

## بررسی شرایط کارآفرینی و اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان رشته هنر و صنایع فلز دانشگاه هنر اسلامی تبریز

اکرم محمدی‌زاده<sup>۱\*</sup>

۱. استادیار دانشکده هنرهای صناعی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.

الهام یوسفی<sup>۲\*\*</sup>

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد هنر اسلامی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۰۹  
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۳/۱۶  
صفحه ۹۰-۱۰۵

### چکیده

**بیان مسئله:** رشته هنر اسلامی و گرایش‌های آن به‌عنوان یک رشته مستقل در دانشگاه‌ها تدریس می‌شود، با این حال گاهی اوقات دانشجویان بعد از فارغ‌التحصیل شدن، در رشته‌های غیرمرتبط با رشته تحصیلی خود وارد بازار کار می‌شوند. از منظر فعالان حوزه اقتصاد، صنایع‌دستی قابلیت آن را دارد که در قالب کارآفرینی و ایجاد اشتغال به‌عنوان منبع درآمدزا، انتخاب شود و حتی به‌عنوان صادرات غیرنفتی ارزآوری داشته باشد.

**هدف پژوهش:** هدف در این پژوهش بررسی شرایط شغلی فارغ‌التحصیلان هنر اسلامی (هنر و صنایع فلز)، شناخت موانع و محرک‌های فارغ‌التحصیلان برای ورود به بازار و شناسایی راهکارهای ارتقای وضعیت شغلی آنان در این حوزه است.

**سؤالات پژوهش:** - شرایط شغلی دانشجویان بعد از فراغت از تحصیل چگونه است؟ - موانع شغلی و محرک‌های آنان در بازار صنایع‌دستی و هنر اسلامی کدام‌اند؟ - چه شاخه‌های رشته تخصصی صنایع‌دستی و هنر اسلامی بیشتر مورد استقبال قرار گرفته است؟

**روش پژوهش:** تحقیق حاضر از نوع مطالعات کمی و کیفی است که از لحاظ هدف می‌توان آن را جزء پژوهش‌های کاربردی به حساب آورد. از لحاظ گردآوری داده‌ها نیز از نوع پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را فارغ‌التحصیلان رشته هنر اسلامی (هنر و صنایع فلز) دانشگاه هنر اسلامی تبریز تشکیل می‌دهند.

**نتایج پژوهش:** یافته‌ها نشان می‌دهد بیشتر دانشجویان بعد از فراغت از تحصیل وارد بازار کار می‌شوند که بسته به فعالیت‌های فردی و شرایط ارائه و فروش آثار درآمد‌های متغیری دارند. موانع شغلی در این رشته دو دسته‌اند: دسته اول مربوط به فعالیت‌های هنرمند است که می‌تواند آن را بهبود بخشد و دسته دوم از اختیار آنان خارج است و شرایط اقتصادی بازار و جامعه در آن دخیل هستند.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی، هنر اسلامی، هنر و صنایع فلز، اشتغال‌زایی، صنایع‌دستی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز.



\* a.mohammadizadeh@tabriziau.ac.ir

\*\* ghalamzani.yousofi@gmail.com

## Article Research Original

doi 10.30508/FHJA.2022.545867.1114

# Identifying the conditions of entrepreneurship and job creation for graduates of arts and metal work of Tabriz Islamic Art University

Akram mohammadizadeh \*<sup>1</sup>

1. Assistant Professor of Islamic Fine Arts, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran

Elham yousofi \* <sup>\*\*2</sup>

2. Master student of Islamic Art, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran

Received: 30/12/2021

Accepted: 06/05/2022

Page 91-105



## Abstract

**Statement of Problem:** One person can achieve many successes by entering the world of handicrafts with creativity and perseverance. Handicrafts always provide a part of the needs of the society and the society reciprocally supports this beauty and originality. In the same way, artists can present their products to the audience according to this need. Perseverance, patience and creativity among students and artists in the field of handicrafts and other related fields are the prerequisites for success. Time must pass before the artist and his works that express his mind can be trusted and loved in society. At the beginning of the path, artists who are just beginning to work in this field may have hesitated and regretted that they had entered this field. A person who has just entered the field of handicrafts, by upgrading the level of his ability and knowledge, can identify the needs of the people of the society and present the needs of his products to the audience accordingly. The field of Islamic art and its tendencies is taught as an independent field in universities, however, sometimes students enter the labor market in fields unrelated to their field of study after graduation. From the perspective of economic activists, handicrafts have the potential to be selected in the form of entrepreneurship and job creation as a source of income, and even as a non-oil export currency.

**Objective:** Choosing Islamic arts or crafts as a university discipline for students may have ambiguities and fears. Career future after graduation will be their most important concern. Perhaps even because of these fears, students have abandoned the path of handicrafts and are looking for administrative and government jobs that are not related to their interests. This study examines the activity of graduates in

the field of arts and metal work, hoping that the collected materials will be useful for students and those who are eager to start their work in this field. So The purpose of this study is to investigate the working conditions of Islamic Art graduates (arts and metalwork), identify barriers and incentives for graduates to enter the market and identify strategies to improve their employment status in this field.

**Research questions:** What are the working conditions of students after graduation? What are the job barriers and their stimuli in the market of Islamic arts and handicrafts? What branches of Islamic arts and handicrafts are most welcomed?

**Research Method:** This research is of a developmental type in terms of applied purpose. In terms of nature and method, it is a descriptive-analytical research of survey type. In terms of how to collect information, this research is a survey. In addition to using library methods, field methods such as questionnaires have been used, where sampling has been done voluntarily. The statistical population of this study includes; 128 undergraduate and graduate students of Islamic Arts major in metal arts of Tabriz Islamic Art University. In this study, 42 students answered the questionnaire and the rest of the graduates did not show any desire to answer due to sending the questionnaire.

**Conclusion:** Entrepreneurship is widely recognized as a vital element of success in today's society due to its significant contribution to economic growth, job creation and technological advances. The importance of entrepreneurship and its key role in the development of societies, has caused most universities in developed and developing countries to consider its use and in this direction through the formulation of policies And scientific programs and applied strategies to develop and strengthen the culture, spirit and entrepreneurial behavior among members of society in general and students and academics in particular.

In this research, the economic and entrepreneurial conditions of the graduates of a branch of Islamic art called art and metal industries have been analyzed. Undergraduate students of Islamic art

(metal) with four years and graduates of master with two years of teaching experience can find acceptable experiences in this field. Graduates' career motivations and barriers can be divided into two groups. The first group is at the disposal of the artist, who can improve it and facilitate business conditions in this field. The second group is beyond the artist's control, and the market conditions and the economic situation of the society and the support of the government can restore and facilitate it.

**Key words:** Entrepreneurship, Islamic Art, Art and Metal work, Employment, Handicrafts, Tabriz Islamic Art University.

#### References:

Anbari, Zohreh, Jamilian, Hamid Reza, Rafiee, Mohammad, Ghomi, Mahin, Moslemi, Zahra, 2013, The Relationship between Students' Satisfaction with Major, Mental Health and Academic Achievement in Arak University of Medical Sciences, Mjale Irani Amouzesh dar Oloume Pezeshki, Volume13, Issue 6 (56), Pages489- 497.

Dovazdeh Emami, Mehdi, Bina Motlagh , Saeed, Kian Mehr, Ghobad, 2018, The need to pay attention to the natural aspects in teaching contemporary Handicrafts, Honar-haye Sena'ee-ye Iran, Volume 2 , Issue 1, 2018, Pages 5-16. Hoseini, Seyed Nabiollah, 2009, Entrepreneurship and job creation skills, Tehran. Mabnaye Kherad. Jazani, Nasrin, 2007, Entrepreneurship of university graduates, Tehran, Cultural and Social Studies Research Institute.

Luckman, Susan, 2017, Crafts and creative economics, Shahab Talaei-Shokri. Tehran, farhang Honar va Ertebatat.

Pileh foroush, Robabeh khatoon,kiani selmi, sedigheh, 2017, Role of Handicrafts in Entrepreneurship of Handicrafts Graduates of Kashan University, Jelve-e- honar, Volume 8, Issue 2, Serial Number 16, Pages 55-68.

Rezvanfar, Morteza, 2006, Handi Crafts and Modernism, Mah va Honar, Issue 99-100, Pages70-74.

Shafizadeh, Hamid, 2012, Management and Entrepreneurship2, Tehran, Mjmae Tashkhis Maslahat Nezam.

Shakori, Ali , Bahadori, Mohadeseh, 2020, Challenges for employees with jobs not related to the academic field of study, Iranian Journal of social Problems, Volume & Issue: Volume 10, Issue 2,pp. 221-244.

Taqdimi, Turan, Fazelian, Seyed Shahabuddin, 2021, The impact of the corona epidemic on the export of cultural products, Journal of Modern Research Approaches in Management and Accounting , Volume 5, Number 72, Pages 54-70.

Vaezi, Hakima, Zivdar, Mehdi, 2021, The Effective Factors on the Formation of Entrepreneurial Behavior of Students of the University of Sistan and Baluchestan, Volume 13, Issue 25, pp.138-163.

Yaghoubi, Jafar, Najafloo, Parisa, Haghverdi, Elaheh, 2016, Assessing different aspects and barriers of self-employment among agricultural female students (Case study: Zanjan University), , Volume 14, Issue 3, pp. 343-360.

## مقدمه و بیان مسئله

یک فرد می‌تواند با وارد شدن به دنیای صنایع دستی به همراه خلاقیت و پشتکار موفقیت‌های بسیاری را کسب کند. صنایع دستی همواره بخشی از نیازهای جامعه را فراهم کرده و جامعه نیز متقابلاً از این زیبایی و اصالت حمایت می‌کند. به همین ترتیب هنرمندان می‌توانند محصولات خود را با توجه به این نیاز در اختیار مخاطبین قرار دهند. پشتکار، صبر و خلاقیت میان دانشجویان و هنرمندان رشته صنایع دستی و سایر حوزه‌های مربوطه از شروط لازم برای کسب موفقیت است. زمان باید سپری شود برای این‌که هنرمند و آثارش که بیان‌گر ذهن اوست بتوانند در جامعه مورد اعتماد و محبوب واقع شوند. در ابتدای مسیر هنرمندانی که تازه شروع به فعالیت در این زمینه می‌کنند، ممکن است از اینکه پا در این عرصه گذاشته‌اند، مردد و پشیمان شده باشند. فردی که تازه پا به عرصه صنایع دستی نهاده با ارتقا دادن سطح توانایی و دانش خود می‌تواند از میان مردم جامعه، نیازشناسی نموده و بر طبق آن نیاز محصولات خود را به مخاطبین ارائه دهد.

اهمیت و ضرورت پژوهش: انتخاب رشته‌های هنر اسلامی یا صنایع دستی به عنوان رشته دانشگاهی برای دانشجویان ممکن است دارای ابهامات و ترس‌هایی باشد. آینده شغلی بعد از فارغ‌التحصیل شدن مهم‌ترین دغدغه آنان خواهد بود. حتی شاید به علت وجود این ترس‌ها دانشجویان مسیر صنایع دستی را رها کرده و در جستجوی کارهای اداری و دولتی غیرمرتبط با علاقه‌شان باشند. این پژوهش با بررسی میزان فعالیت فارغ‌التحصیلان رشته هنر و صنایع فلز، امید به این است که مطالب جمع‌آوری شده برای دانشجویان در حال تحصیل و علاقه‌مندانی که مشتاق هستند در این زمینه فعالیت خود را آغاز کنند، مفید واقع شود.

## روش پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از نوع توسعه‌ای است. از نظر ماهیت و روش، یک پژوهش توصیفی-تحلیلی از نوع پیمایشی است. از لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات این پژوهش از نوع پیمایشی است. علاوه بر استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای، از روش‌های میدانی مانند پرسش‌نامه نیز استفاده شده است که نمونه‌گیری به صورت انتخابی داوطلبانه انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل؛ ۱۲۸ نفر از فارغ‌التحصیلان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد هنر اسلامی گرایش هنر و صنایع فلز دانشگاه هنر اسلامی تبریز است. در این پژوهش تعداد ۴۲ نفر از دانشجویان به پرسش‌نامه پاسخ داده‌اند و بقیه فارغ‌التحصیلان با توجه به ارسال پرسش‌نامه تمایلی به پاسخ دادن نشان ندادند.

## پیشینه پژوهش

تحقیق‌های مختلفی در خصوص کارآفرینی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته هنر، کارآفرینی صنایع دستی و نقش آموزش در جهت ارتقای کارآفرینی صورت گرفته است، اما در این تحقیق به بررسی شرایط شغلی فارغ‌التحصیلان یک رشته خاص می‌پردازیم. تعدادی از تحقیق‌های صورت گرفته در این خصوص عبارت‌اند از:

واعظی و زیودار (۱۴۰۰) «عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان» طبق بررسی نویسندگان این مقاله، نتایج نشان داد که در بین دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان هوشیاری کارآفرینانه اثر مهم و معناداری بر قصد کارآفرینانه دارد.

فاخر، آزما، شجاعی و مستقیمی (۱۴۰۰) با تحقیقی به نام «چارچوب مفهومی کلینیک کارآفرینی با محوریت آموزش‌های غیررسمی» پژوهش حاضر با محوریت

جوانان و کارآفرینی آنان مؤثر باشد.

صالحی عمران (۱۳۸۵) وضعیت اشتغال دانش‌آموختگان زن، به بررسی وضعیت اشتغال کلیه دانش‌آموختگان زن دانشگاه مازندران و در نتیجه مواردی که به دست‌یابی زنان به شغل و عوامل موانع جذب در بازار پرداخته شده است.

### بحث و یافته‌ها

کارآفرینی به طور گسترده، به عنوان یک عنصر حیاتی برای موفقیت در جامعه امروز به دلیل سهم قابل توجه آن در رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و پیشرفت‌های فناورانه شناخته شده است. اهمیت کارآفرینی و نقش کلیدی آن در پیشرفت جوامع، موجب شده است که اغلب دانشگاه‌ها در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، بهره‌گیری از آن را مورد توجه قرار دهند و در این مسیر از طریق تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های علمی و راهبردهای کاربردی، در راستای بسط و تقویت فرهنگ، روحیه و رفتار کارآفرینی میان آحاد جامعه به طور اعم و دانشجویان و دانشگاهیان به طور اخص تلاش نمایند (واعظی و زیودار، ۱۴۰۰، ۱۴۲).

فلسفه ایجاد مراکز آموزش عالی، تربیت نیروی انسانی ماهر و متخصص در جهت یافتن پاسخی به نیازهای متعدد جامعه مدرن است. آموزش عالی، به ارائه مهارت‌های عملی و تخصص‌های نظری معطوف است، به طوری که شامل دنیای کار در تمام وجوهش (از جمله آموزش، فراگیری، تحقیق و حکمرانی) با صلاحیت‌های حرفه‌ای مورد نیاز آن است (شکوری و بهادری، ۱۳۹۸، ۲۲۲). در خصوص آموزش رشته‌های هنر، خلق اثر مرتبط با روایات هنرمند و شرایط اجتماعی حاکم بر زندگی وی است بنابراین اثر و اشیای دست‌ساز آکنده از حس هستند و به شخص حس اصالت را در این دنیای (غیر اصیل) القامی‌کنند، آنها از طریق مهارت و دانشی که در محصول خودنمایی می‌کند، خریدار را به سازنده متصل کرده و نشان می‌دهد که برخلاف سایر اجناس چه اندازه زمان صرف ساخت آن محصول شده است (لاکمن، ۱۳۹۶، ۱۳۶). محصولاتی که نه تنها حس خوب را در مخاطب ایجاد می‌کند بلکه هنرمند حتی با استفاده از مواد زائد و بازیافت مواد می‌تواند محصولات ارزشمندی را بسازد و باعث صرفه‌جویی در هزینه‌ها شود.

یکی از گرایش‌های رشته هنر اسلامی، هنر و صنایع

آموزش‌های غیررسمی به‌ویژه مجموعه آموزش‌های مهارتی ارائه شده در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای با رویکرد آمیخته به مرحله اجرا درآمد. نتایج نشان داد که مؤلفه آموزش‌های کلینیکی (مهارتی)، مؤلفه دانشگاه اینترنتی و مؤلفه آموزش خصوصی، از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر آموزش‌های غیررسمی هستند.

معصوم، کاظمی و سرتیپی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «نقد و بررسی دروس و سرفصل‌های دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی در دانشگاه‌ها و تأثیر آن بر توانمندسازی دانشجویان» به این نتیجه رسیدند که دروس و سرفصل‌های دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی تأثیر قابل توجهی بر افزایش توان علمی، آماده‌سازی جهت ورود به بازار کار، آماده‌سازی جهت راه‌اندازی کسب‌وکار و ارتقای کسب‌وکارهای پیشین داشته و دروس مذکور با نیازهای محیط کار تناسب دارند.

دهد هجانی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به نام «نقش آموزش در توسعه کارآفرینی صنایع دستی ایران» در پی شناسایی شیوه‌های آموزش و توسعه کارآفرینی در صنایع دستی است که در نتیجه به ارتباط معنادار بین شیوه‌های مختلف آموزش و توسعه کارآفرینی در صنایع دستی پرداخته است. پاکزاد (۱۳۹۵) نقش صنایع دستی در کارآفرینی زنان و توسعه اقتصادی به بررسی عملکرد صنعت قالی‌بافی در توسعه اقتصاد روستایی در استان اصفهان پرداخته است و نتایج نشان می‌دهد که برنامه کارآفرینی این زنان در حوزه قالی‌بافی موجب توسعه اقتصاد روستایی شده است. پیله‌فروش و کیانی سلمی (۱۳۹۵) نقش صنایع دستی در کارآفرینی فارغ‌التحصیلان رشته صنایع دستی دانشگاه کاشان، به بررسی وضعیت کارآفرینی فارغ‌التحصیلان هنرهای صنعتی و تحلیل نقاط قوت و ضعف آن برای بهبود شرایط شغلی افراد فعال در عرصه این هنر پرداخته است. نتایج حاصل نشان می‌دهد میانگین درآمد هنرمندان از میانگین درآمد جامعه بالاتر بوده است.

محمدی‌زاده (۱۳۹۳) جایگاه مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های هنری در جهت اشتغال دانشجویان (مطالعه موردی دانشگاه هنر اسلامی تبریز)، به بررسی نقش مراکز کارآفرینی در اشتغال دانشجویان می‌پردازد تا مشخص سازد که آموزش دانشگاهی و همچنین حمایت مرکز کارآفرینی دانشگاه از دانشجویان و فارغ‌التحصیلان این رشته تا چه اندازه می‌تواند در جهت استقلال اقتصادی

فلز است که در دو مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد در دانشگاه‌ها ارائه شده است. در این رشته مهارت محور تأکید به خلق اثر و پرورش فارغ‌التحصیلان هنرمند است. در مقطع کارشناسی به علت طولانی بودن دوره تحصیل، به دانشجویان دروس متنوع‌تری نسبت به مقطع کارشناسی ارشد ارائه می‌شود. در شاخه هنر و صنایع فلز مقطع کارشناسی دانشجویان واحدهای کارگاهی دواتگری، قلم‌زنی، ملیله‌کاری، میناکاری، مدل و قالب (ریخته‌گری)، ساخت زیورآلات سنتی را آموزش می‌بینند و بر اساس توانمندی و علاقه‌ای که دارند یکی از این فنون را به عنوان تخصص ادامه می‌دهند.

در مقطع کارشناسی ارشد که به صورت فشرده برگزار می‌شود دانشجویان در طول ۳ ترم واحدهای کارگاهی قلم‌زنی، ملیله‌کاری، میناکاری، زیورآلات سنتی و مدل و قالب را می‌گذرانند. یافته‌های این پژوهش از طریق پرسش‌نامه‌ای به دست آمده است که در آن سؤالاتی از قبیل تکنیک تخصصی، درآمد ماهیانه، شرایط ایده‌یابی و طراحی محصول، نحوه ارائه و فروش آثار، تأثیر آموزش‌های دوره تحصیل در توسعه کارگاه، شرایط کارگاه و همکاری با سایر هنرمندان و نحوه ارائه محصول از فارغ‌التحصیلان پرسیده شده است.

در سؤال اول پرسش‌نامه مهارت‌های تخصصی فارغ‌التحصیلان مورد سؤال قرار گرفت. یافته‌های حاصل از این سؤال نشان می‌دهد: تعداد ۱۷٪ از جامعه آماری در رشته قلم‌زنی، ۴۶٪ در رشته جواهرسازی، ۴٪ در رشته میناقاشی، ۱۳٪ مینای خانه‌بندی، ۸٪ ریخته‌گری سنتی، ۴٪ حجم‌سازی سنتی و ۸٪ در رشته حجم‌سازی شهری مشغول به فعالیت هستند (جدول ۱).

جدول ۱- میانگین رشته تخصصی فارغ‌التحصیلان (مأخذ: یافته‌های تحقیق)						
Table 1- Average of specialized field of graduates (Source: Authors)						
حجم‌سازی شهری	حجم‌سازی سنتی	ریخته‌گری سنتی	مینا خانه‌بندی	مینا نقاشی	جواهرسازی	قلم‌زنی
۸٪	۴٪	۸٪	۱۳٪	۴٪	۴۶٪	۱۷٪

### بررسی رضایت فارغ‌التحصیلان از رشته تحصیلی

توجه به رضایت از رشته تحصیلی و سلامت روان دانشجویان از جهت ارتقای توان علمی، میزان یادگیری و پیشرفت تحصیلی آنان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (عنبیری و همکاران، ۱۳۹۲، ۴۸۹). بعد از میانگین رشته تخصصی فارغ‌التحصیلان، رضایت فارغ‌التحصیلان از رشته تحصیلی خود مورد بررسی قرار گرفت. تمام فارغ‌التحصیلان از رشته‌ای که انتخاب کرده بودند رضایت داشتند (جدول ۲).

جدول ۲- رضایت فارغ‌التحصیلان از رشته تحصیلی (مأخذ: یافته‌های تحقیق)	
Table 2 - satisfaction of graduates of the field of study (Source: Authors)	
رضایت	عدم رضایت
۱۰۰٪	-

### فراوانی میزان تسلط فارغ‌التحصیلان در رشته تحصیلی

۲۵٪ از مخاطبان به صورت حرفه‌ای مشغول به کار هستند و ۷۵٪ از آنها مهارت کافی را در رشته خود دارا هستند (جدول ۳).

جدول ۳- میزان تسلط فارغ‌التحصیلان در رشته تحصیلی (مأخذ: یافته‌های تحقیق)	
Table 3 - level of mastery of graduates in the field of study (Source: Authors)	
حرفه‌ای	دارای مهارت کافی
۲۵٪	۷۵٪

## مدت فعالیت در رشته تحصیلی

در این مورد تعداد سال‌های تجربه فردی هر یک از افراد بررسی شد. تجربه‌هایی که بعد از فارغ‌التحصیلی به‌طور جدی در زمینه تولید و عرضه کسب شده است. فعالیت کاری ۲۵٪ آنها کمتر از دو سال است، ۸٪ دو تا چهار سال، ۲۵٪ ۴ تا ۶ سال، ۸٪ ۶ تا ۸ سال و ۳۴٪ از پاسخ‌دهندگان بین ۱۰ تا ۱۲ سال فعالیت کاری دارند (جدول ۴).

سال	۶ تا ۸ سال	۴ تا ۶ سال	۲ تا ۴ سال
۱۰ تا ۱۲ سال	۸٪	۲۵٪	۸٪
			۳۴٪

## درآمد فارغ‌التحصیلان از طریق صنایع دستی

یکی از سؤالات مطرح شده در پرسش‌نامه مربوط به درآمد افراد از این راه است. هنرهای صناعی علی‌رغم آنکه در متن زندگی جامعه است، در بعضی از زمان‌ها از رونق قابل قبولی برخوردار است به همین دلیل درآمد سالانه بیشترین دقت را در میزان کسب و کار ارائه می‌دهد (پيله فروش و کیانی سلمی، ۵۹، ۱۳۹۵). تولیدات صنایع دستی برای تولیدکنندگان فرصت شغلی خوبی را ایجاد می‌کند. مخصوصاً با وجود گرایش‌های متنوع، دانشجویان بعد از فارغ‌التحصیلی برای شروع کار، گزینه‌های متنوعی پیش رو دارند. به‌طورکلی ۸۳٪ از مخاطبان درآمد خود را از طریق هنر و صنایع فلز به دست می‌آورند، اما ۱۷٪ آن‌ها از این راه درآمدی ندارند (جدول ۵).

درآمد از راه هنر و صنایع فلز	عدم درآمد از راه هنر و صنایع فلز
۸۳٪	۱۷٪

در بررسی درآمد سالانه افراد: ۳۶٪ کمتر از ۱۰۰ میلیون ریال، ۱۸٪ از مخاطبین ۱۰۰ تا ۵۰۰ میلیون ریال، ۲۸٪ از آن‌ها ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ میلیون ریال و ۱۸٪ از آن‌ها بیش از ۲۰۰۰ میلیون ریال مشخص شد (جدول ۶).

کمتر از ۱۰۰ میلیون ریال	۱۰۰ تا ۵۰۰ میلیون ریال	۵۰۰ تا ۱۰۰۰ میلیون ریال	بیش از ۲۰۰۰ میلیون ریال
۳۶٪	۲۸٪	۱۸٪	۱۸٪

میزان درآمد این حرفه بستگی به تعداد تولید محصولات و فروش آن‌ها دارد. درآمد ماهیانه ۳٪ از مخاطبین کمتر از ۲۰ میلیون ریال، ۴۰٪ از مخاطبین ۲۰ تا ۴۰ میلیون ریال، ۱۰٪ از مخاطبین ۴۰ تا ۶۰ میلیون ریال و درآمد ماهیانه ۲۰٪ از آن‌ها بیش از ۱۵۰ میلیون ریال است (جدول ۷).

کمتر از ۲۰ میلیون ریال	۲۰ تا ۴۰ میلیون ریال	۴۰ تا ۶۰ میلیون ریال	بیش از ۱۵۰ میلیون ریال
۳٪	۱۰٪	۴۰٪	۲۰٪

## مشارکت در کسب و کار

سازگاری و انعطاف از مهم‌ترین الزامات شکل‌گیری کار تیمی است. یک تیم مؤثر باید متشکل از سه گروه باشد: افرادی که دارای تخصص فنی هستند، افرادی که در حل مسئله و تصمیم‌گیری مهارت دارند و اعضای که توان بالایی برای شنوایی دارند و در زمینه روابط انسانی دارای مهارت هستند. ترکیب مناسبی از این تخصص‌ها بسیار با اهمیت است (حسینی، ۱۳۸۸، ۱۱۴). ارتباط دو یا چند نفر درگیر در یک کسب و کار است که در آن سود و زیان به نسبت به اشتراک گذاشته شده است. شکل‌گیری یک مشارکت داوطلبانه نیازمند وجود یک گروه از افراد است که به قصد کسب سود برای انجام یک کسب و کار گرد هم می‌آیند. برخی از افراد ترجیح می‌دهند به جای کار گروهی، فردی کار کنند. البته که کار گروهی حس همکاری را در افراد افزایش می‌دهد، اما کار کردن به صورت فردی نیز مزایای خود را دارا است. در مورد بحث مشارکت در کسب و کار ۹۰٪ از مخاطبین پژوهش به صورت فردی و ۱۰٪ از آن‌ها با افراد خانواده مشغول به فعالیت در کسب و کارشان هستند (جدول ۸).

جدول ۸- میزان مشارکت در کسب و کار (مأخذ: یافته‌های تحقیق)	
Table 8- participation in business (Source: Authors)	
خانوادگی	فردی
۱۰٪	۹۰٪

داشتن فضای کارگاهی مناسب برای صنعتگران، امروزه از اهمیت بالایی برخوردار است. محیط خانه برای تولید برخی از شاخه‌های صنایع دستی مناسب نیست و لازمه تولید، داشتن یک فضای مجزا از محیط زندگی است. فراهم نمودن فضایی خلاق و تخصصی در طول دوره تحصیل از آن‌ها افرادی توانا و مساعد و پذیرای تغییر و تحول خواهد ساخت (جزینی، ۱۳۸۶، ۱۲). ممکن است دانشجویان بعد از فارغ‌التحصیل شدن به دلیل نداشتن سرمایه، کمبود مواد اولیه و نداشتن محیط مناسب کارگاهی، استعدادها و توانایی‌های خود را نادیده بگیرند و به سراغ کارهای دولتی و استخدام در رشته‌های غیرمرتبط با رشته تحصیلی خود شوند. می‌توان استعدادها و توانایی‌های کارآفرینان را جستجو کرد و آنان را به خوداشتغالی تشویق و ترغیب نمود و از این راه علاوه بر کاستن از بار دولت در جهت ایجاد اشتغال، می‌توان به ترویج فرهنگ خوداشتغالی و کارآفرینی همت گمارد و امیدوار بود که جوانان ایرانی نیز، همچون همتایان خود در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، دل به توسعه بخش خصوصی بدهند و به جای تحمیل شدن به دولت و افزودن تورم نیروی انسانی در بخش‌های دولتی، خود موجب کارآفرینی و خوداشتغالی شوند. ۳۶٪ مخاطبین در منزل شخصی، ۳۶٪ در کارگاه شخصی، ۷٪ از آن‌ها در کارگاه‌های دیگران و ۲۱٪ از مخاطبین در کارگاه‌های کارآفرینی دانشگاه به فعالیت خود ادامه می‌دهند (جدول ۹).

جدول ۹- محل کارگاه یا استودیو (مأخذ: یافته‌های تحقیق)			
Table 9 - Location of workshop or studio (Source: Authors)			
منزل شخصی	کارگاه شخصی	کارگاه‌های دیگران	کارگاه‌های کارآفرینی دانشگاه
۳۶٪	۳۶٪	۷٪	۲۱٪

## چگونگی نوآوری در آثار

صنایع دستی با نوآوری پیوند دیرینه دارد. اهمیت نوآوری در این رشته بالا است و امروزه ضرورت خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها و مشاغل برای افزایش رقابت و بهبود شرایط کاری انکارناپذیر است (پيله فروش و کیانی سلمی، ۱۳۹۵، ۶۲). مخاطبین برای نوآوری در آثار ۳۳٪ از آن‌ها مطالعه کتاب، ۲۵٪ استفاده از فضای مجازی و ۴۲٪ طراحی را پیشنهاد دادند

جدول ۱۰- چگونگی نوآوری در آثار (مأخذ: یافته‌های تحقیق)  
Table 10 - How to innovate in works (Source: Authors)

مطالعه کتاب	استفاده از فضای مجازی	طراحی
٪۳۳	٪۲۵	٪۴۲

## آثار سنتی یا مدرن

صنایع دستی را می‌توان در سه دوره سنتی، مدرن و مابعد مدرن بررسی کرد. صنایع دستی یک مفهوم مربوط به دوره مدرن است و در دوره ماقبل مدرن این مفهوم وجود نداشته است. چراکه آثاری که ما امروزه صنایع دستی می‌نامیم، در قدیم یعنی در دوره سنت، صنعت رایج و مورد استفاده بوده است. مفهوم صنایع دستی به منزله نوعی (مفهوم مستقل) وقتی ظهور می‌کند که صنایع جدید و تکنولوژی ماشینی شکل می‌گیرد. حتی امروزه نیز در جوامع کوچک و دورافتاده که کمتر دستخوش تغییرات صنعتی مدرن شده‌اند، از صنعت همان صنایع دستی را فهم می‌کنند و مفهوم صنایع دستی در مقابل صنایع ماشینی شکل می‌گیرد و به دوره مدرن تعلق دارد. منظور ما از دوره مدرن دوره‌ای است که با عنوان عصر روشنگری و انقلاب صنعتی شناخته می‌شود (رضوانفر، ۱۳۸۵، ۷۳). از نظر افراد، برای مشتری ۲۵٪ مدرن بودن آثار، ۵۰٪ سنتی بودن آثار و ۲۵٪ ترکیبی از مدرن و سنتی بودن آثار موردپسندتر است (جدول ۱۱).

جدول ۱۱- طراحی موردپسند بازار (مأخذ: یافته‌های تحقیق)  
Table 11- favorite Design (Source: Authors)

مدرن بودن آثار	سنتی بودن آثار	ترکیبی از مدرن و سنتی بودن آثار
٪۲۵	٪۵۰	٪۲۵

خلاقیت و نوآوری در فروش و رضایت مشتری نقش بسزایی می‌تواند داشته باشد. کارآفرینی بومی، در زمینه هنرهای سنتی و هنر و صنایع فلزی مهم‌ترین راهکار برای برون‌رفت از فراموشی این نوع هنرهاست که به دلیل تغییر شیوه و بستر زندگی در حال نابودی است. عنصر خلاقیت و نوآوری که ماده اصلی تهیه محصولات صنایع دستی است نقش حیاتی و مهمی را در کارآفرینی ایفا می‌کند. خلاقیت را باید نوعی از تفکر به شمار آورد که فارغ از قالب و روش از پیش تعیین شده است و حالتی واگرا دارد. هر پدیده خلاقانه‌ای حتماً باید واجد «عنصر تازگی و نو بودن» باشد. در تعریف خلاقیت باید به عنصر (مناسب و مفید بودن) توجه کرد (حسینی، ۱۳۸۸، ۴۰). از منظر نگاه ۸٪ از مخاطبین، تأثیر خلاقیت و نوآوری در فروش چهل٪، ۲۵٪ از مخاطبین پنجاه٪، ۸٪ از مخاطبین شصت٪، ۳۵٪ مخاطبین ۷۰٪، ۸٪ از آنها هشتاد٪، ۸٪ از مخاطبین ۹۰٪ و از نظر ۸٪ از آن‌ها ۱۰۰٪ است (جدول ۱۲).

جدول ۱۲- میزان تأثیر خلاقیت و نوآوری در فروش (مأخذ: یافته‌های تحقیق)  
Table 12 - The impact of creativity and innovation in sales (Source: Authors)

٪۸	٪۲۵	٪۸	٪۳۵	٪۸	٪۸	٪۸
٪۴۰	٪۵۰	٪۶۰	٪۷۰	٪۸۰	٪۹۰	٪۱۰۰

## مشارکت با دیگر هنرمندان

نتایج به دست آمده حاکی از آن است که ارتباط با سایر هنرمندان از طریق ملاقات حضوری، تماس تلفنی و در برخی موارد از طریق شرکت در نمایشگاه با هنرمندان مشارکت دارند. ۲۱٪ از آنها به صورت حضوری، ۳۰٪ از آنها به صورت تلفنی، ۳۷٪ از مخاطبین از طریق صفحات مجازی و ۱۲٪ از آنها از طریق نمایشگاه با هنرمندان مشارکت دارند (جدول ۱۳).

جدول ۱۳- مشارکت با دیگر هنرمندان (مأخذ: یافته‌های تحقیق)

Table 13 - Collaboration with other artists (Source: Authors)

نمایشگاه	صفحات مجازی	تلفنی	حضور
٪۱۲	٪۳۷	٪۳۰	٪۲۱

## آموزش

صنایع‌دستی از جمله هنرهایی است که بیشترین سابقه را در بین سایر هنرهای ایران دارد. این امر نشان می‌دهد که در طول تاریخ، موضوع آموزش صنایع‌دستی به طریق استاد-شاگردی وجود داشته و از اهمیت زیادی برخوردار بوده است. در تعریف کلی، آموزش به طور عام مترادف با ارتقای آگاهی‌های انسان در زمینه هر موضوع مورد نظر است. اما آموزش صنایع‌دستی ملزومات دیگری را طلب می‌کند. در جهان امروز می‌توان ملزومات آموزش صنایع‌دستی را در چهار گروه مجزاولی مرتبط دسته‌بندی نمود. گروه اول، ملزومات فیزیکی است که شامل مواردی همچون فضای کارگاهی مناسب، تجهیزات و مواد اولیه می‌شود. گروه دوم را می‌توان ملزومات انسانی نام داد که به وجود اساتید علمی و اساتید هنری و تجربی برای آموزش صنایع‌دستی اشاره دارد. گروه سوم، منابع علمی و مطالعاتی است که باید در دسترس دانشجو قرار گیرد تا مسیر رشد و بالندگی وی را هموار سازد. اما دسته چهارم که به‌نوعی پیش‌نیاز بنیادین و شرط اساسی تبدیل شدن یک دانشجوی صنایع‌دستی به هنرمند اصیل صنایع‌دستی است، اصول و مباحث بنیادین فکری است که موجب تولید آثار بااصالت و ارزشمندی می‌شود که نمونه‌های تاریخی آن موزه‌های سراسر جهان را پر کرده است (دوازده‌امامی و همکاران، ۱۳۹۷، ۸). مبحث آموزش همواره با مسائل مختلفی روبه‌رو است؛ که نظر مخاطبین را در این باره مرور می‌کنیم. ۳۶٪ از مخاطبین برای هنرجویان آموزش حضوری در نظر گرفتند. ۹٪ از آن‌ها به‌صورت مجازی به هنرجویان آموزش می‌دهند. ۴۶٪ از فعالین باتوجه‌به اینکه مشتاق هستند هنر خود را به علاقه‌مندان منتقل کنند، اما فضای مناسبی برای آموزش ندارند. تنها ۹٪ از آن‌ها تمایلی به آموزش ندارند (جدول ۱۴).

جدول ۱۴- شرایط آموزشی فارغ‌التحصیلان (مأخذ: یافته‌های تحقیق)

Table 14- Educational conditions of graduates (Source: Authors)

آموزش حضوری	آموزش مجازی	عدم داشتن محیط مناسب برای آموزش	عدم تمایل جهت آموزش
٪۲۱	٪۳۰	٪۳۷	٪۱۲

## شرایط ارائه و فروش در دوران پاندمی ویروس کرونا

همه‌گیری کووید ۱۹ تأثیر ناگهانی و قابل توجهی در اقتصاد و فضای کسب‌وکار برجای گذاشت که ارائه و فروش محصولات صنایع‌دستی نیز از این تأثیر بی‌امان نماند. باین حال فضاهای مجازی بستری مناسب برای دیده شدن و عرضه هنر به علاقه‌مندان فراهم می‌کنند. از مزیت بازاریابی و فروش الکترونیک این است که همه افراد با هزینه‌های بسیار کمتر می‌توانند از طریق فضای مجازی از محصولات هنری و فرهنگی هر منطقه دیدن کرده و با آداب و رسوم هر منطقه آشنا شوند و به راحتی محصولاتی را که دوست داشته باشند خریداری کنند. از این قابلیت می‌توان در دوران پساکرونا نیز بهره جست و برای جذب مخاطب و آموزش هنر به علاقه‌مندان استفاده کرد چراکه این روش می‌تواند موقعیت بسیار مناسبی را برای جهانی کردن محصولات فرهنگی و آداب و رسوم کشورمان ایجاد نماید (تقدیمی و فاضلیان، ۱۴۰۰، ۱۴). براین اساس فارغ‌التحصیلان هنر و صنایع فلز برای ارائه و فروش محصولات خود از این پتانسیل استفاده می‌کنند. ۲۰٪ از مخاطبین به‌صورت حضوری و ۸۰٪ آن‌ها به‌صورت مجازی محصولات خود را به فروش می‌گذارند (جدول ۱۵).

جدول ۱۵- شرایط ارائه و فروش در دوران ویروس کرونا (مأخذ: یافته‌های تحقیق)	
Table 15 - Presentation and sales conditions during the corona virus (Source: Authors)	
مجازی	حضوری
٪۸۰	٪۲۰

## ارتباط با مشتریان

آشنایی مشتریان با هنرمندان از شیوه‌های مختلفی صورت پذیر است. ۳۵٪ از مخاطبین از طریق فضای مجازی، ۳۵٪ از طریق معرفی نفر به نفر، ۱۰٪ از آنها از طریق فروشگاه تخصصی، ۱۵٪ از راه نمایشگاه و ۵٪ از طریق امانی فروشی با مشتریان خود آشنا شده‌اند (جدول ۱۶).

جدول ۱۶- ارتباط با مشتریان (مأخذ: یافته‌های تحقیق)				
Table 16 - Customer Relationships (Source: Authors)				
فضای مجازی	معرفی نفر به نفر	فروشگاه تخصصی	نمایشگاه	امانی فروشی
٪۳۵	٪۳۵	٪۱۰	٪۱۵	٪۵

## صادرات

استفاده از بسترهای دنیای مجازی برای ارائه محصولات فعالان حوزه صنایع دستی در جهت جذب مشتری‌های خارجی تأثیر به‌سزایی دارند. هنرمندان می‌توانند از این بستر جهت معرفی خود و آثارشان و در نهایت ارائه و فروش محصولات بهره‌گیرند.

علاوه بر این مزیت‌های صادرات محصولات فرهنگی ایجاد اشتغال برای افراد بومی مناطق و نیز اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان خانه‌دار است، چراکه بسیاری از مشاغل مربوط به محصولات فرهنگی می‌تواند به صورت کار در منزل تعریف شود که برای زنان خانه‌دار کمک هزینه‌ای برای بالا بردن درآمد خانواده محسوب می‌شود. زنان خانه‌دار هم می‌توانند با دخیل کردن خلاقیت ذاتی در تولید و ارائه محصولات، نظر مشتریان خارجی را جلب کنند. ۱۸٪ از مخاطبان محصولات خود را به خارج از کشور صادر کرده‌اند. در حالی که ۵۵٪ از آن‌ها تاکنون صادراتی نداشته‌اند. ۲۷٪ از آن‌ها صادرات نداشته‌اند، اما مشتری خارجی داشته‌اند (جدول ۱۷).

جدول ۱۷- شرایط صادرات آثار (مأخذ: یافته‌های تحقیق)		
Table 17- Export conditions of works (Source: Authors)		
صادرات داشته‌اند	صادرات نداشته‌اند	صادرات نداشته‌اند، اما مشتری خارجی داشته‌اند.
٪۲۵	٪۵۰	٪۲۵

## رضایتمندی از حقوق

باتوجه به محدودیت اشتغال و نارضایتی از حقوق در بخش‌های دولتی و شمار روزافزون دانش‌آموختگان، در دهه‌های اخیر باید توجه بیشتری به خوداشتغالی شود. موضوع خوداشتغالی، به خصوص برای جوامعی مثل ایران که نرخ بیکاری بالایی دارند، می‌تواند مهم تلقی شود (یعقوبی و همکاران، ۱۳۹۵، ۳۴۵). اگر در مورد رضایتمندی از حقوق و درآمد آن‌ها سؤال کنیم، ۲۷٪ از مخاطبین درآمدشان برایشان خوب، ۴۶٪ قابل قبول، ۱۸٪ کم و ۹٪ از آنها اصلاً از حقوق و درآمد خویش راضی نیستند (جدول ۱۸).

جدول ۱۸- رضایتمندی از حقوق (مأخذ: یافته‌های تحقیق)  
Table 18 - Satisfaction with rights (Source: Authors)

خوب	قابل قبول	کم	عدم رضایت
٪۲۷	٪۴۶	٪۱۸	٪۹

### رضایتمندی از آموخته‌های دوران تحصیل

این مورد می‌تواند کمک به‌سزایی در دوران فراغت از تحصیل دانشجویان هنرهای صناعی و ورود آن‌ها به بازار کار داشته باشد. علاوه بر مقوله کارآفرینی، آموخته‌های دوره تحصیل دانشجویان به‌عنوان گام ابتدایی جهت شروع و فعالیت در کسب مهارت و توانمندی در حوزه هنرهای صناعی محسوب می‌شود.

به همین سبب، دانشگاه‌ها ملزم‌اند دانش‌آموختگان را برای آینده‌ای فراگیرتر آماده کنند تا نیازهای این افراد و جامعه در حال تغییر را برآورده سازند. از این منظر، آموزش‌های دانشگاهی، به‌ویژه از لحاظ پیامدی، مرحله‌ای متفاوت با آموزش‌های دوره‌های دبیرستانی و پایین‌تر دیده شده‌اند (شکوری و بهادری، ۱۳۹۸، ۲۲۲). از نظر ۱۰٪ از مخاطبین آموخته‌ها عالی، از نظر ۴۰٪ خوب، ۳۰٪ برایشان متوسط، ۱۰٪ کم و ۱۰٪ نیز از آموخته‌های دوران تحصیل بسیار کم‌راضی هستند (جدول ۱۹).

جدول ۱۹- رضایتمندی از آموخته‌های دوران تحصیل (مأخذ: یافته‌های تحقیق)  
Table 19 - Satisfaction with what has been learned during the study period (Source: Authors)

عالی	خوب	متوسط	کم	بسیار کم
٪۱۰	٪۴۰	٪۳۰	٪۱۰	٪۱۰

### رضایتمندی از تأمین مواد و تجهیزات

۳۶٪ از مخاطبان رضایتشان از تأمین مواد و تجهیزات خوب، ۱۸٪ متوسط و ۴۶٪ کم است (جدول ۲۰).

جدول ۲۱- رضایت از وام‌های بانکی (مأخذ: یافته‌های تحقیق)  
Table 21 - Satisfaction with bank loans (Source: Authors)

رضایت و بهره از شرایط وام	عدم رضایت و بهره از شرایط وام	رضایت از شرایط وام و عدم بهره
٪۲۰	٪۷۰	٪۱۰

### وام‌های بانکی

وام به‌هیچ‌عنوان جهت شروع کسب‌وکار گزینه بدی نیست، حتی بزرگ‌ترین و موفق‌ترین شرکت‌های جهان هم وام می‌گیرند. وام بانکی یکی از مرسوم‌ترین شیوه‌های تأمین مالی است. چه ابعاد کسب‌وکار کوچک و خانوادگی باشد، چه در شرکت بزرگ و چندملیتی، برای مدیران این بنگاه‌ها گزینه وام گرفتن همیشه روی میز قرار دارد. مهم این است که بتوانیم وام بانکی را در مراحل دریافت کردن، خرج کردن و پس دادن به‌درستی مدیریت کنیم. ۲۰٪ از مخاطبین از شرایط استفاده از وام راضی بوده‌اند و استفاده کردند. از نظر ۷۰٪ از آنها شرایط وام‌های بانکی نامناسب بوده و نتوانستند استفاده کنند. اما ۱۰٪ از آن‌ها با توجه به خوب بودن شرایط وام، از وام استفاده نکرده‌اند (جدول ۲۱).

جدول ۲۰- رضایتمندی از تأمین مواد و تجهیزات (مأخذ: یافته‌های تحقیق)  
Table 20 - Satisfaction with the supply of materials and equipment (Source: Authors)

خوب	متوسط	کم
٪۳۶	٪۱۸	٪۴۶

## تأثیر محیط زندگی در شرایط کسب و کار

شرایط محل زندگی نیز ممکن است تأثیراتی بر کیفیت کسب و کار داشته باشد. از نظر ۹٪ از مخاطبین محل زندگی بسیار زیاد بر کسب و کار تأثیرگذار است. از نظر ۶۴٪ از آن‌ها تأثیر زیاد، از نظر ۱۶٪ تأثیر متوسط و از نظر ۹٪ تأثیرگذاری کمی دارد (جدول ۲۲).

جدول ۲۲- تأثیر محیط زندگی در شرایط کسب و کار (مأخذ: یافته‌های تحقیق)

Table 22 - Impact of living environment on business conditions (Source: Authors)

بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم
۹٪	۶۴٪	۱۶٪	۹٪

## نتیجه‌گیری

در خصوص جایگاه صنایع دستی در توسعه اقتصادی و ایجاد کارآفرینی جوامع کوچک نظیر عشایر، روستاییان و زنان خانه‌دار باتوجه به پیشینه، پژوهش‌های زیادی صورت گرفته است. همچنین شرایط اقتصادی فارغ‌التحصیلان صنایع دستی نیز مورد پژوهش قرار گرفته است. در این تحقیق شرایط اقتصادی و کارآفرینی دانش‌آموختگان شاخه‌ای از رشته هنر اسلامی به نام هنر و صنایع فلز مورد واکاوی قرار گرفته است. فارغ‌التحصیلان مقطع کارشناسی هنر اسلامی (فلز) با چهار سال و فارغ‌التحصیلان مقطع کارشناسی ارشد با دو سال تجربه آموزش، می‌توانند تجربه‌های قابل قبولی را در این حوزه پیدا کنند. دانشجویان بعد از فراغت از تحصیل با تأسیس کارگاه‌های کوچک امکان کسب درآمد و فعالیت اقتصادی خواهند داشت به طوری که ۸۳٪ فارغ‌التحصیلان از این راه کسب درآمد می‌کنند و از شرایط شغلی خود رضایت کامل دارند. این ٪ برای اشتغال فارغ‌التحصیلان قابل قبول است. باتوجه به اینکه ۴۶٪ فارغ‌التحصیلان در ساخت زیورآلات و جواهر فعالیت دارند بنابراین این حوزه پتانسیل بالایی را جهت توسعه و اشتغال می‌تواند ایفا کند. هنرمندان عموماً ترجیح می‌دهند به صورت فردی در کارگاه‌های خود که شخصی و با توسط کارآفرینی دانشگاه هنر اسلامی تبریز در اختیار آن‌ها گذاشته شده است استفاده کنند. مهم‌ترین دلیل آن را می‌توان پایین بودن هزینه‌های اجاره و هزینه‌های مصرفی دیگر عنوان کرد. ۴۲٪ مشارکت‌کنندگان مهم‌ترین عامل در نوآوری آثار را طراحی خلاقانه می‌دانند که این امر تأثیر مستقیمی در توسعه و فروش محصولات ایفا می‌کند.

فارغ‌التحصیلان به علت عدم علاقه و یا نداشتن محیط مناسب، تمایلی به آموزش ندارند. فروش محصولات با طرح‌های خلاقانه نسبت به آموزش از نظر اقتصادی توجیه‌پذیرتر است.

۸۰٪ فارغ‌التحصیلان از شبکه‌های مجازی برای فروش محصولات خود استفاده می‌کنند و علاوه بر آن به جز معرفی نفره‌نفر از طریق همین بستر با سایر هنرمندان در تعامل هستند. نیمی از هنرمندان یا صادرات محصولات به کشورهای خارجی داشته‌اند و یا مشتری خارجی داشته‌اند. شبکه‌های مجازی بستر مناسبی جهت معرفی هنرمندان و آثارشان جهت معرفی و فروش به شمار می‌رود.

۲۷٪ از فارغ‌التحصیلان از حقوق خود رضایت دارند و ۴۶٪ از آنان رضایت قابل قبولی دارند. ۴۰٪ از فارغ‌التحصیلان از آموخته‌های دوران تحصیل خود رضایت دارند و سطح آموزش دوره دانشجویی را برای ادامه فعالیت در این حوزه تأیید می‌کنند. ۴۶٪ از هنرمندان شهر محل سکونت را عامل مهمی جهت توسعه کسب و کار خود عنوان می‌کنند، همین درصد از فارغ‌التحصیلان از تأمین مواد و تجهیزات مورد نیاز خود رضایت ندارند. به طور کلی تأمین مواد و تجهیزات در کلان‌شهرها و شهرهای بزرگ آسان‌تر است. البته باتوجه به گسترش ارتباطات مجازی این محدودیت تا حد زیادی کاسته شده است. هنرمندان می‌توانند از مراکز فروش اینترنتی قابل اعتماد نیازهای خود را تهیه کنند. مسئله تحریم و بالا بودن قیمت ارز و نیز وجود ابزارهای بی‌کیفیت در بازار تأمین مواد و تجهیزات اولیه مناسب و مرغوب را برای فعالان این حوزه سخت‌تر کرده است.

هنرمندان تمایلی برای گرفتن وام‌های بانکی نداشته‌اند و علت آن را عدم رضایت از شرایط اخذ وام عنوان کرده‌اند.

باتوجه به موارد ذکر شده محرک‌ها و موانع شغلی فارغ‌التحصیلان را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد. گروه اول در اختیار هنرمند است که می‌تواند آن را بهبود بخشد و شرایط کسب‌وکار در این حوزه را تسهیل کند. گروه دوم از اختیار هنرمند خارج است و شرایط بازار و اوضاع اقتصادی جامعه و حمایت دولتمردان می‌تواند آن را ترمیم و تسهیل کند.

### پیشنهادها

باتوجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود دانشجویان با مفاهیمی چون چگونگی راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی، کسب‌وکار اینترنتی، مفاهیم کارآفرینی، خلاقیت، نوآوری و ابتکار، چگونگی تأمین منابع مالی در راستای راه‌اندازی کسب‌وکار، تعیین محل کسب‌وکار و عناصر بازاریابی آشنا شوند.

در مورد ارتباط کارآفرینی با اشتغال می‌توان چنین گفت که این دو ارتباط منسجمی با یکدیگر دارند. کارآفرینان همواره باید در تکاپو و تلاش برای فعالیت خود باشند که فعالیت‌های کارآفرینی در جامعه متوقف نشود و در نرخ بیکاری جامعه تأثیر شدید نگذارد بلکه سبب توسعه آن جامعه شود.

دانشجویان در طول دوره تحصیلی می‌توانند از کارگاه‌های کارآفرینی دانشگاه استفاده کنند و این زمان فرصت مناسبی را برای آنان جهت آشنایی با بازار کار و سلیقه بازار و شرایط فروش فراهم می‌آورد. استفاده از این کارگاه‌ها تا دو سال بعد از فارغ‌التحصیلی نیز امکان‌پذیر است. دانشگاه می‌تواند دوره‌های آموزشی را در قالب کارگاه‌های آموزشی بازاریابی، فروش و بسته‌بندی محصولات صنایع دستی برای دانشجویان برگزار کند. علاوه

بر این درس کارورزی که به دانشجویان کارشناسی ارائه می‌شود می‌تواند جدی‌تر گرفته شود، از فرصتی که برای کسب‌وکار در این دوره فراهم می‌آید می‌توان تجربه‌های باارزشی از موقعیت‌های بازار عرضه و تقاضا به دست آورد. ایده‌های نو و طراحی خلاقانه تأثیر مستقیمی در فروش محصول نهایی دارد. طرح‌های تکراری و بازاری با سلیقه معاصر توجیه‌پذیر نیست. هنرمندان می‌توانند از بستر و پتانسیل‌های شبکه‌های مجازی جهت تبلیغ و ارائه محصولات خود استفاده کنند و این مورد را در اولویت محصولات خود قرار دهند. در شرایط حاضر باتوجه به اپیدمی ویروس کرونا فرصت مناسب برای هنرمندانی فراهم شد که بیشترین استفاده را از دنیای مجازی کرده‌اند. اعطای وام‌های کارآفرینی و صنایع دستی در قالب صندوق‌های قرض الحسنه و یا با سودهای کم در اقساط درازمدت می‌تواند کم‌شایانی را به فارغ‌التحصیلان تازه‌کار در این عرصه نماید. متأسفانه باتوجه به بالا رفتن قیمت ارز با شتاب پرسرعت در هر روز تهیه ابزار و تجهیزات را مشکل کرده است. عمده ابزار و تجهیزات مناسب ساخت کشورهای آلمان، سوئیس، روسیه و در مرتبه پایین‌تر ترکیه، هند و چین است. ساخت ابزارهای مناسب و باکیفیت داخلی، بر پایه قیمت مناسب شرایط مطلوب‌تری را برای فعالان این حوزه فراهم خواهد آورد.

نویسندگان اعلام می‌دارند که در انجام این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافی برای ایشان وجود نداشته است. (تعارض منافع به حالتی گفته می‌شود که منافع شخصی مادی یا غیرمادی نویسنده یا نویسندگان با نتایج پژوهش در تعارض باشد و این موضوع بر روند انجام پژوهش یا اعلام صادقانه نتایج تأثیر بگذارد).

## منابع و مآخذ

- پيله فروش، ربابه خاتون، کیانی سلمی، صدیقه، ۱۳۹۵، نقش صنایع دستی در کارآفرینی فارغ التحصیلان زن رشته صنایع دستی دانشگاه کاشان، جلوه هنر، (۱۶)، ۵۵-۶۸.
- تقدیمی، توران، فاضلیان، سید شهاب الدین، ۱۴۰۰، تأثیر اپیدمی کرونا بر صادرات محصولات فرهنگی، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۷۲، (۵)، ۷۰-۵۴.
- جزئی، نسرین، ۱۳۸۶، کارآفرینی دانش آموختگان دانشگاهی، تهران، مطالعات فرهنگی اجتماعی.
- حسینی، سید نبی الله، ۱۳۸۸، کارآفرینی و مهارت های ایجاد اشتغال، تهران، مبنای خرد.
- دوازده امامی، مهدی، بنیادی مطلق، سعید، کیان مهر، قباد، ۱۳۹۷، ضرورت توجه به جنبه های فطری در آموزش صنایع دستی معاصر، هنرهای صناعی ایران، ۱ (۲)، ۱۶-۵.
- رضوانفر، مرتضی، ۱۳۸۵، صنایع دستی و مدرنیته، ماه هنر، ۷۴-۷۰.
- شکوری، علی، بهادری، محدثه، ۱۳۹۸، چالش های شاغلین دارای مشاغل غیرمرتبط با رشته تحصیلی، بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۱۰ (۲)، ۲۴۴-۲۴۱.
- عنبری، زهره، جمیلیان، حمیدرضا، رفیعی، محمد، قمی، مهین، مسلمی، زهرا، ۱۳۹۲، رابطه رضایت از رشته تحصیلی با سلامت روان و پیشرفت تحصیلی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اراک، مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۱۳ (۶)، ۴۹۷-۴۸۹.
- لاکمن، سوزان، ۱۳۹۶، صنایع دستی و اقتصاد خلاق، شهاب طلایی شکری، تهران، فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- واعظی، حکیمه، زیودار، مهدی، ۱۴۰۰، عوامل مؤثر بر شکل گیری رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان، پژوهش نامه مدیریت اجرایی، ۱۳ (۲۵)، ۱۶۳-۱۳۷.
- یعقوبی، جعفر، نجفلو، پریسا، حق وردی، الهه، ۱۳۹۵، بررسی ابعاد مختلف خوداشتغالی و موانع آن در میان دانشجویان دختر دانشکده کشاورزی، زن در توسعه و سیاست، ۱۴ (۳)، ۳۶۰-۳۴۳.