نقل، ۵/۲ فساد اقتصادی می‌داند
مجلل (۱۳۹۰)	آسیب شناسی فرایند کارآفرینی	توصیفی	برنامه درسی کارآفرینی به طورمطلوب ارائه نمیشود و اهداف، محتوا، روشهای یاددهی و یادگیری، ارزشیابی آموزشی در حد میانگین مورد انتظار فرض شده نبوده و تفاوت معنی داری بین میانگین مورد انتظار وکسب شده وجود دارد.

محقق	هدف	روش	یافته ها
جیسی کام ^۸ (۲۰۰۹)	طراحی مدل کارآفرینی	آمیخته- اکتشافی	سه سطح از تواناییهایی که یک کارآفرین نیاز دارد، عبارتند از: ۱. مهارتهای عمومی مانند: مهارتهای ارتباطی و اجتماعی، آگاهی از محیط؛ ۲. دانش و مهارت
کلامر ^۹ (۲۰۱۱)	شناسایی مولفه های کارآفرینی	کیفی	این پژوهش به بیان ویژگیهای یک کارآفرین فرهنگی خوب میردازد؛ ویژگیهایی مثل: هوشیاربودن در برابر فرصتها، عشق و تعهد به هنر در درجهی اول و چیزهای دیگر مثل اقتصاد که در درجات پایین تر قرار می‌گیرند

همان گونه که در جدول شماره یک آمده است وجه مشترک تحقیقات کارآفرینی (رسانه ای) توجه به استفاده از فرصتها و شناخت و تعامل با بازار کار است. و در تحقیقات آسیب شناسانه نتایج حاصل شده با توجه به محیط و شرایط پژوهش متفاوت بوده و در هریک از آنها آسیب متوجه بخشی خاص قرار گرفته بعنوان نمونه کریمیان اولویت نخست آسیب را در عوامل محیطی بیان نموده در حالیکه در این تحقیق کمترین توجه به عوامل محیطی شده است و وجه مشترک این تحقیقات توجه به عوامل محیطی و منابع انسانی و مالی است.

آنچه در این پژوهش به آن پرداخته شده است آسیب‌شناسی نظام کارآفرینی رسانه‌ای در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای (مطالعه موردی استان قم) می‌باشد که شامل چهار بخش درونداد، فرآیند، برونداد و عوامل زمینه‌ای (محیطی) است که عوامل دروندادی خود چهار قسمت را در برمی‌گیرد شامل: کارآموز، مربی، منابع مالی و مادی، منابع آموزشی و عوامل فرآیندی متشکل از هفت قسمت شامل: کارآموز، مربی، خانواده، فعالیتهای اجرایی، مدیریت منابع مالی، برنامه‌های آموزشی و اقدامات کارآفرینانه است و عوامل برون دادی متشکل از دو قسمت شامل، مرکز آموزش و سازمان است و عوامل محیطی متشکل از چهار قسمت شامل: انواع رسانه و تکنولوژی، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی و عوامل اجتماعی است.

روش و ابزار

این پژوهش که در دوره‌ی زمانی (از تیرماه ۱۳۹۵ تا بهمن ماه ۱۳۹۶) انجام یافته است، از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی - پیمایشی است که در آن تحلیل عاملی اکتشافی نظام کارآفرینی رسانه‌ای پرداخته شد. در این پژوهش جهت گردآوری داده‌ها از یک سو از تحلیل محتوای

Jeesi cum^۸
Klamer^۹

مقالات مرتبط با موضوع پژوهش و ازسوی دیگر، از ابزار پرسشنامه ۵ گزینه‌ای لیکرت محقق ساخته استفاده شده است. این پرسشنامه دارای ۴۳ سؤال بود که جهت مدل‌سازی و تعیین عوامل و شاخص های نظام کارآفرینی رسانه تهیه شد. جهت نیل به این هدف و اعتباربخشی آن، مهمترین عامل، قابلیت روایی و پایایی است. در این پژوهش از روایی محتوایی (که توسط هفت تن از اساتید مدیریت رسانه انجام شده است) استفاده شده و جهت تعیین پایایی از ضریب پایایی آلفای کرونباخ استفاده شده است که ضریب آن در بعد فرآیندی (۰/۷۴۸) در بعد دروندادی (۰/۸۹۴) در بعد محیطی (۰/۷۰۵) و در بعد برن دادی (۰/۷۲۱) و بطور کلی (۰/۹۳۱) است. برای پاسخ به سوال اول پژوهش با استفاده از ادبیات تحقیق و مطابق با الگوهای ساخت ابزار در علوم مدیریت عمل شده و در این راستا، مراحل شاخص‌سازی و انجام روایی محتوا، تحلیل عاملی اکتشافی برای تعیین ساختار عاملی اولیه انجام گرفته است. که برای اینکار از طریق جدول مورگان که جامعه‌ی آماری مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای در استان قم ۱۵۰۰ نفر می‌باشد که در حجم نمونه آماری ۳۰۶ نفر می‌باشد که از این رو برای جلوگیری از ریزش داده‌ها از ۳۱۵ عدد پرسشنامه انجام شد. بعد از تعیین و تایید شاخص‌ها برای رسیدن به جواب سؤالات ۲ تا ۵ پژوهش از نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده است. و بار دیگر از جدول مورگان استفاده گردید و از آنجایی که جامعه‌ی آماری این پژوهش، افراد آشنا با مباحث مرتبط با نظام کار آفرینی رسانه در مراکز فنی و حرفه‌ای در استان قم هستند، از این رو از بین آنها، ۷۵ نفر که در جامعه‌ی آماری مذکور می‌باشند؛ بنابراین بر اساس محاسبه‌ی حجم نمونه تعداد ۶۲ نفر برای پاسخ‌گویی به سؤوال‌ها انتخاب شده‌اند. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، برای آزمون سوالهای پژوهش مبنی بر اینکه آیا ابعاد نظام کارآفرینی در وضعیت مناسبی قرار دارند یا خیر، از t تک نمونه‌ای، برای تعیین شکاف بین وضع موجود و مطلوب و اولویت بندی مؤلفه‌ها از طریق شدت شکاف (اندازه شکاف) از آزمون T مستقل و نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات:

همانگونه که در بخش روش‌شناسی ذکر شد، (تعداد ۴۳ شاخص سؤال) به عنوان شاخص‌های اولیه نظام کارآفرینی رسانه مورد شناسایی قرار گرفته است. جهت تلخیص و مولفه‌بندی سوالات تحلیل عاملی اکتشافی انجام شده است. برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی ابتدا پیش‌شرط‌های انجام این آزمون مورد بررسی قرار گرفته است. سطح معناداری حاصل از انجام آزمون‌های بارلت جهت بررسی کروییت داده‌ها برابر با ۰/۰۰۰ به دست آمد که از ۰/۰۵ کوچکتر است و نشان می‌دهد انجام تحلیل عاملی اکتشافی برای شناسایی ساختار مناسب بوده است. شاخص کفایت نمونه برداری KMO به عنوان دومین پیش‌شرط برابر با ۰/۹۲۹ نزدیک به یک به دست آمد. در نتیجه می‌توان نتیجه گرفت که تعداد نمونه ۳۱۵ نفر در این پژوهش برای انجام تحلیل عاملی کافی است. جهت انجام تحلیل عاملی اکتشافی از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و چرخش واریماکس استفاده شده است. معیار انتخاب سوالات به‌عنوان یک شاخص برای عوامل، دارا بودن ارزش ویژه بالاتر از یک و همچنین بار عاملی ۰/۴ و بالاتر به شرطی که در دیگر عوامل کمتر از این مقدار ظاهر شود بوده است. در این راستا تعداد ۱۲ سؤال از ۴۳ سؤال (۳ سؤال در بعد فرآیندی، ۴ سؤال در بعد دروندادی، ۲ سؤال در بعد محیطی و ۳ سؤال در بعد برون‌دادی) به دلیل اینکه بار عاملی آن‌ها کمتر از ۰/۴ بود حذف و در نهایت، تعداد ۳۱ سؤال به عنوان آسیب‌های نظام کارآفرینی رسانه مورد شناسایی قرار گرفت. پس از انجام تحلیل عاملی اکتشافی، تعداد چهار بعد استخراج گردید. این ابعاد بر اساس آنچه که به نظام کارآفرینی رسانه‌ای در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای وارد می‌شود در بعد درونداد قرار می‌گیرد، مبتنی بر مجموعه فعل و انفعالاتی که بر روی مولفه‌های دروندادی انجام می‌گیرد در بعد فرآیندی نظام کارآفرینی رسانه‌ای جا می‌گیرند و نتیجه و محصول فرآیند آموزش در بعد برون‌داد است و در نهایت مجموعه عوامل بیرونی که معمولاً در پیداختیار افراد نیست ولی بر نظام کارآفرینی رسانه‌ای در مراکز آموزش مهارتی موثر است در بعد عوامل محیطی قرار می‌گیرند. (سازمان تجاری سازی فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان، ۱۳۸۸). با توجه به سؤالاتی که پس از تحلیل عاملی اکتشافی باقی ماندند، مجدداً عوامل از بعد نام و مفهوم آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت و در نام برخی از عوامل تغییرات مختصری انجام شد. این چهار بعد به طور کلی ۶۷/۵۵٪ از واریانس کل را تبیین می‌نمایند که در جدول شماره یک آمده است. از این میزان، سهم بعد فرآیندی ۳۲/۷۱٪، دروندادی ۱۸/۴۶٪، محیطی ۷/۹۰٪ و برون‌دادی ۶/۴۷٪ می‌باشد.

جدول شماره ۱: نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی اکتشافی شاخص‌های نظام کارآفرینی رسانه

شاخص	ابعاد	فرآیندی	دروندادی	محیطی	بروندادی
ارزیابی اولیه فرد برای ورود به کارآفرینی دارای بدروستی صورت نمیگیرد.		۵۸۱ .			
مشاوره شغلی کارآموزان در هنگام ورود به دوره‌های مهارتی معمولا یا انجام نمیشود و یا در سطح بسیار نازلی است.		۶۹۴ .			
شناخت و ارتباط مربیان نسبت به بازار کار نوعا ضعیف است		۷۴۵ .			
ارز شبایی مربیان همسو با جریان ایجاد شغل برای کارآموزان نیست		۷۲۳ .			
خانواده‌ها نگرش چندان مساعدی نسبت به آموزشهای فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی ندارند		۷۵۶ .			
عدم ترغیب فرد به مشاغل مهارتی و کارآفرینی معمولا با تحصیلات، وضعیت اقتصادی، تعداد اعضای خانواده رابطه مستقیمی دارد		۸۲۹ .			
رشته مهارتی افراد معمولا متناسب با تواناییها و علایق آنها نیست		۸۵۲ .			
در حین اجرای دوره‌های آموزشی برای فرد معمولا ارزیابی و مشاوره صورت نمی‌گیرد		۸۲۴ .			
ارزیابی عملکرد آموزشی مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای منطبق با ایجاد شغل یا زمینه‌ای ایجاد آن همراستا نیست		۸۵۸ .			
معمولا کارآموزان مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای پس از آموزش رها می‌شوند و ارتباطات پس از آموزش بسیار بندرت اتفاق می‌افتد		۸۳۰ .			
مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای معمولا درآمدزا نیستند		۸۳۰ .			
تامین هزینه‌های عمرانی با دشواریهای بسیاری همراه است.		۷۵۹ .			
مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای معمولا فاقد شرایط و تواناییهای لازم برای بکارگیری اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در آموزش هستند		۸۲۹ .			
مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای رغبت چندانی برای استفاده از آموزشهای مجازی و فناوریانه ندارند		۸۰۰ .			
آموزش‌های مهارتی و کارآفرینی در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای کمتر منجر به شناخت فرصت می‌شود.		۷۹۷ .			
آموزش‌های مهارتی و کارآفرینی کمتر منجر به کشف ایده با ایجاد تفکر خلاق در فرد می‌شود		۷۸۲ .			

شخص	ابعاد	فرآیندی	دروندادی	محیطی	بروندادی
کارآموزان معمولاً فاقد انگیزه لازم برای ورود به دوره آموزش مهارتی و کارآفرینی هستند			۸۰۵ .		
در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای، آموزش‌ها به گونه‌ای ارائه می‌گردند که هوشیاری کارآفرینانه شکوفا نشده و دانش پیشین فرد هم معمولاً نادیده گرفته می‌شود.			۷۷۸ .		
ارتباط و تعامل مربی با کارآموز در جهت دستیابی به شغل و کارآفرینی نیست			۷۹۱ .		
مربیان معمولاً فاقد تخصص مهارتی و رسانه‌ای مورد نیاز هستند			۸۲۰ .		
امکانات و تجهیزات فناورانه و رسانه‌ای در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای چندان به روز و قوی نمی‌باشد			۷۸۹ .		
حقوق و مزایای مربیان آموزش فنی و حرفه‌ای در سطح نازلی قرار دارد			۸۰۰ .		
استانداردهای آموزش شایستگی با آنکه در مدت زمان کوتاهی می‌تواند منجر به ایجاد یا ارتقاء شغل شود هنوز جایگاه واقعی خود را نیافته است.			۷۹۰ .		
برنامه ریزی درسی افزایش کیفیت فعالیتهای آموزشی را به دنبال دارد.			۷۵۹ .		
علیرغم آنکه شبکه‌های اجتماعی آموزشی، اینترنت، وسایل کمک آموزشی الکترونیکی و زیرساختهای فناوری نقش قابل توجهی در سرعت و دقت فرگیری و کارآفرینی رسانه‌ای دارد، بسیاری از مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای در این بخشها با مسائل بسیاری مواجه‌اند.				۷۷۰ .	
دولت ها در عمل حمایت قابل توجهی از آموز شهای مهارتی و کارآفرینی رسانه‌ای ندارند.					۸۸۱ .
تصمیم گیریهای دولت و استراتژیهای آموزش و کارآفرینی همسو نیستند					۸۷۴ .
فرهنگ کار و کارآفرینی در خانواده و جامعه چندان مورد توجه نیست					۷۷۸ .
کارآموزان آموزشهای مهارتی در دست یابی به شغل توفیق چندانی ندارند					۸۷۶ .
فارغ التحصیلان کارآفرینی رسانه‌ای نقش موثری بویژه در عرصه اقتصادی جامعه دارند.					۸۷۶ .
گواهینامه مهارتی با کد بین المللی در مناسبتهای شغلی و اجتماعی جایگاه مناسبی ندارد					۷۴۶ .

شاخص	ابعاد	فرآیندی	دروندادی	محیطی	بروندادی
مقادیر ویژه اولیه کل		۱۰/۱۴۲	۵/۷۲۵	۲/۴۵۰	۲/۰۰۶
درصد واریانس		۳۲/۷۱۷	۱۸/۴۶۷	۷/۹۰۲	۶/۴۷۰
درصد تراکمی واریانس		۳۲/۷۱۷	۵۱/۱۸۴	۵۹/۰۸۶	۶۵/۵۵۷
ضریب پایایی		۰/۹۵۸	۰/۹۲۰	۰/۸۶۷	۰/۸۱۸

در ادامه برای ارزیابی وضعیت موجود آسیبهای نظام کارآفرینی رسانه‌ای در اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان قم، از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. البته اجرای این آزمون پس از حذف سوالات با بارعاملی کمتر از ۰/۴ بود. همچنین برای اجرای آزمون تی تک نمونه‌ای میانگین نظری (۳) در نظر گرفته شد. نتایج در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

H₀: بعد مورد نظر نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت موجود، مناسب نمی‌باشد.

H₁: بعد مورد نظر نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت موجود، مناسب می‌باشد.

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا ۰/۰۵ باشد فرض صفر را نتیجه می‌گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از مقدار خطا ۰/۰۵ باشد فرض یک را نتیجه می‌گیریم. (در صورتی که مقدار آماره تی بزرگتر از مقدار جدول ۱/۹۶ باشد فرض تایید می‌شود).

جدول شماره ۲: آزمون t تک نمونه‌ای مولفه‌های نظام کارآفرینی در وضعیت موجود

عدد معناداری	درجه آزادی	آماره تی		میانگین		مولفه‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای
		تایید فرضیه	وضعیت موجود	تایید فرضیه	وضعیت موجود	
۰/۰۰۰	۶۱	H ₀	-۶/۵۴۹	H ₀	۲/۵۴۲۳	دروندادی
۰/۰۰۰	۶۱	H ₀	-۱۳/۳۴۰	H ₀	۲/۱۶۵۳	فرآیندی
۰/۰۰۰	۶۱	H ₀	-۴/۶۷۶	H ₀	۲/۴۳۹۵	بروندادی
۰/۰۰۰	۶۱	H ₀	-۱۵/۸۸۶	H ₀	۲/۰۰۸۱	محیطی

با توجه به تی مشاهده شده و تایید فرضیه H₀ در تمامی مولفه‌ها نشان می‌دهد که مولفه‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت موجود، دارای موقعیت مناسبی نیست.

برای ارزیابی وضعیت مطلوب آسیبهای نظام کارآفرینی رسانه‌ای در اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان قم، از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. با توجه به تی مشاهده شده و تایید فرضیه H₁ در تمامی مولفه‌ها نشان می‌دهد که مولفه‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت مطلوب، دارای موقعیت مناسبی هستند.

H0: بعد مورد نظر نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت مطلوب، مناسب نمی‌باشد.

H1: بعد مورد نظر نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت مطلوب، مناسب می‌باشد.

جدول شماره ۳: آزمون t تک نمونه‌ای مولفه‌های نظام کارآفرینی در وضعیت مطلوب

عدد معناداری	درجه آزادی	آماره تی		میانگین		مولفه‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای
		تایید فرضیه	وضعیت موجود در حالت مطلوب	تایید فرضیه	وضعیت موجود در حالت مطلوب	
۰/۰۰۰	۶۱	H ₁	۲۱/۵۷۴	H ₁	۴/۵۷۶۶	دروندادی
۰/۰۰۰	۶۱	H ₁	۱۹/۶۶۳	H ₁	۴/۰۷۴۶	فرآیندی
۰/۰۰۰	۶۱	H ₁	۱۱/۹۹۹	H ₁	۴/۲۵۴۰	بروندادی
۰/۰۰۰	۶۱	H ₁	۲۵/۵۹۶	H ₁	۴/۴۶۷۷	محیطی

با توجه به اینکه میزان میانگین در وضعیت موجود (جدول شماره ۲) کمتر از ۳ است و در وضعیت مطلوب (جدول شماره ۳) بالاتر از ۳ می‌باشد بنابراین با مقایسه جداول فوق مشخص می‌گردد بین ابعاد نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت موجود شکاف وجود دارد و این بدین معنی است که در تمامی ابعاد نظام کارآفرینی رسانه دچار آسیب است.

برای تعیین میزان شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب در نظام کارآفرینی رسانه‌ای از همه‌ی داده‌ها آزمون اسمیرنوف-کولموگروف به منظور نرمال بودن داده‌ها انجام گرفت که شرط نرمال بودن برای همه ابعاد نظام کارآفرینی رسانه‌ای عدد معناداری صادق بود. بنابراین: با توجه به اختلاف وضع موجود و مطلوب و با استفاده از آزمون تی مستقل به شناسایی آسیب‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای خواهیم پرداخت:

بدین منظور فرضیه‌های زیر تعریف می‌شود:

H0: بین وضعیت موجود و مطلوب ابعاد نظام کارآفرینی رسانه‌ای تفاوت معنی‌دار وجود ندارد.

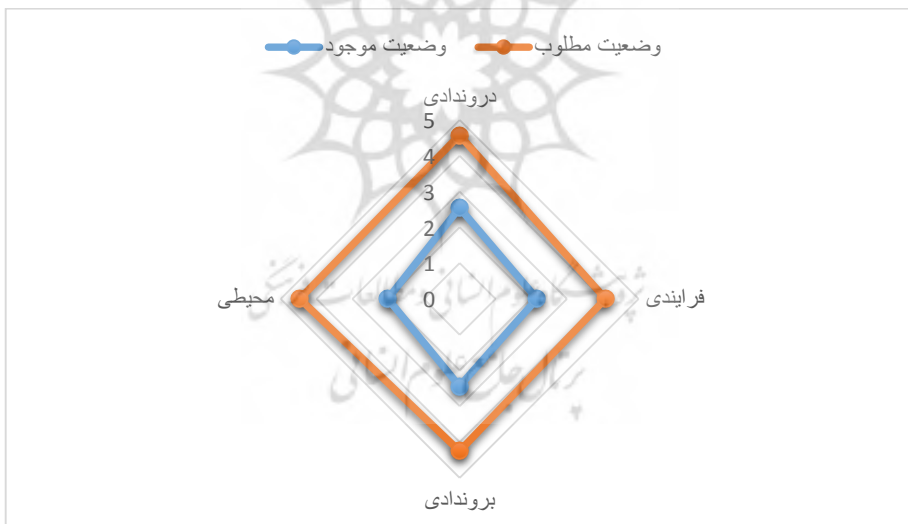
H1: بین وضعیت موجود و مطلوب ابعاد نظام کارآفرینی رسانه‌ای تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

جدول شماره ۴: آزمون t مستقل وضعیت موجود و مطلوب نظام کارآفرینی رسانه‌ای در مراکز فنی و حرفه‌ای قم

مولفه‌ها	میانگین نمرات در وضعیت موجود	میانگین نمرات در وضعیت مطلوب	تفاوت میانگین	تی مستقل	عدد معناداری	تایید فرضیه
دروندادی	۲/۵۴۲۳	۴/۵۷۶۶	-۲/۰۳۴۳	-۱۰/۵۴۹	۰/۰۰۰	H ₁
فرآیندی	۲/۱۶۵۳	۴/۰۷۴۶	-۱/۹۰۹۳	-۸/۶۴۳	۰/۰۰۰	H ₁
بروندادی	۲/۴۳۹۵	۴/۲۵۴۰	-۱/۸۱۴۵	-۷/۴۱۲	۰/۰۰۰	H ₁
محیطی	۲/۰۰۸۱	۴/۴۶۷۷	-۲/۴۵۹۶	-۱۲/۹۷۰	۰/۰۰۰	H ₁

بنابراین فرض H₁ تایید می‌گردد و بین ابعاد نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت موجود و مطلوب شکاف وجود دارد و این بدین معنی است که در تمامی ابعاد نظام کارآفرینی رسانه دچار آسیب است.

با توجه به تحلیل‌های بدست آمده در وضعیت موجود و وضعیت مطلوب و به تصویر کشیدن داده‌ها از طریق نمودار رادار به شدت شکاف بین دو وضعیت پرداخته شده است.



نمودار شماره ۳: تعیین میزان شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب نظام کارآفرینی رسانه ای

از آنجایی که چهار ضلعی در وضعیت موجود در هر چهار ابعاد کمتر از وضع مطلوب در نمودار رادار است، لذا وجود آسیب در هر چهار ابعاد نتیجه می‌شود.

بین ابعاد نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت موجود و مطلوب شکاف وجود دارد و این بدین معنی است که در تمامی ابعاد نظام کارآفرینی رسانه دچار آسیب است.

اولویت بندی نمودن آسیب‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای به ترتیب اهمیت با توجه اختلاف بین وضع موجود و مطلوب در چهار بعد دروندادی، فرآیندی، بروندادی و محیطی در جدول شماره ۵ آمده است

جدول شماره ۵: ترتیب شدت آسیب در چهار بعد دروندادی، فرآیندی، بروندادی و محیطی

مقدار آسیب در دو وضعیت موجود و مطلوب	ابعاد	ترتیب شدت آسیب (وجود شکاف)
۲/۴۵۹۶	محیطی	۱
۲/۰۳۴۳	دروندادی	۲
۱/۹۰۹۳	فرآیندی	۳
۱/۸۱۴۵	بروندادی	۴

یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که در مراکز فنی و حرفه‌ای استان قم، توجه به عوامل دروندادی، فرآیندی، بروندادی و محیطی کمتر از میزان مطلوب بوده است. همچنین کمترین توجه به ترتیب عوامل محیطی، دروندادی و فرآیندی، در مقابل به عوامل دروندادی بیشترین توجه شده است. همچنین بیشترین شکاف بین وضع موجود و مطلوب (آسیب)، به ترتیب بین مولفه‌های مربوط به عوامل محیطی، عوامل دروندادی، عوامل فرآیندی و عوامل بروندادی می‌باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

نتیجه گیری

این پژوهش با روش توصیفی - پیمایشی به دنبال شناسایی ابعاد و اولویت بندی آسیب‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای در نهادهای توسعه کارآفرینی (اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان قم) می‌باشد. جهت نیل به هدف تعیین عوامل و شاخص‌های نظام کارآفرینی رسانه و اعتباربخشی آن، مهمترین عامل، قابلیت روایی و پایایی است که از روایی محتوایی (که توسط هفت تن از اساتید مدیریت رسانه انجام شده است) استفاده شده و جهت تعیین پایایی از ضریب پایایی آلفای کرونباخ (۰/۹۳۱) استفاده شده است. با جمع بندی‌های انجام شده می‌توان با این تعریف از نظام کارآفرینی رسانه‌ای آسیب‌های آن را مورد بررسی قرار داد: کارآفرینی رسانه‌ای مجموعه فعالیتهای هوشمندانه مبتنی بر استفاده بهینه از فضای فناورانه و رسانه‌ای جامعه است که با هدف آماده‌سازی کارآموزان مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای به منظور شناسایی و استفاده از فرصت‌های سودآور در بازار صورت می‌گیرد. تعریف مذکور با نظرات جیسی کام (۲۰۰۹) و کلامر (۲۰۱۱) هانگ و ویزل (۲۰۰۷)، مشابهت دارد.

برای دست یابی به هدف اول پژوهش که شناسایی آسیب در ابعاد و مولفه‌های کارآفرینی رسانه‌ای است با تحلیل عاملی اکتشافی آسیب‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای با توجه به ابعاد و مولفه‌های آن شامل ۸ مقوله دروندادی، ۱۶ مقوله فرآیندی، سه بعد دروندادی و ۴ بعد محیطی بدست آمد. الف- شاخص‌های دروندادی شامل تاثیر انگیزش کارآموزان در کارآفرینی بود که با نتیجه تحقیق اولوری (۲۰۱۸)، زمانی (۱۳۹۶)، مشابهت دارد.

یکی از مقوله‌های بسیار با اهمیت در بحث کارآفرینی و تشخیص فرصت، هوشیاری کارآفرینانه می‌باشد. همسویی با تحقیق الوانی (۱۳۹۷)، کلامر (۲۰۱۱) و افزایش مهارتهای ارتباطی و اجتماعی و تعامل مناسب مربی با کارآموز در فرآیند یادگیری موثر است. مشابهت با تحقیق جیسی کام (۲۰۰۹).

از عوامل راه یابی کارآموز به بازار کار شفاف‌سازی خواسته سازمانی از مریبان مرتبط مبنی بر بومی‌سازی خواسته بازار در کارگاه آموزشی و نیز شناخت مربی از بازار کار است. همچنین بین دو متغیر کیفیت آموزش (تدریس مریبان، تخصیص منابع) و امید به اشتغال و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. چنانچه کیفیت آموزش مطلوب باشد می‌تواند امید به اشتغال را در کارآموزان فنی و حرفه‌ای افزایش دهد و آن‌ها را به آینده کاری خود خوش بین کند. مشابهت با نتیجه تحقیقات دنگلانی، (۱۳۹۴)، زارع میرک آباد (۱۳۹۶) نیک نژاد و مقیمی (۱۳۹۰).

مرکز آموزش برای ایجاد ویا افزایش انگیزه مربیان دوره‌های آموزشی می‌بایست حقوق و مزایای مکفی فراهم آورده و منابع آموزشی بروز و امکانات و تجهیزات کارگاهی و فناورانه مناسب را تهیه نماید. همچنین توجه به درآمدزایی مرکز و تامین بخش از هزینه‌ها میزان کیفیت آموزش را ارتقاء داده و نگهداری سوابق و مدارک و بایگانی مرکز در حمایت‌های بعدی از کارآموز و ارائه آموزش‌های تکمیلی موثر است. موارد اعلام شده با نتیجه تحقیقات غیائی (۱۳۹۴)، زمانی (۱۳۹۶) مشابهنه دارد. برنامه ریزی در سی افزایش کیفیت فعالیت‌های آموزشی را به دنبال دارد و استفاده از استانداردهای آموزش شایستگی در مدت زمان کوتاهی می‌تواند منجر به ایجاد یا ارتقاء شغل شود. همسویی با نتیجه تحقیق چهاربند (۱۳۹۱)

ب- شاخص‌های فرآیندی در نظام کارآفرینی رسانه‌ای با ارزیابی اولیه فرد برای ورود به کارآفرینی شروع می‌شود. غیائی (۱۳۹۴)، مشاوره شغلی و آموزشی می‌تواند کمک‌هایی از جمله تصویر واضح و واقع بینانه‌ای از موقعیت، احساسات و توانایی، انتخاب راه‌های جدید برای درک و حل مسئله، اعتماد به نفس، قبول مسئولیت، تغییر انگیزه، تغییر مهارت‌های مورد نیاز، بهبود بخشیدن به وضعیت و استفاده از استعداد بالقوه کارآموزان باشد. سمندر حبشی (۱۳۹۴)

شناخت بازار کار از طرف مربی می‌تواند منجر به معرفی و ورود کارآموز به بازار کار گردد. تحقیقات دنگلانی، (۱۳۹۴)، زارع میرک آباد (۱۳۹۶) نیک نژاد و مقیمی (۱۳۹۰) ارزشیابی مربی در جهت تربیت و هدایت کارآموزان به سمت اشتغال و کارآفرینی بهبود کیفیت آموزشی نقش بسزایی دارد. چهاربند (۱۳۹۱)

همسویی خانواده و تشویق و ترغیب کارآموزان در پیشبرد اهداف آموزشی و نیز تحصیلات، وضعیت اقتصادی، تعداد اعضای خانواده می‌تواند در ترغیب فرد به کارآفرینی موثر است. و همچنین فراهم آوردن زمینه‌های کارآفرینانه برای کارآموزان مانند تشخیص و استفاده از فرصت‌ها و کشف ایده و ترسیم یک نقشه راه برای آینده با دستیابی به هدف کارآفرینی رسانه‌ای رابطه مستقیم دارد. همسویی با تحقیقات کلانمر (۲۰۱۱)، جیسی و کام (۲۰۰۹)، مین و همکاران (۲۰۱۵)

ارزیابی فرد در راهنمایی او برای انتخاب رشته مهارتی نقش دارد. حسینی سنو (۱۳۹۴) ارزیابی عملکرد آموزشی مرکز در شناسایی و تقویت نقاط قوت و رفع نقاط ضعف موثر است. برنامه آموزش مهارت‌های کارآفرینی، یکی از ابعاد مهم در گسترش و توسعه کارآفرینی است. این آموزش‌ها به سه بعد تقسیم می‌شوند: قبل از کسب و کار، در حین و بعد از راه اندازی کسب و کار (Thompson & Tilden)، (۲۰۰۹).

عوامل آموزشی موثر بر موفقیت آموزش الکترونیکی به ترتیب اولویت عبارتند از: محتوای ارائه شده با سطح فراگیر، کیفیت ارزشیابی، منابع تکمیلی و کمک آموزشی، نحوه چگونگی ارائه محتوا، ارائه محتوا با انواع مختلف رسانه اعم از صوت و تصویر، دوره‌های تکمیلی حضوری، امکانات و ابزار مورد نیاز جهت برقراری ارتباط، پیوستگی و انسجام بخشهای مختلف محتوا، طراحی سایت و صفحه و در نهایت سهولت دسترسی به مطالب آموزشی. همسویی با نتیجه تحقیق حسینی سنو، (۱۳۹۴).

ارائه آموزش بر پایه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و آموزشهای مجازی و فناورانه سرعت و کیفیت دستیابی کارآموز به کسب و کار و کارآفرینی رسانه‌ای را افزایش می‌دهد. سلیمانی و رضوی (۱۳۹۵)، نیک نژاد و مقیمی (۱۳۹۱).

مرکز آموزش از طریق مدیریت منابع مالی، کنترل برنامه‌های آموزشی و با ایجاد فضای آموزشی مجهز به تجهیزات مناسب فناورانه و کارگاهی موجب می‌شود کارآموزان انگیزه بیشتری برای یادگیری داشته باشند. همسویی با تحقیقات زارع میرک آباد (۱۳۹۶)، زمانی (۱۳۹۶)، عبدی (۱۳۹۶)، خنیفرو لاهوتیان (۱۳۹۵)

شناخت فرصت، اولین و مهم‌ترین مرحله در کارآفرینی است و کشف ایده با ایجاد تفکر خلاق در فرد دارای نقش موثری در کارآفرینی است. جمایران (۱۳۹۶)، میرک آباد (۲۰۱۶)

برونداد نظام کارآفرینی رسانه‌ای: ارزشیابی به عنوان یکی از ارکان اصلی فرایند یاددهی - یادگیری شاخصی برای توانایی آموزشهای اجرا شده و مهارت کسب شده فراهم می‌آورد. مشابهت با تحقیق ذاکر و نوقابی، (۱۳۸۹)، مجل (۱۳۹۰)

شاخصهای بروندادی شامل آموزشهای مهارتی رسانه‌ای در موفقیت فرد به کارآفرینی رسانه‌ای موثر است.

فارغ التحصیلان کارآفرینی رسانه‌ای نقش موثری بویژه در عرصه اقتصادی جامعه دارند.

گواهینامه مهارتی با کد بین المللی در ایجاد انگیزه برای آموزش موثر است.

آموزشهای مهارتی با تاثیر عوامل محیطی نیز مواجه است که شامل: الف: تکنولوژی و رسانه، طی سالهای اخیر توجه زیادی به استفاده از رسانه‌های نوین در امر آموزش شده است. فناوری‌های جدید مانند رایانه‌ها با فراهم آوردن فرصتهای مناسب برای تشخیص استعدادها، علایق و تفکر خلاق فراگیران، به بهبود نظام آموزشی کمک شایانی می‌کند.

ب: عوامل اجتماعی-فرهنگی است و آن هم به عدم رویکرد مثبت جامعه به آموزش‌های مهارتی بر می‌گردد. ج- عوامل اقتصادی مانند عدم حمایت لازم دولت از این آموزشها است که تبلور آن را در اعتبارات تخصیصی به سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای قابل رویت است. حقوق و دستمزد مربیان این سازمان جزو پایین‌ترین سطح دستمزدها در کشور است. د- عوامل سیاسی که جدا کردن آنها از عوامل اقتصادی امکان‌پذیر نیست، به طور غیرمستقیم بر کارآفرینی در فضای تبلیغات و رسانه اثر می‌گذارد که از آن به عنوان محدودیتهای فکری و اجتماعی نام برده می‌شود، به طور کلی می‌توان گفت رکودهای زمینه‌ای و زیرساختی از پیامدهای اصلی عوامل سیاسی به شمار می‌روند. مشابهت با نتیجه تحقیق پورروس‌تایی اردکانی (۱۳۹۶)، نیک نژاد و مقیمی (۱۳۹۰)، کریمیان (۱۳۹۳)

سوال دوم پژوهش وضعیت موجود نظام کارآفرینی رسانه‌ای در حال حاضر چگونه است؟ با توجه به نتیجه تحقق مشخص گردید وضعیت نظام کارآفرینی رسانه‌ای در هر سه بخش درون‌داد، فرآیند و برونداد مناسب نیست. مشابهت با تحقیقات مجلل (۱۳۹۰)، خاوری (۱۳۹۳)

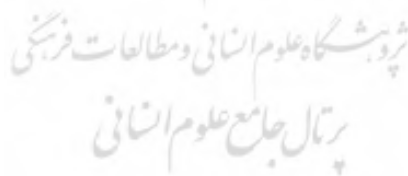
سوال سوم پژوهش وضعیت مطلوب نظام کارآفرینی رسانه‌ای در حال حاضر چگونه است؟ با توجه به نتیجه تحقق مشخص گردید وضعیت نظام کارآفرینی رسانه‌ای در وضعیت مطلوب مناسب بوده و توجه به هر سه بخش درون‌داد، فرآیند و برونداد مورد توجه است. مشابهت با تحقیقات کلامر (۲۰۱۱)، جیسی و کام (۲۰۰۹) و نیک نژاد و مقیمی (۱۳۹۱)

سوال چهارم پژوهش میزان شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب نظام کارآفرینی رسانه‌ای چقدر است؟ با توجه به نتیجه تحقق مشخص گردید در هر سه بعد درون‌داد، فرآیند و برونداد نظام کارآفرینی رسانه‌ای شکاف وجود دارد. همسویی با تحقیقات مجلل (۱۳۹۰)، انتظاریان (۱۳۹۲) و کریمیان (۱۳۹۳).

سوال پنجم پژوهش اولویت بندی نمودن آسیب‌های نظام کارآفرینی رسانه‌ای به ترتیب اهمیت کدامند؟ با توجه به نتیجه تحقق مشخص گردید بیشترین آسیب به ترتیب در بخش محیطی، درون‌دادی، فرآیندی و بروندادی است. همسویی با تحقیقات انتظاریان (۱۳۹۲)، مجلل (۱۳۹۰) و کریمیان (۱۳۹۳).

پیشنهادات

با توجه به مدل موضوعی پژوهش، در نظام آموزش مهارتی، برنامه‌ای جامع برای همکاری و انعکاس نیازهای صنایع و اصناف که یکی از گونه‌های آموزشی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای است تدوین گردد. همچنین نقش و تاثیر واحد راهنمایی و مشاوره شغلی برای هدایت افراد مورد مطالعه قرار گیرد. از بخشهای کمتر مورد توجه آموزشهای تکمیلی برای افراد است لذا نقش بازآموزی و دوره‌های تکمیلی آموزش (ارتباطات، بازاریابی و کاربرد رسانه در آموزش) علاوه بر دوره‌های تخصصی برای کارآموزان و مربیان بررسی شود. یکی از مسائل موجود در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای کمبود سواد رسانه‌ای است که در این تحقیق بعنوان پیش فرض در نظر گرفته شده بود بنابراین پیشنهاد می‌شود. نقش سواد رسانه‌ای و فناورانه در رشته‌های مهارتی بررسی شود. همچنین با توجه به نتیجه تحقیق از آنجا که بیشترین آسیب در بخشهای محیطی و درون‌داد است لذا تمرکز و پژوهش‌های بیشتری در این زمینه مورد نیاز است. جهت ارتقاء سرمایه اجتماعی و استفاده حداکثری از توان و تجهیزات، مدل جامع تعامل سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای با دستگاهها و نهادهای مرتبط طراحی گردد.



فهرست منابع

- انتظاریان، ناهید(۱۳۹۳). "آسیب‌شناسی و بررسی چالش‌های محیط کسب و کار"، کارو جامعه، ۱۱(۱۷۱): ۵۷-۶۳
- پرند، کوروش؛ نیرومند، پوران‌دخت؛ حبیبی ینگجه، عزیز؛ فرجی ارمکی، اکبر (۱۳۹۱الف) نگاهی بر نظام آموزش مهارت و فناوری، تهران: سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور
- چهاربند، اسفندیار(۱۳۹۱). "الگوی برنامه درسی پودمانی بر پایه استاندارد شایستگی حرفه ای"، تعلیم و تربیت استثنایی، ۹۱(۱۱): ۵۱-۶۶
- حسینی سنو، سیدامین. عطاری، مهسا(۱۳۹۴). "شناسایی و اولویت بندی عوامل آموزشی و فناوری موثر بر موفقیت آموزش الکترونیکی از نظر دانشجویان دوره‌های مجازی کار شنا سی ار شد پردیس بین المللی دان شگاه فردوسی"، دومین کنگره بین المللی فن آوری، ارتباطات و دانش
- خاوری، سیدعبداله. گرزین، رضا(۱۳۹۳). "آسیب‌شناسی نظام آموزش مهارتی"، مهارت آموزی، ۳(۱۰): ۷۳-۸۲
- خنیفر، حسین. رحمتی، محمدحسین. لاهوتیان، علی(۱۳۹۵). "طراحی مدل فرایندی کارآفرینی در صنایع غذایی ایران"، توسعه کارآفرینی، ۹(۲): ۲۱۹-۲۳۷.
- ذاکری، علیرضا. کردنوقایی، رسول. صدراشرفی(۱۳۸۹). مسعود. "بررسی فرآیند یاددهی-یادگیری در آموزشهای فنی و حرفه ای"، فناوری آموزش، ۵(۱): ۱-۱۱.
- زارع میرک آباد، زهرا. نوری، روح اله(۱۳۹۴). "فرآیند کارآفرینی الکترونیکی در ایران، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری"، ۳(۳): ۱۶۵-۱۸۸.
- زمانی، اصغر(۱۳۹۶). "شناسایی، تحلیل و اولویت بندی عوامل موثر بر کیفیت آموزش در آموزش عالی"، فصلنامه، نوآوری و ارزش آفرینی، ۶(۱۱): ۲۳-۳۵.
- سمندرحبشی، امامعلی(۱۳۹۵). "بررسی تاثیر مشاوره آموزشی بر افزایش رفتار کارآفرینانه کارآموزان"، مهارت آموزی، ۱۸(۵): ۲۴-۳۷
- سلمانی دنگلانی، سمیه(۱۳۹۴). "بررسی و نقش آموزشهای مهارتی در کارآفرینی دانش آموختگان دانشگاه جامع علمی و کاربردی". پژوهشنامه تربیتی، ۱۰(۴۳): ۷۳-۸۶
- سلیمانی، ندا. رضوی، سیدمرتضی(۱۳۹۵). "شناخت شنا سی کار آفرینی در رسانه و اندازه‌گیری میزان آن در سازمانهای رسانه‌ای". مطالعات جامعه شناسی، ۷(۲۵): ۱۳۱-۱۵۰.
- سلیمی، جمال(۱۳۹۳). "آموزش فنی و حرفه‌ای، نیروی انسانی و کارآفرینی"، مهارت آموزی، ۲(۸): ۷-۱۴
- طالبی، محمدرضا. الوانی، سیدمهدی. محمودزاده، سیدمجتبی. عطایی، محمد(۱۳۹۷). "شنا سایی ابعاد هو شیاری کارآفرینانه بر مبنای رویکرد پردازش اطلاعات انسانی". توسعه کارآفرینی، ۱۱(۲): ۲۲۱-۲۴۰.
- عبدی جمایران، علی(۱۳۹۶). "بررسی مدل‌های تشخیص فرصت در فرآیند کارآفرینی"، پژوهش در هنر و علوم انسانی، ۲(۳): ۷۹-۸۸.
- غیائی ندوشن، سعید(۱۳۹۴). "بررسی نقش رسانه در آموزش مهارت‌های کارآفرینی به جوانان استان و لرستان از دیدگاه کارآفرینان و کارکنان صدا سیما مرکز لرستان". پژوهشهای ارتباطی، ۲۲(۴): ۱۱۷-۱۳۸
- کریمیان، زینب(۱۳۹۳). "آسیب شناسی کارآفرینی رسانه‌ای در تبلیغات تلویزیونی"، پایان نامه: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

مجله چوبقلو، محمدعلی. عبدالله فام، رحیم (۱۳۹۰). "آسیب شناسی فرآیند کارآفرینی در برنامه های درسی رشته های دانشگاهی"، فراسوی مدیریت، ۵(۱۸): ۱۶۷-۱۸۷

نیک نژاد، عباس، مقیمی، سیدمحمد، روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۰). "شناسایی الگوی کارآفرینی رسانه ای برای کسب و کارهای رسانه های دیجیتال کشور". توسعه کارآفرینی، ۴(۱۵): ۶۵-۸۳

نوید ادهم، مهدی. حمید. شفیع زاده (۱۳۹۵). "بررسی مهمترین چالش ها و راهبردهای آموزش مهارتی در ایران"، راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۵(۲۰): ۷-۲۲

Achtenhagen Leona. (2008). "Understanding Entrepreneurship in Traditional Media". *Journal of Media Business Studies* 5(1) 123-142.

Clark . A. O. & Olumese . H. A. (۲۰۱۳). "Effective supervision as a challenge in technical and vocational education delivery": Ensuring quality teaching/ learning environment and feedback mechanism. *Basic Research Journal of Education Research and Review* ۲ (1) ۱۵-۶.

Crecente-Romero .F. Giménez-Baldazo .M. & Rivera-Galicia .L. F. (2018). "Can - entrepreneurship channel over qualification in young university graduates in the European Union?" *Journal of Business Research* ۸۹: ۲۲۳-۲۲۸.

Hang .M. & Weezel .A. V. (2007). "Media and Entrepreneurship" A Survey of The Literature Relating .Bout Concepts .MMT Centre Jonkoping International Business School.

Hatisaru . V. & Küçüküran . A. G. (2009). "Vocational and technical education problem-based learning exercise: : Sample scenario. *Procedia Social and Behavioral Sciences* ۱: ۲۱۵۱-۲۱۵۵.

Hoag Anne and Sangho Seo. (2005). "Media Entrepreneurship: Definition .Theory and Context". Paper presented at the NCTA Academic Seminar .San Francisco April ۲، ۲۰۰۵.

Jeesticum .T. (2009). "Designing a Model Cultural Entrepreneurship in Creative Industries ."*Journal of Culture and creativity* 8(1) 430-441.

Khajeheian .Datis and Roshandel Arbatani .Taher (2011) .Remediation of Media Markets toward Media Entrepreneurship how recession reconstructed media industry .*European Media Management Education Conference .Moscow.*

Klamer .A. (2011). Cultural Entrepreneurship. "The Review of Austrian Economics ": ۲۴(۲) ۱۴۱-۱۵۶.

Olori .Gloria I. & Olori .Christian N. (۲۰۱۸). "Strategies and Challenges for Empowering Youth through Technical Vocational Education and Training Programme in Rivers Stat: *Benchmark Journals* "۶(1): ۱۲۱-۱۳۱

Thompson S. A & Tilden V. P. (2009). "Embracing quality and safety education for the ۲۱st century". *Journal of Vocational Behavior* 75(1): 69-81.

UNESCO Strategy for Technical and Vocational Education and Training (2016-2021). Published in 2016 by the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization 7 place de Fontenay, 75332 Paris Cedex 07, France

Velilla J. Molina J. & Ortega R. (2018). "Why older workers become entrepreneurs"? -International evidence using fuzzy set methods. *The Journal of the Economics of Ageing* 12 (2): 88-95

