



Institute for Research
& Planning in Higher Education

Higher Education Letter

Print ISSN: 2008-4617



National Organization
for Educational Testing

Strategic Analysis of the Economy of Higher Art Education in Iran and the Proposal of its Sustainable Development and dynamism Strategies

Hossein Khalili¹, Siavash Salavatian²

1, Master of Arts in Art Economics, Imam Reza International University, Mashhad, Iran. Email: Hoseinkhalili.didar@gmail.com

2 Assistant Professor, Department of Media Management, Faculty of Communication and Media, IRIB University, Tehran, Iran; (Corresponding Author), Email: Salavatian@iribu.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article Type: Research Article</p> <p>Received: 2021/02/03</p> <p>Revised: 2022/04/12</p> <p>Accepted: 2022/09/19</p> <p>Published online 2022/09/20</p>	<p>Objective: Paying attention to the economic dimensions is one of the most important factors of success in the field of art. The purpose of this study was to analyze the strategic economy of art higher education in Iran with an emphasis on post-graduate education and developing the necessary strategies.</p> <p>Methods: Based on situational analysis, the strategic issues in this field were analyzed in 45 propositions and in the framework of the PESTEL strategic model. In order to prioritize the strategic issues system, a questionnaire was provided to 30 specialists in strategic cultural, artistic, economic and higher education studies. Also, the Maxi-Max method was used to prioritize the strategic issues system.</p> <p>Results: Finally, 11 strategies provided to realize the dynamic economics and sustainable development in higher education with an emphasis on postgraduate education as following: 1. Institutional-functional independence of academic centers. 2. Effective interaction and maximum communication of art academic centers with domestic and foreign economic and industrial sectors 3. Matching fields with job skills and the labor market 4. Adapting the approach of funding based on the endogenous economy of the university 5. Cultivation and awareness about the functional importance of art economy and entrepreneurship 6. Using new technologies in universities in order to generate income. 7. Using existing capacities in the informal course of education and artistic skills. 8. Creating an innovative and dynamic environment in academic centers. 9. Establishing higher education institutions and research centers of the economic arts and entrepreneurship. 10. Establishing supportive and facilitating laws for economic and entrepreneurial activities. 11. Standardization of Entrepreneurship and art economy in the laws of recruiting students and faculty members</p> <p>Conclusion: Facilitating the movement of university art centers from the current situation to an entrepreneurial art university requires the synergy of the country's management and policy structures as the main beneficiaries of the higher education system</p> <p>Keywords: Economics of higher education of art, <i>Art Postgraduate Education</i>, <i>PESTEL Strategic Analysis</i>, <i>Entrepreneur University</i></p>

Cite this article: Khalili, Hossein; Siavash, Salavatian (2022). Strategic Analysis of the Economy of Higher Art Education in Iran and the proposal of its Sustainable Development and Dynamism Strategies. *Higher Education Letter*, 15 (59): 31-58 pages



© The Author(s).

Publisher: Institute for Research & Planning in Higher Education & National Organization of Educational Testing



تحلیل راهبردی اقتصاد آموزش عالی هنر در ایران و پیشنهاد راهبردهای توسعه پایدار و پویاسازی آن

حسین خلیلی^۱، سیاوش صلواتیان^۲

۱. کارشناس ارشد اقتصاد هنر، دانشگاه بین‌المللی امام‌رضا (ع)، مشهد، ایران. پست الکترونیک: Hoseinkhalili.didar@gmail.com
۲. استادیار گروه مدیریت رسانه، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران؛ (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: salavatian@iribu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: توجه به ابعاد اقتصادی از مهم‌ترین عوامل موفقیت نظام آموزش عالی در عرصه هنر است. هدف از اجرای پژوهش حاضر، تحلیل راهبردی اقتصاد آموزش عالی هنر در ایران با تأکید بر تحصیلات تکمیلی و تدوین راهبردهای لازم بوده است.
دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۵	روش پژوهش: بر اساس وضعیت‌شناسی، مسائل راهبردی این حوزه در ۴۵ گزاره مشخص و در چارچوب مدل راهبردی PESTEL تحلیل شد. به‌منظور اولویت‌بندی نظام مسائل راهبردی، پرسشنامه‌ای در اختیار ۳۰ نفر از متخصصان مطالعات راهبردی فرهنگی، هنری، اقتصادی و آموزش عالی قرار گرفت؛ همچنین، از روش ماکسی ماکس برای اولویت‌شناسی نظام مسائل راهبردی استفاده شد.
اصلاح: ۱۴۰۱/۰۱/۲۳	یافته‌ها: تعداد ۱۱ راهبرد به‌منظور تحقق اقتصاد پویا و توسعه پایدار در آموزش عالی هنر با تأکید بر تحصیلات تکمیلی ارائه شد: ۱. استقلال نهادی-کارکردی مراکز دانشگاهی؛ ۲. تعامل مؤثر و ارتباط حداکثری مراکز دانشگاهی هنر با بخش‌های اقتصادی و صنعتی داخلی و خارجی؛ ۳. متناسب‌سازی رشته‌ها با مهارت‌های شغلی و بازار کار؛ ۴. اتخاذ رویکرد تأمین مالی مبتنی بر اقتصاد درون‌زای دانشگاه؛ ۵. فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی در خصوص اهمیت کارکردی اقتصاد هنر و کارآفرینی؛ ۶. استفاده مراکز دانشگاهی از فناوری‌های نوین به‌منظور درآمدزایی؛ ۷. استفاده از ظرفیت‌های موجود در جریان غیررسمی آموزش و مهارت‌های هنری؛ ۸. ایجاد محیط خلاقانه و پویا در مراکز دانشگاهی؛ ۹. ایجاد مؤسسات آموزش عالی و مراکز پژوهشی مختص به اقتصاد هنر و کارآفرینی؛ ۱۰. وضع قوانین حمایتی و تسهیلگر ویژه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه؛ ۱۱. معیارسازی کارآفرینی و اقتصاد هنر در قوانین جذب دانشجویان و اعضای هیئت علمی.
انتشار: ۱۴۰۱/۰۶/۲۹	نتیجه‌گیری: تسهیل حرکت مراکز دانشگاهی هنر از وضع کنونی به‌سوی دانشگاه کارآفرین هنر، نیازمند هم‌افزایی ساختارهای مدیریتی و سیاست‌گذاری کشور به‌عنوان ذی‌نفعان اصلی نظام آموزش عالی است. واژگان کلیدی: اقتصاد آموزش عالی هنر، تحصیلات تکمیلی هنر، تحلیل راهبردی PESTEL، دانشگاه کارآفرین هنر

استناد: خلیلی، حسین؛ سیاوش، صلواتیان (۱۴۰۱). تحلیل راهبردی اقتصاد آموزش عالی هنر در ایران و پیشنهاد راهبردهای توسعه پایدار و پویاسازی آن. نامه آموزش عالی، ۱۵(۵۹)، صفحه ۳۱-۵۸
ناشر: مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی و سازمان سنجش آموزش کشور حق مؤلف © نویسنده‌گان.



مقدمه

امروزه آموزش عالی، نقطه اتکای توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و علمی هر کشور و از عوامل مهم پویایی اقتصاد ملی است. در این راستا، برنامه‌ریزی برای توانمندسازی آموزش عالی و چگونگی تحول آموزش عالی برای پاسخگویی به چالش‌های درونی و بیرونی دانشگاه، اهمیت بسیار دارد (ماکادو و تیلور^۱، ۲۰۱۰). بر این اساس، دانشگاه‌های هنر پیشرو در جهان، در سیاست‌گذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و رویکردهای مدیریتی خود توجه ویژه‌ای به اقتصاد درون‌زا، کارآفرینی و کسب‌وکارهای دانشگاهی دارند. این مهم، ضمن ایفای نقش مؤثر در تأمین مالی و درآمدزایی دانشگاه‌ها، به دلیل شراکت دادن دانشجویان و استادان در فعالیت‌های اقتصادی دانشگاه، محیطی پویا و هویتی جدید را برای دانشگاه‌ها به ارمغان می‌آورد. در این محیط، دانشجویان و استادان، نه تنها در جریان دانش دخیل هستند، بلکه به‌عنوان ذی‌نفعان اصلی دانشگاه در کنش‌های اقتصادی و اجتماعی سهیم می‌شوند. در کنار این، نقش دانشجو از یک کاربر صرف دانش به یک کنشگر دانش و کارگزار خلاقیت ارتقا می‌یابد. در واقع، دانشگاه با اتخاذ رویکرد ویژه کارآفرینی و اقتصاد هنر، در مسیری قرار می‌گیرد که از آن با عنوان دانشگاه کارآفرین یاد می‌شود. در دانشگاه کارآفرین هنر، دانشجو و استاد در کنار یکدیگر به تولید و کنش اقتصادی-صنعتی می‌پردازند و در نتیجه این تعامل، دانشگاه به رشد و توسعه پایدار نزدیک شده و مسائلی نظیر «بحران اشتغال دانش‌آموختگان» نیز به حداقل می‌رسد. اکنون، این مسیر از مهم‌ترین اولویت‌های راهبردی مراکز دانشگاهی هنر در جهان است.

در کشور ما طی سال‌های اخیر، تراکم جمعیتی دانشجویان سطوح تحصیلات تکمیلی روند صعودی داشته است و دانشگاه‌های زیادی، تمرکز خود را روی جذب حداکثری دانشجو در مقاطع تحصیلات تکمیلی قرار داده‌اند. در این میان، وضعیت آموزش عالی هنر، بسیار قابل تأمل است؛ علم تولید می‌شود ولی متأسفانه توانایی و امکان تبدیل آن به ثروت وجود ندارد و دانش‌آموختگان نمی‌توانند از آموزشی که در دانشگاه‌ها دیده‌اند کارآفرینی کنند (آیت‌اللهی و همکاران، ۱۳۹۱). در این شرایط، روند تأسیس مراکز دانشگاهی هنری در یک‌دهه گذشته در سراسر کشور روند صعودی نیز داشته است؛ بنابراین، نظام آموزش عالی کشور با چالش‌های بسیاری از قبیل کاربردی نبودن آموزش‌های دانشگاهی، نبود رابطه مناسب بین دانشگاه‌ها و سایر بخش‌های اجتماعی، گسترش کمی نظام آموزش عالی بدون توجه به ظرفیت‌های موجود و توان اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه برای پذیرش دانش‌آموختگان دانشگاهی و ... مواجه است (شرفی و همکاران، ۱۳۹۵).

پرسش این است که با وضعیت موجود و چالش‌های پیش‌رو، تکلیف مراکز دانشگاهی و دانش‌آموختگان این دانشگاه‌ها در سطح تحصیلات تکمیلی چه خواهد بود؟ به‌ویژه اینکه در کنار دانشجویانی که پایه تحصیلی هنری دارند، بسیاری از دانشجویان تحصیلات تکمیلی هنر در کشور، دارای رشته کارشناسی غیرهنری هستند و از

روی علاقه او نیز استعدادهای هنری خویش را به این سو، روی آورده‌اند و این مهم، موضوع را بغرنج‌تر کرده است. بررسی‌ها نیز نشان می‌دهد که دانش‌آموختگان تحصیلات تکمیلی، اشتغال و کارآفرینی اثربخشی را در اقتصاد ندارند و از طرفی هم آموزش عالی در ایران به نیازهای دانشجویان، جامعه و بازار کار توجه لازم را ندارد (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۱؛ بیگدلی و همکاران، ۱۳۹۶).

به این ترتیب، مسئله اصلی که باعث شکل‌گیری پژوهش حاضر شده است، خیل عظیمی از دانش‌آموختگان تحصیلات تکمیلی هنر که دچار بحران اشتغال و درآمد و البته عدم امکان فعالیت حرفه‌ای هنری هستند و مراکز دانشگاهی رشته‌های هنری که با چالش‌های بسیاری به‌ویژه در تأمین مالی خود مواجه‌اند که به گسترش «سیستم شهریه‌ای» در پذیرش دانشجو و همچنین غلبه کمیت‌ها بر کیفیت‌ها منجر شده است. بر این اساس و با در نظر گرفتن الگوهای جهانی اقتصاد آموزش عالی که به یاری نظام دانشگاهی هنر در جوامع توسعه‌یافته شتافته‌اند، هدف از اجرای پژوهش حاضر، تحلیل وضعیت موجود و ارائه راهبردهای لازم برای جلوگیری از آسیب‌های جدی پیش‌رو در رابطه با نظام آموزش عالی کشور در حوزه هنر است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش

حسن پور رودبارکی و لبادی (۱۳۹۵) در جستار خود ضرورت بهره‌گیری از برنامه‌ریزی راهبردی در نظام آموزشی کشور را متذکر شده است؛ پژوهش حاضر نیز با عبور از این ضرورت، به بررسی و برنامه‌ریزی راهبردی برای دانشگاه‌های هنر پرداخته است. کاظمی و هاشمی (۱۳۹۵) در جستار خود به این نتیجه رسیده‌اند که در اسناد مدنظر تأکید متوازن و یکسانی به مقوله خلاقیت و نوآوری در نظام آموزش عالی نشده است در حالی که پژوهش حاضر بررسی جامعی از وضعیت اسناد و قوانین آموزش عالی داشته و نسبت به ارائه پیشنهادها راهبردهای اقدام کرده است. نتایج بررسی راهبردی اجتهادی و داودی (۱۳۸۶) نیز حاکی از آن است که موانع و آسیب‌های اصلی ساختار نظام آموزش عالی در اجرای برنامه‌های توسعه از ساختار وظیفه‌ای آن ناشی شده‌اند؛ کار اجتهادی و داودی (۱۳۸۶) با موضوع پژوهش حاضر از لحاظ توجه به سیاست‌ها همپوشانی دارد ولی تحقیق حاضر نگاهی جامع نسبت به این موضوع داشته و در ادامه راهبردهای پیشنهادی ارائه داده است.

بررسی مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۶) نشان می‌دهد دانش‌آموختگان، اشتغال و کارآفرینی اثربخشی را در اقتصاد ندارند و این موضوع به کاهش نرخ بهره‌وری نیروی انسانی در کشور منجر شده است. در این راستا، شکیبایی و صمیمی (۱۳۹۵) نیز به لزوم طراحی الگوی چرخه تبادل علم میان آموزش عالی و فضای کسب‌وکار بر اساس آسیب‌شناسی آموزش عالی و فضای کسب‌وکار در ایران پرداخته‌اند. نتایج تحقیق انتظاری (۱۳۸۸) حاکی از آن است که هماهنگی لازم بین نظام آموزش عالی ایران و تحولات نظام اشتغال ایران وجود ندارد.

بیگدلی و همکاران (۱۳۹۱) نیز نشان می‌دهند که در ایران، آموزش عالی به نیازهای دانشجویان، جامعه و بازار کار توجه لازم را ندارد. تفاوت تحقیق با کار مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۶)، شکیبایی و صمیمی (۱۹۵)، انتظاری (۱۳۸۸) و بیگدلی و همکاران (۱۳۹۸) در این است که تحقیق حاضر در رابطه با کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی رویکرد جامعی در پیش گرفته و با در نظر گرفتن تمامی مسائل و چالش‌های مرتبط با اقتصاد و سیاست‌های آموزش عالی، راهبردهای پیشنهادی برای دستیابی به وضعیت مطلوب در دانشگاه‌های هنر ارائه داده است.

یکی از مهم‌ترین ارکان اقتصاد آموزش عالی، تأمین مالی دانشگاه‌ها است که مورد توجه تعدادی از پژوهشگران قرار گرفته است. در این خصوص، از دیدگاه برنمن و فینی^۱ (۱۹۹۷) بودجه دولتی و هدایای خصوصی (وقف)، کفاف نیازهای روبه‌رشد دانشگاه‌ها را نمی‌دهد. از این رو، مؤسسات به دنبال یافتن منابع مالی جدیدی هستند که مستلزم کارآفرینی زیاد بوده و در مجموع آنها را به سوی محیطی خارجی که پویایی خاص خودش را دارد هدایت کند. همچنین، کابالرو و گالاچ^۲ (۲۰۰۳) بر تأمین مالی از طریق فعالیت‌های اقتصادی دانشگاه تأکید کرده است. در خصوص کشور ما، انتظاری و محبوب (۱۳۹۲) در جستار خود نشان داده‌اند که نظام کنونی تأمین مالی آموزش عالی در کشور ایران و سازوکار پرداخت یارانه به آن از سوی دولت چندان مطلوب نیست و نیازمند بازاندیشی و بازآفرینی است.

از دیگر مباحث بسیار مهم در اقتصاد آموزش عالی، ارتباط دانشگاه و صنعت است. در این خصوص، بنا بر پژوهش فائض و شهابی (۱۳۸۹) موانع ارتباط صنعت و دانشگاه در کشور شامل موانع قانونی، موانع فرهنگی، تقاضامحور نبودن پروژه‌های دانشگاهی، کارایی نداشتن دوره کارآموزی و تناسب نداشتن رشته‌های دانشگاهی با نیاز صنایع است. بر اساس گزارش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری (۱۳۹۴) در مورد رابطه نظام آموزش عالی ایران با صنعت، متأسفانه فاصله قابل توجهی بین ظرفیت‌های علمی کشور با نیازهای بخش صنعت وجود دارد. سلطانی گردفرامری (۱۳۹۰) نیز چالش اصلی نظام آموزش عالی کشور را مربوط به مشکلات مسیر تجاری‌سازی در نظام آموزش عالی کشور می‌داند. پژوهش حاضر از جهت به کار بردن رویکرد دانشگاه کارآفرین و همچنین تمرکز بر دانشگاه‌های هنر برای ارائه سیاست‌های پیشنهادی با تحقیقات فائض و شهابی (۱۳۸۹) و سلطانی گردفرامری (۱۳۹۰) متفاوت است.

در حالت کلی، بررسی پیشینه نشان می‌دهد که پژوهش‌های اجرا شده، بیشتر از جنس آسیب‌شناسی هستند. این آسیب‌شناسی در بعد برنامه‌ریزی راهبردی، قوانین، سیاست‌ها، تأمین مالی، ارتباط دانشگاه با صنعت و اقتصاد آموزش عالی است. این تحقیقات مشخصاً روی بعد اقتصادی دانشگاه‌های هنر به‌ویژه آموزش عالی و همچنین، سرمایه‌های انسانی موجود در این دانشگاه‌ها متمرکز نیستند و به‌نوعی از این حوزه غفلت شده است.

1. Breneman & Finney
2. Caballero & Galache

بر این اساس، نوآوری پژوهش حاضر را می‌توان تمرکز بر اقتصاد آموزش عالی در حوزه هنر و همچنین گذر از وضعیت موجود حاکم بر تحقیقات این حوزه با تأکید بر لزوم ارائه راهبرد در جهت اعمال اقدامات لازم برای بهبود وضعیت اقتصاد آموزش هنر توصیف کرد.

مبانی نظری

اهمیت بررسی راهبردی در حوزه آموزش عالی

چنانچه پیش‌تر گفته شد آموزش عالی، نقطه اتکای توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و علمی هر کشور و از عوامل مهم پویایی اقتصاد ملی است. در این راستا، برنامه‌ریزی برای توانمندسازی آموزش عالی و چگونگی تحول آموزش عالی برای پاسخگویی به چالش‌های درونی و بیرونی دانشگاه، اهمیت بسیار دارد (ماکادو و تیلور، ۲۰۱۰). برای فائق آمدن بر چالش‌ها، برنامه‌ریزی و ارزیابی راهبردی نقش اساسی دارد؛ بنابراین ارزیابی محیط رقابتی سازمان و موقعیت راهبردی آن، در فرایند برنامه‌ریزی راهبردی اهمیت ویژه‌ای دارند (تایلک^۱، ۱۹۹۱، ص ۲۱). بررسی و تحلیل موقعیت راهبردی دانشگاه‌ها در نظام آموزش عالی از اهمیت زیادی برخوردار است. برنامه‌های راهبردی رسیدن از وضع موجود به وضع مطلوب را که به سند چشم‌انداز سازمان اشاره دارد و به‌واسطه شناخت بهتری که از محیط می‌دهند، سازمان‌ها را در بهبود عملکرد یاری می‌کنند (کراس و همکاران^۲، ۲۰۰۶). بر این اساس دانشگاه‌ها قادر خواهند بود در محیط رقابتی امروز، به سه هدف اصلی هر کسب‌وکار و فعالیت اقتصادی، یعنی بقا، رشد و سودآوری، دست یابند (اسدی و همکاران، ۱۳۹۲). با توجه به جایگاه رفیع دانشگاه‌ها، پرداختن به وضعیت راهبردی آنها حائز اهمیت بسیاری است (روشان^۳، ۲۰۰۴، ص ۴).

اقتصاد آموزش عالی

اقتصاد آموزش از اوایل دهه ۱۹۶۰ وارد جریان اصلی علم اقتصاد شد. محور تمرکز اقتصاد آموزش، به‌عنوان یک رشته کاربردی در علم اقتصاد، تصمیم‌گیری‌های آموزشی در سطح خرد و کلان است (نادری، ۱۳۹۴). از مؤلفه‌های اقتصاد آموزش، فرایند برآورد هزینه‌های آموزشی، معین کردن مسیرهای مختلف برای اقدام، ایجاد چارچوبی برای برآورد هر یک از بدیل‌ها و اندازه‌گیری هزینه‌های آتی مرتبط با هر یک از تصمیمات بدیل است (کوک-چی^۴، ۲۰۰۰). اقتصاد آموزش عالی، به میزان زیادی به ارتباط دانشگاه و بازار مربوط است. در یک اقتصاد مبتنی بر بازار، نیاز نیروی کار بازار به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی علامت می‌دهد که چه تعداد، در چه رشته‌هایی، در چه مقاطعی و با چه کیفیتی نیروی دارای تحصیلات عالی تربیت کنند. این پاسخگویی به

1. Tilak
2. Kraus et al
3. Roshan
4. Kwok-Chi

نیاز بازار هم سبب پویا بودن دانشگاه‌ها می‌شود و هم از اتلاف منابع جامعه که نیروی انسانی مهم‌ترین آنها است جلوگیری می‌کند. از این‌رو، آموزش عالی در یک اقتصاد مبتنی بر بازار هم زمینه بهره‌مندی مادی و معنوی افراد آموزش‌دیده را فراهم می‌آورد و هم اقتصاد را از وجود آنها بهره‌مند می‌کند (رحمانی، ۱۳۹۳).

نظام آموزش عالی در جهان در مسیر تکاملی خود رسالت‌های مختلفی بر عهده داشته است. این رسالت‌ها که در واقع نوعی پاسخ به محیط بوده، امکان تجربه چندین نسل از نظام آموزشی را فراهم کرده است: ۱. نسل اول: دانشگاه، ابزار انتقال دانش؛ ۲. نسل دوم، دانشگاه، ابزار تولید دانش؛ ۳. نسل سوم: دانشگاه، ابزار تولید ثروت (عدلی، ۱۳۸۸). انقلاب علمی-فناورانه در اواخر قرن بیستم چرخش عمده‌ای در فعالیت‌ها و رسالت‌های دانشگاه ایجاد کرد و نسل سومی از دانشگاه‌ها پا به عرصه وجود نهاده‌اند که با الگوی مبتنی بر بازار، به دنبال دانش سودمند و در پیوند با اقتصاد هستند. در این دانشگاه‌ها که آن را دانشگاه «بهینه‌ورز» نیز می‌نامند، به دانش و کاربرد آن به‌عنوان «دارایی راهبردی» نگاه می‌شود. نسل سوم دانشگاه‌ها در جدال تعیین ارزش ثروت یا دانش، ارزش را به ثروت داده و دانش را به‌عنوان کالای راهبردی در خدمت تولید ثروت و کسب درآمد گرفته است. این امر به معنای تجاری‌سازی دانش است که مستلزم حضور دانشگاه در عرصه رقابت برای عرضه آن و در نتیجه، دستیابی به جایگاهی انحصاری است (والاس^۱، ۲۰۰۰). در هزاره سوم، توسعه دانش، فناوری و کارآفرینی، کلید توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی جوامع محسوب می‌شود. تغییر و تحولات موجود در دانشگاه‌ها با توجه به وضعیت مبتنی بر بازار دانش سبب شده است که امروز دانشگاه از یک نهاد علمی-فرهنگی صرف به یک نهاد علمی-اقتصادی، تبدیل و به‌عنوان یک بازار دانش مطرح شود که در آن گروه‌های اقتصادی و علمی، بنگاه‌های دانش هستند (شکیبایی و صمیمی، ۱۳۹۵).

دانشگاه کارآفرین هنر (تجلی کارآمدی اقتصاد آموزش عالی هنر)

تعامل آموزش عالی با صنعت و فضای کسب‌وکار، از مهم‌ترین موضوعاتی است که در بررسی اقتصاد آموزش عالی قابل طرح است؛ چراکه همواره چالش‌های بسیاری در خصوص وضعیت شغلی دانش‌آموختگان وجود دارد. نقش همکاری‌های میان دانشگاه و صنعت در شکل‌دهی عملکردهای ابداعی دانشگاه‌ها و شرکت‌ها، تبدیل به یک موضوع کلیدی در بحث‌های مربوط به تعیین‌کننده‌های ابداعات شده است (بابا و همکاران^۲، ۲۰۰۹).

بنابراین، دانشگاه‌ها در سالیان اخیر، افزون بر دو مأموریت پیشین خود یعنی آموزش و پژوهش، مأموریت سومی را نیز بر عهده گرفتند و آن نوآوری فناورانه است. امروزه دانشگاه‌هایی که این نقش را بر عهده دارند به‌عنوان دانشگاه کارآفرین شناخته می‌شوند (فیلیپات و همکاران^۳، ۲۰۱۱). توافق عمومی از مفهوم کارآفرینی به‌عنوان

1. Wallace
2. Baba et al
3. Philpott et al

زمینه‌ساز رشد و توسعه اقتصادی، خود یکی از عوامل توسعه و پیشرفت دانشگاه‌های نسل سوم در جهان است. علاوه بر این، با تأکید بر کارآفرینی و آموزش آن در دانشگاه‌ها، یعنی آماده‌سازی دانشجویان و استادان برای دنیای کسب‌وکار و نیز تبدیل دانش نظری به دانش‌های کاربردی و عملی، شاهد تحولی شگرف هم در اشتغال و هم در رشد و توسعه پایدار خواهیم بود (الین و گری^۱، ۲۰۱۳). دانشگاه کارآفرین، دانشگاهی است که در آن تمام فعالیت‌های اعضا از قبیل آموزش، پژوهش و... به‌گونه‌ای مدیریت و اجرا می‌شود که دانشگاه به‌عنوان نهاد علمی-اقتصادی در جامعه حضور یابد. (دبیک و همکاران^۲، ۲۰۱۵) همچنین، دانشگاه کارآفرین یک نظام اجتماعی است که در آن واحدهای سازمانی درونی تلاش می‌کنند تا به نیازهای واقعی بازار و محیط (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) پاسخ دهند و نه تنها به نوآوری بپردازند بلکه با ایجاد تغییرات اساسی در عملکرد خودشان به‌طور مستمر اقدام کنند (بلکنر و همکاران^۳، ۲۰۰۸).

بر این اساس، رویکرد کارآفرینی در دانشگاه‌های هنری، پاسخگوی نیازهایی از قبیل کسب‌وکار و اشتغال دانشجویان و دانش‌آموختگان، تأمین مالی دانشگاه و نقش‌آفرینی دانشگاه در توسعه اقتصادی کشور است؛ از این‌رو، دانشگاه کارآفرین هنر را می‌توان تجلی کارآمدی اقتصاد آموزش عالی هنر قلمداد کرد. دانشگاه کارآفرین هنر، برنامه‌ریزی آموزشی و طرح‌های پژوهشی خود را مبتنی بر کارکردهای کارآفرینی و درآمدزایی قرار می‌دهد. اصل اساسی در دانشگاه کارآفرین هنر، به‌کارگیری خلاقیت، ایده‌ها و قوه زیبایی‌شناختی دانشجویان در تولید محصولات فرهنگی-هنری برای عرضه در بازار صنایع خلاق است. در فرایند تولیدی دانشگاه کارآفرین هنر، خود دانشجویان و اعضای هیئت علمی به‌عنوان کارآفرین، می‌توانند نقش‌آفرین باشند. در واقع، این خود دانشجویان هستند که در سازوکار تولید و عرضه محصولاتشان کنش دارند؛ و استادان دانشگاه، دانش و راهنمایی‌های لازم را برای شکوفایی خلاقیت دانشجویان، به آنها منتقل می‌کنند. دانشگاه شرایط، امکانات و تسهیلات لازم را برای دانشجویان و نیز اعضای هیئت علمی مهیا می‌کند و حمایت‌های لازم را از آنها به عمل می‌آورد تا این نیروی انسانی خلاق بتواند دانش و مهارت هنری خود را به محصول اقتصادی- فرهنگی تبدیل کند.

تحصیلات تکمیلی

در نظام‌های آموزشی، دانشجویان تحصیلات تکمیلی موتور محرکه پژوهش‌های علمی و صنعتی هستند. توسعه دانایی‌محور، نیازمند تربیت نیروی انسانی توانمندی است که انتظار می‌رود بخش مهمی از آن در قالب دوره‌های تحصیلات تکمیلی تحقق یابد. در این زمینه، نتایج مطالعه کانور و براون^۴ (۲۰۰۹) مؤید آن است که «زنظر کارفرمایان، دانش‌آموختگان کارشناسی ارشد و دکتری ارزش افزوده فراوانی را برای سازمان‌های محل کار خود

1. Elaine & Gray
2. Dabic et al
3. Blenker et al
4. Brown

به ارمغان می‌آورند» (به نقل از عزیزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۳۱۰). درجه کارشناسی ارشد، به معنای عمل به علم است و مشخص می‌کند دارنده آن دانش پیشرفته‌ای در یک زمینه تخصصی دارد. دکتری تخصصی^۱ نیز به‌عنوان بالاترین درجه تحصیلی دانشگاهی و معیار صلاحیت دانش‌پژوهی منحصر به فرد مورد توجه افراد، گروه‌ها و نهادهای مختلف به دلایل متنوع است. آموزش در دوره دکتری تخصصی، نقش مهمی در نوسازی حرفه علمی، تربیت نیروی کار ماهر مورد نیاز جوامع و اقتصادهای دانش‌بنیان و گسترش نوآوری و رشد جوامع ایفا می‌کند (وارگز،^۲ ۲۰۰۴).

در انتهای دهه ۹۰ م. رهبران کسب‌وکار و صنایع آمریکا، اعضای هیئت علمی، مدیران و رهبران و وابستگان حرفه‌ای و آموزش عالی فراخوانی را برای اصلاح دوره دکتری مطرح کردند که ارزش شیوه آموزش دکتری رایج PhD به چالش کشیده شد و شیوه‌های نوینی مبتنی بر کاربرد دانش و نوآوری در اقتصاد آموزش عالی تبیین شد. از آن پس، در بسیاری از کشورها به تدریج آموزش دوره دکتری از مدل‌های تأمین مالی توسط دولت به تأمین مالی توسط دانشگاه‌ها تغییر یافت (بیزمن و لی،^۳ ۲۰۰۰). کشورهای انگلستان، استرالیا و آمریکا در ایجاد تنوع در دوره‌های دکتری پیشگام بوده‌اند و ایجاد دوره دکتری مبتنی بر عمل^۴ (اجرای پروژه با نظارت کوتاه‌تر از رساله رایج PhD شامل زمینه و بازخوردها در رشته‌های هنری) و ارائه PhD به شیوه جدید^۵ با هدف افزایش بازار بین‌المللی از جمله این تنوعات است. در رویکرد اخیر که رویکرد غالب در کشور آمریکاست، هماهنگی با نیازها، انتظارات و علایق دانشجویان و جامعه مورد توجه است و علاوه بر برگزاری کلاس‌های آموزشی، متقاضیان به اجرای طرح‌های پژوهشی و کسب مهارت‌های مورد نیاز رشته‌های تخصصی می‌پردازند (متس، ۲۰۱۲).

وضعیت‌شناسی

مطابق با آخرین آمار اعلامی مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری که مربوط به سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ است، سهم بودجه آموزش عالی کمتر از ۳ درصد بودجه کل کشور، معادل ۸/۵ هزار میلیارد تومان و سهم حوزه هنر در این بودجه‌بندی در پایین‌ترین سطح بوده است؛ به طوری که دانشگاه هنر با ۴۵ میلیارد تومان کمترین بودجه را در بین دانشگاه‌های تهرانی به خود اختصاص داده است. می‌توان برآورد کرد که سهم حوزه هنر از کل بودجه آموزش عالی کشور، کمتر از ۲ درصد است. بنا بر اظهارات مسئولان وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، این اعتبارات پاسخگوی مشکلات دانشگاه‌ها در مسیر تبدیل به دانشگاه‌های نسل سوم و کارآفرین نیست و نمی‌تواند نیازهای مالی آموزش عالی کشور را برآورده

1. Doctor of Philosophy (Ph.D)
2. Varghese
3. Bozeman & Lee
4. Practice-based Doctorate
5. New Route PhD

کند. از جمله آسیب‌های این مسئله، افزایش رویکرد دانشگاه‌ها به تأمین مالی از طریق سیستم شهریه‌ای است. در وضعیت کنونی، عمده منابع درآمد اختصاصی دانشگاه‌های دولتی در ایران عبارت از درآمد دوره‌های نوبت دوم و پردیس‌های بین‌الملل، اجاره‌بهای اماکن، اجرای طرح‌های پژوهش کاربردی، برگزاری آزمون‌های ادارات و مؤسسات، دوره‌های آزاد آموزشی، فروش اموال و... هستند. سهم درآمدهای حاصل از فعالیت‌های کارآفرینی و کسب‌وکارهای دانشگاهی در دانشگاه‌های دولتی، بسیار کم است. بر این اساس، بخش غالب تأمین مالی دانشگاه‌های دولتی، مبتنی بر تخصیصات مالی دولتی بوده و سایر هزینه‌ها نیز از طریق سیستم شهریه‌ای تأمین می‌شود. در رابطه با دانشگاه‌های غیردولتی نیز باید گفت که تأمین مالی این دانشگاه‌ها اساساً مبتنی بر سیستم شهریه‌ای و کمک‌های دولتی است. این وضعیت درباره دانشگاه‌های هنری و دانشگاه‌هایی که رشته‌های هنری را برگزار می‌کنند نیز صادق است و به نظر می‌رسد حوزه آموزش عالی هنر نسبت به بسیاری از حوزه‌های دیگر، هم از اعتبارات مالی کمتری برخوردار بوده، هم وابستگی بیشتری به سیستم شهریه‌ای دارد و هم میزان فعالیت‌های منجر به درآمدهای کارآفرینی و کسب‌وکار دانشگاهی در آنها کمتر است.

در حال حاضر، سیستم شهریه‌ای، در بسیاری از مراکز دانشگاهی کشور گسترش یافته و به توسعه «کمی» در پذیرش دانشجویان منجر شده؛ در حالی که توسعه کیفی تحصیلات تکمیلی، با چالش‌های بسیاری مواجه بوده است. این سیستم مسئله‌دار، در تحصیلات تکمیلی هنر نیز به سرعت گسترش یافته است. بر اساس بررسی‌های آماری نگارندگان در سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷، در میان کل دانشگاه‌ها (دولتی، آزاد و...)، ۷۷ درصد دانشجویان تحصیلات تکمیلی هنر، شهریه پرداخت می‌کنند و تنها ۲۳ درصد تحصیل رایگان دارند. در میان دانشگاه‌های دولتی نیز ۴۵/۴۷ درصد دانشجویان تحصیلات تکمیلی هنر شهریه پرداخت می‌کنند.

از دیگر چالش‌های تحصیلات تکمیلی هنر در کشور، مربوط به برنامه‌های درسی است. برنامه درسی رشته‌های هنری، متناسب با نیازهای جامعه نیست؛ این در حالی است که در دو دهه گذشته در جهان، تحولات در برنامه‌های درسی آموزش هنری موجب اطمینان دولت و صنعت به دانش‌ها و مهارت‌های خلاقانه دانش‌آموختگان، دانشجویان و استادان دانشگاه‌های هنری شده است (نیلی و همکاران، ۱۳۹۵).

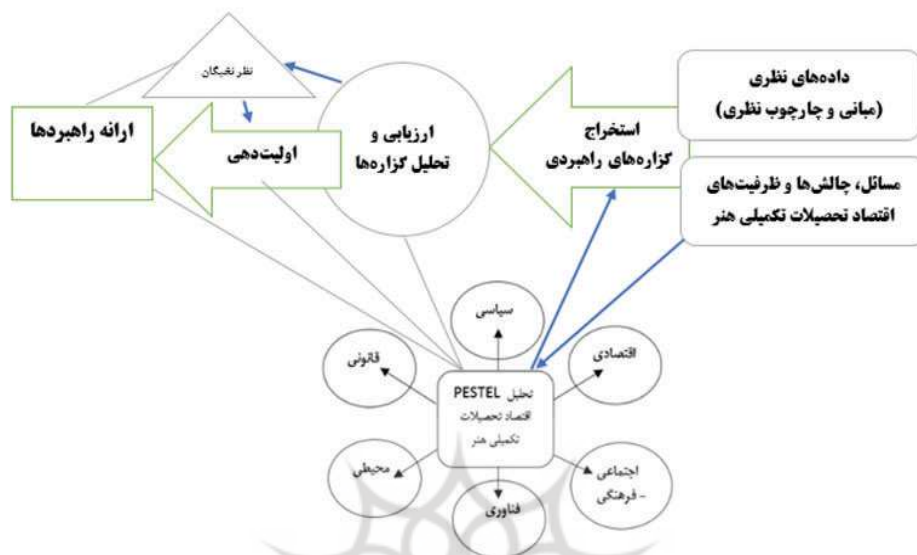
افزایش مدرک‌گرایی، از چالش‌های امروز آموزش عالی ایران به‌ویژه در سطح تحصیلات تکمیلی است که باعث دور شدن از هدف‌های اصلی آموزش عالی شده است (مرکز رصد کنکاش و رصد عیار، ۱۳۹۶). یافته‌های پژوهش‌گرد زنگنه و همکاران (۱۳۹۲) نشان‌دهنده آن است که وضعیت کیفیت دوره‌های تحصیلات تکمیلی از دیدگاه دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری در سطح مطلوب و مورد انتظاری نبوده است. در گزارش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری (۱۳۹۴)، اهم مشکلات وضعیت فعلی آموزش عالی کشور، عبارت بودند از: شیوه نامناسب آموزش، تطابق نداشتن برنامه‌های درسی با نیازهای جامعه، تناسب نداشتن جذب دانشجویان با معیارهای کیفی، نامناسب بودن شیوه تأمین مالی و ارتباط نداشتن دانشگاه با صنعت و بازار کار.

روش پژوهش

این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی اجرا شده و از میان روش‌های مختلف تحلیل راهبردی، «مدل تحلیل PESTEL» به دلیل جامعیت آن مورد استفاده قرار گرفته است. با استفاده از این مدل، وضعیت کنونی اقتصاد آموزش عالی کشور مورد تحلیل راهبردی قرار گرفت. PESTEL یک فن برنامه‌ریزی راهبردی است که چارچوبی مفید برای آنالیز پارامترهای مربوط و تأثیرگذار بر یک سیستم (غالباً کلان از قبیل نظام‌های اقتصادی، آموزشی، علمی و...) را فراهم می‌آورد. کلمات تشکیل‌دهنده نام این مدل از اختصار نام عوامل ذیل ایجاد می‌شوند: سیاسی: شامل عوامل سیاسی و حاکمیتی، سیاست‌های دولت، تغییرات سیاسی، سیاست‌های اقتصادی، حمایت‌های سیاسی-نهادی، رویکردهای مدیریتی، روابط نهادی و...؛ اقتصادی: شامل شرایط اقتصادی داخلی، روندهای اقتصاد جهانی، اشتغال و بازار کار، تولید، روند صنعت، خصوصی‌سازی، سرمایه‌گذاری اقتصادی، هزینه و درآمدها، کارآفرینی، تجاری‌سازی، مالیات، ارتباط با صنعت و...؛ اجتماعی: شامل عوامل اجتماعی و فرهنگی و تغییرات جمعیتی و انتظارات مردمی، نیازها و انگیزه‌های افراد، شرایط حاکم فرهنگی، نیازها و انگیزه‌های اجتماعی تحصیل، هویت اجتماعی و فرهنگی و...؛ فناورانه: شامل عوامل مربوط به امکانات و تغییرات فناوری، تأثیرات فناوری، ظرفیت‌های نوآوری جهانی، فناوری‌های رسانه‌ای نوین و...؛ محیطی: شامل سطوح دسترسی، محیط زندگی، محیط آموزشی، محیط سیستمی سازمانی، ارتباطات بین‌المللی، آمایش سرزمینی و...؛ قانونی: شامل قوانین و دستورالعمل‌ها، خلأهای قانونی، مسائل حقوقی، مالکیت فکری، قوانین و سیاست‌گذاری‌ها در آموزش عالی، اقتصاد و فرهنگ، قوانین بین‌المللی علمی، فرایندهای قانون‌گذاری و... (دیوید^۱، ۲۰۱۱، ترجمه پارسائیان و اعرابی، ۱۳۹۰ و کالینز^۲، ۲۰۱۴).

تجزیه و تحلیل PESTEL به‌طور نرمال در سطح کشوری انجام می‌گیرد و آثار عوامل تشکیل‌دهنده تجزیه و تحلیل یادشده بر توسعه راهبرد اقتصادی را بررسی می‌کند. این تحلیل، ابزار راهبردی مناسب برای شناخت «تصویر بزرگ» از یک محیط اقتصادی است. این ابزار می‌تواند در جهت بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و فرصت‌ها و حداقل نمودن چالش‌ها و تهدیدهایی که یک محیط اقتصادی با آنها مواجه می‌شود، مورد استفاده قرار گیرد (هانگر و ویلن^۳، ۲۰۰۵، ترجمه اعرابی و ایزدی، ۱۳۸۴ و کالینز^۲، ۲۰۱۴).

1. David
2. Collins
3. Hanger & Whelan



شکل (۱) مدل مفهومی اجرای پژوهش

با بررسی وضعیت موجود در حوزه آموزش عالی هنر و سطح تحصیلات تکمیلی آن، مطابق با مدل تحلیل راهبردی PESTEL، تعداد ۴۵ گزاره (شامل شش گروه: عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، فناورانه، محیطی و قانونی) به‌عنوان نظام مسائل راهبردی موجود در زمینه اقتصاد آموزش عالی هنر در ایران با تأکید بر تحصیلات تکمیلی مشخص شد. به‌منظور اولویت‌بندی نظام مسائل راهبردی، پرسشنامه‌ای تهیه شد که پاسخ‌دهندگان می‌بایست در مقابل هر یک از گزاره‌ها، نمره‌ای بین ۱ تا ۹ (به‌عنوان شاخص «ضریب تأثیر») را منظور کنند. پاسخ‌دهندگان (به‌عنوان صاحب‌نظر) شامل ۳۰ نفر از استادان، پژوهشگران و متخصصان مطالعات راهبردی فرهنگی، هنر، اقتصاد و آموزش عالی بوده‌اند. بنا بر روند پژوهش، این تعداد به‌کفایت لازم برای احراز نظام مسائل راهبردی موردنظر رسیده بود. در ادامه از روش ماکسی-ماکس^۱ برای اولویت‌شناسی نظام مسائل راهبردی موجود استفاده شد. این روش مبتنی بر تصمیم‌گیری توسط صاحب‌نظران عرصه مورد مطالعه و از پرکاربردترین روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره یک‌منظوره است (شیرویه‌زاد و توکلی، ۱۳۹۳). در روش ماکسی-ماکس به‌منظور افزایش دقت تصمیم‌گیری، نظرات کارشناسان مختلف، گردآوری و از حالت کیفی (متغیرهای زبانی) به حالت کمی (عددی) تبدیل می‌شود. برای این تبدیل، از طیف ساتی استفاده شده است (ناچیز: ۱؛ ناچیز تا متوسط: ۲؛ متوسط: ۳؛ متوسط تا زیاد: ۴؛ زیاد: ۵؛ قوی تا خیلی زیاد: ۶؛ خیلی زیاد: ۷؛ خیلی

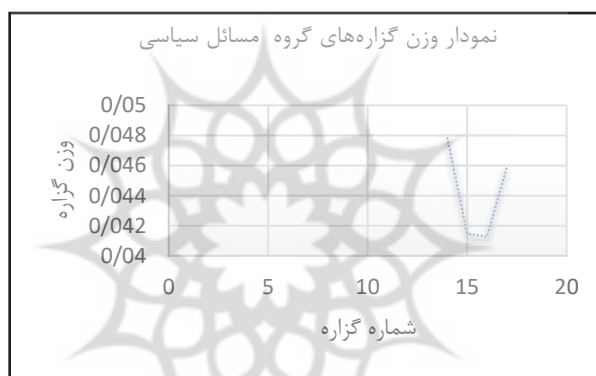
1. Max-Max

قوی تا فوق‌العاده زیاد: ۸؛ فوق‌العاده زیاد: ۹). در مرحله اولویت‌بندی گزینه‌های تصمیم و انتخاب گزینه ارجح، از میان تمام گزاره‌ها، گزاره دارای بیشترین وزن به‌عنوان گزینه ارجح انتخاب شد. همچنین از میان گزاره‌های مربوط به هر گروه نیز گزاره دارای بیشترین وزن به‌عنوان گزینه ارجح انتخاب شد.

یافته‌ها

اولویت‌بندی گزاره‌ها در هر گروه از مسائل راهبردی، بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌های پژوهش، در چارچوب تحلیل PESTEL بدین شرح است:

۱- مسائل سیاسی [، نهادی و مدیریتی]:

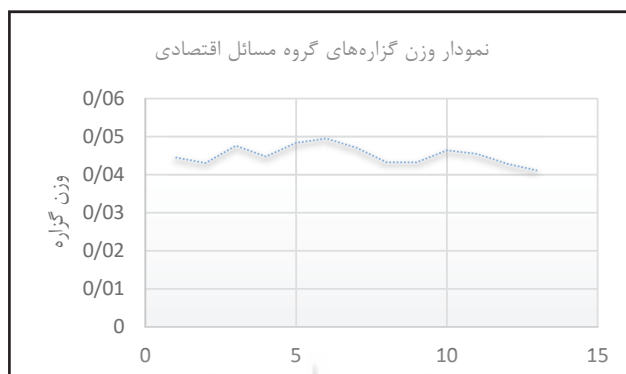


شکل (۲) نمودار وزن گزاره‌های گروه مسائل سیاسی

جدول (۱) رتبه اهمیت گزاره‌ها در گروه مسائل راهبردی سیاسی

۱. ناپایداری رویکردهای وزارت علوم نسبت به فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینی هنر در دانشگاه‌ها به دلیل تغییرات دولتی و تحولات مدیریتی
۱. ناپایداری رویکردهای وزارت علوم نسبت به فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینی هنر در دانشگاه‌ها به دلیل تغییرات دولتی و تحولات مدیریتی
۲. ضعیف بودن ارتباط وزارت علوم با وزارتخانه‌ها و نهادهای مولد اشتغال و متولی امور اقتصادی، صنعتی و هنری
۳. ضعف‌های مدیریتی و برخوردار نبودن مدیران دانشگاهی از آگاهی، تدبیر و خلاقیت لازم برای فراهم‌سازی شرایط تحقق اقتصاد آموزش عالی هنر
۴. دخالت ساختارهای سیاسی و ایدئولوژیک در اداره مراکز دانشگاهی هنر و انجام فعالیت‌های آزادانه تولید هنری در آن‌ها

۲- مسائل اقتصادی، درآمدزایی و اشتغال:

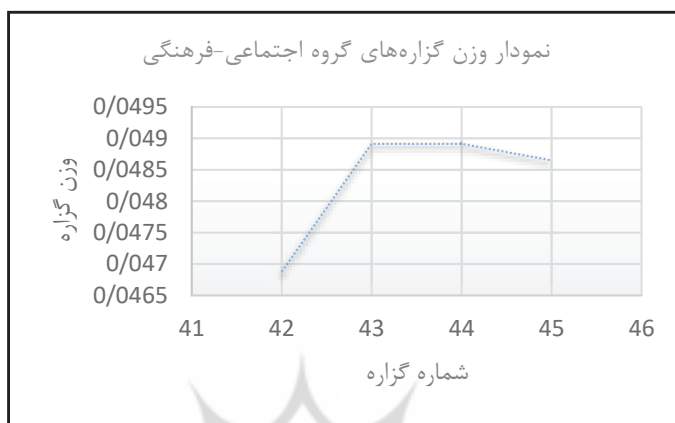


شکل (۳) نمودار وزن گزاره‌های گروه مسائل اقتصادی

جدول (۲) رتبه اهمیت گزاره‌ها در گروه مسائل راهبردی اقتصادی

۱. نبود ارتباط مؤثر میان دانشگاه‌های هنری و بخش‌های صنعتی و اقتصادی
۲. انطباق نداشتن رشته‌های تحصیلی هنری با بازار کار و نامتناسب بودن محتوای آموزشی با مهارت‌های شغلی
۳. غفلت دولت و نظام آموزش عالی از «خصوصی‌سازی» به‌عنوان عامل رقابتی شدن و کسب درآمد دانشگاه‌ها
۴. بی‌توجهی نظام آموزش عالی به مقوله آموزش نظری و عملی هنر (از نظر تعریف، محتوا، ابزار و مخاطب) به‌عنوان عنصر اقتصادی
۵. نبود سازوکارهای تولیدی و ساختارهای واسطه‌ای در نظام آموزش عالی و دانشگاه‌ها برای تجاری‌سازی دانش و تحقیقات هنری
۶. نبود یا نقصان بخش‌های کسب‌وکار دانشگاه با وظایف مرتبط با تجاری‌سازی دانش (شرکت‌های دانشگاهی، مراکز رشد و کارآفرینی، شرکت‌های دانش‌بنیان و مراکز تحقیق و توسعه اقتصاد هنر)
۷. نوسانات بودجه دولتی و ناکافی بودن اعتبارات تخصیصی به دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی هنر
۸. نادرست و محدود بودن شیوه‌های تأمین مالی دانشگاه‌ها و نبود رویکرد درآمدزایی غیر شهریه‌ای
۹. نبود بسترها و نقصان زیرساخت‌های لازم برای سرمایه‌گذاری بخش‌های اقتصادی و صنعتی در آموزش عالی هنر
۱۰. سوءبرداشت مسئولان از مفهوم تجاری‌سازی و بازار آزاد (شفافیت نداشتن و نبود آگاهی لازم در مورد اقتصاد آموزش عالی و نگرش منفی نسبت به بازار آموزش عالی)
۱۱. بی‌توجهی و مسئولیت‌ناپذیری دولت و نظام آموزش عالی نسبت به بحران اشتغال دانش‌آموختگان هنر
۱۲. مصرفی بودن دانشگاه و بی‌توجهی دولت و وزارت علوم به رویکرد «دانشگاه تولیدکننده» و «دانشگاه کارآفرین» در اقتصاد دانش‌بنیان
۱۳. بی‌توجهی و نداشتن برنامه‌ریزی نظام آموزش عالی نسبت به «دانشجو» به‌عنوان نیروی کار خلاق در اقتصاد دانش‌بنیان (علی‌رغم زیاد بودن تعداد دانشجویان تحصیلات تکمیلی)

۳- مسائل اجتماعی- فرهنگی:

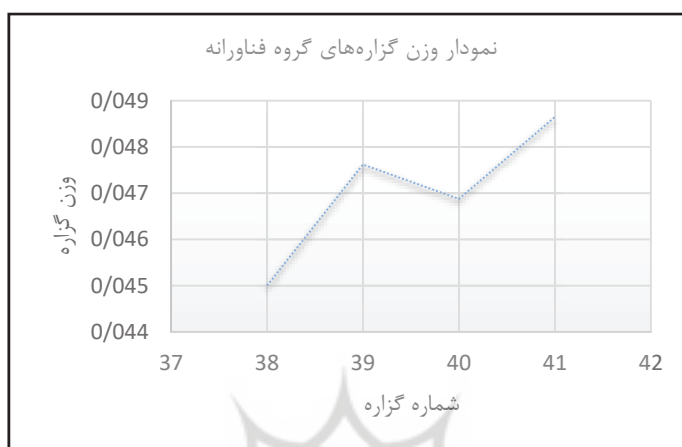


شکل (۴) نمودار وزن گزاره‌های گروه اجتماعی- فرهنگی

جدول (۳) رتبه اهمیت گزاره‌ها در گروه مسائل راهبردی اجتماعی- فرهنگی

۱. نبود فرهنگ کارآفرینی در میان جامعه دانشگاهی هنر (دانشجویان، پژوهشگران، اعضای هیئت علمی و مسئولان)
۲. سوءبرداشت جامعه از ورود دانشگاه به بازار کسب و کار و فعالیتهای اقتصادی
۳. سوگیری ساختارهای مذهبی نسبت به حیات و توسعه کنش‌های هنری در جامعه دانشگاهی
۴. تقابل مفهومی و تضاد کارکردی میان ساحتین «هنر» و «اقتصاد» در نزد جامعه هنری

۴- مسائل فناورانه:

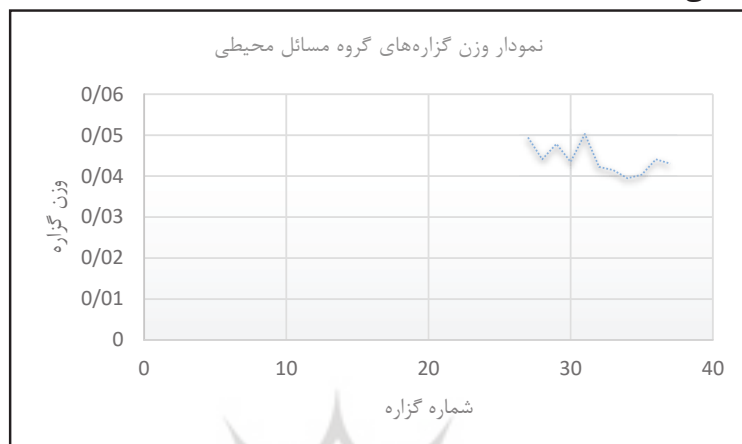


شکل (۵) نمودار وزن گزاره‌های گروه فناورانه

جدول (۴) رتبه اهمیت گزاره‌ها در گروه مسائل راهبردی فناورانه

۱. غفلت از ظرفیت‌های درآمدزایی در حوزه فناوری‌های آموزشی (نوین‌افزارهای آموزشی، عرضه الکترونیکی محتوا، آموزش مجازی و...)
۲. ناآگاهی و غفلت نظام آموزش عالی و دانشگاه‌های هنری از ظرفیت‌های رسانه‌های نوین به‌عنوان ابزار کارآمد اقتصادی
۳. بی‌توجهی به روند سریع جهانی در جایگزینی مصالح و شیوه‌های سنتی برای تولیدات هنری توسط فناوری‌های نوین (در سینما، هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی، طراحی صنعتی، موسیقی و...)
۴. عقب‌ماندگی کشور از نوآوری‌ها و تحولات جهانی فناوری در زمینه صنایع فرهنگی

۵- مسائل محیطی:

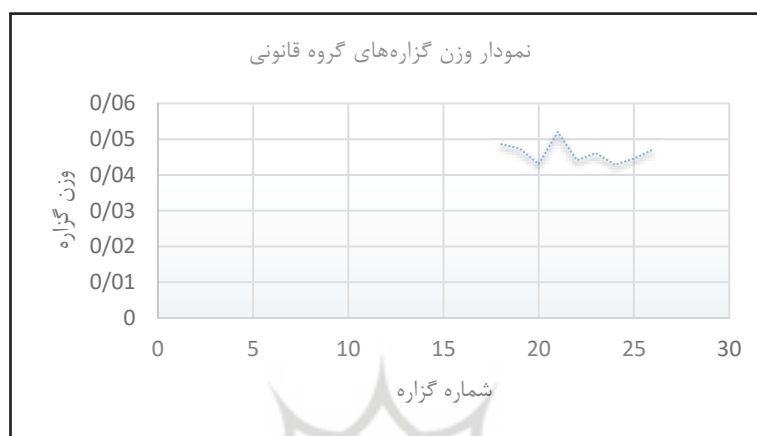


شکل (۶) نمودار وزن گزاره‌های گروه مسائل محیطی

جدول (۵) رتبه اهمیت گزاره‌ها در گروه مسائل راهبردی محیطی

۱. انتقال جریان دانش و مهارت‌های هنری از دانشگاه رسمی به محیط دانشگاه موازی (آموزشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی غیردانشگاهی)
۲. عدم آمایش سرزمینی مناسب از سوی دولت و نظام آموزش عالی در تعیین موقعیت جغرافیایی و مکانی مراکز دانشگاهی هنر و همچنین تخصیص منابع مالی و تجهیزات لازم به آنها
۳. تمایل نداشتن و ناآگاهی دانشجویان نسبت به تجاری‌سازی هنر
۴. نبود محیط خلاقانه و پویا و شرایط لازم در دانشگاه‌ها برای فعالیت‌های کارآفرینانه دانشجویان هنر
۵. نداشتن اهتمام جدی نظام آموزش عالی نسبت به وجود و تداوم رشته‌های تحصیلی مختص به اقتصاد هنر، کارآفرینی هنر و صنایع فرهنگی در سطح تحصیلات تکمیلی به‌ویژه در مقطع دکتری (برای تربیت نیروی انسانی متخصص)
۶. برخوردار نبودن مدرسان از دانش و مهارت‌های کارآفرینی و اقتصاد هنر و کمبود کادر علمی متخصص در این حوزه
۷. نبود مؤسسات آموزش عالی و مراکز پژوهشی ویژه اقتصاد هنر، صنایع خلاق و کارآفرینی هنر
۸. ناکارآمدی سیستمی تحصیلات تکمیلی و عدم تحول شیوه‌های سنتی آموزشی برای پرورش روحیه پژوهشگری، خلاقیت و نوآوری در میان دانشجویان هنر
۹. نداشتن ارتباط و همکاری مؤثر با مراکز معتبر خارج از کشور به‌منظور استفاده از دانش تخصصی و تجربه نهادی آنها در زمینه اقتصاد خلاق، کارآفرینی هنر و صنایع فرهنگی
۱۰. مدرس محور بودن نظام آموزشی دانشگاه‌ها و بی‌توجهی به نقش و جایگاه دانشجو به‌عنوان نیروی مولد در اقتصاد آموزش عالی
۱۱. بی‌توجهی به الگوهای موفق جهانی در زمینه اقتصاد آموزش عالی و تحصیلات تکمیلی هنر و کاربست تجربیات آنها در کشور

۶- مسائل قانونی:



شکل (۷) نمودار وزن گزاره‌های گروه قانونی

جدول (۶) رتبه اهمیت گزاره‌ها در گروه مسائل راهبردی قانونی

۱. وجود قوانین و مقررات محدودکننده دولتی و دانشگاهی در مسیر ارتباط و همکاری اقتصادی دانشگاه‌ها با سازمان‌ها، شرکت‌ها و مراکز علمی، صنعتی و اقتصادی داخلی و خارجی
۲. نبود سیاست‌ها، اولویت‌ها و راهبردهای اقتصاد آموزش عالی هنر در برنامه‌های کلان توسعه ملی و توجه ناکافی به مقوله کارآفرینی و اقتصاد هنر در اسناد بالادستی نظام آموزش عالی کشور
۳. وجود قوانین منطبق بر تمرکزگرایی دولتی (که به نفوذ و دخالت دولت در امور مراکز دانشگاهی هنری منجر می‌شود)
۴. بی‌توجهی به معیار خلاقیت تولید محصولات هنری در قوانین پذیرش و ارزشیابی دانشجویان
۵. نداشتن توجه جدی به اقتصاد هنر و درآمدهای درون دانشگاهی در چشم‌اندازها و برنامه‌های توسعه‌ای دانشگاه‌ها
۶. بی‌توجهی به معیارهای ایده‌پردازی تولید و فعالیت‌های کارآفرینی در قوانین جذب و ارتقای اعضای هیئت علمی
۷. نامناسب بودن قوانین مربوط به شیوه ورود به دانشگاه از طریق کنکور سراسری و حذف شدن بسیاری از استعدادها، خلاق و تولیدگر
۸. نبود نظام حقوقی و بی‌توجهی به تدوین و اجرای قوانین مربوط به مالکیت معنوی برای حمایت از تولیدات پژوهشگران و مبتکران دانشگاهی
۹. نبود واحدهای درسی مختص به اقتصاد هنر و آموزش کارآفرینی در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی

تدوین راهبردی

در این بخش، بر اساس نظام مسائل اولویت‌بندی‌شده در رابطه با اقتصاد آموزش عالی و تحصیلات تکمیلی هنر در ایران، توسط پژوهشگران با تأیید نهایی متخصصان مورد پرسش، راهبردهای متناظر با هریک از گروه‌های شش‌گانه تحلیل PESTEL ارائه شده است. همچنین، برای هر کدام از راهبردها، اقدامات راهبردی به‌منظور تحقق اقتصاد پویا و توسعه پایدار در آموزش عالی هنر با تأکید بر تحصیلات تکمیلی در نظر گرفته شده است.

۱. راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «سیاسی [، نهادی و مدیریتی]»

جدول (۷) راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «سیاسی [، نهادی و مدیریتی]»

راهبرد: استقلال نهادی- کارکردی مراکز دانشگاهی و گروه‌های هنر (به‌ویژه در سطح تحصیلات تکمیلی)	
اقدام راهبردی	
۱	کاهش تصدی‌گری وزارت علوم در امور دانشگاه‌ها و تفویض اختیار و اجازه تصمیم‌گیری به مراکز دانشگاهی هنر از سوی وزارت علوم با قید شرط تحقق اقتصاد هنر و کارآفرینی
۲	تغییر نقش وزارت علوم از «حکمرانی و انتصاب» به «نظارت و حمایت» در انتخاب مدیریت مراکز دانشگاهی و گروه‌های هنر (به‌ویژه در سطح تحصیلات تکمیلی) بر محور و معیار اتخاذ رویکرد کارآفرینی و اقتصاد هنر از سوی مدیران
۳	انتخاب مدیران مراکز دانشگاهی و گروه‌های هنر (به‌ویژه در سطح تحصیلات تکمیلی) توسط هیئت‌امانای دانشگاه بر اساس معیارهای خلاقیت مدیریتی در کارآفرینی و اقتصاد هنر مطابق با نیازهای واقعی و حق رأی دانشجویان
۴	تسهیل‌سازی و اتخاذ سیاست‌های تشویقی از سوی وزارت علوم نسبت به فعالیت‌های کارآفرینی و اقتصاد درون‌زای مراکز دانشگاهی هنر
۵	استفاده وزارت علوم از توان هماهنگ‌سازی خود در ارتباط مؤثر میان مراکز دانشگاهی هنر با سایر وزارتخانه‌ها و نهادهای مولد اقتصادی، صنعت، اشتغال، تجارت، فرهنگ و هنر در کشور
۶	استفاده دولت و وزارت علوم از توان ارتباطی خود برای روابط بین‌الملل مراکز دانشگاهی هنر در امور اقتصادی

۲. راهبردها و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «اقتصادی»

جدول (۸) راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «اقتصادی»

راهبرد الف: تعامل مؤثر و ارتباط حداکثری مراکز دانشگاهی هنر با بخش‌های اقتصادی و صنعتی داخلی و خارجی	
اقدام راهبردی	
۱	اتخاذ رویکرد توسعه دانشگاهی مبتنی بر شرکت‌های دانشگاهی هنر (در ردیف اولویت‌های الف مدیریت دانشگاه)
۲	برگزاری دوره‌های کارشناسی ارشد و دکتری کاربردی هنر به صورت پروژه‌های مشترک میان مراکز دانشگاهی و شرکت‌های اقتصادی و صنعتی داخلی و خارجی
۳	عقد قراردادهای همکاری مراکز دانشگاهی هنر با واحدهای صنعتی جهت تأمین بخش تحقیق و توسعه آنها
۴	استقرارسازی گروه‌های دانشجویی مراکز دانشگاهی هنر به صورت شرکت‌های دانشگاهی در بخش‌های طراحی و تولید واحدهای دولتی فعال در زمینه خودروسازی، لوازم خانگی، محیط زیست، شهرسازی، خدمات شهری، پروژه‌های سینمایی، تلویزیونی و...
راهبرد ب: متناسب‌سازی رشته‌ها و محتواهای آموزشی در مراکز دانشگاهی هنر با مهارت‌های شغلی و بازار کار	
اقدام راهبردی	
۱	اصلاح سرفصل‌های درسی رشته‌های هنری در جهت کاربردی‌سازی محتوا و افزایش سهم درس‌های مربوط به کارآفرینی و اقتصاد هنر
۲	ارائه درس‌های «اقتصاد هنر» و «کارآفرینی هنر» برای تمامی رشته‌های هنری در چارچوب واحدهای درسی اصلی
۳	اتخاذ سیاست‌های تشویقی و حمایتی نسبت به مقاله‌ها و پایان‌نامه‌های مبتنی بر اقتصاد هنر و کارآفرینی
۴	ایجاد رشته‌های تحصیلی «اقتصاد هنر»، «کارآفرینی هنر» و «صنایع فرهنگی-هنری» در مقطع دکتری
راهبرد ج: اتخاذ رویکرد تأمین مالی مراکز دانشگاهی هنر مبتنی بر اقتصاد درون‌زای دانشگاه	
اقدام راهبردی	
۱	شراکت دادن دانشجویان در درآمدزایی دانشگاه به صورت عقد قرارداد کاری با آنها برای اجرای پروژه‌های تولیدی و خدماتی خلاقانه
۲	درآمدزایی از طریق آموزش‌های آزاد هنری از سوی دانشگاه به عموم
۳	عرضه محصولات هنری تولید دانشگاه در بازار با مشارکت فعال دانشجویان و استادان
۴	استفاده از امکانات و فضاهای ساختمانی دانشگاه برای کسب درآمد در زمینه فعالیت‌ها و رویدادهای فرهنگی و هنری
۵	فعالیت شرکت‌های وابسته به دانشگاه (با تعامل دانشجویان و استادان) در بازار تولید و خدمات در داخل و خارج از کشور

۶	فعالیت دانشگاه در صنعت گردشگری با راهاندازی شرکت‌های گردشگری هنری
۷	راهاندازی شهرک صنعتی هنر توسط مراکز دانشگاهی
۸	راهاندازی کارگاه‌های زودبازده تولید محصولات هنری با حمایت دانشگاه بر اساس ایده‌ها و پیشنهادهای دانشجویان

۳. راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «اجتماعی-فرهنگی»

جدول (۹) راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «اجتماعی-فرهنگی»

راهبرد: فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی به دانشجویان و عموم نسبت به اهمیت کارکردی اقتصاد هنر و کارآفرینی	
اقدام راهبردی	
۱	برگزاری رویدادهای علمی و فرهنگی (نشست، سمینار، همایش، جشنواره و مراسم) متعدد با محوریت آشنایی با اقتصاد هنر و کارآفرینی در مراکز دانشگاهی هنر و نیز در اماکن فرهنگی عمومی
۲	استفاده حداکثری و خلاقانه از امکانات و ابزارهای آگاهی‌بخش (تصویری، نوشتاری، شنیداری و الکترونیکی) در مراکز دانشگاهی برای معرفی ویژگی‌ها، کارکردها و الگوهای موفق کارآفرینی، اقتصاد هنر و صنایع فرهنگی به دانشجویان
۳	توسعه رسانه‌ای کارآفرینی و اقتصاد هنر با مشارکت دانشجویان و استادان (از طریق انتشار مجلات عمومی و تخصصی، راهاندازی پایگاه‌های اینترنتی پویا، فعالیت هدفمند در فضای مجازی و...)
۴	برگزاری برنامه‌های تلویزیونی، رادیویی و اینترنتی با محوریت اقتصاد هنر و کارآفرینی با همکاری مراکز دانشگاهی و رسانه‌های عمومی

۴. راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «فناورانه»

جدول (۱۰) راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «فناورانه»

راهبرد: استفاده مراکز دانشگاهی از فناوری‌های نوین به منظور درآمدزایی و تولید و عرضه محصولات هنری	
اقدام راهبردی	
۱	عرضه محتواهای آموزشی ویژه مراکز دانشگاهی به عموم از طریق نوین‌افزارهای الکترونیک و نرم‌افزارهای رسانه‌ای
۲	ساخت و فروش نوین‌افزارهای الکترونیک و نرم‌افزارهای رسانه‌ای تولیدشده توسط دانشجویان و استادان
۳	اعزام دانشجویان مستعد و استادان به خارج از کشور برای گذراندن دوره‌های تخصصی فناوری‌های نوین هنری

۵. راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «محیطی»

جدول (۱۱) راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «محیطی»

راهبرد الف: استفاده مراکز دانشگاهی از ظرفیت‌های موجود در جریان غیررسمی آموزش و مهارت‌های هنری	
اقدام راهبردی	
۱	شناسایی و بورسیه هنرجویان مستعد کارآفرینی در آموزشگاه‌های آزاد هنری توسط مراکز دانشگاهی
۲	استخدام پژوهشگران خلاق فعال در مراکز غیردانشگاهی در بخش‌های R&D شرکت‌های دانشگاهی هنر
۳	به‌کارگیری مدرسان مؤسسات هنری با گرایش کارآفرینی و اقتصاد هنر در فعالیت‌های آموزشی و صنعتی دانشگاه
راهبرد ب: ایجاد محیط خلاقانه و پویا در مراکز دانشگاهی برای فعالیت‌های کارآفرینی و اقتصاد هنر	
اقدام راهبردی	
۱	سپردن پروژه‌های فضا سازی و دکوراسیون در ساختمان و محیط دانشگاه به دانشجویان در قالب قراردادهای کاری
۲	طراحی و تجهیز کارگاه‌ها و بخش‌های کارآفرینی و اقتصاد هنر در مراکز دانشگاه بر اساس ایده‌ها و نیازهای دانشجویان
راهبرد ج: ایجاد مؤسسات آموزش عالی و مراکز پژوهشی مختص به اقتصاد هنر و کارآفرینی	
اقدام راهبردی	
۱	راه‌اندازی پژوهشکده کارآفرینی و اقتصاد هنر ایران
۲	ایجاد دانشکده کارآفرینی و اقتصاد هنر در مراکز مهم دانشگاهی هنر با اعطای حق فعالیت اقتصادی مستقل
۳	راه‌اندازی مؤسسه غیردولتی آموزش عالی کارآفرینی و اقتصاد هنر
۴	راه‌اندازی دانشگاه صنایع فرهنگی و هنری ایران
۵	ایجاد دانشکده هنر-صنعت در دانشگاه‌های صنعتی کشور

۶. راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «قانونی»

جدول (۱۲) راهبرد و اقدامات راهبردی مربوط به گروه مسائل «قانونی»

راهبرد الف: وضع قوانین حمایتی و تسهیلگر ویژه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه در مراکز دانشگاهی هنر	
اقدام راهبردی	
۱	تدوین و تصویب قانون الزام همکاری واحدهای صنعتی و اقتصادی کشور با مراکز دانشگاهی هنر
۲	بازنگری در سیاست‌گذاری‌ها و اسناد بالادستی فرهنگی و اقتصادی کشور با تأکید بر اهمیت و ضرورت اقتصاد هنر و کارآفرینی در مراکز دانشگاهی به‌عنوان اقتصاد درون‌زا (در راستای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی)
راهبرد ب: معیارسازی کارآفرینی و اقتصاد هنر در قوانین جذب دانشجویان و اعضای هیئت علمی	
اقدام راهبردی	
۱	توجه ویژه به معیار خلاقیت کارآفرینی و ایده‌پردازی در زمینه اقتصاد هنر در پذیرش دانشجویان تحصیلات تکمیلی هنر (به‌ویژه مقطع دکتری)
۲	پذیرش بدون کنکور و حمایت از دانشجویان خلاق، مبتکر و ایده‌پرداز در رشته‌های مربوط به اقتصاد هنر، کارآفرینی و صنایع فرهنگی-هنری
۳	قراردهی معیارهای خلاقیت و ایده‌پردازی تولید و فعالیت‌های کارآفرینانه در قوانین جذب و آیین‌نامه‌های ارتقای اعضای هیئت علمی
۴	اعطای فرصت مطالعاتی خارج از کشور در زمینه اقتصاد هنر و کارآفرینی به اعضای هیئت علمی مستعد

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، اقتصاد آموزش عالی و تحصیلات تکمیلی هنر در ایران (به لحاظ سازوکارها، ساختارها، شیوه‌های تأمین مالی، اشتغال و زمینه‌های کارآفرینی) بررسی شده و در این خصوص به تحلیل و تدوین راهبردی (شناسایی و اولویت‌بندی مسائل راهبردی و ارائه راهبردها و اقدامات راهبردی متناظر با نظام مسائل) اقدام شد. نظام مسائل راهبردی از چندین بار بازخوانی توسط پژوهشگران، به ۴۵ گزاره در چارچوب PESTEL (که شامل شش گروه مسائل: سیاسی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، فناورانه، محیطی و قانونی بود) تحلیل و اولویت‌بندی شد. بر اساس تحلیل یافته‌های پژوهش، در گروه مسائل سیاسی [نهادی و مدیریتی]، ناپایداری رویکردهای وزارت علوم در فعالیتهای اقتصادی و کارآفرینی هنر در دانشگاه‌ها به دلیل تغییرات دولتی و تحولات مدیریتی، دارای بالاترین رتبه اهمیت بود، موضوعی که توسط راهبردی اجتهادی و داودی (۱۳۸۶)

مورد تأکید قرار گرفته و از نظر ایشسان مانع اصلی ساختار نظام آموزش عالی در اجرای برنامه‌های توسعه از ساختار وظیفه‌ای آن ناشی می‌شود. سلطانی گردفرامری (۱۳۹۰) نیز چالش اصلی نظام آموزش عالی کشور را مربوط به موانع فرایند تجاری‌سازی نظام آموزش عالی کشور می‌داند. در گروه مسائل اقتصادی [درآمدزایی و اشتغال]، به نبود ارتباط مؤثر میان دانشگاه‌های هنری و بخش‌های صنعتی و اقتصادی اشاره شد. تحقیق انتظاری (۱۳۸۸) نیز نشان‌دهنده آن است که هماهنگی لازم بین نظام آموزش عالی و تحولات بازار ایران برقرار نیست؛ در این رابطه، پژوهش فائض و شهابی (۱۳۸۹) نشان می‌دهد که موانع ارتباط صنعت و دانشگاه در کشور ناشی از موانع قانونی، موانع فرهنگی، تقاضامحور نبودن پروژه‌های دانشگاهی، کارایی نداشتن دوره کارآموزی و نامتناسب بودن رشته‌های دانشگاهی با نیاز صنایع است؛ رضوی (۱۳۹۶)، پیشنهاد کرده است برای بهبود کیفیت نظام آموزش عالی و تربیت بهتر نیروی انسانی که بتواند به کمک صنعت و اقتصاد بیاید به دانشگاه‌ها استقلال داد. در گروه مسائل اجتماعی - فرهنگی، بر نبود فرهنگ کارآفرینی در میان جامعه دانشگاهی هنر (دانشجویان، پژوهشگران، اعضای هیئت علمی و مسئولان) تأکید می‌شود. مطالعه انتظاری و محجوب (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که نظام فعلی تأمین مالی آموزش عالی در کشور ایران و سازوکار پرداخت یارانه به آن از سوی دولت چندان مطلوب نیست و نیازمند بازاندیشی است. اگر مؤسسات به‌طور کامل تأمین مالی نشوند، مجبور به یافتن منابع مالی جدیدی هستند که مستلزم کارآفرینی بوده و در مجموع آنها را به‌سوی محیطی خارجی هدایت می‌کند که پویایی خاص خودش را دارد (برنمن و فاینی، ۱۹۹۷). در گروه مسائل فناورانه، به غفلت از ظرفیت‌های درآمدزایی در حوزه فناوری‌های آموزشی (نوبین‌افزارهای آموزشی، عرضه الکترونیکی محتوا، آموزش مجازی و...) اشاره شد. در گروه مسائل محیطی، بر انتقال جریان دانش و مهارت‌های هنری از دانشگاه رسمی به محیط دانشگاه موازی (آموزشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی غیردانشگاهی) تأکید شد؛ در گروه مسائل قانونی، بر وجود قوانین و مقررات محدودکننده دولتی و دانشگاهی در مسیر ارتباط و همکاری اقتصادی دانشگاه‌ها با سازمان‌ها، شرکت‌ها و مراکز علمی، صنعتی و اقتصادی داخلی و خارجی تأکید شد. در این راستا، کاظمی و هاشمی (۱۳۹۵) در پژوهش خود به سندهای بالادستی اشاره کردند که از خلأ برقراری توازن بین مقوله خلاقیت و نوآوری در نظام آموزش عالی رنج می‌برند.

درنهایت، پژوهش حاضر بر اساس نظام مسائل اولویت‌بندی‌شده، مجموعه راهبردهای لازم در جهت تحقق اقتصاد پویا و توسعه پایدار در آموزش عالی هنر با تأکید بر تحصیلات تکمیلی راهبرد ارائه داد که عبارت‌اند از: ۱- استقلال نهادی- کارکردی مراکز دانشگاهی و گروه‌های هنر؛ راهبرد ۲- تعامل مؤثر و ارتباط حداکثری مراکز دانشگاهی هنر با بخش‌های اقتصادی و صنعتی داخلی و خارجی؛ راهبرد ۳- متناسب‌سازی رشته‌ها و محتواهای آموزشی در مراکز دانشگاهی هنر با مهارت‌های شغلی و بازار کار؛ راهبرد ۴- اتخاذ رویکرد تأمین مالی مراکز دانشگاهی هنر مبتنی بر اقتصاد درون‌زای دانشگاه؛ راهبرد ۵- فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی به

دانشجویان و عموم نسبت به اهمیت کارکردی اقتصاد هنر و کارآفرینی. راهبرد ۶- استفاده مراکز دانشگاهی از فناوری‌های نوین به منظور درآمدزایی و تولید و عرضه محصولات هنری؛ راهبرد ۷- استفاده مراکز دانشگاهی از ظرفیت‌های موجود در جریان غیررسمی آموزش و مهارت‌های هنری؛ راهبرد ۸- ایجاد محیط خلاقانه و پویا در مراکز دانشگاهی برای فعالیت‌های کارآفرینی و اقتصاد هنر؛ راهبرد ۹- ایجاد مؤسسات آموزش عالی و مراکز پژوهشی مختص به اقتصاد هنر و کارآفرینی؛ راهبرد ۱۰- وضع قوانین حمایتی و تسهیلگر ویژه فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه در مراکز دانشگاهی هنر؛ راهبرد ۱۱- معیارسازی کارآفرینی و اقتصاد هنر در قوانین جذب دانشجویان و اعضای هیئت علمی.

پیشنهاد می‌شود با توجه به مجموع مسائل و اقدامات راهبردی عنوان‌شده و بر اساس ظرفیت‌های موجود در کشور و همچنین در پاسخ به نیازهای آینده در حوزه اقتصاد آموزش عالی و تحصیلات تکمیلی هنر در ایران، هم‌افزایی ساختارهای مدیریتی و سیاست‌گذاری کشور به‌عنوان ذی‌نفعان اصلی نظام آموزش عالی برای تسهیل حرکت مراکز دانشگاهی هنر از وضع کنونی به سوی دانشگاه کارآفرین هنر (به‌عنوان نهاد مستقل آموزشی-تولیدی با کارکردهای علمی، فرهنگی، هنری، اقتصادی و صنعتی) در دستور کار قرار گیرد.

پیشنهاد می‌شود فرایند تجاری‌سازی تسهیل شود و موانع ارتباط بین صنعت و دانشگاه از جمله اصلاح ساختارها، وضع قوانین حمایتی از فعالیت‌های کارآفرینانه دانشگاهی و بازطراحی رشته‌های هنری متناسب با بازار مدنظر قرار گیرد. در این راستا می‌توان از «بهره‌مندی از ظرفیت‌های نیروی انسانی تحصیلات تکمیلی به‌عنوان پیشران خلاق دانشگاه کارآفرین هنر؛ یعنی، فعالیت تعاملی دانشجویان و استادان با حمایت و تسهیلگری مدیریت دانشگاه در قالب شرکت‌های دانشگاهی تولید و ارائه محصولات و خدمات فرهنگی-هنری که در آن پذیرش دانشجو بر اساس معیارهای تطبیقی دانش، خلاقیت، ایده‌پردازی و بروندهای کارکردی صورت می‌پذیرد»، به‌عنوان اقدام راهبردی کلان یاد کرد.

References

- Adli, F. (2009). *The Fourth Mission of the Higher Education System: Knowledge Creation*, in From Scientific Development to National Development. Research Institute for Cultural and Social Studies, 264-227. [Persian]
- Asadi, F., Taban, M., & Safari-Kahre, M. (2013). Analyzing Strategic Position of Universities and Nonprofit Institutes in Iran: Using a Strategic Analysis Comprehensive Approach. *Journal of Business Management*, 5(3), 19-38. [Persian]
- Ayatollahi, H., Pour Rezaian, M., & Houshiar, M. (2012). A Survey of Characteristics of Identity in Higher Education System of Art with Special Attention on the Contemporary Cultural Variable

- in Iran. *Honar-Ha-Ye-Ziba: Honar-Ha-Ye-Tajassomi*, 4(50), 5-14. [Persian]
- Azizi, N., Mohammadi, F., & Bagheri, S. (2013). A Survey of the Perspectives of the Candidates Introduced to the 1391-92 Doctoral Exam Interview on Specialized Interviews Conducted by Universities. *Proceedings of the Fifth International Graduate Development Conference of Iran*, Tehran, Iranian Higher Education Association. [Persian]
- Baba, Y., Shichijo, N., & Sedita, S. R. (2009). How do collaborations with universities affect firms' innovative performance? The role of "Pasteur scientists" in the advanced materials field. *Research Policy*, 38(5), 756-764.
- Bigdely, M., Keramati, M., Bazargan, A. (2012). The Relationship between Education and Employment Status of Psychology and Educational Sciences' Alumnus in Tehran University. *IRPHE*, 18(3), 111-113. [Persian]
- Blenker, P., Dreisler, P., Færgemann, H. M., & Kjeldsen, J. (2004). *Entrepreneurship education and university context*. Aarhus School of Business, Denmark.
- Breneman, D. W., & Finney, J. E. (1997). The Changing Landscape: Higher Education Finance in the 1990s, In Callan P-M. and Finning, J. E, eds, *Pubic and private Financing of Higher Education*. Phoenix: American Council on Education.
- Caballero, R., & Galache, T. (2003). Buddegtary allocation and efficiency in the human resources policy on a university following multiple criteria. *Economics of Education Review*, 23(1), 67-74.
- Collins, R. (2014). *A Graphical Method for Exploring the Business Environment* (PDF). Retrieved 19 June.
- Dabic, M., González-Loureiro, M., & Daim, T. U. (2015). Unraveling the attitudes on entrepreneurial universities: The case of Croatian and Spanish universities. *Technology in Society*, 42, 167-178.
- David, Fred R. (2011). *Strategic Management*. (Translation: Ali Parsaian and Mohammad Arabi). Tehran: Cultural Research Office. [Persian]
- Elaine, R. C., & Gray, D. O. (2013). Does Entrepreneurship Education Really Work? A Review and Methodological Critique of the Empirical Literature on the Effects of University- Based Entrepreneurship Education. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 329-51.
- Entezari Y. (2009). A Model for Coordinating Higher Education System with Knowledge Based Changes in Employment System. *IRPHE*, 15(3), 1-28. [Persian]
- Fayez, A., & Shahabi, A. (2010). Assessing and prioritizing barriers to university-industry communication; Case study of Semnan city. *Quarterly Journal of Leadership and Educational Man-*

- agement of Islamic Azad University, 4(2), 124-97. [Persian]
- Hanger, D. J., & Whelan, L. T. (2005). Fundamentals of Strategic Management. (Translation: Mohammad Arabi and Davood Izadi). Tehran: Cultural Research Office. [Persian]
- Kankash and Aayyar Observation Center (2017). Eleventh Legacy; Review of the four-year performance of the government of prudence and hope: ayaronline.ir
- Kraus, S., Harms, R., & Schwarz, E. J. (2006). Strategic Planning in Smaller Enterprises New Empirical Findings. *Management Research News*, 29(6), 334-344.
- Kurd Zanganeh, A., Saber, A., & Saber, M. (2013). Assessing the quality of postgraduate education from the perspective of graduate students at Shiraz University. *Quarterly Journal of the Iranian Higher Education Association*, 6(1), 180-157. [Persian]
- Lee, S., & Bozeman, B. (2005). The impact of research collaboration on scientific productivity. *Social Studies of Science*, 35(5), 673-702.
- Machado, M. Taylor, J. (2010). The struggle for strategic planning in European Higher education: The case of Portugal. *Research in Higher Education Journal*, 1-20.
- Matas, C. (2012). Doctoral education and skills development: An international perspective. *Revista de Docencia Universitaria*, 10(2), 163-191.
- Ministry of Science, Research and Technology (2017). *Higher Education Report*, Higher Education Research and Planning Institute. [Persian]
- Mirashtiani, E. (2006). Sociology of injuries of the country's educational system; Emphasizing the qualitative aspects. *Strategy Quarterly*, 40, 86-63. [Persian]
- Naderi, A. (2015). *Economics of education*. Tehran: Yastroon. [Persian]
- Nili, M. R., Mousavi, S., Nasr, A. R., & Massoud, M. (2015). Standards for Quality Assessment of Art Curricula in Higher Education to Facilitate Internationalization. *The First National Conference on Higher Education in Iran*, Tehran, Tarbiat Modares University. [Persian]
- Philpott, K., Dooley, L., O'Reilly, C., & Lupton, G. (2011). The entrepreneurial university: examining the underlying academic tensions. *Technovation*, 31(4), 161-70.
- Rahmani, T. (2014). Government Economics and Higher Education. *World Economy Newspaper*, No. 3420; 28/02/2015. [Persian]
- Research Center of the Islamic Consultative Assembly (2017). *Analysis of employment pattern in Iran's industrial sector; By reviewing the employment plan for youth*. Islamic Consultative Assembly Research Center. [Persian]
- Roshan, A. R. (2004). Customer-orientated University. *Higher Education Bulletin*, 4, 4-5. [Persian]

Sharafi, L., Majfloo, P., & Golbaz, Sh. (2015). Factors Affecting the Quality Improvement of the Higher Education System, *First National Congress of Higher Education of Iran*, Tehran, Tarbiat Modares University.

Shirvinyehzad, H., & Tavakoli Harandi, M. (2014). *Discussions in decision making with multiple criteria*. Tehran: Brin Scholars Publishing.

Tilak, J. B. G. (1991). Privatization of Higher Education. *prospects*, 21(2), 227-239.

Soltani Gerdfamarzi, H. (2011). Commercialization, an effective factor in the growth of knowledge-based enterprises and the development of the national economy. *Pardis Technology Park Magazine*, 9(26). [Persian]

Varghese, N. V. (2004). *Private Higher Education*, UNESCO.

Vice President for Science and Technology (2015). *Pathology of the higher education system*. Headquarters for the Development of Culture of Science, Technology and Knowledge-Based Economy, Vice President for Science and Technology.

Wallace, G. D. K. (2000). *The Role and Impact of Corporate university in the third Millennium, Higher Education Re-formed*. Falmer press.

