Journal of Theory & Practice in Curriculum
Vol.16 (8); 2021, 365-394

دو فصلنامهٔ نظریه و عمل در برنامهٔ درسی
سال هشتم، شمارهٔ ۱۶، پاییز و زمستان ۱۳۹۹، ۳۹۴-۳۶۵

# شایستگی‌های شغلی مبتنی بر رویکرد صنایع خلاق در آموزش عالی صنایع دستی ایران: رویکرد ترکیبی [۱]

# Job Competencies Based on the Creative Industries Approach in Higher Education of Iranian Handicrafts: Mixed Method

**دکتر مریم فروغی نیا[۲]، دکتر مهین سهرابی[۳]، دکتر مهدی محمدی[۴]**

هدف از پژوهش حاضر، بررسی آموزش شایستگی‌های شغلی متناسب با رویکرد صنایع خلاق در آموزش عالی صنایع دستی ایران بود که با طرح ترکیبی اکتشافی متوالی مدل ابزارسازی انجام گردید. بخش کیفی با رویکرد چند روشی کیفی، به شیوه‌های تحلیل محتوا و پدیدارشناسی توصیفی انجام شد. در این بخش، با روش نمونه‌گیری هدفمند، ۱۷ نمونه از دانش‌آموختگان این رشته در مصاحبه شرکت کردند و ۸ مضمون، استخراج شد. بخش کمی، با روش پیمایشی انجام شد. بعد از تأیید مقیاس نهایی، با نمونه‌گیری خوشه‌ای و در دسترس، از دانشجویان سال آخر هر دو مفطع رشته صنایع دستی۱۴۷ نمونه در ارزیابی شرکت کردند. عملکرد برنامه درسی کارشناسی و کارشناسی ارشد این رشته در آموزش شایستگی‌های شغلی در همه عناصر استخراج شده، پایین‌تر از میانگین معیار بود و پیشنهاد می‌شود در برنامه‌های آموزش عالی صنایع دستی ایران، واحدهای درسی متناسب با شایستگی‌های شغلی مورد نیاز به صورت اصولی، برنامه‌ریزی شود.

**واژگان کلیدی:** برنامه درسی، آموزش عالی، صنایع‌دستی، صنایع خلاق، شایستگی‌های شغلی

**M. ForughiNiya(Ph.D), M. Sohrabi(Ph.D) , M. Mohammadi (Ph.D)**

**Abstract**: The purpose of this study was to investigate the training of job competencies appropriate to the approach of creative industries in higher education of Iranian handicrafts, which was done with exploratory sequential mixed methods of tool making model. The qualitative part was performed with a qualitative multi-method approach, using content analysis and descriptive phenomenology. In this part, by purposive sampling method, ۱۷ samples of graduates of this field participated in the interview and ۸ themes were extracted. Quantitative part was done by survey method. By cluster and available sampling from the final year students of higher education in handicraft, ۱٤۷ samples participated in the evaluation after confirmation of the final scale. The performance of the Bachelor and Master curriculum in this field in job competencies in all extracted elements was lower than the average standard and it is suggested that in handicraft higher education programs, courses should be planned in accordance with the required job competencies.

**Keywords:** Curriculum, Higher Education, Handicrafts, Creative Industries, Job Compete

۱. تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۸/۱۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۲۲
۲. مربی گروه فرش دانشگاه هنر شیراز . رایانامه : m.foroughinia@gmail.com
۳. استادیار گروه صنایع دستی دانشگاه الزهرا رایانامه : ma.sohrabi@alzahra.ac.ir
۴. دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی درسی، دانشگاه شیراز. رایانامه : m48r52@gmail.com

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

**مقدمه و مسأله مورد بررسی**

در سال‌های اخیر، صنایع خلاق در زمره پویاترین بخش‌ها در نظام تجارت جهانی قرار گرفته است (اندیشکده صنعت و فناوری، ۱۳۸۷، ۸۴) و «دولت‌ها در همه جای دنیا آن را به‌عنوان منبع اصلی رشد و توسعه قلمداد می‌کنند» (تاوز، ۱۳۹۵، ۱۵). در برخی کشورها رشد صنایع خلاق سه برابر سریع‌تر از کل اقتصاد بوده و به عنوان نمونه، صنایع خلاق در کشور آلمان از نظر ارزش افزودهٔ اقتصادی، با صنعت خودروسازی آن قابل قیاس است (پوشتا و دیگران، ۱۳۹۶، ۱۵). صنایع خلاق یکی از بازیگران مهم اقتصاد انگلیس است که با سرعت بیشتری از کل اقتصاد آن در حال رشد است. این صنایع از سال ۱۹۹۶علی‌رغم وجود رکود در اقتصاد، در ژاپن نیز رشدی صعودی داشته است (مدهوشی، محمدی و شاملی، ۱۳۹۵، ۶۳).

اهمیت این صنایع برای اقتصادها و ملت‌های صنعتی و فراصنعتی از این جهت است که امروزه به واسطه تحولات جهانی در جامعه‌ی مصرف‌کننده، تولید سبک زندگی، تجربه‌های فرهنگی، میراث تاریخی، تصاویر، معانی و احساسات در حال جایگزین شدن با اهداف اصلی هستند (محمدی مدهوشی، صفایی قادی کلایی و آقاجانی ، ۱۳۹۶، ۱۶۳). از طرفی با جهت‌گیری جوامع به‌سمت توسعه پایدار، «تمرکز بر صنایع فرهنگی بیش از هر چیز با شکل‌گیری پارادایم جدید جهانی برای توسعه مرتبط شده است و توان بالقوه و خاصی را جهت توسعه و تغییر بر مبنای اجتماعات محلی و مشارکت مطرح می‌سازد» (مدهوشی، محمدی و شاملی، ۱۳۹۵، ۶۲). بر این اساس پیش بینی می‌گردد که در سال‌های آتی رقابت‌ها از حوزه اقتصاد به حوزه فرهنگ منتقل شود و عوامل فرهنگی، بر روش‌های تولید انواع محصولات تأثیرگذاری شدیدی داشته باشند؛ به نحوی که اقتصاد، خود نیز ماهیت فرهنگی یابد (علیزاده و مصلح، ۱۳۹۳، ۱۱۰). لذا توجه به این مقوله –به‌ویژه در حوزه‌هایی که با هویت فرهنگی کشور مرتبط است– می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های آتی و مطابقت این رشته‌ها با تحولات جهانی، مؤثر واقع گردد و «کشور ما به شرط یک برنامه‌ریزی آگاهانه و مدبرانه می‌تواند از برجسته-

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

ترین ملت‌های فرهنگی (خلاق) در هزاره‌ی نوین باشد» (اندیشکده صنعت و فناوری، ۱۳۸۷، ۱۶).

به موازات تحولات اخیر، مفهوم صنایع خلاق نیز توسعه یافته و هنرهای «سنتی» غیرانتفاعی و میراث با صنایع فرهنگی انتفاعی ادغام شده و در ذیل «اقتصاد خلاق» جای گرفته‌اند (تاوز، ۱۳۹۵، ۱۵). در طبقه‌بندی‌های مختلف صنایع فرهنگی خلاق از جمله مدل DCMS[1] بریتانیا، مدل آماری یونسکو (علیزاده و مصلح، ۱۳۹۳، ۱۱۷) و مدل طبقه‌بندی آنکتاد (کاظمی و کمالیان، ۱۳۹۱، ۷) رشته صنایع دستی به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌های حوزه صنایع فرهنگی خلاق مطرح است. شهرهای سانتافه در ایالت نیومکزیکو و پادوکا در ایالات متحده امریکا، اسوان در مصر، کانازاوا در ژاپن، ایچ ئون در کره جنوبی، فابریانو در ایتالیا و هانگژو در چین از جمله شهرهای خلاق صنایع دستی هستند که در یونسکو به ثبت رسیده‌اند (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۳، ۲۶۲ و ۲۶۳).

کارآفرینی و اشتغال، یکی از مهمترین مباحث مطرح در این حوزه است و ابعاد مختلف آن در پژوهش‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. بر اساس نظرسامر بیضا (۲۰۱۸) صنایع خلاق با درآمد ۲۲۵۰ میلیارد دلاری در سال که در نتیجه ۲۹,۵ میلیون شغل در سراسر جهان است و ۱٪ از جمعیت فعال جهان را تشکیل می‌دهد و یکی از بهترین راهکارهای توسعه اقتصادی است که با تولید مشاغل جدید و درآمد بیشتر به اقتصاد جهان کمک می کند.

پاسیکوفسکا (۲۰۱۹) اغلب مشاغل این حوزه را به دلیل وجود قراردادهای کوتاه مدت، از نوع مشاغل فصلی، نیمه وقت و دو یا چند شغل موازی برای افراد دارای مدرک دانشگاهی توصیف می‌نماید که غالباً به عنوان اشتغال بی خطر شناخته می شوند و نتایج اقتصادی و کمک به بیان خود، رفاه، انسجام اجتماعی و هویت، از نتایج این نوع اشتغال است.

---

۱ـ مدل طبقه بندی صنایع خلاق در انگلستان



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

کولت هنری (۲۰۰۷) در کتاب "کارآفرینی در صنایع خلاق" بر استفاده از توان بالقوه کشورها در صنایع خلاق تأکید می نماید و دزموند هوی (۲۰۰۷) در همین کتاب، ضمن معرفی صنایع خلاق در کشورهای شرق آسیا، کشور سنگاپور را به عنوان پیشروترین کشور در این زمینه معرفی می‌نماید. وی پیش بینی می‌کند کشور چین با کارآفرینی در حوزه صنایع خلاق، بر اقتصاد قرن ۲۱ تأثیرگذار خواهد بود.

در مقاله دیگر این کتاب، رائول براون (۲۰۰۷) به برنامه‌ریزی‌های آموزش و پرورش انگلستان بر ارتقاء کارآفرینی و اشتغال در میان دانشجویان اشاره می‌نماید و خاطرنشان می‌کند، هنرمندان لزوماً در نوآوری و کارآفرینی مهارت ندارد و آموزش و پرورش باید در تقویت این اصول اهتمام ورزد. کالوین تیلور (۲۰۰۷) نیز در فصل دیگر این کتاب بر اهمیت ایجاد ارتباط بین دانشگاه‌ها و شرکت‌های نوآور و لزوم ورود دانشگاه‌ها در فرآیندهای تولید دانش در این صنایع تأکید می‌نماید.

در کتاب " کارآفرینی در فرهنگ و صنایع خلاق" که به اهتمام اینرهوفر و همکاران (۲۰۱۷) گردآوری شده، مسائل مربوط به کارآفرینی و مدیریت فرهنگی، تشریح و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و درباره تأثیرات تغییرات اقتصادی، اجتماعی و ساختاری بر کارآفرینی فرهنگی بحث می‌شود.

گوویا و همکاران (۲۰۲۰) روابط متقابل بین کارآفرینی، نوآوری و اقتصاد خلاق را تحلیل می‌کنند و معتقدند در امور مالی و اقتصاد، کلمه "خلاق" معنای خاصی را به معنای محصولات و خدمات صنایع دستی مبتنی بر دانش و سنت‌ها می‌بخشد که می-تواند در کارآفرینی اجتماعی کاربرد داشته باشد.

آندره هاوسمن و آن هاینز (۲۰۱۶) بین کارآفرینی فرهنگی و کارآفرینی در صنایع خلاق تمایز قایل هستند و بر استفاده از روش‌های ترکیبی در کشف مولفه‌های کارآفرینی در صنایع خلاق تأکید می‌نمایند.

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

تاکاچیک و کریژانوسک (۲۰۱۳) در پژوهشی که با هدف درک نیازهای کارآفرینان در صنایع خلاق انجام یافته، عدم شناخت بازار هدف و عدم توجه به نیازها و سلایق مشتری را از مشکلات کارآفرینان این حوزه معرفی می‌نمایند.

یکی از پژوهش‌های اختصاصی که در حوزه صنایع دستی بارویکرد صنایع خلاق صورت پذیرفته کتاب "صنایع دستی و اقتصاد خلاق" لاکمن (۱۳۹۶) است که در آن تحولات جدید اقتصاد صنایع دستی جهان بویژه در عرصه فناوری‌های دیجیتال با تأکید بر نقش زنان در این حوزه مورد بررسی قرار گرفته و تجارت الکترونیک به عنوان راهکاری در توسعه صنایع دستی معرفی می‌گردد.

حسین زاده و فرهادی (۱۳۹۶) در کتاب "اقتصاد خلاق در ایران" وضعیت اقتصادی و پتانسیل‌های صنایع دستی ایران با رویکرد مذکور را مورد مطالعه قرار داده‌اند و نقش صنایع دستی ایران در اقتصاد خلاق کنونی را علی‌رغم پتانسیل‌های این رشته بسیار کمرنگ ارزیابی می‌نمایند. از طرفی افروغ (۱۳۹۴) با بررسی قابلیت‌های اقتصادی و کارآفرینی قالی قشقایی به عنوان یکی از شاخه‌های بومی صنایع دستی کشور بر این مسأله تأکید می‌نماید که رشته‌های صنایع دستی از قابلیت‌های مناسبی در کارآفرینی و ایجاد اشتغال روستایی برخوردار هستند. و شفیعی، فرخیان و میرقدر (۱۳۹۳) امکان و ضرورت پیوستن اصفهان به شبکه شهر خلاق را مورد بررسی قرار می‌دهند و صنایع دستی را به‌عنوان مهمترین ویژگی‌های این شهر در این زمینه معرفی می‌نمایند.

با توجه به توان بالقوه صنایع دستی ایران در تطابق با اقتصاد خلاق به واسطه تنوع، اصالت و هویت غنی فرهنگی، تربیت افراد خلاق و توانمند در حوزه اشتغال و کسب درآمد در این رشته امری ضروری است. هدف از این مقاله بررسی آموزش شایستگی‌های شغلی متناسب با رویکرد مذکور در مقاطع آموزش عالی رشته صنایع دستی ایران است و این مقاله در صدد پاسخگویی به این پرسش است: از دیدگاه دانشجویان رشته صنایع دستی، در برنامه‌های درسی آموزش عالی این رشته به چه میزان توانایی‌های شغلی متناسب با رویکردهای صنایع فرهنگی خلاق آموزش داده می‌شود؟



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

برای پاسخگویی به این مسأله، پرسش‌های دیگری نیز مطرح می‌گردد: اساساً شایستگی-های شغلی مورد توجه در رویکرد صنایع فرهنگی خلاق چیست؟ و شایستگی‌های شغلی مورد نیاز دانش‌آموختگان رشته صنایع دستی ایران کدام است؟ در بخش‌های مختلف مقاله به این موارد پاسخ داده می‌شود.

**روش پژوهش**

این پژوهش، از نوع کاربردی است و با طرح ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع ابزارسازی انجام یافته که شامل دو بخش کیفی و کمی است. در بخش کیفی این پژوهش به منظور شناسایی شایستگی‌های شغلی متناسب با رویکردهای صنایع خلاق، از رویکرد چند روشی کیفی استفاده شد. بخش اول کیفی شامل تحلیل محتوای متون و بخش دوم کیفی شامل روش پدیدارشناسی توصیفی هوسرلی بود. منبع گردآوری داده‌ها در بخش اول شامل منابع مکتوب داخلی و خارجی صنایع خلاق بود و مشارکت کنندگان بالقوه پژوهش در بخش دوم، دانش‌آموختگان مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد رشته صنایع دستی بودند. که با رویکرد نمونه گیری هدفمند و روش نمونه گیری معیار، با دانش آموختگان فعال در رشته‌های صنایع دستی مورد آموزش در دانشگاه‌های ایران مصاحبه شد و نهایتا با رویکرد اشباع نظری، ۱۷ نمونه انتخاب گردید. روش گردآوری داده‌ها در بخش اول کیفی، اسناد و در بخش دوم کیفی، مصاحبه نیمه ساختمند و روش تحلیل داده‌ها، در بخش اول، تحلیل محتوا و در بخش دوم، تحلیل مضمون بود.

بخش کمی این پژوهش به شیوه توصیفی پیمایشی انجام یافت. ابزار سنجش این بخش، مقیاس محقق ساخته و شامل ۳۰ گویه بود که برای سنجش روایی آن از روش روایی محتوایی با ضریب همبستگی گویه‌ها و نمره کل و در روایی سازه از روش تحلیل عامل تاییدی مرتبه اول و دوم استفاده شد و در محاسبه پایایی مقیاس، ضریب آلفای کرونباخ به کار رفت.

جامعه آماری در بخش کمی، شامل دانشجویان سال آخر مقاطع کارشناسی و



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

کارشناسی ارشد رشته صنایع دستی دانشگاه‌های دولتی در سال تحصیلی ۹۸-۹۹ بود که ۱۲۳ نمونه از مقاطع آموزش عالی این رشته با نمونه‌گیری خوشه‌ای و در دسترس تعیین گردید و نهایتاً ۱۰۸ پاسخ نامه در مقطع کارشناسی و ۳۹ پاسخ‌نامه در مقطع کارشناسی ارشد و مجموعاً ۱۴۷ نمونه در این ارزیابی مورد بررسی قرار گرفتند و در تحلیل پاسخ-ها از آزمون تی تک نمونه استفاده شد.

**بخش کیفی**

رویکرد صنایع خلاق بر بهره‌وری اقتصادی از تولیدات فرهنگی تأکید می‌نماید و بر این اساس پرورش دانش، نگرش و مهارت‌های متناسب با توانایی‌های شغلی در این حوزه حائز اهمیت است. بر این اساس ضروری بود که ابتدا ویژگی‌های مذکور طبقه بندی گردند. در بخش اول کیفی، با روش تحلیل محتوا، مضامین مذکوراستخراج شدند و در بخش دوم، به منظور دست‌یابی به ایده‌های دانش‌آموختگان رشته صنایع دستی، با گروهی از دانش‌آموختگان هر دو مقطع مصاحبه شد و شایستگی‌های شغلی مورد نیاز در برنامه درسی آموزش عالی صنایع دستی استخراج گردید.

**یافته‌های کیفی بخش اول**

برای دستیابی به مضامین شایستگی‌های شغلی از دیدگاه صنایع خلاق، ابتدا مؤلفه-هایی از محتوای منابع مرتبط استخراج شد و بعد از تعدیل و تلفیق آن‌ها، ۷ عنصر در این موضوع، مطابق جدول ۱ استخراج گردید. بر این اساس، عناصر "اصول کسب و کار"، "کارآفرینی"، "بازاریابی"، "سلیقه‌یابی و نیازسنجی"، "تجارت الکترونیک"، "کارورزی و تجربه عملی شرایط واقعی کار" و "مهارت‌ها و فنون آموزش به دیگران" به عنوان عناصر اصلی مرتبط با توانایی‌های شغلی در رویکرد صنایع خلاق شناسایی شدند (جدول۱).

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

**جدول ۱. ویژگی‌های صنایع خلاق در حوزه اشتغال (نگارندگان)**

| عنصر | مولفه | منبع |
|---|---|---|
| اصول کسب و کار | پتانسیل تولید ثروت و شغل | اندیشکده صنعت و فناوری (۱۳۸۷)، Throsby(2001) |
| | پشتیبانی کسب و کار | علیزاده و مصلح (۱۳۹۳)، محمدی و شاملی (۱۳۹۵)، Pasikowska (2019) |
| کارآفرینی | مهارت‌های کارآفرینی | Taylor (2007), مدهوشی، محمدی و شاملی (۱۳۹۵) |
| | کارآفرینی حرفه-ای | اندیشکده صنعت و فناوری(۱۳۸۷)، افروغ (۱۳۹۴)، KA EUROPEAN AFFIERS (2009), Henry (2007), Brown (2007) |
| | ایجاد شرایط کارآفرینی | Hausmann& Heinze (2016)، رحمانپور (۱۳۹۵) |
| بازاریابی | دسترسی به بازار بزرگ | Hui, (2007), اندیشکده صنعت و فناوری (۱۳۸۷) |
| | تمرکز بر بازار و هدف های بازاری | رحمانپور (۱۳۹۵)، اندیشکده صنعت و فناوری (۱۳۸۷)، Shuqin (2012)، KA EUROPEAN AFFIERS (2009) |
| | توجه به ابزارهای بازاریابی | Beyza (2018), لاکمن (۱۳۹۵) |
| سلیقه یابی و نیازسنجی | کالاهای مرتبط با سبک زندگی و محتوای جدید | لاکمن (۱۳۹۵) |
| | توجه به رضایت مصرف‌کنندگان | Throsby(2001) ، Tkaczyk, Krzyżanowska (2013) |
| | تناسب با سلایق مردم | Shuqin (2012) |
| | تناسب با نیاز | افروغ (۱۳۹۴)، Tkaczyk, Krzyżanowska (2013) |



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

| عنصر | مولفه | منبع |
|---|---|---|
| | مخاطب و بازار | |
| تجارت الکترونیک | فناوریی‌های رسانه‌ای و ارتباطات | لاکمن (۱۳۹۵)، روث تاوز (۱۳۹۵) |
| | شبکه‌سازی دیجیتال و توزیع آنلاین | لاکمن (۱۳۹۵)، **Innerhofer** , **Pechlaner**, **Borin** (2018) |
| | ارتباط با سازمان-های اجتماعی مرتبط | KA EUROPEAN AFFIERS (2009) |
| کارورزی | حضور در نمایشگاه‌های تجاری | ( مدهوشی، محمدی و شاملی (۱۳۹۵) |
| | ایجاد فرصت‌های حرفه‌ای | KA EUROPEAN AFFIERS (2009), Taylor (2019) |
| | کارآموزی | Neelands, et al,(2015) |
| مهارت‌ها و فنون آموزش | لزوم انتقال مهارت و دانش | Shuqin (2012), KA EUROPEAN AFFIERS (2009) |
| فنون آموزش به دیگران | دانش و قابلیت انتقال مهارت‌های خود به دیگران | علیزاده و مصلح (۱۳۹۳), Taylor (2007) |

## یافته‌های کیفی بخش دوم

چنان‌که اشاره شد، به منظور شناسایی مضامین شایستگی‌های شغلی مورد نیاز در حوزه صنایع دستی، مبتنی بر عناصر استخراج شده از بخش اول، از تجربه زیسته دانش-آموختگان این رشته که غالبا از صاحب‌نظران کلیدی شاخه‌های مختلف صنایع دستی بودند و از روش مصاحبه نیمه ساختمند و باز پاسخ استفاده شد. در تحلیل محتوای



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

مصاحبه‌های مذکور، علاوه بر تأیید هفت عنصر استخراج شده در جدول ۱، عنصر "آشنایی با اصول ایمنی و بهداشت کار" نیز به‌عنوان توانایی شغلی مورد نیاز در این حوزه شناسایی شد. نهایتاً از تلفیق این عناصر و مضامین حاصل از مصاحبه‌های هر دو مقطع تحصیلی، شبکه مضامین شایستگی‌های شغلی رشته صنایع دستی، مطابق شکل ۱ بدست آمد.

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

**شکل ۱. شبکه مضامین شایستگی‌های شغلی مبتنی بر صنایع خلاق، در آموزش عالی صنایع دستی**



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

**اعتبار سنجی مقیاس**

به منظور اطمینان از روایی و پایایی مقیاس حاصل از شبکه مضامین، ابتدا پرسش-نامه‌های مذکور که از نوع لیکرت بودند، در بین نمونه‌های۲۰ نفری از افراد جامعه پژوهش در هر دو مقطع به اجرا در آمد.در روایی محتوایی، ضریب همبستگی نمره کل مقیاس‌های شایستگی‌های شغلی با هشت زیرمقیاس آن سنجیده شد و روایی کل مقیاس مقطع کارشناسی با طیف همبستگی ۰/۳۶ تا ۰/۷۴ در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰۱ تأیید شد. همچنین با توجه به طیف همبستگی ۰/۳۲ تا ۰/۷۸ در سطح معنی‌داری ۰/۰۴۵ تا ۰/۰۰۰۱ روایی کل مقیاس مقطع کارشناسی ارشد تأیید گردید.

در محاسبه روایی محتوایی زیرمقیاس‌ها، با توجه به طیف ضرایب همبستگی و سطح معنی‌داری گویه‌های زیر مقیاس‌ها با نمره کل آن‌ها (جدول ۲)، روایی زیر مقیاس‌ها تأیید شد.

**جدول۲. طیف ضرایب همبستگی و ضریب آلفای کورنباخ مضامین سازمان‌دهنده (نگارندگان)**

| مضامین سازمان دهنده | طیف ضرایب همبستگی | | ضریب آلفای کرونباخ | |
|---|---|---|---|---|
| | کارشناسی | کارشناسی ارشد | کارشناسی | کارشناسی ارشد |
| آشنایی با اصول ایمنی و بهداشت کار | ۰/۳۱ – ۰/۶۳ ۰/۲۴ تا ۰/۰۰۰۱ | ۰/۵۳ –۰/۷۱ ۰/۰۰۱ تا ۰/۰۰۰۱ | ۰/۸۶ | ۰/۸۴ |
| اصول کسب و کار | ۰/۴۱ –۰/۶۷ ۰/۰۰۰۱ | ۰/۵۰ –۰/۸۸ ۰/۰۰۱ تا ۰/۰۰۰۱ | ۰/۹۲ | ۰/۸۷ |
| کارآفرینی | ۰/۵۶ –۰/۹۰ ۰/۰۰۰۱ | ۰/۶۶ –۰/۸۶ ۰/۰۰۰۱ | ۰/۹۰ | ۰/۸۷ |

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

| مضامین سازمان دهنده | طیف ضرایب همبستگی | | ضریب آلفای کرونباخ | |
|---|---|---|---|---|
| | کارشناسی | کارشناسی ارشد | کارشناسی | کارشناسی ارشد |
| بازاریابی | ۰/۶۷ –۰/۸۰<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۵۹ –۰/۸۴<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۹۴ | ۰/۹۱ |
| سلیقه‌یابی و نیازسنجی محصول | ۰/۸۴ –۰/۹۳<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۵۶ –۰/۹۰<br>۰/۰۳۹ تا<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۹۷ | ۰/۸۸ |
| تجارت الکترونیک | ۰/۶۳ –۰/۹۴<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۶۲ –۰/۶۸<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۸۹ | ۰/۸۲ |
| مهارت‌ها و فنون آموزش به دیگران | ۰/۷۴ –۰/۸۵<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۵۰ –۰/۸۷<br>۰/۰۰۱ تا<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۹۱ | ۰/۸۵ |
| کارورزی و تجربه عملی شرایط واقعی کار | ۰/۶۴ –۰/۸۶<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۳۷ –۰/۸۶<br>۰/۰۱۸ تا<br>۰/۰۰۰۱ | ۰/۸۷ | ۰/۷۸ |

نتایج حاصل از تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول (جدول ۳)، بیان می‌دارد که هر هشت مضمون سازمان‌دهنده از روایی مناسب برای تبیین مضمون فراگیر شایستگی‌های شغلی در هر دو مقطع برخوردار بودند. همچنین نتایج به‌دست آمده از بار عاملی گویه های هر زیرمقیاس در تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم، نشان‌دهنده روایی مضامین پایه در تبیین مضامین سازمان دهنده این مقیاس بود (جدول ۳).

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

**جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم در هر دو مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد**

| تحلیل عاملی مرتبه اول | | | تحلیل عاملی مرتبه دوم | | |
|---|---|---|---|---|---|
| مضامین سازمان دهنده | بار عاملی کارشناسی | بار عاملی کارشناسی ارشد | **مضامین پایه** | بار عاملی کارشناسی | بار عاملی کارشناسی ارشد |
| اصول ایمنی و بهداشت کار | ۰/۶۲ | ۰/۴۶ | آشنایی با خطرات استفاده از ابزارها و مواد اولیه | ۰/۵۳ | ۰/۷۶ |
| | | | شناخت استانداردهای کارگاهی و محیطی مورد نیاز | ۰/۷۵ | ۱/۰۱ |
| | | | شناخت اصول ارگونومی | ۰/۵۷ | ۰/۴۲ |
| | | | بکارگیری پوسچر مناسب | ۰/۸۰ | ۰/۶۱ |
| | | | استفاده از وسایل و تجهیزات ایمنی | ۰/۷۱ | ۰/۵۳ |
| اصول کسب و کار | ۰/۸۹ | ۰/۴۷ | آشنایی با متدهای طراحی کسب و کار | ۰/۷۹ | ۰/۷۰ |
| | | | شناخت روش‌های امکان سنجی فنی، مالی و اقتصادی کسب و کار | ۰/۸۳ | ۱/۰۳ |
| | | | شناخت با قوانین اداری مرتبط با کسب و کار | ۰/۸۴ | ۰/۶۷ |
| | | | آشنایی با روش‌های موفقیت و تداوم کسب و کار | ۰/۹۴ | ۰/۸۶ |
| | | | آشنایی با اخلاق کار | ۰/۶۷ | ۰/۳۴ |
| کارآفرینی | ۰/۷۴ | ۰/۸۰ | آشنایی با نوآوری، ایده‌سازی و تجاری سازی محصول | ۰/۹۲ | ۰/۷۱ |
| | | | شناخت ویژگی‌های یک کارآفرین موفق | ۰/۸۶ | ۰/۹۴ |
| | | | آشنایی با کارآفرینان موفق در حوزه تخصصی | ۰/۶۶ | ۰/۶۱ |
| بازاریابی | ۰/۷۳ | ۰/۶۷ | آشنایی با روش‌های بازاریابی و فروش | ۰/۸۲ | ۰/۶۷ |



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

| تحلیل عاملی مرتبه اول | | | تحلیل عاملی مرتبه دوم | | |
|---|---|---|---|---|---|
| مضامین سازمان دهنده | بار عاملی کارشناسی | بار عاملی کارشناسی ارشد | **مضامین پایه** | بار عاملی کارشناسی | بار عاملی کارشناسی ارشد |
| | | | آشنایی با تحلیل عوامل تأثیرگذار بر فروش محصول | ۰/۹۸ | ۰/۶۱ |
| | | | آشنایی با روش‌های تحلیل و ارتباط با مشتری، رقبا و بازار | ۰/۹۲ | ۱/۰۳ |
| | | | شناخت ساز و کار طراحی بهینه و قیمت‌گذاری محصول | ۰/۶۹ | ۰/۷۵ |
| | | | شناخت بازارهای هدف در رشته تخصصی | ۰/۸۲ | ۰/۷۲ |
| سلیقه‌یابی و نیازسنجی محصول | ۰/۷۶ | ۰/۷۵ | آشنایی با روش‌های داده کاوی، سلیقه-یابی و نیاز سنجی مشتری | ۰/۹۱ | ۱/۰۲ |
| | | | شناخت نیاز بازارهای کنونی در رشته تخصصی | ۰/۹۷ | ۰/۷۳ |
| | | | آشنایی با سلیقه مشتریان در رشته تخصصی | ۰/۹۲ | ۰/۷۰ |
| تجارت الکترونیک | ۰/۷۷ | ۰/۷۷ | آشنایی با برندینگ و تجاری سازی محصول | ۰/۸۵ | ۰/۳۷ |
| | | | آشنایی با اصول اولیه تجارت الکترونیک | ۰/۸۴ | ۰/۹۰ |
| | | | شناخت سایت‌های معتبر و ظرفیت شبکه های اجتماعی در تجارت الکترونیک رشته تخصصی | ۰/۷۹ | ۰/۹۰ |
| مهارت‌ها و فنون آموزش به دیگران | ۰/۷۱ | ۰/۹۷ | آشنایی با اصول اولیه تدریس | ۰/۹۲ | ۰/۷۵ |
| | | | شناخت روش‌های تدریس و انتقال مهارت حرفه تخصصی | ۰/۹۹ | ۱/۰۵ |
| کارورزی و تجربه عملی | ۰/۶۹ | ۰/۴۰ | تجربه آموزش و انتقال مهارت تخصصی | ۰/۵۷ | ۰/۳۳ |



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

| تحلیل عاملی مرتبه اول | | | تحلیل عاملی مرتبه دوم | | |
|---|---|---|---|---|---|
| مضامین سازمان دهنده | بار عاملی کارشناسی | بار عاملی کارشناسی ارشد | **مضامین پایه** | بار عاملی کارشناسی | بار عاملی کارشناسی ارشد |
| شرایط واقعی کار | | | تجربه تولید در کارگاه‌ها خارج از دانشگاه | ۰/۵۷ | ۱/۱۴ |
| | | | تجربه کسب درآمد از محصول تولیدی خود | ۰/۹۶ | ۰/۳۷ |
| | | | تجربه شرکت در نمایشگاه‌ها و بازارهای تخصصی | ۰/۷۹ | ۰/۶۲ |

همچنین ضریب آلفای کرونباخ (۰/۹۷) در مقطع کارشناسی و ضریب آلفای کرونباخ (۰/۹۴) در مقطع کارشناسی ارشد بیانگر تأیید پایایی کل مقیاس در هر دو مقطع بود. ضریب آلفای کرونباخ زیرمقیاس‌های شایستگی‌های شغلی در هر دو مقطع، مطابق جدول ۵ است.

**بخش کمی**

به منظور ارزیابی آموزش شایستگی‌های شغلی در آموزش عالی رشته صنایع دستی، مقیاس طراحی شده در میان ۱۴۷ نفر از دانشجویان این رشته به اجرا در آمد و پاسخ‌ها با آزمون تی تک نمونه مورد تحلیل قرار گرفتند.

**یافته‌های کمی**

اطلاعات حاصل از تحلیل پاسخ‌نامه‌ها در دو مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد بر اساس پرسش‌های بخش کمی بدین قرار است:

۱- از دیدگاه دانشجویان رشته صنایع دستی، عملکرد برنامه‌های درسی اجرا شده در دوره‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد، در آموزش شایستگی‌های شغلی چگونه بوده است؟

بر اساس داده‌های جدول (۴) در مقطع کارشناسی، آموزش شایستگی‌های شغلی در

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

برنامه درسی اجرا شده (با میانگین ۱/۲۹) از میانگین معیار پایین‌تر بوده و براساس مقدار **t** بدست آمده در درجه آزادی ۱۰۷، تفاوت معناداری بین میانگین شایستگی‌های شغلی و میانگین معیار در سطح ۰/۰۰۰۱ وجود دارد. بنابراین برنامه درسی اجرا شده کارشناسی صنایع دستی، در تحقق شایستگی‌های شغلی، در حد معیار نیست.

هم‌چنین از دیدگاه دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد، میزان آموزش شایستگی‌های شغلی در برنامه درسی اجرا شده (با میانگین ۱/۴۱)، از میانگین معیار پایین‌تر بوده و براساس مقدار **t** بدست آمده در درجه آزادی ۳۸، تفاوت معناداری بین میانگین شایستگی‌های شغلی و میانگین معیار در سطح ۰/۰۰۰۱ وجود دارد (جدول ۴). بنابراین برنامه درسی اجرا شده کارشناسی ارشد صنایع دستی نیز در تحقق شایستگی‌های شغلی نتوانسته در حد معیار عمل نماید؛ اما در مجموع عملکرد برنامه درسی کارشناسی ارشد، اندکی مطلوب‌تر از برنامه کارشناسی است.

**جدول ۴. مقایسه عملکرد برنامه‌های درسی کارشناسی و کارشناسی ارشد رشته صنایع دستی در آموزش شایستگی‌های شغلی (نگارندگان)**

| مقاطع تحصیلی | عنصر | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد | معیار | df | t | sig |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| کارشناسی | شایستگی-های شغلی | ۱۰۸ | ۱/۲۹ | ۰/۶۱ | ۳ | ۱۰۷ | -۲۸/۷۷ | ۰/۰۰۰۱ |
| کارشناسی ارشد | | ۳۹ | ۱/۴۱ | ۰/۶۳ | | ۳۸ | -۱۵/۵۷ | ۰/۰۰۰۱ |

۱- عملکرد برنامه درسی آموزش عالی صنایع دستی در عناصر مختلف شایستگی‌های شغلی از دیدگاه دانشجویان مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد این رشته چگونه بوده است؟

در مقایسه عملکرد برنامه‌های درسی کارشناسی و کارشناسی ارشد رشته صنایع دستی در عناصر شایستگی‌های شغلی (جدول ۵)، در عنصر "آشنایی با اصول ایمنی و بهداشت کار"، میانگین مقطع کارشناسی، ۲/۵۳ و میانگین مقطع کارشناسی ارشد، ۲/۲۳ است؛ در نتیجه میانگین هر دو مقطع در این عنصر از میانگین معیار پایین‌تر اما به آن



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

نزدیک است. در "آشنایی با اصول کسب و کار"، میانگین مقطع کارشناسی ۱/۹۹ و میانگین مقطع کارشناسی ارشد ۲/۰۰ است و در نتیجه میانگین هر دو مقطع از میانگین معیار پایین‌تر است. در عنصر "کارآفرینی"، میانگین مقطع کارشناسی ۲/۲۵ و میانگین مقطع کارشناسی ارشد، ۲/۳۸ است؛ در نتیجه میانگین هر دو مقطع در عنصر مذکور از میانگین معیار پایین اما تا حدودی، نزدیک به آن است. در عنصر "آشنایی با اصول بازاریابی"، میانگین برنامه کارشناسی، ۱/۹۸ و میانگین برنامه کارشناسی ارشد ۲/۲۳ است؛ در نتیجه میانگین هر دو مقطع در عنصر مذکور از میانگین معیار کم‌تر است. در "سلیقه‌یابی و نیازسنجی محصول"، میانگین مقطع کارشناسی ۲/۶۵ و میانگین مقطع کارشناسی ارشد ۲/۸۹است؛ در نتیجه میانگین هر دو مقطع، کمتر از میانگین معیار اما به آن نزدیک است. در عنصر "تجارت الکترونیک"، میانگین کارشناسی، ۱/۶۲ و میانگین مقطع کارشناسی ارشد، ۲/۲۵ است؛ در نتیجه میانگین هر دو مقطع ، پایین‌تر از میانگین معیار است. در عنصر "مهارت ها و فنون آموزش به دیگران"، میانگین کارشناسی، ۲/۵۳ و میانگین کارشناسی ارشد، ۲/۹۲ است؛ میانگین هر دو مقطع در عنصر مذکور نیز از میانگین معیار پایین‌تر اما به آن نزدیک است و در مقظع کارشناسی ارشد، نسبتاً قابل قبول می‌باشد. در عنصر "کارورزی و تجربه عملی شرایط واقعی کار"، میانگین مقطع کارشناسی ۱/۵۱ و میانگین مقطع کارشناسی ارشد ۲/۴۸ است؛ در نتیجه میانگین هر دو مقطع در این عنصر نیز از میانگین معیار پایین‌تر است اما در مقطع کارشناسی ارشد تاحدودی به این معیار نزدیک می‌باشد. اما در کلیه عناصر، به‌غیر از عنصر "آشنایی با اصول ایمنی و بهداشت کار"، عملکرد مقطع کارشناسی ارشد، تا حدودی از عملکرد مقطع کارشناسی بهتر است.

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

**جدول ۵. مقایسه عملکرد برنامه‌های درسی کارشناسی و کارشناسی ارشد رشته صنایع دستی در عناصر شایستگی‌های شغلی (نگارندگان)**

| ردیف | عنصر | مقاطع تحصیلی | میانگین | انحراف استاندارد | معیار | df | t | sig |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱ | آشنایی با اصول ایمنی و بهداشت کار | کارشناسی | ۲/۵۳ | ۱/۰۵ | ۳ | ۱۰۷ | −۴/۵۶ | ۰/۰۰۰۱ |
| | | کارشناسی ارشد | ۲/۲۳ | ۱/۰۸ | | ۳۸ | −۴/۴۱ | ۰/۰۰۰۱ |
| ۲ | آشنایی با اصول کسب و کار | کارشناسی | ۱/۹۹ | ۰/۸۱ | ۳ | ۱۰۷ | −۱۲/۸۷ | ۰/۰۰۰۱ |
| | | کارشناسی ارشد | ۲/۰۰ | ۱/۰۰ | | ۳۸ | −۶/۲۴ | ۰/۰۰۰۱ |
| ۳ | کارآفرینی | کارشناسی | ۲/۲۵ | ۱/۰۳ | ۳ | ۱۰۷ | −۷/۵۴ | ۰/۰۰۰۱ |
| | | کارشناسی ارشد | ۲/۳۸ | ۰/۷۴ | | ۳۸ | −۵/۱۴ | ۰/۰۰۰۱ |
| ۴ | آشنایی با اصول بازاریابی | کارشناسی | ۱/۹۸ | ۰/۹۵ | ۳ | ۱۰۷ | −۱۱/۰۶ | ۰/۰۰۰۱ |
| | | کارشناسی ارشد | ۲/۲۳ | ۰/۹۳ | | ۳۸ | −۵/۱۶ | ۰/۰۰۰۱ |
| ۵ | سلیقه‌یابی و نیازسنجی محصول | کارشناسی | ۲/۶۵ | ۱/۲۹ | ۳ | ۱۰۷ | −۲/۷۴ | ۰/۰۰۰۱ |
| | | کارشناسی ارشد | ۲/۸۲ | ۰/۶۸ | | ۳۸ | −۱/۶۴ | ۰/۰۰۰۱ |
| ۶ | تجارت الکترونیک | کارشناسی | ۱/۶۲ | ۰/۸۶ | ۳ | ۱۰۷ | −۱۶/۵۵ | ۰/۰۰۰۱ |
| | | کارشناسی ارشد | ۲/۲۵ | ۰/۵۹ | | ۳۸ | −۷/۸۱ | ۰/۰۰۰۱ |
| ۷ | مهارت ها و فنون آموزش به دیگران | کارشناسی | ۲/۲۵ | ۱/۱۴ | ۳ | ۱۰۷ | −۶/۸۰ | ۰/۰۰۰۱ |
| | | کارشناسی ارشد | ۲/۷۶ | ۰/۸۱ | | ۳۸ | −۱/۹۵ | ۰/۰۵۸ |
| ۸ | کارورزی و تجربه عملی شرایط واقعی کار | کارشناسی | ۱/۵۱ | ۰/۹۹ | ۳ | ۱۰۷ | −۱۵/۵۴ | ۰/۰۰۰۱ |
| | | کارشناسی ارشد | ۲/۴۸ | ۱/۰۹ | | ۳۸ | −۲/۹۱ | ۰/۰۰۶ |



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

**بحث و نتیجه‌گیری**

هدف از این مقاله شناسایی شایستگی‌های شغلی مبتنی بر صنایع خلاق در آموزش عالی صنایع دستی ایران بوده و نخستین شایستگی استخراج شده، "اصول کسب و کار" است که بر اساس نتایج، آموزش آن در برنامه‌های درسی این رشته پایین‌تر از معیار می‌باشد. هانس ابینگ[1] در توصیف وضعیت عمومی اقتصاد هنر معتقد است اکثر هنرمندان نمی‌توانند از طریق کار هنری زندگی‌شان را بگذرانند و اگر کل درآمدشان را (با احتساب شغل دوم و..) محاسبه کنیم، حدود نیمی از آن‌ها زیر خط فقرند که در مقایسه با سایر مشاغلی که کارکنانشان مانند هنرمندان تحصیلات بالایی دارند، خیلی متفاوت است (ابینگ، ۱۳۹۴، ۱۵) اما در عین حال از نظر ایشان هرساله شاهد رشد فزاینده ورود افراد به عرصه هنر هستیم و این مسأله با تئوری‌های کلاسیک اقتصاد، هماهنگ نیست. هنرمندان امروز انفعال کمتری دارند و به کارآفرینان فرهنگی تبدیل شده‌اند که به بازاریابی و معرفی در شبکه‌های اجتماعی اهمیت می‌دهند و توجه به تقاضای مصرف‌کننده هدف ایشان است و استقلال و اعتبار آن‌ها در سایه ارتباط شکل می‌گیرد (ابینگ، ۱۳۹۵). این تحولات در سایه تغییر نگرش‌های اقتصادی هنر در حال رخداد است. برای ایجاد کسب و کارهای جدید، نیاز به مهارت‌ها و دانشی منحصر به فرد است و سرمایه‌ی انسانی مهمترین نقش را ایفا می‌کند. بر مبنای معیارهای رایج، تحصیل، آموزش و تجربه‌ی کاری در این مقوله بسیار مهم است (مقیمی و احمدپور، ۱۳۸۷، ۲۱۲)؛ از این رو توجه به شایستگی‌ها شغلی در آموزش عالی هنر و حتی سطوح تحصیلی پیش از دانشگاه، در برنامه بسیاری از کشورها قرار گرفته است. به‌عنوان نمونه در دانشگاه کوئینزلند استرالیا در معرفی دوره کارشناسی هنرهای تجسمی، بر یادگیری مبتی بر آموزش کارآفرینی، تجارت و کسب و کار تأکید می‌شود (URL 1) و یا در وزارت آموزش و پرورش، فرهنگ و علم و وزارت امور خارجه هلند، در حمایت از

۱- پروفسور دانشگاه اراسموس هلند، اقتصاد دان هنر و هنرمند هنرهای تجسمی



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

نوآوری در مدارس، طرح "همکاری خلاقانه مشترک"[1] در برنامه‌های آموزشی هنر ارایه می‌شود که شامل ارتباط با مشتریان بالقوه (جامعه کسب و کار) و به طور عمده سازمان‌های اجتماعی مرتبط است و فرصت‌های حرفه‌ای‌تری را فراتر از گالری‌های هنری و مشاغل مرتبط با آموزش و پرورش هنر، برای دانش‌آموزان ایجاد می‌نماید (KA EUROPEAN AFFIERS, 2009, 113). در برخی کشورها، این آموزش‌ها به‌طور ویژه در برنامه‌های درسی آموزش رشته صنایع دستی نیز ورود یافته است. به‌عنوان نمونه در برنامه‌های درسی آموزش رسمی صنایع دستی در ترکیه دروس "ایجاد و توسعه کسب و کار"، "طراحی و حسابداری کسب و کار"، "طراحی پایدار و کسب و کار ترکیه"، "امنیت شغلی و بهداشت حرفه‌ای"و برنامه‌های "کارورزی" از جمله محتوای مرتبط با کسب و کار است (URL 2).

کارآفرینی" دومین شایستگی شغلی مطرح شده است که عملکرد برنامه‌های درسی کنونی در آن نیز پایین‌تر از معیار اما تا حدودی به آن نزدیک بود. در کشورهای توسعه یافته برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی و حل مسائل و مشکلات عمومی جامعه مانند معضل بیکاری و نظایر آن، ملزم به توسعه کارآفرینی هستند (اسمعیلی ماهانی و همکاران، ۱۳۹۵، ۱۸۷). سانچز از جمله افرادی است که معتقد است آموزش‌های دانشگاهی بر پرورش روحیه کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت دارد ( Sanchez,2011: 239). و ضروری است که در برنامه‌های جدید دانشگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد. برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی و بهره‌مندی از تجارب کارآفرینان محلی، می‌تواند از راهکارهای توسعه کارآفرینی فرهنگی در صنایع دستی کشور تلقی گردد (طغرایی و دیگران، ۱۳۹۵، ۲۵).

در حال حاضر در ایران تولید صنایع دستی حدود ۲٫۵ درصد از تولید ناخالص ملی را تشکیل می‌دهد و قریب به اتفاق صنعتگران صنایع دستی، در حال حاضر جزء اقشار

1- Kunstenaars & CO و Kunst & Zake ( طرحی مبتنی بر ارایه راه‌های ادغام کارآفرینی)



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

کم درآمد جامعه محسوب می‌شوند. یکی از راهکارهای افزایش سطح درآمد صنعتگران، ارتقاء سطح کمی و کیفی آموزش‌های صنایع دستی به منظور ایجاد اشتغال است (نخعی، ۱۳۹۱، ۲ و ۱۰). بدون شک با پرورش مهارت‌های کارآفرینی و کسب و کار زمینه بهره‌مندی بیشتر از صنایع دستی ایران فراهم می‌گردد و این اتفاق می‌بایست از دانشگاه ها آغاز شود. در کشور ترکیه دروس "کارآفرینی"، "ایجاد ایده‌های کارآفرین"، "توسعه ایده کارآفرین"، "طراحی کسب و کار سفید از طریق کامپیوتر" در آموزش عالی صنایع دستی برنامه‌ریزی شده (URL 2) و با توجه به مؤلفه های استخراج شده در این پژوهش نیز می‌توان دروسی را در این زمینه برنامه ریزی کرد.

شایستگی سوم، "آشنایی با تجارت الکترونیک" است که در این عنصر نیز عملکرد برنامه درسی کنونی، پایین‌تر از معیار است. امروزه تجارت الکترونیک، به عنوان یکی از راهکارهای توسعه صنایع دستی مطرح می‌شود (یرفی، مرید، ۱۳۹۱، ۸) و در آموزش صنایع دستی برخی کشورها از جمله ترکیه قرار دارد (URL 2). آشنایی با تجارت الکترونیک نه تنها در فروش صنایع دستی حائز اهمیت است بلکه در معرفی کالاهای فرهنگی و جذب توریسم کاربرد دارد و به‌عنوان ابزاری در کارآفرینی فرهنگی مورد استفاده است.امروزه از این ابزار در تجارت صنایع دستی دنیا استفاده گسترده می‌شود و حتی کشورهایی مانند کنیا، غنا و... از طریق ICT به فروش محصولات خود می-پردازند؛ اما در کشور ما با وجود ۳۰۰ نوع صنایع دستی، جایگاه شایسته‌ای برای این مقوله نمی‌توان تصور کرد (طباطبایی و غنیمت، ۱۳۹۱، ۲۶۶). البته تولیدگران امروز صنایع دستی دریافتند که هنر فقط خلاقیت و نوآوری نیست و آن‌ها باید بتوانند برندشان را مدیریت کنند؛ بگونه‌ای که قادر باشند آثارشان را بطور گسترده ارایه دهند، بفروشند و درآمد کسب نمایند (Ebewo, Siravi,2009). لذا اخیراً برخی از شبکه-های فروش مجازی داخلی، فعالیت‌هایی را در این زمینه آغاز کرده‌اند؛ اما از آن‌جا که مهمترین ویژگی صنایع دستی ایران، پتانسیل بسیار بالای ارزآوری است، فراهم نمودن

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

زیرساخت‌های تجارت جهانی الکترونیک و آموزش دانش‌آموختگان این رشته در این زمینه می‌تواند تأثیر غیر قابل انکاری در بهبود اشتغال صنایع دستی ایران داشته باشد.

"بازاریابی" نیز از ارکان صنایع دستی است و به عنوان چهارمین شایستگی در این پژوهش معرفی می‌گردد که مطابق نتایج، عملکرد برنامه درسی در این عنصر نیز پایین‌تر از معیار است.در همه رشته‌ها اگر محصولات تولید شده به درستی معرفی نشوند و استفاده از آن برای مشتریان تبیین نگردد، بدان معناست که آن محصول وجود خارجی ندارد و متأسفانه صنایع دستی کشور ما در چنین شرایطی قرار دارد (امیدی، ۱۳۹۲). با توجه به وضعیت کنونی و نیاز به دستیابی به بازارهای گسترده، آموزش صحیح مؤلفه-های بازاریابی بایستی در برنامه های درسی مورد توجه قرار گیرد. همچنین در راستای گسترش بازارهای صنایع دستی، باید مطالعاتی در بازارهای هدف انجام شود و متناسب با هرکدام، محصولات درخور تولید شود و این وظیفه برعهده متولیان بازار و فروشندگان صنایع دستی است (اسماعیلی، حبیبی، ۱۳۹۶، ۱۰۸).

پنجمین شایستگی که با "بازاریابی" ارتباط تنگاتنگ دارد، "نیازسنجی و سلیقه‌یابی" است که بر اساس نتایج، آموزش آن در برنامه‌های کنونی، تا حدودی به معیار نزدیک است که شاید دلیل این امر، توجه بیشتر به مباحث مذکور در برنامه درسی کارشناسی ارشد است. مطابق نظام بازاریابی بازارگرا، توجه به نیاز، سلایق و پتانسیل‌های موجود در بازارهای کنونی و انعکاس آنها در طراحی و تولید محصولات صنایع دستی می‌تواند موجب افزایش جذابیّت‌های این نوع محصولات در بین خریداران گردد (خداداده، اصل فلاح، ۱۳۸۷). لذا، برگزاری کلاس‌های آموزشی برای هنرمندان و آگاه‌سازی و آشنایی آنان با نیازهای بازار می‌تواند از راهکارهای توسعه صنایع دستی باشد (ثریایی، عطف، ۱۳۹۳، ۳۵).

ششمین شایستگی استخراج شده، "کارورزی" است که عملکرد برنامه‌ها درسی در این مورد نیز کمتر از معیار است. در آموزش سنتی صنایع دستی ایران که بر شیوه استاد و شاگردی استوار بوده، "کارورزی" بخش مهم و لاینفک آموزش صنایع دستی محسوب می‌شود؛ اما متأسفانه در برنامه درسی کنونی به این مقوله توجه کمتری شده و



[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

این درحالیست که توجه به آن با برنامه‌ریزی و نظارت دقیق و فراهم ساختن زیرساخت‌های لازم، می‌تواند تأثیر قابل توجهی در تثبیت شایستگی‌های مختلف دانشجویان داشته باشد. همچنین در نظام سنتی استاد و شاگردی، انتقال دانش و مهارت، مطابق آداب و قوانین خاص، موجب پایداری و انتقال نسل به نسل صنایع دستی ایران بوده و تنوع و جایگاه ویژه صنایع دستی ایران مدیون رعایت این اصل است. مقوله ای که در رویکرد صنایع خلاق نیز بدان توجه شده و بر این اساس "توانایی انتقال دانش به دیگران" به عنوان یکی از شایستگی‌های شغلی دانشجویان این رشته در نظر گرفته می-شود.

آخرین شایستگی استخراج شده، آشنایی با "اصول ایمنی و بهداشت" است که عملکرد برنامه کنونی از دیدگاه دانشجویان در این مقوله نیز کمتر از معیار اما در مقطع کارشناسی، تا حدودی به آن نزدیک است. آشنایی با خطرات استفاده از ابزارها و مواد اولیه، شناخت استانداردهای کارگاهی و محیطی مورد نیاز، شناخت اصول ارگونومی، بکارگیری پوسچر مناسب و استفاده از وسایل و تجهیزات ایمنی از مواردی است که در این مقوله حائز اهمیت است و با توجه به ضرورت محافظت از نیروی انسانی متخصص، پرداختن به این موارد به عنوان یکی از نیازمندی‌های شغلی دانش‌آموختگان این رشته مطرح می‌گردد..

در برنامه درسی مقطع متوسطه رشته صنایع دستی ایران اخیراً برخی دروس مرتبط با شایستگی‌های شغلی برنامه‌ریزی شده که از آن میان می‌توان به دروس "الزامات محیط کار" و "کارآفرینی" اشاره نمود. اما متأسفانه در برنامه‌های درسی آموزش عالی صنایع دستی، توجه به این موضوعات بسیار کمرنگ است به گونه‌ای که در برنامه کارشناسی صنایع دستی، واحدی مرتبط با پرورش شایستگی‌های شغلی تعریف نشده و در برنامه اخیر کارشناسی ارشد این رشته، تا حدودی دروس "کارآفرینی در صنایع دستی" و "روش تدریس هنرهای سنتی" و مباحثی در حوزه "بازاریابی و سلیقه‌یابی" مورد توجه قرار گرفته است.

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

این در حالی است که صادرات اندک صنایع دستی ایران و درآمد کم فارغ-التحصیلان این رشته گویای ضعف دانش‌آموختگان، در اشتغال صنایع دستی است و به این موضوع، در متن مصاحبه‌های هر دو مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد نیز اشاره شده است.نتایج ارزیابی کنونی نیز این موضوع را تأیید می‌نماید. در مجموع، دانش-آموختگان رشته صنایع دستی اگر چه به واسطه گذراندن کارگاه‌های تخصصی مختلف، نسبتاً قادر به تولید محصولات صنایع دستی هستند؛ اما عملاً تجربه حضور در بازار را نداشته و از دانش اندکی برای ایجاد و حفظ کسب و کار برخوردارند و در عرضه و فروش محصولات با مشکلات بسیار جدی مواجه می‌شوند. عدم آشنایی مناسب با اصول، قوانین و راهکارهای کسب و کار، کارآفرینی، بازاریابی و تجارت الکترونیک تأثیر مستقیم منفی بر اشتغال فارغ التحصیلان رشته صنایع دستی داشته و عدم آشنایی با نیازسنجی و سلیقه‌یابی بازار، طراحی ناکارآمد محصولات تولیدی در این عرصه را منجر می‌گردد. اما با توجه به غنا و تنوع شاخه‌های صنایع دستی، در صورت توانمندسازی علمی و اصولی افراد در اشتغال، می‌توان پیش بینی کرد که صنایع دستی ایران می‌تواند در مسیر اقتصاد خلاق و پایدار قرار گیرد.

در پایان، بازنگری برنامه درسی آموزش عالی صنایع دستی، متناسب با شایستگی-های شغلی و مورد نیاز فراگیران، پیشنهاد می‌گردد و بایسته است برای دستیابی به دانشی اختصاصی در این حوزه، تدوین منابع آموزشی مورد نیاز با نگرشی میان رشته‌ای و مبتنی بر شرایط فعلی مورد توجه قرار گیرد.

## منابع

- ابینگ، هانس. (۱۳۹۴). چرا هنرمندان با درآمدهای پایین کار می‌کنند؟ **نشریه رشد آموزش هنر**. دوره دوازدهم. شماره ۴. ۱۶-۱۴.

- ..... (۱۳۹۵). اقتصاد استثنایی هنر و تحلیل پایداری درآمدهای اندک هنرمندان، مجموعه مقالات همایش اقتصاد هنر ایران. ۲۸-۱۱.

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

- اسماعیلی، محمدرضا؛ حبیبی، مرضیه. (۱۳۹۶). طراحی مدل بازاریابی استراتژیک صنایع دستی مبتنی بر تئوری داده بنیاد. **نشریه تحقیقات بازاریابی**، دوره ۷، شماره ۲، ۹۳-۱۱۳.

- اسمعیلی ماهانی، هانیه؛ مطهری نژاد، حسین؛ لسانی، مهدی. (۱۳۹۵). شایستگی‌های عمومی مورد نیاز برای موفقیت دانشجویان در زندگی علمی و حرفه‌ای. **فصلنامه مطالعات اندازه گیری و ارزشیابی آموزشی**. سال ششم، شماره ۱۵. ۱۹۷-۱۶۷.

- افروغ، محمد. (۱۳۹۴). **اقتصاد خلاق و کارآفرینی بومی هنر در دستبافته‌های عشایری(قشقایی) با تأکید بر قالی قشقایی**. مجموعه مقالات همایش ملی فرش دستبافت خراسان جنوبی. بیرجند. ۹۹۶-۹۷۸.

- امیدی، نبی. (۱۳۹۱). **مدیریت بازاریابی صنایع دستی و هنرهای سنتی**. تهران: دفتر پژهش‌های فرهنگی.

- اندیشکده صنعت و فناوری. (۱۳۸۷). **از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق**. قم: اداره کل تبلیغات اسلامی.

- تاوز، روث. (۱۳۹۵). *درآمدی پیشرفته بر اقتصاد فرهنگی*. ترجمه: احتشام رشیدی و انسیه ابری. تهران: تیسا.

- پوشتا، دیتر و دیگران. (۱۳۹۶). **صنایع خلاق برلین: تحلیلی تجربی از صنایع کلیدی آینده**. ترجمه ناهید جمشیدی راد. تهران: پگاه روزگار نو.

- ثریایی، علی؛ عطف، زهرا. (۱۳۹۳). شناسایی چالش های صنایع دستی و ارائه راهکارهای الزم (مطالعه موردی : صنایع دستی استان مازندران). **نشریه پژوهش‌های مدیریت و حسابداری**، شماره‌های ۲ و ۳، ۳۶-۱۹.

- حسین، زاده، جواد؛ فرهادی، عزیزاله. (۱۳۹۶). **اقتصاد خلاق در ایران**. چاپ اول، تهران: آماره.

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

- خداداده، یاسمن؛ اصل فلاح، مهدی. (۱۳۸۷). **جایگاه تبلیغات در ارتقای منزلت محصولات صنایع دستی کشور**، همایش ملی راهکارهای توسعه صنایع دستی ایران.

- رحمانپور، ناهید. (۱۳۹۵). **کاربرد سیستم مدیریت کایزن در فرآیند تولیدات هنری (صنایع دستی)**. پنجمین کنفرانس پژوهش‌های نوین در اقتصاد، مدیریت و حسابداری، سن پترزبورک روسیه.

- شفیعی، زاهد؛ فرخیان، فیروزه؛ میرقدر، لیلا. (۱۳۹۳). **اصفهان به عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری**. نشریه انجمن جغرافیای ایران. ۱۲ (۴۳). ۲۵۱-۲۷۸.

- علیزاده، فریبا؛ مصلح، عرفان. (۱۳۹۳). **مروری بر برخی مفاهیم کلیدی در سیاست-گذاری صنایع فرهنگی و خلاق. نشریه سیاست‌نامه علم و فناوری**. سال چهارم (۴). ۱۰۹-۱۲۵.

- طباطبایی سید مسعود؛ غنیمت، الناز. (۱۳۹۱). **گردشگری الکترونیکی و صادرات صنایع دستی راهی در جهت کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی**. کنگره پیشگامان پیشرفت. تهران. ۲۷۸-۲۶۵.

- طغرایی، محمد تقی. (۱۳۹۵). شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی فرهنگی در صنایع دستی عشایری. **فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی**، سال پنجم، شماره ۳، پیاپی ۱۷. ۳۵-۱۹.

- کاظمی، مهدی؛ کمالیان، امین رضا؛ طالبی‌زاده، محدثه. (۱۳۹۱). **کارآفرینی فرهنگی و صنایع خلاق**. کنفرانس کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان. آبانماه، تهران.

- لاکمن، سوزان. (۱۳۹۶). **صنایع دستی و اقتصاد خلاق**. ترجمه شهاب طلایی شکری. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

- مدهوشی، مهرداد؛ محمدی، مهدی؛ شانلی، مهدی. (۱۳۹۵). تحلیل اهمیت- عملکرد از منظر عوامل کلیدی موفقیت در صنایع خلاق. **نشریه سیاست، علم و فناوری**. سال هشتم، شماره ۱. بهار. ۹۳-۶۱.

- محمدی، مهدی؛ مدهوشی، مهرداد؛ صفایی قادی کلایی، عبد الحمید؛ آقاجانی، حسنعلی . (۱۳۹۶). تبیین مؤلفه‌های مؤثر بر ساختاردهی زنجیره ارزش صنایع خلاق در ایران. **نشریه بهبود مدیریت**. سال یازدهم. شماره ۴. پیاپی ۳۸. زمستان. ۱۸۸-۱۶۱.

- مقیمی، سید محمد؛ احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی درکسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها، **نشریه توسعه کارآفرینی**. سال اول. شماره اول. ۲۴۵-۲۰۷.

- معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری. (۱۳۹۷). **سند راهبردی توسعه فناوری-های فرهنگی و صنایع خلاق، پیشران اعتلای "اقتصاد فرهنگ"**. تهران.

- نخعی, حسین رضا. (۱۳۹۱). **بررسی نقش صنایع دستی در اشتغال زایی و تأثیرآن بر توسعه اقتصادی استان خراسان جنوبی**، همایش ملی توسعه روستایی، رشت، دانشگاه گیلان.

- یرفی، مهناز؛ مرید، اسماعیل. (۱۳۹۱). **بررسی نقش صنایع دستی روستاها در کارآفرینی و اشتغال زایی جهت جذب توریسم**. همایش ملی توسعه روستایی، رشت، دانشگاه گیلان.

- Beyza Sümer, (2018), **Employment Opportunities in Cultural and Creative Industries in Turkey**, JEL Classification: D89, J2, J24.

- Brown, Ralph, (2007), Promotion entrepreneurship in arts education**, Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective**, 126-141.

- Byham M. (2002). Competency-based human resource system. **Dev Dimens**, 16 (2):11-46.

- Ebewo, P. and Siravi, M. (2009), The Concept of Arts/Cultural Management: A Critical Reflection. **The Journal of Arts Management, Law, and Society**, 38 (4), 281-295.

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

- Henry, C, (2007), **Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective**, Dundalk Institute of Technology, Ireland.
- Hui, Desmond, (2007), The creative industries and entrepreneurship in East and Southeast Asia, **Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective**, 9-29.
- Hausmann, Andrea ; Heinze ,Anne .(2016). **Entrepreneurship in the Cultural and Creative Industries: Insights from an Emergent Field**, A Journal of Entrepreneurship in the Arts, Volume 5, Issue 2, 7-22.
- Gouvea, Raul et al (2020),**The creative economy, innovation and entrepreneurship: an empirical examination**, Creative Industries Journal, https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1744215
- Innerhofer, Elisa, Pechlaner, Harald, Borin, Elena (2018), **Entrepreneurship in Culture and Creative Industries**, Springer, ISBN: 978-3-319-65506-2
- KA EUROPEAN AFFIERS, (2009), **THE IMPACT OF CULTURE ON CREATIVITY, A Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture**).
- Neelands, Jonothan & et al. (2015). **Enriching Britain: Culture, Creativity and Growth. The 2015 Report by the Warwick Commission on the Future of Cultural Value**. The University of Warwick.
- Pasikowska, Magdalena (2019), **Employment in the cultural and creative sectors**, European Parliamentary Research Service.
- Sanchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 7 (3), 239-254.
- Shuqin, Sun. (2012). **Cultural and Creative Industries and Art Education**. International Conference on Medical Physics and Biomedical Engineering, Physics Procedia 33. 1652 – 1656.
- Taylor, Calvin, (2007), Developing relationships between higher education, enterprise and innovation in the creative industries, **Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective**, 178-196.
- Throsby, David, (2001), **Economics and Culture,** Cambridge: Cambridge University Press.

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]

- Tkaczyk, Jolanta; Krzyżanowska, Magdalena, (2013), **UNDERSTANDING CUSTOMERS IN CREATIVE INDUSTRIES**, International Journal of Sales, Retailing and Marketing , Vol. 2 , No. 2 , 58-69.
- URL 1: https://www.qut.edu.au/courses/bachelor-of-fine-arts-visual-arts (access date 2019/5/17).
- URL 2: http://debis.deu.edu.tr (access date: 2017/10/12).

[ Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29 ]