

عنوان: استراتژی توسعه کارآفرینی در بخش فرهنگ (مطالعه صنعت بازیهای رایانه‌ای)

محمود احمدپور داریانی *

سوسن علائی **

چکیده

در عصر حاضر از کارآفرینی به عنوان نیروی محرکه رشد و توسعه اقتصادی و مهم‌ترین عامل ایجاد اشتغال تعبیر می‌شود. بدین لحاظ اکثر دولتها کارآفرینی را به عنوان یک استراتژی توسعه ملی پذیرفته و اقدامات بسیاری برای توسعه آن انجام داده‌اند. چندی است در کشور ما نیز حمایت از کارآفرینی محور سیاستهای دولت قرار گرفته و در قوانین توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به آن توجه ویژه‌ای مبذول شده است.

در این پژوهش با توجه به ظرفیت بخش فرهنگ در کارآفرینی و اشتغال‌زایی و همچنین اهمیت تولید و مصرف کالاهای فرهنگی تلاش گردیده است تا ضمن شناسایی عوامل مهم تأثیرگذار بر توسعه کسب و کار در این بخش و تعیین و پیشنهاد استراتژی توسعه کارآفرینی در صنعت بازیهای رایانه‌ای به عنوان یکی از مهم‌ترین و پررونق‌ترین صنایع فرهنگی، زمینه تولید محصولات متناسب با فرهنگ بومی در کشور فراهم گردد.

بدین منظور با مطالعه برنامه‌های حمایتی ده کشور برتر این صنعت در جهان، سیاستهای حمایت از توسعه کارآفرینی در کشورهای مختلف و همچنین نظرات کارشناسان داخلی، ۳۵ شاخص به عنوان مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موضوع پژوهش انتخاب و در تعیین متغیرهای پژوهش و ارزیابی وضعیت موجود و مطلوب مورد استفاده قرار گرفته است. این ارزیابی با استفاده از پرسشنامه و نظرخواهی از ۵۷ تن از تولیدکنندگان و سیاست‌گذاران صنعت بازیهای رایانه‌ای کشور به عمل آمده و نتایج آن پس از تجزیه و تحلیل با روشهای آماری تحلیل مسیر و آزمون فریدمن در تعیین استراتژیهای پیشنهادی به کار گرفته شده است.

واژگان کلیدی: استراتژی، کارآفرینی، ایجاد اشتغال، بخش فرهنگ، صنعت بازیهای رایانه‌ای.

* عضو هیئت علمی دانشگاه تهران / agmadpour@yahoo.com

** مدرس دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران - شمال / susan_alaei@yahoo.com

مقدمه

کارشناسان معتقدند که انسانها از نظر میزان استعداد خلاقیت و کارآفرینی تفاوت ذاتی چندانی با یکدیگر ندارند، بلکه این تفاوت‌های محیط اجتماعی است که موجبات رشد کارآفرینی را در برخی کشورها فراهم کرده است. به عبارت دیگر هر جامعه‌ای به میزان اهمیت و توجهی که به کارآفرینان مبذول می‌دارد از اثربخشی آنان نیز بهره‌مند می‌گردد. بدین ترتیب این دولتها هستند که با اتخاذ سیاستها، خط‌مشیها و تدوین قوانین حمایتی و به‌طور کلی استراتژی مناسب می‌توانند محیط مناسبی برای توسعه کارآفرینی ایجاد کنند.

با روشن شدن اثر کارآفرینی در ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی کشورها، دولتهای مختلف در سراسر جهان برنامه‌های حمایتی متعددی را جهت توسعه کارآفرینی به اجرا درآورده اند. بدین لحاظ چندی است در کشور ما نیز حمایت از کارآفرینی محور سیاستهای کلان دولت قرار گرفته و در قوانین توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توجه خاصی به آن مبذول شده است. سیاستهای دیگری چون تهیه سند چشم‌انداز بیست ساله کشور، اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی، تأکید بر کاهش نقش دولت و واگذاری فعالیتها به بخش خصوصی نیز اهمیت ویژه‌ای به آن بخشیده است.

اما کارآفرینی در بخش فرهنگ به دلیل اهمیت تولید و مصرف کالاهای فرهنگی در فرهنگ‌سازی و پیشگیری از ورود فرهنگ بیگانه و همچنین توان بالای صنایع فرهنگی برای توسعه و ایجاد اشتغال، نیازمند توجه و حمایت‌های بیشتری است. به‌خصوص در زمینه تولید بازیهای رایانه‌ای که ورود بی‌رویه انواع نامناسب آنها در سالهای اخیر موجبات نگرانی کارشناسان تعلیم و تربیت و مسائل فرهنگی کشور را فراهم کرده و اتخاذ تدابیر مناسب برای حمایت از رشد و رونق این صنعت را در اولویت کاری مراکز مهمی چون شورای عالی انقلاب فرهنگی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار داده است. از این‌رو پژوهشهایی در این زمینه ابعاد مسئله را روشن و دستیابی دقیق‌تری به راهکارهای عملی برای رفع پی‌آمدهای سوء بی‌توجهی به آن را ممکن خواهد ساخت که به نظر کارشناسان در شرایط فعلی یکی از نیازهای ضروری جامعه ماست.

بیان مسئله

تأثیر بازیهای رایانه‌ای بر اعمال و رفتار کودکان و نوجوانان یکی از بحثهای مهم کارشناسان علوم اجتماعی در سالهای اخیر بوده است. در حالی که پژوهشهای انجام شده از اثرات مثبت برخی از این بازیها در امور آموزشی، علمی، بروز خلاقیت و توسعه مهارتها حکایت دارند، اما در مقابل، خشونت و پرخاشگری، افزایش جرم و بزهکاری، یادگیری روشهای تهاجمی، آموزش نحوه استفاده از سلاحها، انزوا و کاهش

نوع دوستی، آموزش قمار، افت تحصیلی و در نهایت تربیت شخصیت‌های خشن و کینه‌جو از نتایج مخرب استفاده از برخی بازیهای رایانه‌ای وارداتی به کشور به‌شمار می‌روند. به عبارت دیگر هر بازی رایانه‌ای دارای بار فرهنگی و آموزشی ویژه‌ای است که آن را به مرور زمان به کاربر، که عموماً جوان و نوجوان است انتقال می‌دهد. این بار فرهنگی ناشی از فرهنگ کشور تولید کننده بازی است و به راحتی وارد کشورهای مصرف‌کننده این کالاها می‌شود (کانون پرورش فکری، ۱۳۸۱: ۱۱۰).

اما بررسی دقیق‌تر این تحقیقات حاکی از آن است که اثرات منفی یاد شده مربوط به محتوی برخی از بازیها بوده و یا از استفاده غیرمعارف و بدون محدودیت و کنترل آنها ناشی می‌شود. در حقیقت نه تنها مخالفت کلی با این نوع بازیها وجود ندارد، بلکه به نظر کارشناسان اگر محتوای بازیها با فرهنگ بومی یک منطقه همخوانی داشته و استفاده از آنها زیر نظر والدین انجام شود، یکی از بهترین وسیله‌ها برای آموزش و یادگیری جوانان و نوجوانان به شمار می‌آیند.

به همین دلیل کشورهای توسعه‌یافته ضمن گسترش این صنعت، با برنامه‌هایی نظیر رتبه‌بندی محصولات، فرهنگ‌سازی و آگاهی دادن به خانواده‌ها سعی در کاهش اثرات سوء آنها داشته و با برنامه‌های گسترده تحقیقاتی تلاش می‌کنند تا تولید آنها را در جهت مطلوب هدایت کرده و حداکثر بهره‌برداری را از این محصولات در جهت بهبود نظام آموزشی خود داشته باشند (چانگ، ۲۰۰۶: ۱).

بدین ترتیب در حال حاضر بازیهای رایانه‌ای با تأثیری بیش از فیلم‌های سینمایی که زمانی اثرگذارترین هنر دوران معاصر نامیده می‌شد و به لحاظ اقتصادی با رشدی بیش از آن به بزرگ‌ترین رقیب صنعت سینما و مهم‌ترین بخش صنعت فرهنگ تبدیل شده است (مک میلان، ۲۰۰۵: ۴-۳). به طوری که فروش این بازیها در ۶ ماهه نخست سال ۲۰۰۵ میلادی از فروش فیلم‌های هالیوود بیشتر بوده است. در این میان کشورهای پیشروی این صنعت با سرمایه‌گذاری عظیم به تولید بازیهای مطابق با فرهنگ غربی و به‌ویژه امریکایی و صهیونیستی نموده و ضمن هدف قرار دادن جوانان و نوجوانان به تجارتی پر سود رسیده‌اند (فناوران هنر امروز، ۱۳۸۵: ۱-۳).

علاقه جوانان و نوجوانان ایرانی به این بازیها و خلأ ناشی از نبود بازیهای متناسب با فرهنگ و تمدن بومی، عرصه را برای ورود انواع بازیهای خارجی باز کرده و بازیهای ضد ایرانی - اسلامی و حتی ضد اخلاقی به عنوان پرفروش‌ترین و محبوب‌ترین بازیها در میان جوانان و نوجوانان درآمده‌اند. این مسئله علاوه بر قرار دادن قشر جوان کشور در معرض آسیبها و صدمات جدی و گاه جبران‌ناپذیری فرهنگی، حاکی از بی‌توجهی به توانایی رشد و توسعه کارآفرینی در صنایع فرهنگی و به خصوص صنعت بازیهای رایانه‌ای است.

جهت رفع این مشکلات در سال ۱۳۸۴، مسئولیت حمایت و ساماندهی این صنعت به شورای عالی انقلاب فرهنگی سپرده شد (دفتر همکاریهای فناوری ریاست جمهوری، ۱۳۸۴) و بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای

زیر نظر معاونت سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تأسیس گردید تا برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در صنعت بازیهای رایانه‌ای را بر عهده گیرد. تهیه و تنظیم راهبردها و سیاستهای حمایت از این صنعت نوپا نیز از وظایف بنیاد مزبور اعلام شده است (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۵: ۱).

بدین لحاظ این پژوهش براساس نقش و وظایف دولت در حمایت از کارآفرینی و امور فرهنگی جامعه سعی دارد تا با شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در صنعت بازیهای رایانه‌ای و تعیین استراتژی مناسب و پیشنهاد آن به سازمانهای ذی‌ربط، زمینه توسعه کسب و کار و تولید محصولات متناسب با فرهنگ بومی در کشور را فراهم کرده و از آزمون و خطا و اتلاف منابع در زمینه یکی از مسائل مهم فرهنگی در کشور پیشگیری کند. در این راستا مشکلات پیش روی کارآفرینان این صنعت از طریق جمع‌آوری نظرات تولیدکنندگان مورد توجه و بررسی قرار گرفته است.

سؤالهای پژوهش

مسئله اصلی این پژوهش تعیین و تشخیص استراتژی توسعه کارآفرینی در بخش فرهنگ (صنعت بازیهای رایانه‌ای) است. جهت دستیابی به این هدف و استفاده از تجارب سایر کشورها، سؤال دیگری به شرح زیر مد نظر قرار گرفته است:

فرصتهای کسب و کار در صنعت بازیهای رایانه‌ای در کشورهای پیشرو با چه سیاستها و برنامه‌هایی گسترش یافته است؟

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی ابتدا مورد توجه روان‌شناسان قرار گرفت. روان‌شناسان در اواسط قرن بیستم توجه خود را برای کشف آن دسته از ویژگیهای فردی و متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی که کارآفرین را از غیرکارآفرین متمایز می‌ساخت، به تجزیه و تحلیل فرد معطوف داشتند. هدف آنان کشف چگونگی ایجاد ویژگیهای متمایز کننده در کارآفرینان بود. فرض اصلی تحقیقات روان‌شناسان این بود که ویژگیهای کارآفرینی قابل دستیابی و آموزش نبوده و تنها افرادی که دارای جوهره کارآفرینی باشند، کارآفرین می‌شوند.

اگرچه این دسته از محققین ویژگیهای متعددی از جمله توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، تحمل ابهام، داشتن انگیزه، تعهد و غیره را به کارآفرینان نسبت دادند، اما از اوایل دهه ۶۰ به دنبال عدم موفقیت آنان در دستیابی به ویژگیهای مشترک میان کارآفرینان و عدم توانایی در ارائه معیارهای روشن برای ارزیابی کامل این ویژگیها و همچنین ناتوانی در ارائه مدلی جامع برای تفکیک کارآفرینان از

غیرکارآفرینان، توجه دانشمندان به دسته دیگری از متغیرهای جمعیت‌شناختی معطوف شد که از مطالعات آنها تحت عنوان رویکرد رفتاری^۱ یاد می‌شود. در این رویکرد دلایل و چگونگی تشکیل یک کسب و کار، یا شرکت نوپا و یا فرایندی که طی آن شرکتهای جدید پا به عرصه وجود می‌گذارند، مورد توجه قرار گرفتند.

«بروکهاوس» و «هورویتز»^۲ در سال ۱۹۸۶ در بازنگری روان‌شناسی کارآفرینان نتیجه گرفتند که هیچ ابزار روان‌شناختی برای کشف کارآفرینان در دسترس نیست و مطالعات صورت گرفته در جهت تمایز میان کارآفرینان و مدیران نیز به کشف مشخصه متمایز کننده‌ای منجر نشده است. بدین ترتیب رویکرد ویژگیها به دلیل تأکید بیش از حد بر خصایص فردی و روان‌شناختی دچار یک سو نگری شد و نتوانست مقوله پیچیده کارآفرینی را تبیین کند (احمدپور، ۱۳۷۸: ۹۲-۹۳).

با روی آوردن جامعه‌شناسان و دیگر اندیشمندان علوم مدیریت به مطالعه کارآفرینی، نظریه‌های اجتماعی - فرهنگی (تأثیر محیط و فرهنگ بر فرد در اقدام به کارآفرینی) شکل گرفت و مدل‌های متعددی در خصوص چگونگی تأسیس شرکتهای ارائه گردید که عوامل محیطی و فردی تأثیرگذار بر فرایند تأسیس شرکتهای را دربر می‌گرفت.

با انتشار تحقیقات دیوید برچ^۳ (۱۹۷۹) در خصوص سهم اشتغال‌زایی و روند سودآوری شرکتهای کوچک در اقتصاد امریکا و عدم کارآیی شرکتهای بزرگ، مزایای کارآفرینی بیش از پیش آشکار شد و دانشگاههای بزرگ، ارائه دروس تخصصی متعددی را در زمینه آموزش کارآفرینی آغاز کردند و دولتها نیز برنامه‌های متعددی را برای توسعه آن در دستور کار خود قرار دادند (احمدپور، ۱۳۷۸: ۲۸-۳۳).

پس از آن رابطه میان کارآفرینی و شرکتهای کوچک به میزان زیادی مورد مطالعه قرار گرفت و دهه ۸۰ به عنوان دهه کارآفرینی نام‌گذاری گردید. در این دهه دانشگاهها برنامه‌های آموزشی وسیعی را تدارک دیدند و دول اروپایی حمایت‌های ویژه‌ای را از آن آغاز کردند. در پایان سال ۱۹۹۸ دولت انگلیس موفقیت آینده اقتصاد کشورش را در گرو تقویت کارآفرینان اعلام کرد. از آن پس کشورهای دیگر نیز ترویج کارآفرینی را به عنوان یک استراتژی توسعه ملی پذیرفته و برنامه‌های متعددی را برای حمایت از کارآفرینی تدارک دیدند. به عنوان مثال در ایالات متحده امریکا در سال ۱۹۷۰ تنها حدود ۲۵ مؤسسه آموزش عالی دوره‌های کارآفرینی ارائه می‌کردند. این مراکز در سال ۱۹۸۵ به ۲۵۳ مرکز و در حال حاضر به ۵۰۰ مؤسسه آموزش عالی فعال افزایش یافته‌اند.

1. behavior approach

2. R. Brockhaus & P. Horwitz

3. David Birch

این موج در سراسر جهان منتشر شد و براک هوس در سال ۱۹۹۱ با تحقیق خود نشان داد که بسیاری از کشورهای جهان کارآفرینی را در برنامه‌های توسعه خود گنجانده‌اند. این پژوهشگر جزئیات برنامه‌های کشورهای متعددی از جمله ژاپن، کره، مصر، آفریقای جنوبی، کنیا، هند، استرالیا و... را که معتقدند مسئله اشتغال را می‌توان با توسعه کسب و کارهای کوچک حل کرد، منتشر کرده است (شهرکی‌پور، ۱۳۸۴: ۱۳۲-۱۳۴).

بدین ترتیب پیدایش پارادایم نوین کارآفرینی، سبب ایجاد الگوی مدیریت دولتی نوین در سطوح سازمان و جامعه مانند «دولت کارآفرین» شد. این دولت‌ها نه تنها کارآفرینان دولتی اند، بلکه در صد توسعه کارآفرینی در جامعه نیز هستند (هیوز، ۱۳۸۰).

دولتهای کارآفرین همواره علاقه‌مند هستند که بدانند چه سیاستها و اقداماتی در تشویق فعالیت کارآفرینانه نقش مؤثرتری ایفا می‌کنند. در پاسخ به این نیاز، دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ انواع سیاستهای توسعه کارآفرینی در کشورهای مختلف را مورد بررسی قرار داده و نتایج آن را در گزارشهای خود جهت اطلاع سیاست‌گذاران سایر کشورها منتشر می‌کند (زالی و رضوی، ۱۳۸۷: ۳۹).

بدین ترتیب تحقیقات در زمینه کارآفرینی به این نتیجه رسید که به‌جای تمرکز بر ویژگیهای شخصیتی باید بر روی فرایندی تمرکز کرد که به موجب آن سازمانهای جدید به وجود می‌آیند. بر این اساس نقش عوامل محیطی و دخالتهای دولتها جهت بسترسازی و ایجاد شرایط مناسب رشد و توسعه کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است.

بررسی تجارب ملی در زمینه آموزش کارآفرینان

شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور در سالهای اخیر و همچنین مشکل بیکاری و پیش‌بینی افزایش آن در دهه ۱۳۸۰ موجب گردید که در برنامه سوم توسعه به موضوع کارآفرینی، به خصوص در ابعاد آموزشی و پژوهشی توجه شود و بدین منظور اعتباراتی نیز پیش‌بینی گردد.

بر این اساس طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاههای کشور «کاراد» تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در ۱۲ دانشگاه کشور آغاز شد. مسئولیت پیگیری، اجرا و امور ستادی آن نیز در اواخر سال ۱۳۷۹ از سوی وزارت علوم به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید. این طرح ابتدا با هدف رفع معضل فعلی کشور در زمینه بیکاری و نیز بهره‌مند شدن از سایر پیامدهای کارآفرینی همانند بارور شدن خلاقیتها، تولید ثروت، ایجاد و به

کارگیری تکنولوژی، رشد اعتماد به نفس در بین دانشجویان و فارغ التحصیلان و جلوگیری از مهاجرت نخبگان ارائه شده است. به طور خلاصه اهداف طرح کاراد به شرح ذیل است:

- ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی و ارتقاء شناخت جامعه دانشگاهی نسبت به کارآفرینی، کارآفرینان و نقش آنان در رونق اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه.
- ترغیب و جذب جامعه دانشگاهی به دوره‌های آموزش کارآفرینی.
- گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان، پروژه‌های کارآفرینی، محیط و فضای کارآفرینان و سایر زمینه‌های مرتبط، با توجه به شرایط و مقتضیات ایران.

این طرح هم‌اکنون در بسیاری از دانشگاه‌های مهم کشور در حال اجراست و فعالیتهای خوبی در این زمینه انجام شده است (مرکز کارآفرینی دانشگاه امیرکبیر، ۱۳۸۵).

تأسیس دانشکده مستقل کارآفرینی در دانشگاه تهران

با توجه به سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران که در آن برفعالیتهای دانش‌بنیان تأکید شده است و همچنین در جهت تأمین نیازهای تخصصی برنامه چهارم توسعه کشور، آموزش کارآفرینی مورد توجه دانشگاه تهران قرار گرفت. بدین منظور هیئت امنای دانشگاه تهران در اردیبهشت ۱۳۸۶ تأسیس دانشکده مستقل کارآفرینی را به تصویب رساند و از آغاز سال تحصیلی ۸۷-۸۶ پذیرش دانشجویان در دو مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد در این دانشگاه آغاز شد. این دانشکده که اولین و تنها دانشکده کارآفرینی در ایران است، با حمایت مالی وزارت کار و امور اجتماعی، مصوبه شورای عالی اشتغال و براساس تفاهم نامه دو وزارتخانه علوم، تحقیقات و فناوری و کار و امور اجتماعی تأسیس شده است.

در حال حاضر این دانشکده در دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت کارآفرینی با سه گرایش مدیریت کسب و کار جدید، کارآفرینی سازمانی و مدیریت کارآفرینی بخش عمومی و در دوره کارشناسی نیز در رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک دانشجویان می‌پذیرد. هدف از تشکیل این دوره‌ها آموزش نیروی انسانی متخصص مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید و نیز نیروی مناسب برای حرکت سازمانها، مؤسسه‌ها و شرکتهای دولتی و خصوصی در مسیر کارآفرینی سازمانی با وظایف و اهداف تعریف شده است.

دانشکده کارآفرینی در صدد است با همکاری چند دانشگاه بین‌المللی دوره دکتری کارآفرینی را نیز در دانشگاه تهران راه‌اندازی کند. (دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۷).

تعیین مؤلفه‌ها و شاخصهای مؤثر بر موضوع پژوهش

جهت‌شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخصها با استناد بر ادبیات پژوهش مبنی بر اثرگذاری عوامل محیطی بر توسعه کارآفرینی تلاش گردیده است تا از برنامه‌های حمایتی دولتهای پیشرو و همچنین نظرات متخصصین و کارشناسان داخلی استفاده شود. بدین منظور مطالعات زیر صورت گرفته است:

۱. تعیین شاخصهای توسعه کارآفرینی با استفاده از:

- الف) نظریات و مطالعات در زمینه کارآفرینی.
- ب) تحقیقات دیده‌بان جهانی کارآفرینی در کشورهای مختلف.
- ج) تجارب توسعه کارآفرینی در سایر کشورها.

۲. استراتژیها و برنامه‌های حمایتی ده کشور برتر تولیدکننده بازیهای رایانه‌ای در جهان

مهم‌ترین منبع تعیین شاخصهای این پژوهش، برنامه‌ها و اقدامات دولتهای ده کشور برتر تولیدکننده بازیهای رایانه‌ای در جهان است. بدین منظور برنامه‌ها و استراتژیهای کشورهای امریکا، ژاپن، بریتانیا، آلمان، فرانسه، کانادا، سوئد، کره جنوبی، استرالیا و چین مورد مطالعه قرار گرفته است. هدف از مطالعه تجربه‌های موفق این کشورها، کمک به کاهش ضریب خطا و پیش‌گیری از اتلاف وقت و منابع است که با توجه به هزینه‌بر بودن ساخت بازیها، بسیار اهمیت دارد.

۳. نظرات کارشناسان و تولیدکنندگان صنعت بازی در داخل کشور

از آنجایی که نظرخواهی از کارآفرینان فعال در صنعت یکی از راههای مطمئن دسترسی به اطلاعات است؛ جهت حصول اطمینان از جامعیت شاخصها و تکمیل آنها، با استفاده از یک فرم نظرسنجی نظرات تولیدکنندگان با سابقه بازیهای رایانه‌ای در کشور جمع‌آوری گردید. هدف از این نظر سنجی شناسایی مشکلات و کمبودهای موجود در داخل کشور و همچنین دستیابی به پیشنهادهای تولیدکنندگان برای رفع موانع در شرایط فعلی کشور بود. نتیجه این نظرخواهی بعد از تحلیل محتوای سؤالاها و بازبینی شاخصهای پیشین، در تعیین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در صنعت بازی و تهیه پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفته است.

در نهایت پس از جمع‌بندی و تلخیص کلیه سیاستها و برنامه‌ها، تعداد ۳۵ شاخص به عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر موضوع پژوهش انتخاب گردید و با کمک کارشناسان و براساس موضوع در قالب شش مؤلفه که متغیرهای پیش‌بینی‌کننده این پژوهش هستند، دسته‌بندی شدند. دسته‌بندی شاخصها در شش گروه با استفاده از استراتژی توسعه کارآفرینی کشور کانادا که از سوی

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۱ به عنوان یک الگوی موفق به سایر کشورها توصیه شده بود، صورت گرفته است (ACOA)^۲.

- در این استراتژی شش مؤلفه به شرح زیر در نظر گرفته شده است:
- اصلاحات فرهنگی برای افزایش ارزش گذاری اجتماعی بر کارآفرینی.
- اصلاحات ساختاری و تدوین قوانین مناسب برای تسهیل فرایند کارآفرینی.
- حمایت‌های مالی، فنی، اطلاعاتی و مدیریتی جهت تجهیز منابع برای کارآفرینان.
- حمایت‌های آموزشی و ارائه آموزش‌های مورد نیاز جهت ایجاد انگیزه و افزایش فرصت‌های اقتصادی (احمدپور، ۱۳۸۳: ۷۲۲-۷۲۳).

روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش توصیفی و همبستگی است. ابتدا با استفاده از روش توصیفی وضعیت این صنعت در جهان و ایران مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت و عوامل مؤثر بر موضوع پژوهش تعیین شدند. تعیین این عوامل امکان ارزیابی وضع موجود و مقایسه آن با وضع مطلوب (تحلیل فاصله بین وضع موجود و مطلوب) را فراهم کرد. جهت تعیین میزان تأثیرگذاری هر یک از مؤلفه‌ها بر موضوع پژوهش نیز از روش همبستگی استفاده شده است.

در نهایت با تعیین میزان اثرگذاری و اولویت‌بندی مؤلفه‌ها و شاخصها بر موضوع پژوهش و نیاز سنجی صنعت مورد نظر، سه راهبرد اصلی جهت رسیدن به وضعیت مطلوب تعیین و اجرای آنها به دولت پیشنهاد شده است.

جامعه و نمونه مورد مطالعه

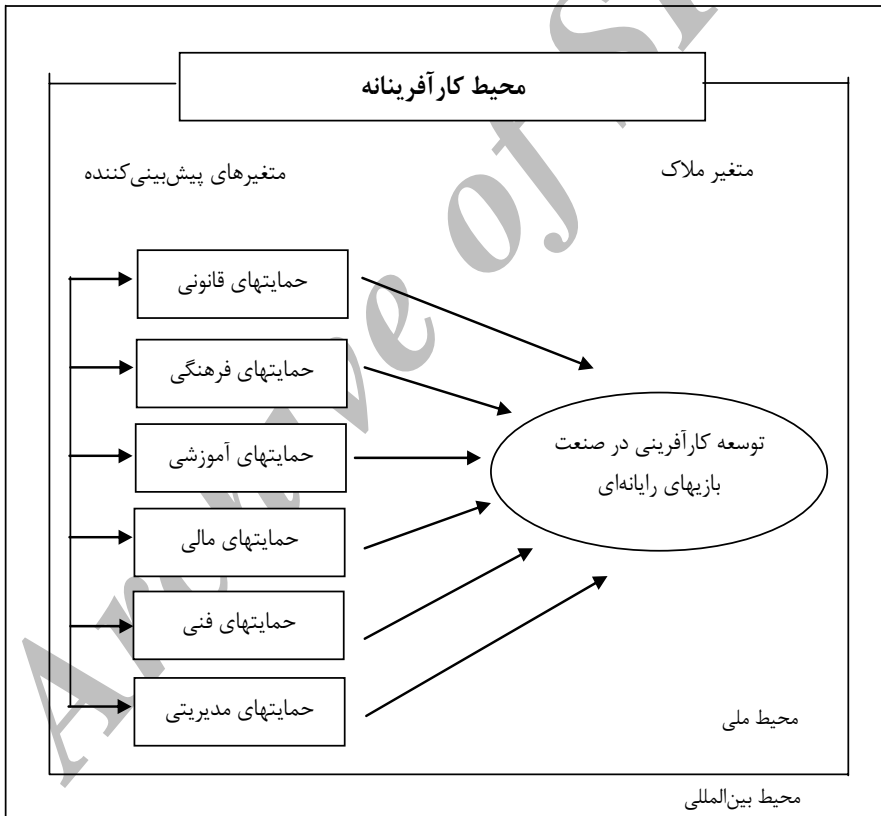
جامعه آماری مورد مطالعه متشکل از تولیدکنندگان بازیهای رایانه‌ای و سیاست‌گذاران این صنعت در کشور است. در گروه اول ۳۲ شرکت تولیدکننده بازیهای رایانه‌ای و در گروه دوم نیز، ۱۵ نفر از مدیران و اعضای کارگروه بازیهای رایانه‌ای شورای عالی اطلاع‌رسانی و بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای که در حال حاضر متولی و سیاست‌گذار صنعت بازیهای رایانه‌ای در کشور هستند، مورد شناسایی قرار گرفتند.

1. Organization for Economic- Cooperation and Development (OECD)
2. Atlantic Canada Opportunities Agency, 1996.

از آنجایی که در پژوهش‌های از نوع همبستگی، حداقل حجم نمونه ۵۰ نفر برای بیان چگونگی رابطه ضرورت دارد (دلاور، ۱۳۸۱: ۹۷)؛ برای اطمینان از دستیابی به حجم نمونه مورد نظر، با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد ۶۵ پرسشنامه میان اعضای جامعه آماری توزیع گردید و از این تعداد ۵۷ پرسشنامه تکمیل و جمع آوری شد.

مدل تحلیلی و متغیرهای پژوهش

مدل تحلیلی پژوهش



شاخصهای مربوط به هر یک از مؤلفه‌ها، طبق مطالعات انجام شده به شرح زیر تعیین گردیدند.

شاخص های حمایت‌های فرهنگی:

۱. تقویت فرهنگ کارآفرینی برای جلب افراد با استعداد
۲. حمایت و تشویق طرح‌های جدید و ابتکاری
۳. برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاهها

حمایت‌های قانونی:

۱. رعایت قوانین حمایتی (کپی‌رایت)
۲. سهولت مقررات ثبت شرکتها
۳. مشخص بودن شرایط تولید بازی
۴. کنترل و محدودیت محتوای غیراخلاقی بازیها
۵. محدودیت ورود بازیهای خارجی
۶. تعیین سیستم رده‌بندی سنی بازیها

حمایت‌های آموزشی:

۱. توسعه نیروی انسانی متخصص درصنعت بازیهای رایانه‌ای
۲. ایجاد رشته‌های تخصصی در سطح دانشگاهها
۳. ارائه آموزشهای کوتاه‌مدت مربوط به تولید بازی
۴. همکاری میان صنعت بازی و دانشگاهها
۵. حمایت از پژوهشهای کاربردی مربوط
۶. امکان کارورزی در شرکتهای تولیدکننده
۷. ایجاد کتابخانه‌های تخصصی

حمایت‌های مالی:

۱. کمکهای مالی دولت به شرکتهای
۲. ارائه وامهای بلندمدت و کم‌بهره
۳. تخفیف و معافیت‌های مالیاتی
۴. حمایت بیمه از سرمایه‌گذاری در صنعت بازی
۵. حمایت از حضور شرکتهای در نمایشگاهها و جشنواره‌های جهانی
۶. تأسیس مراکز رشد (انکوباتور)
۷. حمایت از صدور تولیدات به بازارهای خارجی

حمایتهای فنی:

۱. دسترسی به تجهیزات لازم با قیمت مناسب
۲. تأسیس استودیوهای حرفه‌ای تولید
۳. تأسیس گیم نت‌های مناسب
۴. ایجاد اینترنت ارزان و پر سرعت جهت بازیهای آن‌لاین

حمایتهای مدیریتی:

۱. ایجاد مرکز متولی صنعت بازی‌های رایانه‌ای
۲. به کارگیری مسئولین آگاه از صنعت بازی در سازمانهای مربوط
۳. ارائه خدمات مشورتی
۴. تشکیل تشکلهای صنفی
۵. ایجاد پایگاه اینترنتی صنعت بازی‌های رایانه‌ای
۶. بهبود اطلاع‌رسانی
۷. تشکیل خوشه‌های تولید بازی از شرکتهای کوچک
۸. حمایت از تولیدات داخلی (توصیه و تبلیغ رایگان)

ابزار گردآوری اطلاعات

اطلاعات این پژوهش با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شده است. برای تعیین «روایی»^۱ سؤالات پرسشنامه از روش «روایی صوری»^۲ و «روایی محتوایی»^۳ استفاده شد. بدین ترتیب که مهم‌ترین شاخصها در قالب یک پرسشنامه در اختیار ۱۰ نفر از متخصصان قرار گرفت تا نظر خود را درباره تناسب هریک از شاخصها در یک طیف ۲ درجه‌ای مناسب یا غیرمناسب اعلام نمایند. در این مرحله شاخصهایی که توسط ۸۰ درصد از متخصصان مناسب تشخیص داده شده بودند، باقی‌مانده و بقیه حذف شدند.

در طراحی الگوی پیشنهادی هم، شاخصهایی که تناسب آنها با مؤلفه‌های انتخالی مورد تأیید همه متخصصان قرار نگرفته بود، به اطلاع پاسخ‌گویان رسید و به شیوه تصمیم‌گیری گروهی مجدداً دسته‌بندی گردیدند.

جهت تعیین پایایی^۴ سؤالات پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقدار آن با

1. validity
2. face validity
3. content validity
4. reliability

استفاده از نرم‌افزار SPSS برای سؤالات وضع موجود $\alpha = 0/864$ و برای سؤالات وضعیت مطلوب برابر $\alpha = 0/895$ به دست آمد. این نتایج نشان داد که هر دو از پایایی قابل قبولی برخوردارند.

تجزیه و تحلیل داده‌های آماری

تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده با استفاده از روش تحلیل مسیر^۱ (مدل معادلات ساختاری)^۲ و آزمون فریدمن انجام شده است. روش تحلیل مسیر برای تعیین حدود تغییرات متغیرهای پیش‌بینی‌کننده با متغیر ملاک و آزمون فریدمن هم برای تعیین وزن و اولویت شاخصها استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

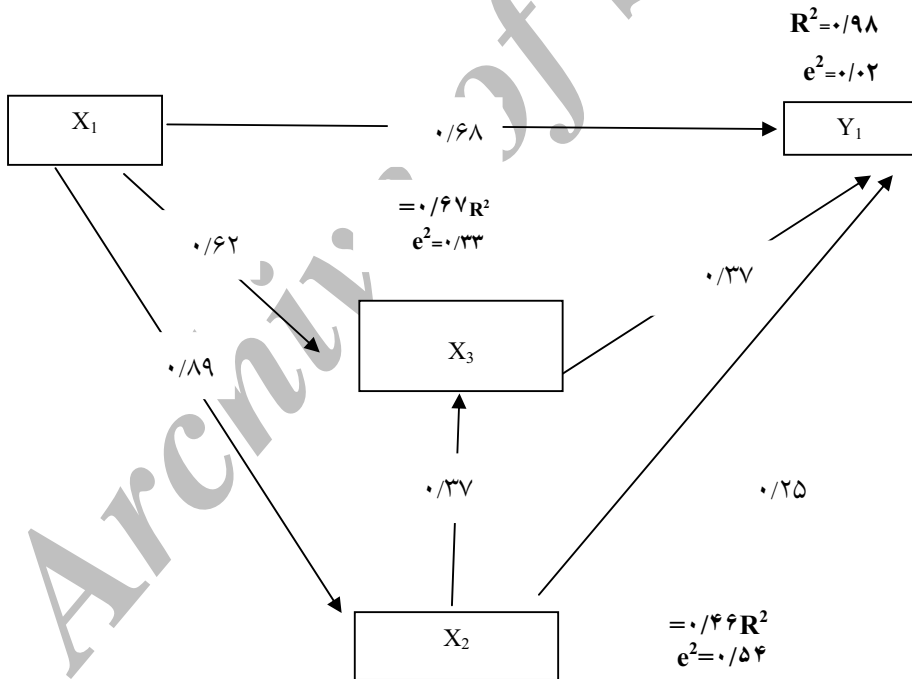
جهت بررسی میزان اثرگذاری هریک از متغیرهای پیش‌بینی‌کننده بر متغیر ملاک و روابط مستقیم و غیرمستقیم آنها و همچنین میزان برازش^۳ الگوی پیشنهادی با وضعیت صنعت بازیهای رایانه‌ای در کشور، از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. بدین منظور با استناد به روابط ساختاری^۴ بین شش مؤلفه تأثیرگذار به عنوان متغیرهای پیش‌بینی‌کننده^۵ و توسعه کارآفرینی در صنعت بازیهای رایانه‌ای به عنوان متغیر ملاک^۶ و به‌کارگیری نمرات تفاوت (حاصل تفاضل نمرات وضع مطلوب از وضع موجود)، از نرم افزار لیزرل^۷ (دوتویت، ۱۳۸۶) استفاده شده است.

در روش تحلیل مسیر برای برآورد الگو از روش بیشینه درست‌نمایی و از شاخصهای مجذور خی^۸ (χ^2)، شاخص نسبت مجذور خی بر درجه آزادی^۹ (χ^2/df)، شاخص نیکویی برازش^{۱۰}، شاخص نیکویی برازش انطباقی^{۱۱}، شاخص برازش مقایسه‌ای^{۱۲} ریشه مجذور میانگین خطای تقریب^{۱۳} و باقی‌مانده مجذور میانگین^{۱۴} برای تعیین برازش آن استفاده شده است.

اما از آنجا که مقدار $RMSEA = 0/247$ این الگو بزرگ‌تر از $0/05$ و شاخص $\chi^2 = 16/95$ با سطح معنی‌داری برابر $P = 0/0019$ و حاکی از عدم برازش آن با داده‌های جمع‌آوری شده بود، لذا الگوی مورد نظر جهت تعیین استراتژی توسعه کارآفرینی در صنعت بازیهای رایانه‌ای در کشور مورد تأیید قرار نگرفت.

1. Path analysis
2. structural equating model
3. parsimony
4. structural relation
5. independent variable
6. dependent variable
7. Lisrel 8/54
8. Chi- Square
9. Degree of Freedom (df)
10. Goodness of Fit Index (GFI)
11. Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)
12. Comparative Fit Index (CFI)
13. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
14. Root Mean Square Residual (RMR)

در مرحله بعد، ابتدا کلیه شاخصها با توجه به امتیازات وضعیت مطلوب، اولویت‌بندی شدند. سپس تعداد شش شاخص که کمترین امتیاز را جهت ایجاد شرایط مطلوب کسب کرده بودند، از مجموع عوامل کنار گذاشته شدند. پس از آن ۲۹ شاخص باقی‌مانده با استفاده از نظرات کارشناسان، در سه مؤلفه حمایت‌های مالی و فنی، حمایت‌های آموزشی و حمایت‌های مدیریتی به عنوان متغیرهای پیش‌بین دسته‌بندی شدند و توسعه کارآفرینی در بخش فرهنگ (صنعت بازیهای رایانه‌ای) نیز به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد. این الگو به عنوان رقیب الگوی اول مورد ارزیابی و با آن مورد مقایسه قرار گرفت. نتیجه بررسی نشان داد که الگوی دوم با درونداد کمتر، دارای شاخصهای برازش بهتری نسبت به الگوی اول است. در نتیجه با استناد به اصل امساک در علم، الگوی دوم برای تعیین استراتژی توسعه کارآفرینی در صنعت بازی در شرایط فعلی کشور مورد تأیید و پذیرش قرار گرفت. نتیجه این بررسی به شرح زیر است:



chi - square = 0.37 و $df = 1$ p.value = 0.74153 و $RMSEA = 0.001$

شکل ۱ - الگوی شماره ۲ و ضرایب مسیر مربوطه

معرفی نمادهای الگوی شماره ۲

X_1 = حمایت‌های مالی و فنی

X_2 = حمایت‌های آموزشی

X_3 = حمایت‌های مدیریتی

Y_1 = توسعه کارآفرینی در (صنعت بازیهای رایانه‌ای)

شاخصهای برازش الگوی شماره ۲ به شرح زیر است:

شاخص برازش هنجار شده (NFI) = ۰/۹۹

شاخص برازش هنجار شده (NNFI) = ۰/۹۹

شاخص برازش تطبیقی (CFI) = ۰/۹۹

شاخص برازش افزایشی (IFI) = ۰/۹۹

شاخص برازش نسبی (RFI) = ۰/۹۸

شاخص نیکویی برازش (GFI) = ۰/۹۹

شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI) = ۰/۹۹

شاخص خی دو نرمال (χ^2 / df) = ۰/۳۷

تعیین اولویت و وزن شاخصهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی

در مرحله بعد میزان اهمیت، اولویت و اثرگذاری هریک از شاخصها بر متغیر ملاک با استفاده از آزمون فریدمن مشخص گردید. این آزمون نشان داد که در میان کلیه شاخصهای تعیین شده، اجرای قوانین حمایتی (کی‌رایت) بیشترین تأثیر و شاخص دسترسی به گیم نتها کمترین اثرگذاری را جهت ایجاد شرایط مطلوب توسعه کارآفرینی در کشور دارند. جدول شماره ۱ وزن و اولویت کلیه شاخصها را به ترتیب اهمیت نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱- وزن و اولویت شاخصها بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	نوع حمایت و نظارت	وزن شاخص
۱	رعایت قوانین حمایتی (کپی‌رایت)	۲۷,۹۸
۲	حمایت از تولیدات داخلی (توصیه و تبلیغ رایگان)	۲۵,۶۳
۳	وجود رشته‌های تخصصی در سطح دانشگاه	۲۴,۹۰
۴	حمایت از طرح‌های جدید و ابتکاری	۲۴,۵۵
۵	بکارگیری مسئولین آگاه از صنعت بازی در سازمانهای مربوط	۲۴,۴۳
۶	حمایت از صدور تولیدات به بازارهای خارجی	۲۳,۸۹
۷	حمایت از حضور شرکتها در نمایشگاهها و جشنواره های جهانی	۲۲,۴۰
۸	آموزشهای کوتاه مدت تخصصی تولید بازی	۲۲,۱۴
۹	کمکهای مالی دولت به شرکتها	۲۲,۱۱
۱۰	دسترسی به وامهای بلند مدت و کم‌بهره	۲۲,۱۰
۱۱	حمایت شرکتهای بیمه از سرمایه‌گذاری در صنعت بازی	۲۲,۰۹
۱۲	وضعیت اطلاع‌رسانی صنعت بازی در کشور	۲۱,۵۸
۱۳	همکاری میان صنعت بازی و دانشگاهها	۲۰,۲۴
۱۴	وجود مراکزی برای کمکهای مشورتی	۲۰,۰۱
۱۵	حمایت از پژوهشهای کاربردی مربوط	۱۹,۶۸
۱۶	ایجاد کتابخانه‌های تخصصی	۱۹,۴۱
۱۷	تخفیف و معافیت‌های مالیاتی	۱۹,۱۹
۱۸	وجود استودیوهای حرفه‌ای تولید	۱۸,۵۹
۱۹	تقویت فرهنگ کارآفرینی در صنعت بازی برای جلب افراد با استعداد	۱۸,۱۸
۲۰	تعیین سیستم رده‌بندی سنی بازیها	۱۸,۰۴
۲۱	دسترسی به نیروی انسانی متخصص	۱۷,۵۶
۲۲	مشخص بودن شرایط تولید بازی	۱۷,۵۴
۲۳	کنترل محتوی غیراخلاقی بازیها	۱۶,۹۴
۲۴	تشکیل خوسه‌های تولید بازی از شرکتهای کوچک	۱۶,۷۵
۲۵	وجود تشکلهای صنفی	۱۶,۲۰

۱۶,۰۳	وجود مرکز متولی در صنعت بازی	۲۶
۱۵,۱۸	محدودیت ورود بازیهای خارجی	۲۷
۱۴,۳۴	امکان کارورزی در شرکتهای تولیدکننده	۲۸
۱۳,۸۲	تاسیس مراکز رشد (انکوباتور)	۲۹
۱۲,۶۸	پایگاه اینترنتی صنعت بازی	۳۰
۱۰,۴۹	دسترسی به تجهیزات لازم با قیمت مناسب	۳۱
۷,۸۸	اینترنت ارزان و پر سرعت جهت بازیهای آن لاین	۳۲
۷,۶۸	برگزاری جشنوارهها و نمایشگاهها	۳۳
۵,۰۴	سهولت مقررات ثبت شرکت	۳۴
۴,۷۴	دسترسی به گیم انتها	۳۵

اولویت بندی شاخصها در مؤلفه های مربوط

پس از آن شاخصهای مربوط به هریک از مؤلفهها نیز با استفاده از آزمون فریدمن رتبه بندی و اهمیت و اولویت آنها نسبت به یکدیگر تعیین گردید. بر این اساس مهم ترین شاخصهای هر مؤلفه که در تعیین استراتژیهای پیشنهادی به آنها استناد شده است، به ترتیب اهمیت عبارتند از:

مهم ترین شاخصهای مؤلفه حمایت های مالی و فنی

۱. حمایت از محصولات داخلی (توصیه و تبلیغ رایگان)
۲. حمایت از صدور تولیدات به بازارهای خارجی
۳. ارائه وامهای بلندمدت و کم بهره
۴. اختصاص کمکهای مالی دولت به شرکتهای

مهم ترین شاخصهای مؤلفه حمایت های آموزشی

۱. ایجاد رشته های تخصصی در سطح دانشگاهها
۲. ارائه دوره های آموزشی کوتاه مدت تخصصی
۳. همکاری میان صنعت بازی و دانشگاه
۴. حمایت از پژوهشهای کاربردی مربوط

مهم‌ترین شاخصهای مؤلفه حمایت‌های مدیریتی

۱. رعایت قوانین حمایتی (کپی‌رایت)
۲. حمایت از طرح‌های جدید و ابتکاری
۳. به‌کارگیری مسئولین آگاه از صنعت بازی در سازمان‌های مربوط
۴. حمایت از حضور شرکتها در نمایشگاهها و جشنواره‌های جهانی

تعیین استراتژی‌ها

استراتژی‌های پیشنهادی که با توجه به اهمیت و اولویت‌بندی مؤلفه‌ها و همچنین اهمیت و وزن شاخصها در هر یک از مؤلفه‌ها تعیین گردیده‌اند، عبارتند از:

۱. استراتژی نفوذ در بازار

انتخاب این استراتژی براساس نیاز سنجی صنعت بازیهای رایانه‌ای صورت گرفته است. طبق یافته‌های پژوهش از نظر پاسخگویان مهم‌ترین نیاز این صنعت در شرایط فعلی حمایت‌های مالی عنوان گردیده و در میان شاخصهای این مؤلفه نیز حمایت از فروش محصولات داخلی بیشترین اهمیت و اولویت را دارد. با توجه به اینکه امکان صدور تولیدات داخلی با کیفیت فعلی در حد گسترده به سایر کشورها تقریباً غیرممکن است، به نظر می‌رسد مؤثرترین راه افزایش فروش تولیدات، نفوذ در بازارهای داخلی است. این استراتژی زمانی به‌کار می‌رود که بازارهای کنونی از محصول مورد نظر اشباع نشده باشد و میزان مصرف نیز سیر صعودی داشته و احتمال بالا رفتن نرخ آن در آینده هم بسیار زیاد باشد (دیوید، ۱۳۸۵: ۱۲۷). این ویژگیها کاملاً با شرایط فعلی صنعت بازیهای رایانه‌ای در کشور ما مطابقت دارد. هدف این استراتژی افزایش فروش تولیدات در داخل کشور با هدف سودآور نمودن فعالیت جهت ایجاد فرصت اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، تأمین خودکفایی و ایجاد صنعتی مستقل در کشور است. اجرای این استراتژی از طریق تبلیغات گسترده و اطلاع‌رسانی در مورد فواید بازیهای داخلی نسبت به تولیدات سایر کشورها، هدایت تولیدات داخلی در جهت نیازهای نظام آموزشی و همچنین تشویق بازی سراها به استفاده از بازیهای داخلی امکان‌پذیر است.

۲. استراتژی توسعه و ارتقا مهارت نیروی انسانی

بررسی صنعت بازی در جهان نشان می‌دهد که نیاز این صنعت به مهارتهای فنی و مدیریتی در حال تغییر و گسترش سریع است و رقبای جهانی در حال سرمایه‌گذاری وسیع بر روی برنامه توسعه

مهارت‌های مورد نیاز این صنعت هستند. در این زمینه مطالعه برنامه‌های کشورهای امریکا، ژاپن، بریتانیا، آلمان، فرانسه، کانادا، سوئد، کره جنوبی، استرالیا و چین که در حال حاضر مهم‌ترین و عمده‌ترین تولیدکنندگان بازیهای رایانه‌ای در جهان هستند، نشان داد که ارائه آموزشهای عمومی در زمینه کارآفرینی و آموزشهای تخصصی در زمینه تولید بازی از مهم‌ترین و بارزترین اقدامات انجام شده در تمامی کشورهای مورد مطالعه بوده است (علائی، ۱۳۸۶: ۹۵-۱۵۰).

از سوی دیگر مطالعه و بررسی وضعیت صنعت بازیهای رایانه‌ای در کشور نشان داد که علیرغم نیاز این صنعت به نیروی انسانی متخصص و کمبود شدید آن، در حال حاضر برنامه مدونی برای آموزش تخصصی‌های مورد نیاز این صنعت در کشور وجود ندارد (علائی، ۱۳۸۵: ۲).

با استناد به موارد مزبور و براساس تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده در این پژوهش که نشان می‌دهد ضعف سیستم آموزشی در ارائه آموزشهای مورد نیاز یکی از مهم‌ترین دلایل ضعف این صنعت در شرایط فعلی کشور و یا به عبارت دقیق‌تر دومین مؤلفه اثرگذار بر موضوع پژوهش است، توسعه و ارتقا مهارت نیروی انسانی به عنوان دومین استراتژی پیشنهادی تعیین و جهت اجرا به سازمان‌های ذیربط پیشنهاد می‌گردد.

هدف این استراتژی تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز صنعت بازی‌های رایانه‌ای، با همکاری سیستم آموزشی و حمایت همه‌جانبه دولت به منظور افزایش کارآفرینان بالقوه و ایجاد انگیزه جهت گرایش به فعالیت در این صنعت و ارتقاء سطح کیفی و کمی تولیدات داخلی در حد استانداردهای قابل‌قبول است که به ترتیب با اجرای سیاستهایی مانند: ایجاد رشته‌های تخصصی در سطح دانشگاهها، ارائه دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت تخصصی، همکاری میان صنعت بازی و دانشگاه و حمایت از پژوهشهای کاربردی مربوط و ... امکان‌پذیر است.

۳. استراتژی اصلاحات ساختاری و نهادسازی

به طور کلی منظور از اصلاحات ساختاری، اصلاح در قوانین، مقررات و چارچوبهای حقوقی حاکم بر ابعاد مختلف تأسیس و راهبری کسب و کارهاست. مهم‌ترین این قوانین قانون حق مالکیت معنوی، مقررات ثبت و تأسیس شرکتها، قانون مالیاتها و قوانین کار و قوانین رقابت است. هدف از اصلاحات ساختاری اطمینان از انطباق چارچوب قانونی - حقوقی با نیازها و ضرورت‌های توسعه کارآفرینی در مقاطع مختلف زمانی است و عمدتاً با هدف بهبود فضای قانونی - حقوقی به نفع کسب و کارهای جدید و در حال رشد صورت می‌گیرد. انجام این فعالیتها نیازمند وجود یک مرکز متولی و به کارگیری مسئولین آگاه و انجام سایر وظایف مدیریتی است.

مطالعه برنامه‌های سایر کشورها در زمینه توسعه کارآفرینی نیز نشان می‌دهد که فعالیت این کشورها با ایجاد یک مرکز مسئول و متولی سیاست‌گذاری در امر کارآفرینی انجام می‌شود. این‌گونه مراکز که تمامی سیاستهای دولت در این زمینه از مجرای آنها می‌گذرد، اساساً به امور بنگاههای خرد می‌پردازند. ارائه خدمات مشاوره‌ای در زمینه‌های مدیریت و امور مالی، فعالیتهای تجاری و بازاریابی و تهیه طرحهای توجیهی و همچنین اطلاع‌رسانی از جمله فعالیتهای این مراکز است که با هزینه دولت و به طور رایگان به کارآفرینان ارائه می‌شوند.

به علاوه اصلاحات ساختاری و نهادسازی با هدف تجهیز منابع مختلف جامعه و هدایت آنها برای توسعه کارآفرینی بوده و ارائه خدمات مشاوره‌ای به کارآفرینان نیز در جهت تقویت توان و ظرفیت بهره‌برداری آنها از منابع برای جواب‌گویی به فرصتهای اقتصادی صورت می‌گیرد. ایجاد و تقویت ارزشها، نگرشها و رفتارهای کارآفرینانه، به طور کلی تحت عنوان فرهنگ‌سازی کسب و کار توسط سازمانهای ذی‌ربط نیز از مؤلفه‌های اصلی استراتژی دولتها در توسعه کارآفرینی است (شاه‌حسینی، ۱۳۸۳: ۱۳۴-۱۴۷).

تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده در این پژوهش هم نشان داد که از دید پاسخگویان در میان مؤلفه‌های مورد نظر، حمایت‌های مدیریتی سومین مؤلفه تأثیرگذار بر موضوع پژوهش است. به‌علاوه اولویت‌بندی شاخصهای این مؤلفه نیز نشان داد که عدم رعایت قوانین حمایتی از جمله کپی‌رایت و ضعف در ارائه حمایت‌های مورد نیاز تولیدکنندگان از مهم‌ترین نیازهای این صنعت در شرایط فعلی کشور است. این مشکلات با اجرای قوانین حمایتی از طریق تقویت مرکز متولی کارآفرینی و به‌کارگیری مسئولین آگاه از صنعت بازی در سازمانهای مربوط و انجام سایر حمایت‌های مدیریتی مورد نیاز قابل رفع است.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش مطالعه و بررسی استراتژیها و برنامه‌های ده کشور برتر صنعت بازیهای رایانه‌ای در جهان نشان داد که این کشورها برای توسعه فرصتهای کسب و کار در این صنعت و همچنین دستیابی به بازارهای جهانی، اقدام به تدوین استراتژیها و اجرای برنامه‌های مختلفی نموده‌اند. اگرچه این برنامه‌ها با رویکردهای متفاوتی تنظیم شده‌اند، به‌طوری‌که از دخالت‌های مستقیم و کمک‌های نقدی به شرکتهای بزرگ و معروف مانند کشور چین گرفته (Qun & Xiaosong، ۲۰۰۵: ۹-۶) تا عدم کمک‌های مستقیم و سرمایه‌گذاری صرف بر روی زیر ساختها (کشور ژاپن) را شامل می‌شوند، (متی، ۲۰۰۶: ۴-۱) اما در هر دو رویکرد، کشورهای مورد مطالعه به دلایل مختلف از جمله سودآوری و اشتغال‌زایی این صنعت و فرهنگ‌ساز بودن آن، برنامه‌های وسیع و متنوعی در حمایت از این صنعت اجرا کرده‌اند.

از سوی دیگر بررسی وضعیت صنعت بازیهای رایانه‌ای در داخل کشور و تحلیل فاصله میان وضع موجود و مطلوب نشان می‌دهد که وضعیت فعلی این صنعت تا حد زیادی از سطح مطلوب فاصله دارد. اگرچه مشکلات بسیاری موجب ایجاد این فاصله شده‌اند، اما مهم‌ترین عامل ضعف این صنعت در شرایط کنونی کشور از نظر پاسخگویان عدم رعایت حق مالکیت معنوی اعلام شده است. پس از آن عدم حمایت از تولیدات داخلی، کمبود رشته‌های تخصصی مورد نیاز در سطح دانشگاهها و عدم حمایت از طرحهای جدید و ابتکاری از دیگر عوامل مهم تضعیف این صنعت در شرایط فعلی کشور شمرده شده‌اند. بدین ترتیب درحالی‌که تولیدات اندک و کم‌توان این صنعت نوبا توانایی رقابت با بازیهای خارجی را ندارند، ولی در یک محیط ناامن اقتصادی در کنار کپی‌های غیرقانونی پیشرفته‌ترین تولیدات کشورهای پیشرو که ورود آنها به کشور آزاد است، قرار گرفته و به رقابتی غیرعادلانه با آنها می‌پردازند.

به منظور دستیابی به اهداف پژوهش و کمک به رفع این مشکلات و با استناد به ادبیات پژوهش مبنی بر تأثیرگذاری سیاستهای دولت بر توسعه کارآفرینی، ابتدا برنامه‌های حمایتی ده کشور برتر این صنعت در جهان مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت تا مهم‌ترین سیاستها و برنامه‌هایی که برای توسعه فرصتهای کسب و کار مورد استفاده قرار گرفته و در عمل تأثیرگذاری آنها به اثبات رسیده است، مشخص گردند. این برنامه‌ها در طراحی مدل مفهومی برای ارزیابی شرایط موجود و مطلوب و تعیین استراتژیهای پیشنهادی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

جهت تعیین استراتژیهای توسعه کارآفرینی در این صنعت، ابتدا میزان برازش الگوی پیشنهادی با شرایط صنعت بازی در کشور از نظر تولیدکنندگان و سیاست‌گذاران این صنعت مشخص گردید و پس از روشن شدن عدم تناسب آن با وضعیت و شرایط فعلی کشور، ابتدا از میان کلیه شاخصها تعداد شش شاخص که کمترین امتیاز را جهت ایجاد شرایط مطلوب در کشور کسب کرده بودند، از مجموعه عوامل حذف گردیده و بقیه شاخصها در سه گروه دسته‌بندی شدند. سپس برازش این الگو و میزان اثرگذاری هریک از متغیرهای پیش بین بر متغیر ملاک با استفاده از روش تحلیل مسیر مشخص گردید. مقایسه شاخصهای برازش دو مدل نشان داد که الگوی دوم دارای شاخصهای برازش بهتری در مقایسه با الگوی اول است. به علاوه با استناد به اصل امساک در علم، الگویی قابل قبول است که با حداقل درونداد، ما را به بیشترین مقدار برونداد رهنمون نماید. بنابراین مدل دوم با درونداد کمتر و میزان برازش بهتر مورد قبول قرار گرفت تا براساس آن استراتژی‌های مناسب تعیین گردند.

نتیجه تحلیل مسیر الگوی دوم نشان داد که مؤلفه حمایت‌های مالی و فنی با اثر ۱/۲۵۳۷، حمایت‌های آموزشی با اثر ۰/۴۷۵۴ و حمایت‌های مدیریتی با اثر ۰/۳۷ به ترتیب بر توسعه کارآفرینی در صنعت مورد نظر

تأثیر دارند. به عبارت دیگر می‌توان گفت که عمده‌ترین ضعف‌های این صنعت از نظر پاسخگویان به ترتیب، مشکلات مالی، کمبود نیروی انسانی متخصص و مشکلات مدیریتی اعلام گردیده است.

برای رفع این مشکلات با توجه و استناد به چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران، خط‌مشی‌های مطرح‌شده در برنامه‌های توسعه و سایر قوانین موضوعه کشور در رابطه با وظایف دولت جمهوری اسلامی ایران در زمینه حمایت از توسعه کارآفرینی، ایجاد اشتغال، حمایت از تولید محصولات فرهنگی متناسب با فرهنگ بومی در کشور و با تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده، از میان راهبردهای ممکن، سه استراتژی اصلی جهت توسعه کارآفرینی در صنعت مورد نظر و رفع تنگناهای موجود مناسب تشخیص داده شد که اجرای آنها به سازمانهای ذی‌ربط پیشنهاد می‌گردد.

قابل ذکر است که اجرای موفق این استراتژیها نیازمند همکاری مؤثر میان صنعت بازاریهای رایانه‌ای، دولت، نظام آموزشی، سازمانهای مسئول حمایت از ایجاد و توسعه کسب و کار، سیستم رسانه‌ای کشور و سایر نهادهای فعال در زمینه تولید و عرضه بازاریهای رایانه‌ای و گروههای هدف برنامه‌های توسعه کارآفرینی است. این گروهها شامل کارآفرینان موجود و کارآفرینان آینده هستند.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۸)، کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، انتشارات پردیس.
- _____ (۱۳۸۳)، تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، گزارشی از اجلاس سالانه دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۱۳۸۶.
- _____ معرفی دانشکده، <http://ent.ut.ac.ir/1387>.
- دفتر همکاریهای فناوری ریاست جمهوری، کمیته مطالعات فناوری اطلاعات، طرح ساماندهی بازیهای رایانه‌ای، ۱۳۸۴.
- دلاور، علی (۱۳۸۱)، روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی، چاپ یازدهم، تهران: نشر ویرایش.
- دوتویت، استفان و ماتیلدا (۱۳۸۶)، لیززل محاوره‌ای، ترجمه علی دلاور و حسن علی ویس کرمی، تهران: ارسباران.
- دیوید، فردا (۱۳۷۹)، مدیریت استراتژیک، ترجمه پارسائیان - اعرابی، چاپ نهم، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- زالی، محمدرضا و سیدمصطفی رضوی (۱۳۸۷)، پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی، تهران: دانشکده کارآفرینی.
- شاه‌حسینی، علی (۱۳۸۳)، کارآفرینی، تهران: انتشارات آبیژ.
- شورای عالی انقلاب فرهنگی، اساسنامه بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای، (۱۳۸۵).
- شهرکی‌پور، حسن (۱۳۸۴)، «جایگاه کارآفرینی در دانشگاهها»، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن.
- علائی، سوسن (۱۳۸۵)، بررسی وضعیت آموزش تولید بازیهای رایانه‌ای در کشور، شورای عالی اطلاع رسانی.
- _____ (۱۳۸۶) پایان‌نامه دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- فناوران هنر امروز، تاریخچه بازیهای رایانه‌ای، ۱۳۸۵.
- کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، بررسی اثرات اجتماعی، فرهنگی و جسمانی بازیهای رایانه‌ای بر کودکان و نوجوانان، مرحله اول، ۱۳۸۱.
- مرکز کارآفرینی دانشگاه امیرکبیر، سابقه کارآفرینی در دانشگاههای کشور، سایت مرکز کارآفرینی دانشگاه امیرکبیر، ۱۳۸۲.
- هیوز، آون (۱۳۸۰)، مدیریت دولتی نوین، ترجمه مهدی الوانی، خلیل شورینی و غلامرضا معمارزاده، چاپ سوم، تهران: مروارید.
- (ACOA) Atlantic Canada Opportunities Agency, *Strategy in Canada*, April 1996.
- Cheng, Jacqui (2006), *Fact Sheet, National Summit on Educational Games Arts Technique*, Scientists Call for Government to Help Fund Video Game Research.
- Macmillan, Robert (2005), *the Video Game Industry's Strategy Guide*
www.washingtonpost.com.
- (METI), Announcement of Game Industry Strategy, A Vision for the Development and the Future of the Game Industry (Provisional Name). <http://www.meti.go>
- Qun, Ren and Yang Xiaosong (2005), *Analysis of the Development of Chinese Online Game Industry*, Institute of Business and Law National Centre of Computer Animation.