

شناسایی شایستگی‌های جوانان روستایی در زمینه کسب‌وکارهای صنایع دستی شهرستان ورامین

مرتضی اکبری^۱، رضا غلامزاده^۲، مریم شامانیان^۳

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه شهید بهشتی

چکیده

آموزه‌های توسعه روستایی در کشورهای مختلف جهان، در چند دهه‌ی گذشته نشان می‌دهند که توسعه‌ی روستایی تنها با تزریق سرمایه و فناوری محقق نمی‌شود، بلکه عامل‌های زیادی در این زمینه نقش ایفا می‌کنند. یکی از این عاملها توجه به بالابردن شایستگی‌ها و قابلیت‌های ساکنان روستا می‌باشد. این تحقیق، از نظر دیدمان جزو پژوهش‌های کیفی است و از نوع بررسی موردی است که با توجه به روش نمونه‌گیری هدفمند از ۱۰ نفر از کارآفرینان نوپای روستایی در حوزه‌ی صنایع دستی در شهر ورامین انجام شده است. تحقیق با هدف شناسایی شایستگی‌های جوانان روستایی در زمینه‌ی کسب‌وکارهای صنایع دستی انجام گرفت و در نتیجه ۲۳ مقوله کلی استخراج شدند که در سه بعد دانش، نگرش و مهارت دسته‌بندی شدند. نتیجه‌ی تحقیق نشان داد که در زمینه‌ی آموزش شایستگی‌ها به جوانان روستایی باید به شرایط زمینه‌ی کاری و حوزه‌ی کسب‌وکار و شرایط ویژه‌ی روستا توجه نمود و با در نظر داشتن آن شرایط هدف‌های دوره‌های آموزشی را سامان داد. در همین زمینه موردهایی چون فعالیت با منبع‌های محدود، خلاقیت و تنوع در تولید، آگاهی از اهمیت وجود میراث فرهنگی و علاقه‌ی اولیه و مشخص بودن مسیر شغلی از مهم‌ترین موردهای بیان شده توسط مصاحبه‌شوندگان بودند که نشان‌دهنده‌ی ضرورت طراحی و اجرای دوره‌های بومی آموزش کارآفرینی می‌باشند.

کلید واژه‌ها: شایستگی جوانان روستایی، کسب‌وکار، صنایع دستی، خلاقیت تولید

نویسنده‌ی مسئول: مرتضی اکبری

رایانامه: Mortezaakbari@ut.ac.ir

دریافت: ۹۴/۰۲/۲۹ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۰/۰۹

مقدمه

در بیشتر کشورها یکی از هدف‌های کلان توسعه، کاهش بیکاری و توسعه فعالیت‌ها شغلی است. امروزه مبحث اشتغال تنها یک بحث اقتصادی یا مربوط به یک کشور خاص نیست، بلکه به طور کلی همه‌ی کشورها به نوعی با چالش بیکاری دست به گریبان هستند و ابعاد این چالش، همه‌ی بخش‌های کشورها از جمله امور فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی و امنیتی را متأثر ساخته است (حیدری مکرر و محبی، ۱۳۹۱). از این رو امروزه، در همه کشورها ایجاد و تقویت کارآفرینی کم و بیش مورد تأکید بوده و دیدگاه‌ها و روش‌های مختلفی برای ارتقای آن ارایه شده است که بر حسب شرایط هر کشور می‌توان از آنها بهره‌گرفت (سوبل و کینگ، ۲۰۰۸). در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، اصلی‌ترین کسب‌وکارها در اختیار روستاییان قرار دارد و آنان اصلی‌ترین ایفاکنندگان نقش در اقتصاد کشورهای خود هستند (پوزا، ۲۰۰۷). با این حال، اغلب آنان ویژگی‌هایی مانند درون‌گرایی، انعطاف‌ناپذیری و ثبات در برابر دگرگونی‌ها را دارند (هال، ملین، نوردویست، ۲۰۰۱). به همین دلیل مایل به خطرپذیری در قالب فعالیت‌های کارآفرینی نیستند (جوهانیسون، ۲۰۰۲) و اغلب دارای شیوه‌ی زندگی سنتی بازدارنده و معیشتی‌اند که بازدارنده‌ی نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی می‌شود (هابرشون، ۲۰۰۶). امروزه نقش کسب‌وکارهای کارآفرینانه در ارتقای فعالیت‌های اقتصادی جامعه‌ها با افزایش نرخ اشتغال و تولید کالاها و خدمات جدید مورد توافق قرار گرفته است. از سویی ارتقای هرچه بیشتر اقتصاد روستایی به عنوان اساسی‌ترین عنصر در توسعه روستایی به شمار می‌رود، به طوری که استقرار و بقای جامعه روستایی، بدون کار مولد و سودآور برای ساکنان غیرممکن است (عبداله‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). راه‌اندازی و اداره یک واحد اقتصادی فعال در روستاها نیازمند آشنایی با طیف گسترده‌ای از دانش‌ها و مهارت‌هاست که در این زمینه، جوانان روستایی اغلب سطح مهارت کمتری دارند (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۹۲). به همین دلیل نیاز به آموزش‌های موردنیاز برای راه‌اندازی کسب‌وکار امروزه بیشتر احساس می‌شود. زیرا در گذشته افراد می‌توانستند حتی در

محیط‌های روستایی بدون گذراندن دوره‌های آموزشی عمومی و خاص و تنها با تأکید بر دانش بومی موجود در این نواحی کارآفرینی داشته باشند (صیدایی، ۱۳۹۳). ولی به دلیل متفاوت بودن زمینه‌های کارآفرینی در شرایط امروزی با گذشته، ضرورت آموزش شایستگی‌های مرتبط با کسب‌وکارها را پرهیزناپذیر می‌کند.

روستاها با وجود برخورداری از نعمت‌های طبیعی، از امکانات مناسب اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بی‌بهره‌اند و گونه‌ای معمول از منطقه‌ای محروم به‌شمار می‌روند. محرومیت از زندگی سبب مهاجرت‌های گسترده‌ی روستاییان به شهرها برای جستجوی کار و زندگی بهتر می‌شود (تووالف‌هوون، ۱۹۹۳). این وضعیت کم و بیش در روستاهای ایران نیز جایگاه دارد. برای نمونه، سرشماری‌های صورت گرفته در کشور نشان می‌دهد؛ در بین علل مهاجرت، جستجوی کار و انتقال شغلی بیشترین وزن را داشته است، از سوی دیگر میانگین نرخ رشد جمعیت در مناطق روستایی در طول سال‌های گذشته منفی بوده و آمار مربوط به جمعیت شاغلان جامعه روستایی نشان می‌دهد در ۵۵ سال گذشته، برخلاف رشد بسیار زیاد جمعیت کشور تنها ۲ میلیون نفر به جمعیت شاغلان روستایی اضافه شده است و نرخ بیکاری روستایی از ۱۲/۵ درصد در سال ۱۳۸۶ به ۱۷/۷ درصد در سال ۱۳۹۰ رسیده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱).

که از جمله دلیل‌های آن کاستی در تنوع اقتصادی، نبود نگاه کارآفرینی و همانند آن است. در نتیجه هر روز مناطق روستایی با چالش‌های راهبردی افزایش فاصله توسعه‌ای بین شهر و روستا (کمبود منابع انسان ساخت، بیکاری، درآمد کم، بهره‌وری پایین، فقر، افزایش مهاجرت روستایی، پس‌رفت‌های زیست محیطی روبه‌رو هستند (هزارجریبی، ۱۳۸۴). این موارد از چالش‌های مهم پایداری سکونت‌گاه‌های روستایی است. با عنایت به این چالش‌ها در جامعه‌های روستایی، افراد موفق در مقام کارآفرین، می‌توانند عاملها و نهادهای مختلف تولید را گرد آورند و با تلاش و کوشش‌های خلاقانه، فعالیت‌ها را به سوی موفقیت سوق دهند. بدیهی است که انگیزه فعالیت‌های کارآفرینی سودآوری شخصی است، اما ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی در سطح محلی (روستا)، منافع

همچنین بعضی شایستگی را به عنوان نتیجه‌ی به کار بردن دانش و مهارت به‌طور مناسب می‌دانند (کیو، ۱۹۹۳). مؤسسه‌ی نشنال پارک سرویس امپلویز، شایستگی را مجموعه‌ای از دانش، مهارت و توانایی‌ها در یک شغل خاص می‌داند که به شخص اجازه می‌دهد به موفقیت در انجام وظایف دست یابد (پرهیزگار، ۲۰۱۰).

به باور بیرد (۲۰۰۲) سه لایه‌ی اصلی شایستگی‌های کارآفرینانه عبارت‌اند از: انگیزه‌ها و ویژگی‌ها، نقش‌های اجتماعی و خویشتن‌پنداری و رفتارها، دانش و مهارت‌ها. انگیزه‌ها و ویژگی‌ها عمیق‌ترین لایه‌ی شایستگی‌ها را تشکیل می‌دهند که در ناخودآگاه ذهن قرار داشته و مشاهده‌ی عینی و دقیق آنان به شدت دشوار است. این ویژگی‌ها مبتنی بر شخصیت افراد بوده و امکان تغییر آنان در کوتاه‌مدت غیرممکن می‌باشد. لایه‌ی «نقش‌های اجتماعی و خویشتن‌پنداری‌ها» در خودآگاه ذهن قرار داشته و شامل ادراک‌های بین فردی منتج از رفتارهای اجتماعی است. باید یادآوری کرد که شایستگی‌های این لایه در خلال زمان و با گرایش آگاهانه‌ی افراد قابل تغییر و بهبود هستند. لایه‌ی «رفتارها، دانش، و مهارت‌ها» نیز قابل مشاهده‌ترین و قابل تغییرترین سطح شایستگی‌هاست (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۲).

دیکسون و همکاران (۲۰۰۵) بر این باورند که شایستگی‌های کارآفرینانه به مجموعه صفات موردنیاز کارآفرین برای کارآفرینی موفقیت‌آمیز و پایدار اشاره دارد. آنان شایستگی‌های کارآفرینانه را در هشت خوشه شایستگی به شرح زیر شناسایی کردند: رهبری گروهی، مهارت‌های ارتباطی، قابلیت اعتماد، مهارت‌های سازمانی و برنامه‌ریزی، مهارت‌های پایه‌ای کسب‌وکار، مهارت‌های حل مسئله، ویژگی‌های شخصی و خلاقیت.

با بررسی تعریف‌های شایستگی، مشخص می‌شود که یک تعریف واحد در مورد شایستگی وجود ندارد (کرمی، ۱۳۸۶). با این وجود در بین تعریف‌های مختلف می‌توان ابعاد مشترک و پرتکراری را یافت که شامل دانش، مهارت و توانایی هستند. فرآیند توسعه دانش و آگاهی‌های نظری به گونه معمول، از راه تحصیل در سطوح دانشگاهی به‌دست می‌آید. توسعه دانش و آگاهیها، زیربنای توسعه‌ی مهارت‌ها و نگرش به‌شمار می‌آید و به تنهایی و به‌خودی خود،

منطقه‌ای و ملی را نیز به دنبال دارد (سبکبار و همکاران، ۱۳۹۰). این شرایط را در شهرستان ورامین نیز می‌توان در کاهش شمار روستاهای دارای سکنه و همچنین میزان مهاجرت و سطح بیکاری روستایی مشاهده کرد.

در این ارتباط تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی روستا بر پایه توان‌مندی و ظرفیت‌های موجود و شناسایی و تقویت شایستگی روستاییان به ویژه قشر جوان در شهرستان ورامین می‌تواند تقویت‌کننده‌ی توسعه‌ی اقتصادی روستاها باشد. صنایع دستی از جمله صنایع با قدمت طولانی در مناطق روستایی هستند. از آنجایی که روستاییان به صورت نسبی وقت آزاد زیادی (به‌ویژه به صورت فصلی) در اختیار دارند، اغلب در زمینه‌ای از این‌گونه صنایع وارد می‌شوند. مواد اولیه مورد نیاز صنایع دستی، به وفور در مناطق روستایی موجود است، ضمن آنکه نیازمند دانش بسیار خاص یا فناوری سطح بالایی نیست. این صنایع، زمینه اشتغال مناسبی نیز برای جوانان به ویژه زنان (به عنوان قشر عظیمی از جمعیت روستایی) به‌شمار می‌آید.

به همین دلیل در این تحقیق سعی بر آن است تا شایستگی‌های لازم برای جوانان روستایی در زمینه‌ی راه‌اندازی کسب‌وکارهای صنایع دستی استخراج شود. لذا مسئله تحقیق بدین صورت مطرح می‌شود که شایستگی‌های موردنیاز جوانان روستایی شهرستان ورامین برای راه‌اندازی کسب‌وکار در حوزه‌ی صنایع دستی چیست؟

شایستگی مجموعه‌ای از رفتارها، مهارت‌ها، دانش‌ها، نگرش‌ها و ویژگی‌های شخصیتی است که بیشترین ارتباط را با عملکرد موفقیت‌آمیز دارند (سی‌نوت، ۲۰۰۲). در دسته‌بندی شایستگی‌ها، شایستگی‌ها را شامل فکری (حل نارساییها، مدیریت اطلاعات، درک فرآیندها و سامانه‌ها، استقلال و مسئولیت)، پایه (توانایی خواندن و نوشتن، استفاده و تفسیر نمادها و فرمول‌های ریاضی)، فنی (دانش ابزار و عملکرد ماشین‌آنها، ابزار و روش‌های کار)، رفتاری (ظرفیت برای بیان لفظی خود و تعامل با همکاران) می‌دانند. فرهنگ آکسفورد، شایستگی را به عنوان قدرت، توانایی و ظرفیت انجام‌دادن یک وظیفه تعریف می‌کند.

خود هدف نهایی آموزش کارآفرینی را در سه بعد نگرش، دانش و مهارت بیان می‌کند.

با نگاهی به پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه شایستگی‌های کارآفرینانه می‌توان گفت، با وجود اینکه هر یک از این بررسیها موضوع را از جنبه‌های متفاوتی بررسی کرده‌اند، اما اغلب آنها ابعاد اساسی شایستگی‌ها را از جمله دانش، مهارت‌ها و نگرش، به عنوان سرشاخه‌های اصلی برای تعریف شاخص‌های شایستگی‌های کارآفرینانه مدنظر قرار داده‌اند. بدین منظور در این تحقیق در طبقه‌بندی مقوله‌ها و ارایه نتایج از این ساختار استفاده شده است.

روش‌شناسی

این تحقیق بخشی کیفی حاصل از یک تحقیق آمیخته است که انجام شده است. زمانی که استفاده از پژوهش کمی یا کیفی به تنهایی برای درک مشکل ناکافی باشد، استفاده از روش‌های آمیخته مناسب است. به دلیل نارسایی‌های ذاتی هر کدام از دیدمان‌ها، استفاده از هر کدام به تنهایی، ممکن است کافی نباشد. پژوهش کمی به طور مناسب داستان‌ها و منظور افراد را بررسی نمی‌کند یا اینکه به طور عمیق نمی‌تواند دیدگاه‌های افراد را دنبال کند. پژوهش کیفی نیز قادر به تعمیم نتیجه‌های گروهی کوچک به گروه‌های بزرگ نیست و نمی‌تواند آنچه عموم مردم درک می‌کنند را دقیقاً بسنجد.

این تحقیق، از نظر دیدمان (پارادایم) جزو پژوهش‌های کیفی است، از نظر هدف کاربردی و با استفاده از روش مصاحبه‌ی نیمه‌ساختارمند و بررسی موردی، انجام شده است. رویکرد بررسی موردی یکی از متداول‌ترین راهبردهای تحقیق کیفی به شمار می‌رود. بیشتر تحقیقات موردی به علت فرصت بررسی باز، قادر به استخراج روش‌های استقرایی پژوهش می‌شوند که هدف آن نظریه‌سازی و ایجاد فرضیه و نه تنها آزمون آن است. این تحقیق در مورد کارآفرینان روستایی نوپا در حوزه‌ی صنایع دستی در شهرستان ورامین انجام شده است. شهرستان ورامین به این دلیل انتخاب شد که صنعت‌های دستی متعددی در آن متمرکز هستند و به

تأثیر چندانی در توسعه‌ی شایستگی‌های مدیریتی ندارد (مومنی، ۱۳۹۰). دانش و آگاهی، به عنوان یک بعد اصلی در چارچوب‌های مختلف شایستگی تأکید شده است (بویاتزیس، ۲۰۰۸). مهارت از راه تکرار کاربرد دانش در محیط واقعی به دست آمده و توسعه می‌یابد. توسعه‌ی مهارت، به بهبود کیفیت عملکرد منجر می‌شود (مومنی، ۱۳۹۰).

توانایی ویژگی پایدار و گسترده را پدید می‌آورد که شخص را برای دستیابی و پیشینه عملکرد در مشاغل فیزیکی و فکری مقید می‌سازد. در واقع توانایی و مهارت، همسان هم بوده و تفاوت آنها در این است که مهارت ظرفیتی خاص برای انجام فیزیکی کارهاست. اما توانایی ظرفیت انجام کارهای فکری را مشخص می‌سازد. مهارت‌ها و آموزه‌ها نیز همواره به عنوان یکی از ابعاد اصلی چارچوب‌های شایستگی شناسایی شده‌اند (سنگی، ۲۰۰۷؛ میچل مور و رولی، ۲۰۱۰؛ بیرد، ۲۰۰۲). نگرش نیز تصویر ذهنی انسان از جهان و پیرامون آن است.

نگرش کارآفرینانه را می‌توان به صورت جهت‌گیری‌های شخصی به سوی فعالیت‌های ارزش‌افزا در آینده و خوداستخدامی در کسب و کارهای کوچک تعریف کرد (بورگر و ماهادیا، ۲۰۰۵). در واقع نگرش کارآفرینانه، فرد را درگیر کارآفرینی کرده و جداکننده‌ی کارآفرینان از غیرکارآفرینان است (لیندسی و جردان، ۲۰۰۷). نگرش‌ها و خویشتن‌پنداری‌ها در اغلب پژوهش‌های حوزه‌ی شایستگی به عنوان یکی از ابعاد اصلی شایستگی دسته‌بندی شده‌اند (سنگی، ۲۰۰۷).

عزیزی و همکاران (۱۳۹۲)، در تحقیق خود پنج خوشه اصلی از شایستگی‌های کارآفرینانه را به شرح زیر بیان کردند: دانش و آگاهی‌ها، مهارت‌ها و تجربه‌ها، شایستگی و ویژگی‌های شخصی، نگرش‌ها و خویشتن‌پنداری‌ها، ارزش‌ها و اخلاقیات. رضایی و همکاران (۱۳۹۱)، بر پایه‌ی داده‌های میدانی مورد تأیید قرار گرفته مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینی را به شرح زیر بیان کردند: دانش کارآفرینی، مهارت‌های عمومی، قوانین و مقررات، شایستگی‌های شغلی، تدوین طرح کسب و کار و مهارت‌های مدیریتی.

همچنین، کمیسیون آموزش اروپا (۲۰۱۲)، در گزارش

داده‌ها استخراج شدند و به آنها کد اختصاص داده شد (کدگذاری باز) سپس موردهایی که اشاره به یک جنبه یا موضوع خاص و مشترک از پدیده داشتند؛ یک عنوان (مفهوم) به خود گرفتند. چند مفهوم یک مولفه (کد محوری) را تشکیل داده و برای یک یا چند مولفه یک مقوله (طبقه) تعیین شد. در جدول ۱ ویژگی‌های نمونه‌های تحقیق مشخص شده است. در این تحقیق فقط به منظور فراهم کردن شناخت کلی از جامعه آماری برخی از ویژگی‌ها مورد ارزیابی قرار گرفتند.

جدول ۱- ویژگی نمونه‌های تحقیق

ردیف	رشته فعالیت	سن	جنسیت	پیشینه فعالیت
۱	رودوزی سنتی	۲۷	مونث	۲سال
۲	شیشه‌گری	۲۹	مذکر	۲سال
۳	پارچه بافی سنتی	۲۸	مونث	۳سال
۴	سفال و سرامیک	۲۹	مذکر	۳سال
۵	جاجیم بافی	۲۷	مذکر	۲سال
۶	سفال و سرامیک	۳۰	مذکر	۳سال
۷	ملیله نقره	۲۸	مذکر	۲سال
۸	قلمزنی	۲۹	مذکر	۳سال
۹	سراجی سنتی	۲۶	مذکر	۳سال
۱۰	خیاطی	۲۷	مذکر	۳سال

بحث و نتیجه‌گیری

در تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، در آغاز گواهان ناشی از هر یک از مصاحبه‌ها استخراج شدند. استخراج گواهان در همه‌ی مصاحبه‌های صورت گرفته به استخراج ۱۳۷ کد باز (در مرحله نخست) منجر شد. سپس، سعی شد به منظور کدگذاری ثانویه با ادغام موارد همسان و حذف موردهای تکراری، عبارت‌های استخراج شده در قالب عبارت‌های معنادار تدوین شدند. در این مرحله ۵۸ مولفه (کدگذاری محوری) به دست آمد. در مرحله بعد برای شناسایی مقوله‌ها، ترکیب‌های لازم بین مولفه‌ها همراه با معنابخشی به عمل آمد. به این ترتیب عبارت‌های استخراج شده با ماهیت موضوعی همسان شناسایی و آنها در درون یک خوشه قرار داده شدند. در فرآیند تقسیم‌بندی و خوشه‌بندی مولفه‌ها، ۲۳ مقوله‌ی کلی (کدگذاری انتخابی) شناسایی شدند که در بُعدهای کلی دانش، مهارت و نگرش دسته‌بندی شد. الف. دانش

دلیل نزدیکی به تهران بسیاری از این صنعت‌گران ترجیح می‌دهند در این منطقه ساکن شوند. به دلیل این که تحقیق از یک مسئله با اجزای اصلی و واحدهای فرعی تشکیل شده، از جمله تحقیقات تک‌موردی جزءنگر می‌باشد. با توجه به اینکه تاکنون بررسی‌های اندکی راجع به شایستگی‌های جوانان روستایی و صنایع دستی در کشور انجام شده، بنابه ضرورت استفاده از روش بررسی موردی نسبت به دیگر روش‌ها در اولویت قرار گرفته است. جامعه آماری این تحقیق کارآفرینان نوپا بودند که در حوزه‌ی صنایع دستی در شهر ورامین فعالیت دارند. افراد موردبررسی با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند که پس از مصاحبه با ۸ نفر از کارآفرینان به علت اینکه داده‌ها تکراری بود (مرحله‌ی اشباع)، جهت اطمینان از تکراری بودن داده‌ها، دو مصاحبه دیگر انجام شد. در طی مصاحبه با مخاطبان، برای بالابردن اعتماد و قابلیت انتقال یافته‌ها، به برقراری تماس پی در پی و ارایه‌ی اطلاعات با مصاحبه‌شوندگان اقدام شد.

تأییدپذیری با بازنگری قسمت‌های ابزار پژوهشی توسط مشارکت‌کنندگان و ناظرها صورت گرفت و نظرهای اصلاحی در طی مرحله‌های تحقیق اعمال شدند. از راه رویکرد شایستگی‌ها این قابلیت وجود دارد تا با دستیابی به عامل‌های اصلی موفقیت کارآفرینان پس از اولویت‌بندی آنان با مشارکت فراگیران، شایستگی‌های اساسی عامل‌های کارآفرینی را شناسایی و ارایه کرد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، در آغاز همه‌ی گفتگوهای ضبط شده (با کسب اجازه از مشارکت‌کنندگان) به متون نوشتاری تبدیل شدند. سپس، همه‌ی یادداشت‌های میدانی و نوارهای پیاده‌شده مورد بازبینی قرار گرفتند. محققان در این مرحله سعی کردند که با مرور مکرر داده‌ها، دید کلی نسبت به داده‌های گردآوری شده به دست آورند.

در مرحله‌ی بعدی، با استفاده از راهبرد جمله به جمله، عبارت‌های مهم و مرتبط با موضوع پژوهش مشخص شدند. تحلیل اطلاعات در این تحقیق با استفاده از روش تحلیل مقایسه‌ای مداوم یا کدگذاری باز و محوری صورت گرفت. در مرحله‌ی اول، و در کدگذاری باز با جزبه‌جز کردن اطلاعات در آغاز نکات کلیدی

و دانش نسبت به روش های تبلیغات و اطلاع رسانی و شناخت دیدگاه های مشتری و بازار مصرف و تأمین کنندگان و رقیبان را از جمله دانش های مورد نیاز برای کارآفرینان روستایی ذکر نموده اند و همچنین برخورداری از آن را یکی از عامل های موفقیت خود و دیگران عنوان کرده اند.

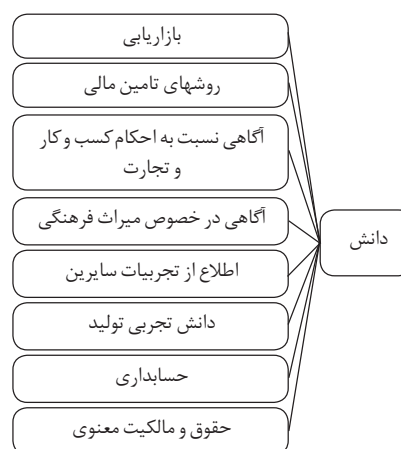
از دیگر موارد مشترک که مشارکت کنندگان در تحقیق آن را مهم شمرده اند موضوع «تأمین مالی» است.

تعهد در تولید و طراحی محصول و توجه احکام شرعی کسب و کار یکی از مواردی است که کارآفرینان اشاره کردند. صنایع دستی و گردشگری، به طور کلی میراث فرهنگی در یک اجتماع، رابطه تنگاتنگی با یکدیگر دارند و برهم تأثیر مستقیم و متقابل دارند. این موضوع و اهمیت آن را کارآفرینان مشارکت کننده در تحقیق به خوبی بیان کرده اند.

همچنین اطلاع از آموزه های افراد موفق و ناموفق نقش مهمی در آینده شغلی و همچنین چگونگی روبه روشن شدن افراد با موقعیت های پیش رو دارد. این موضوع در مصاحبه هایی که با کارآفرینان حوزه صنایع دستی صورت گرفت نیز آشکار است.

برخورداری از دانش تجربی تولید، پیش از اقدام به راه اندازی کسب و کار کارآفرینانه در زمینه صنایع دستی موضوعی است که مورد توجه مشارکت کنندگان در تحقیق قرار گرفته است. برخورداری از حسابداری شفاف و همچنین برخورداری از دانش کافی در زمینه مدیریت هزینه عامل تعیین کننده در استمرار یک کسب و کار کارآفرینانه در حوزه صنایع دستی می باشد. از دیگر موارد بیان شده توسط مشارکت کنندگان در تحقیق به عنوان عامل موفقیت کارآفرینان صنایع دستی و همچنین مولفه های ضروری برای آموزش ایشان، موضوع «حقوق و مالکیت معنوی» است.

دانش همان صورت ذهنی دیدگاهها، واقعیتها، مفهوما، داده ها و روش های ثبت شده در حافظه ی انسان است که از فکر آن ها سرچشمه می گیرند و مبتنی بر اطلاعاتی اند که با تجربه، باورها و ارزش های شخصی، همراه با تصمیم و عمل وی، دگرگون و بارور می شوند. دانش هر شخص با دانش فرد دیگری که همان اطلاعات را دریافت می کند، یکسان نیست (رضوی و اکبری، ۱۳۹۲). با توجه مولفه های کلی استخراج شده از تحقیق، ۸ مولفه در بعد دانش جای گرفته اند که از جمله مولفه های پرتکرار در مصاحبه های صورت گرفته بودند. در نگاره ی ۱ اجزای تشکیل دهنده ی بعد دانش آورده شده است همچنین در ادامه مهم ترین موارد آورده شده در بعد دانش تشریح گردید.



نگاره ۱- اجزای تشکیل دهنده بعد دانش

یکی از موارد مشترک که شرکت کنندگان در تحقیق بر آن به عنوان عامل موفقیت خود توافق نظر داشتند «بازاریابی» بوده است. مشارکت کنندگان در تحقیق مواردی چون دانش در زمینه ایجاد بازار جدید، روش های بازاریابی

جدول ۲- شواهد استخراج شده از بعد دانش

صنعت	نمونه مصاحبه	مولفه استخراج شده
شیشه گری	شناخت بازار و سلیقه مشتری حرف اول را می زند. به عبارتی باید بگویم که کسی که در صنایع دستی بتواند دیدگاه های مشتریان را بشناسد و بداند که چه کسانی مصرف کننده محصولات او هستند و چه انتظاری از محصولش دارد گام اول را برداشته است. باید به بازار تأمین کنندگان هم مسلط بود. چون مواد ارزان و باکیفیت تهیه کردن بسیار در قیمت و کیفیت محصول نهایی اهمیت دارد (مصاحبه انفرادی ۹۲/۳/۲۳؛ شیشه گری).	بازاریابی
جاجیم بافی و ملیله نقره	برای تأمین مالی، ما باگردآوری سرمایه از تولیدکنندگان اقدام کردیم و به صورت مشارکتی و جمعی این مرحله را پشت سر گذاشتیم. این نکته مهم است که باید مدیر مجموعه به نکات تأمین مالی و ظرافت های آن مسلط باشد در غیر این صورت ممکن است به مشکل برخورد کند (مصاحبه انفرادی ۹۲/۳/۲۳؛ جاجیم بافی).	تأمین مالی

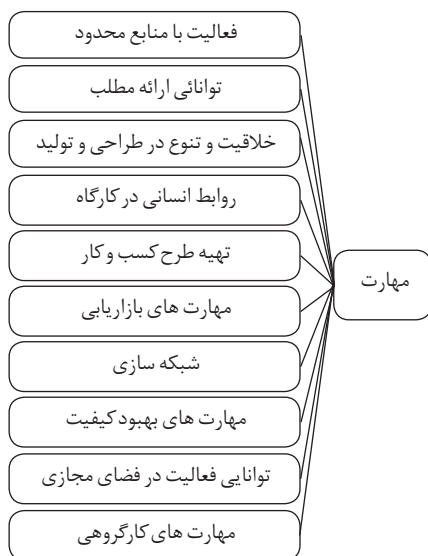
ادامه جدول ۲

صنعت	نمونه مصاحبه	مولفه استخراج شده
	در آغاز شروع فعالیت باید فرد بدانند که چطور می تواند برای کسب و کار خود تأمین مالی کند. به عبارت دیگر باید مبادی آن را بشناسد و راه های آن را بداند (مصاحبه انفرادی ۹۳/۴/۳۰؛ ملیله نقره).	
رودوزی های سنتی و خیاطی	فردی که می خواهد کار آفرینی کند باید اصول و احکام کار کردن را بداند یعنی بر حلال و حرام بودن کار خود بسیار مسلط باشد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۴؛ رودوزی سنتی). اگر فرد بر احکام شرعی کسب و کار مسلط نباشد به یقین به حرام درگیر می شود و این یعنی در آینده ضرر آن را خواهد ناخواه خواهد دید. برای این است که می گویم باید یک کسی که می خواهد یک کارگاه بزند باید به احکام شرعی بسیار مسلط باشد و به آن عمل کند (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۸؛ خیاطی).	آگاهی نسبت به احکام کسب و کار و تجارت
قلمزنی و خیاطی	یکی از نکاتی که باید به افراد آموزش داده شود و می تواند برای آنان مفید باشد، کما اینکه در دیگر کشورها چنین بوده، بحث رابطه صنایع دستی و گردشگری هست. باید این نکته را به صورت روشمند به افراد آموزش داد و مدل های درآمدزایی هنرمندان صنایع دستی از موضوع گردشگری برای آنان تشریح شود (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۵؛ قلمزنی). و کار آفرین فعال در حوزه خیاطی نیز چنین می گوید: دانستن راه کارهای استفاده از گردشگری برای فروش محصولات بسیار مهم است چون بدون وجود گردشگر تقریباً صنایع دستی یک منطقه نمی تواند چندین فروشی داشته باشد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۸؛ خیاطی).	آگاهی در زمینه میراث فرهنگی
سفال و سرامیک	فردی که می خواهد کار آفرینی کند باید بداند کسانی که پیشتر این راه رفته اند چه کرده اند و چه مسیری را گذرانده اند، این باعث می شود تا بهتر بتواند خود و کارش را مدیریت کند. در همین مورد هم بهتر است تا با کار آفرینان جهانی و ملی آشنا باشد و تا جای ممکن با کار آفرینان محلی خود ارتباط داشته باشد و از آموزه های آنان استفاده کند (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۳؛ سفال و سرامیک).	اطلاع از تجربیات دیگران
سفال و سرامیک	داشتن تجربه ی تولیدی و کارآموزی، درحقیقت عامل اصلی در بازاریابی و موفقیت در آن است (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۵؛ سفال و سرامیک).	دانش تجربی تولید
رودوزی های سنتی	در ضمن بتواند حسابداری شفافی داشته باشد که خودش بداند دارد چه کاری را انجام می دهد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۴؛ رودوزی سنتی).	حسابداری
شیشه گری	یکی دیگر از مواردی که باید به افراد آموزش داده شود و در کار ما نیز موثر بوده است، تسلط فرد بر قراردادهای حقوقی است. به این معنی که فرد بتواند قرارداد کاری تنظیم کند و متوجه ظرافت های آن بشود. همچنین از راهکارهای قانونی ثبت دیدگاه و طرح نیز مطلع باشد تا در صورت نیاز از آن استفاده کند (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۳؛ شیشه گری).	حقوق و مالکیت معنوی

ب. مهارت

مهارت را صاحب نظران توانایی انجام یک عمل، یک کار و یا یک وظیفه ذهنی (سنگی، ۲۰۰۷) یا توانایی پیاده سازی علم در عمل (دیانتی و عرفانی، ۱۳۸۸؛ ۱۵) تعریف کرده اند. در نتایج به دست آمده از تحقیق ۱۰ مولفه در بعد مهارت جای گرفته است. این مولفه ها به اقدام های و یا نوع رفتار فرد در موقعیت های مختلف اشاره دارد که باید در تعیین هدف های دوره های کار آفرینی مدنظر قرار گرفته شود. در شکل ۲ اجزای تشکیل دهنده بعد مهارت آورده شده است. همچنین در ادامه اهم موارد آورده شده در این بعد تشریح خواهد شد.

استفاده کردن از منابع محدود در تولید و به سرانجام رساندن آن مورد تأکید اغلب کار آفرینان صنایع دستی مشارکت کننده در تحقیق قرار گرفته است. به این معنی



نگاره ۲- اجزای تشکیل دهنده بعد مهارت

موارد الزامی برای موفقیت در کسب و کار است. توانایی برقراری ارتباط با دیگران و استمرار آن در طول زمان یکی دیگر از مواردی است که مورد تأکید مشارکت‌کنندگان در تحقیق قرار گرفته است. شبکه‌سازی و ارتباط با رقیبان، مشتریان، تأمین‌کنندگان مواد اولیه و همچنین مسئولان محلی از جمله مواردی است که مورد نظر کارآفرینان مشارکت‌کننده در تحقیق بوده است.

کنترل کیفیت و مهارت افراد برای بهبود محصولات تولیدی نکته‌ای مهم دیگری است که مورد توجه کارآفرینان مشارکت‌کننده در تحقیق قرار گرفته است. همچنین سرعت پیشرفت و نوآوری در محیط پیرامونی این ضرورت را برای همه‌ی حوزه‌های کاری از جمله صنایع دستی ایجاد کرده است تا با اطلاع از این نوآوری‌ها، در طراحی، تولید و عرضه محصولات خود تغییراتی را اعمال کنند. تسلط افراد برای فعالیت در فضای مجازی مورد تأکید کارآفرینان مشارکت‌کننده در تحقیق قرار گرفته است. تولید و عرضه محصولات صنایع دستی در اغلب موارد به صورت گروهی صورت می‌گیرد. به همین دلیل این مهارت‌های تشکیل‌گروه و انسجام‌بخشی به آن مورد توجه کارآفرینان مشارکت‌کننده در تحقیق قرار گرفته است.

که فرد این توانایی را داشته باشد تا با استفاده از منابع محدود و حتی غیر قابل استفاده، محصولی را تولید، عرضه و ارزش افزوده ایجاد کند.

یکی از مهارت‌های مورد نیاز برای موفقیت در تولید و عرضه محصولات، توانایی ارائه دیدگاه‌ها و مطالب تخصصی به دیگران است. خلاقیت در طراحی و تولید یکی از موارد دیگری است که بسیار مورد تأکید مشارکت‌کنندگان قرار گرفته است. به عبارتی از آن می‌توان به عنوان عامل اصلی موفقیت یاد کرد.

صنایع دستی، مجموعه فعالیت‌هایی است با استفاده از جمع‌های هنر و صنعت به دست می‌آید، لذا در آن بهره‌گیری از ذوق هنری دارای اهمیت بالایی است. کارآفرینان صنایع دستی بر این موضوع صحنه می‌گذارند که باید با رعایت روابط انسانی در کارگاه زمینه استفاده از خلاقیت افراد و توان فکری آنان فراهم شود.

پیش از آغاز هر فعالیت اقتصادی و یا توسعه‌ی آن نیاز است تا ارزیابی اقتصادی، فنی و بازاری آن صورت گیرد. این مورد نیز مورد توجه کارآفرینان مشارکت‌کننده در تحقیق قرار گرفته است. توانایی اجرای بازاریابی در محیط اطراف و مهارت‌های مورد نیاز برای آن از جمله

جدول ۳- شواهد استخراج شده از بعد مهارت

صنعت	نمونه مصاحبه	مولفه استخراج شده
سراجی	در شرایط کنونی که قیمت حرف اول را در فروش می‌زند، باید فرد بتواند با امکانات و حتی مواد اولیه محدود و حتی ضایعات یک محصول کاربردی تولید کند. این طور می‌شود در بازار رقابت کرد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۲/۲۰؛ سراجی سنتی).	فعالیت با منابع محدود
پارچه‌بافی سنتی و سفال و سرامیک	اینکه فرد بتواند از محصول خود تعریف و از آن دفاع کند یک کار مهم است که باید انجام شود (مصاحبه انفرادی ۹۳/۴/۲؛ توانایی ارائه مطلب پارچه‌بافی سنتی).	توانایی ارائه مطلب
سراجی سنتی	طراحی محصول باید همراه با خلاقیت باشد و کسی می‌تواند در بازار موفق باشد که بتواند طرح‌های متنوع تولید کند. یکی دیگر از مواردی که باید مدنظر باشد طراحی کاربردی محصول است که این هم نیاز به خلاقیت دارد. طراحی محصول باید کارآمد و کاربردی باشد تا بتوانیم فروش مستمری را داشته باشیم (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۰؛ سراجی سنتی).	خلاقیت و تنوع در طراحی و تولید
شیشه‌گری	در کارگاه باید به حقوق و دستمزد توجه ویژه داشت و آن را به صورت منصفانه تعیین کرد زیرا در استفاده از ظرفیت‌های نیروی انسانی بسیار مهم است. اینکه بتوانیم خلاقیت دیگران را شکوفا کنیم بسیار مهم و در سوددهی و موفقیت کسب و کار نیز تعیین‌کننده است (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۳؛ شیشه‌گری).	روابط انسانی در کارگاه
ملیله نقره	لازم است تا پیش از آغاز فعالیت و تولید هر محصول یک ارزیابی ساده از سودآوری و امکان تولید آن داشته باشیم. انجام این کار باعث آسودگی در مراحل بعدی می‌شود. به نظرم این مورد را نیز باید به افراد آموزش داد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۴/۳۰؛ ملیله نقره).	تهیه طرح کسب و کار
رودوزی‌های سنتی و شیشه‌گری	در خود کسب و کاری که دارد هم مهم است که بتواند بازاریابی خوبی در منطقه محل سکونت خود، در منطقه خود داشته باشد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۴؛ رودوزی سنتی).	مهارت‌های بازاریابی

ادامه جدول ۳

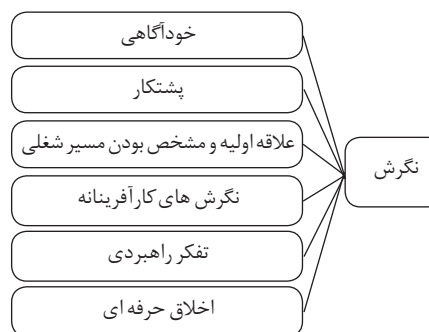
صنعت	نمونه مصاحبه	مولفه استخراج شده
جاجیم بافی	این مورد مهم است که فرد بتواند با دیگران ارتباط برقرار نماید و از قابلیت‌ها و ظرفیت‌های آنان استفاده لازم را ببرد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۳؛ جاجیم بافی).	شبکه‌سازی
پارچه‌بافی سنتی و سراجی سنتی	یکی از مواردی که بسیار اهمیت دارد که باید به آن عمل شود بحث کیفیت است. یعنی کیفیت محصول تولیدی باید بالا باشد، دقت در تولید باید وجود داشته باشد تا محصولی که به دست مشتری می‌رسد بتواند رضایت او را جلب کند (مصاحبه انفرادی ۹۳/۴/۲، پارچه‌بافی سنتی). کیفیت و دقت در فرایند تولید محصول خیلی مهم است. برای همین به نظر من باید فردی که می‌خواهد کارآفرینی کند و در حوزه صنایع دستی مشغول باشد باید بتواند محصول باکیفیت تولید کند و بر کیفیت محصول تولیدی در کارگاه خود نظارت کامل داشته باشد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۰؛ سراجی سنتی).	مهارت‌های بهبود کیفیت تولید
رودوزی‌های سنتی و سفال و سرامیک	محصولات خود را اگر بتواند به صورت اینترنتی عرضه کند بیشتر موفق خواهد بود (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۴؛ رودوزی مجازی) فرد باید بتواند در فضای مجازی جستجو کند و طرح‌های جدید، محصولات جدید و به طور کلی فضای جدید را به دست آورد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۳؛ سفال و سرامیک).	توانایی فعالیت در فضای مجازی
جاجیم بافی و ملیله نقره	فردی که می‌خواهد یک کارگاه صنایع دستی راه‌اندازی کند، باید بتواند با دیگران به صورت گروهی کار کند و به اصول و روش‌های آن آگاه باشد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۳؛ جاجیم بافی). برای به دست آوردن خروجی‌های بهتر باید این مهارت را داشته باشیم و بتوانیم یک گروه از افراد را دور هم جمع و آنان را مدیریت کنیم (مصاحبه انفرادی ۹۳/۴/۲۰؛ ملیله نقره).	مهارت‌های کارگروهی

ج. نگرش

خودآگاهی در واقع آگاهی از حالت‌ها، اولویت‌ها، توانایی‌ها و احساسات خود است که شامل خودآگاهی عاطفی؛ توانایی تشخیص عواطف و نقش آن در محیط کار؛ خودارزیابی دقیق؛ شناخت نقاط قوت و ضعف خود؛ اعتماد به نفس؛ داشتن احساس قوی از ارزش‌ها و توانایی‌های خود است. کارآفرین فعال در حوزه سفال و سرامیک خودآگاهی را شناختی که فرد نسبت به خود به دست می‌آورد، می‌داند. همچنین برخوردار از روحیه پشتکار و اصرار بر فعالیت در طی تنگناهای پیش آمده در استمرار یک کسب‌وکار اهمیت بالایی دارد.

یکی از مواردی که بسیار مورد تأکید کارآفرینان مشارکت‌کننده در تحقیق قرار گرفته است، مشخص بودن مسیر شغلی فرد است. به این معنی که فرد پیش از ورود به عرصه تولید صنایع دستی و کارآفرینی در آن هدف و چشم‌انداز شغلی خود را در این حوزه تعریف کرده باشد. کارآفرینان این مورد را ضامن باقی ماندن فرد در این زمینه شغلی و همچنین ثبات کسب‌وکار وی عنوان کرده‌اند. نگرش کارآفرینانه را می‌توان به صورت جهت‌گیری‌های

نگرش در نظر صاحب‌نظران عبارت است از تصویر ذهنی انسان از جهان و پیرامون آن و چارچوبی است که میدان اندیشه و عمل وی را تعیین کرده و شکل می‌دهد. درک انسان از پدیده‌های پیرامون خود و تصمیم‌گیری وی برای عمل بر مبنای تصویر ذهنی است (دیانتی و عرفانی، ۱۳۸۸). در نتایج این تحقیق ۶ مقوله کلی متناسب با بعد نگرش به دست آمده است که در شکل نشان داده شده است همچنین در ادامه اهم موارد آن تشریح خواهد شد.



نگاره ۳- اجزای تشکیل دهنده‌ی بعد نگرش

نادرستی رفتار فرد یا گروه را در حین فعالیت معین می کند، با عنوان اخلاق حرفه ای قلمداد می شود. برخورداری از انصاف و خوش قولی در کنار ارائه محصول با کیفیت مناسب به مشتریان از جمله مواردی است که مورد تأکید کارآفرینان مشارکت کننده در تحقیق قرار گرفته است.

شخصی و ذهنی به سوی فعالیت های ارزش افزا در آینده و خوداستخدامی در کسب و کارهای کوچک تعریف کرد.

توجه به شرایط زمان و تصمیم گیری بهینه با توجه به آن، موردی است که در این تحقیق به آن اشاره شده است. مجموعه ای از اصول و ارزش های معنوی که درستی یا

جدول ۴- شواهد استخراج شده از بعد نگرش

صنعت	نمونه مصاحبه	مولفه استخراج شده
سفال و سرامیک	شناخت به دو طریق کسب می شود یکی از طریق مقایسه ای که فرد بین خود و اطرافیان انجام می دهد و دیگری از طریق بازخوردهایی که دیگران به فرد می دهند و بر این باور است انسان برای شناخت دقیق تر و بهتر خود، باید آگاهی هایش را در مورد شناخت توانایی های خود طبقه بندی کند تا بتواند با توجه به توانایی ها و شایستگی های خود در کسب و کار موفق عمل نماید (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۳؛ سفال و سرامیک).	خودآگاهی
شیشه گری	یکی از مواردی که من به شخصه، موفقیت خود را وامدار آن می دانم پشتکار بوده است. یعنی خسته نشدن از شکست. یعنی اینکه توانستم در مواقعی که هیچ چیز معلوم نبود کار را ادامه بدهم. به نظر من کسی که می خواهد کارآفرین باشد باید بتواند اینطور عمل کند و این برای او ضروری است (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۳؛ شیشه گری).	پشتکار
رودوزی سنتی و ملیله نقره	اگر می خواهند موفق باشند باید کار را از مقیاس کوچک آغاز کنند و همچنین علاقه داشته باشند. این علاقه داشتن شرط اولیه موفقیت است (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۴؛ رودوزی سنتی). فرد باید برای آینده اش یک هدف داشته باشد، یعنی بداند که کجا می خواهد برود. بعد برای خودش ترسیم کند که چه مسیری را باید طی کند. اگر این را داشت از ادامه مسیر خسته نمی شود (مصاحبه انفرادی ۹۳/۴/۳۰؛ ملیله نقره).	علاقه اولیه و مشخص بودن مسیر شغلی
پارچه بافی و ملیله نقره	باید این انگیزه که می خواهد به لحاظ مالی مستقل باشد در فرد وجود داشته باشد تا بتواند سختی های آن را تحمل کند (مصاحبه انفرادی ۹۳/۴/۲، پارچه بافی سنتی). باید این توان را داشته باشد تا بتواند خطرهایی که وجود دارد را بپذیرد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۴/۳۰؛ ملیله نقره).	نگرش های کارآفرینانه
قلمزنی	به دلیل تغییر شرایطی که در محیط صورت می گیرد، باید بتوانیم در هر لحظه تصمیم لازم را بگیریم. به نوعی باید بگویم که نباید تصمیم های قطعی گرفته شود، بلکه با توجه به اقتضای محیط باید تصمیم گرفت (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۵؛ قلمزنی).	تفکر راهبردی
سفال و سرامیک و پارچه بافی سنتی	یک چیز مهم که باید همیشه در نظر داشت رعایت انصاف با مشتریان است. یعنی در تولید و فروش محصول منصف باشیم (مصاحبه انفرادی ۹۳/۳/۲۳؛ سفال و سرامیک). اگر دیگران به تعهد ما بر وعده هایمان اطمینان کنند، می شود بازار را به دست آورد. یعنی هم تأمین کننده مواد اولیه بتواند روی قول ما حساب کند و مشتری هم پذیرای قول و وعده مان باشد (مصاحبه انفرادی ۹۳/۴/۲، پارچه بافی سنتی).	اخلاق حرفه ای

صنایع دستی صورت گرفت که در نتیجه آن ۲۳ مقوله کلی استخراج شده و در سه بعد دانش، نگرش و مهارت دسته بندی شده است. در بعد دانش مواردی چون بازاریابی، اطلاع از تجربیات دیگران، حسابداری، آگاهی نسبت به احکام کسب و کار و تجارت، آگاهی در زمینه میراث فرهنگی، روش های تأمین مالی، دانش تجربی تولید، حقوق و مالکیت معنوی بیان شده است. در بعد مهارت مواردی چون خلاقیت و تنوع در طراحی و تولید، شبکه سازی، تهیه طرح کسب و کار، روابط انسانی در کارگاه، مهارت های بهبود کیفیت تولید، مهارت های کارگروهی،

بحث و نتیجه گیری

آموزه های توسعه ای روستایی در کشورهای مختلف جهان، در چند دهه گذشته نشان می دهد که توسعه ای روستایی تنها با تزریق سرمایه و فناوری محقق نمی شود، بلکه عامل های زیادی در این زمینه نقش ایفا می کنند. یکی از عواملی که امروزه به عنوان راهکار اساسی در توسعه ای روستایی مطرح است توجه به ارتقای شایستگی ها و قابلیت های جوانان روستایی می باشد. این تحقیق با هدف شناسایی شایستگی ها مورد نیاز در بین جوانان روستایی در زمینه ی کسب و کارهای روستایی در حوزه ی

تولید، آگاهی در خصوص میراث فرهنگی و علاقه‌ی اولیه و مشخص بودن مسیر شغلی از مهم ترین موارد بیان شده توسط مصاحبه شوندگان بودند که نشان دهنده‌ی ضرورت طراحی و اجرای دوره‌های بومی آموزش کارآفرینی می‌باشد. این تحقیق با تحقیقات انجام شده توسط صاحب نظران دارای جنبه‌های مشترکی است که می‌توان آنها را تأییدکننده یکدیگر برشمرد. در بعد دانش، تحقیقات نتایج به دست آمده را تأیید می‌کند. دانش بازاریابی، حسابداری و روش‌های تأمین مالی مقوله‌هایی هستند که در دیگر تحقیقات به آن پرداخته شده و تأیید شده است. همچنین مقایسه نتایج به دست آمده در بعد مهارت در جدول ۵ آمده است.

توانایی فعالیت در فضای مجازی، مهارت‌های بازاریابی، توانایی ارائه مطلب و فعالیت با منابع محدود پیشنهاد شده است. در بعد نگرش نیز لازم است تا به هدف‌هایی چون پشتکار، اخلاق حرفه‌ای، علاقه اولیه و مشخص بودن مسیر شغلی، نگرش‌های کارآفرینانه، تفکر راهبردی بیشتر توجه شود.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد در زمینه ی تقویت شایستگی ها در جوانان روستایی باید به شرایط زمینه کاری و حوزه‌ی کسب و کار و همچنین شرایط خاص مناطق روستایی توجه کرد و با در نظر داشتن آن هدف‌های دوره‌های آموزشی را سامان داد. در همین زمینه است که مواردی چون فعالیت با منابع محدود، خلاقیت و تنوع در

جدول ۵- مقایسه دست‌آوردهای تحقیق با دیگر تحقیقات

مقوله‌های تحقیق	تأیید شده توسط دیگر صاحب نظران
بازاریابی	بعد دانش Kozlinska, 2012; Fisher et al, 2008; Mwasalwiba, 2008
اطلاع از تجربیات سایرین	-
حسابداری	Kozlinska, 2012; Mwasalwiba, 2008; Kozlinska, 2012
آگاهی نسبت به احکام کسب و کار و تجارت	-
آگاهی در زمینه میراث فرهنگی	-
روش‌های تأمین مالی	Mwasalwiba, 2008; Kozlinska, 2012
دانش تجربی تولید	-
حقوق و مالکیت معنوی	-
خلاقیت و تنوع در طراحی و تولید	بعد مهارت Oosterbeek et al, 2010; Gib, 2005; Mwasalwiba, 2008; Kozlinska, 2012; EC,2012
شبکه‌سازی	Gib, 2005; EC,2012
تهیه طرح کسب و کار	Roach,1999
روابط انسانی در کارگاه	Fisher et al, 2008; Gib, 2005; Kozlinska, 2012
مهارت‌های بهبود کیفیت تولید	Hisrich & Brush, 2002
مهارت‌های کارگروهی	Mwasalwiba, 2008; Kozlinska, 2012; EC,2012
توانایی فعالیت در فضای مجازی	-
مهارت‌های بازاریابی	Gib, 2005; Mwasalwiba, 2008
توانایی ارائه مطلب	Fisher et al, 2008; Gib, 2005; EC, 2012
فعالیت با منابع محدود	Kozlinska, 2012
پشتکار	بعد نگرش Oosterbeek et al, 2010; Gib, 2005
اخلاق حرفه‌ای	Oosterbeek et al, 2010; Stevenson & Timmons, 1985
علاقه اولیه و مشخص بودن مسیر شغلی	Fisher et al, 2008; Kozlinska, 2012
نگرش‌های کارآفرینانه	Oosterbeek et al, 2010; Heilbrunn, 2010; Fisher et al, 2008; Gib, 2005; Kozlinska, 2012;
تفکر راهبردی	EC,2012
	Fisher et al, 2008; Gib, 2005; Kozlinska, 2012

جوانان روستایی متناسب با هدف‌های بیان شده توسط کارآفرینان روستایی با هدف ارتقا و تقویت شایستگی های جوانان روستایی

۳- بیان مواردی چون خودآگاهی و مشخص بودن مسیر شغلی به عنوان شایستگی های مورد نیاز جوانان روستایی نشان دهنده اهمیت این موارد و همچنین ضعف جامعه مخاطب در شناخت ظرفیت های خود و همچنین نداشتن آگاهی لازم از مسیر روشن شغلی می باشد. بدین منظور لازم است تا در ضمن معرفی نمونه های موفق به ایشان زمینه ی برخورداری از خودآگاهی و همچنین برخورداری از مسیر شغلی روشن فراهم شود.

با توجه به نبود دسترسی گسترده به کارآفرینان روستایی در این تحقیق، پیشنهاد می شود تحقیقات دیگری در مقیاس ملی و یا منطقه ای به آزمون نتایج به دست آمده از این تحقیق به صورت مقایسه ای و با بررسی موردی حوزه های دیگر اقتصاد اعم صنایع تبدیلی، کشاورزی و دامپروری بپردازند.

در بعد مهارت، خلاقیت و تنوع در طراحی و تولید، روابط انسانی در کارگاه و توانایی ارایه مطلب بسیار مورد توجه دیگر محققان قرار گرفته است. همچنین مهارت هایی از جمله شبکه سازی، کارگروهی و بهبود کیفیت تولید نیز در تحقیقات بسیاری تکرار و به عنوان هدف و یا نتیجه مدنظر در آموزش های کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است.

در بعد نگرش، نگرش های کارآفرینانه، اخلاق حرفه ای، علاقه اولیه و مشخص بودن مسیر شغلی، پشتکار و تفکر راهبردی در دیگر تحقیقات نیز مورد به عنوان هدف آموزش های کارآفرینی عنوان شده است و نتایج به دست آمده در این تحقیق را تأیید می کند. با توجه به نتایج به دست آمده از این تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می شود.

۱- انجام نیازسنجی آموزشی و استخراج نیازهای جوانان روستایی با توجه به شایستگی های استخراج شده در این تحقیق

۲- برگزاری دوره های بومی آموزش کارآفرینی به

منبع ها

- افتخاری، ع.، سجاسی قیداری، ح. (۱۳۹۲). توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی. انتشارات سمت. چاپ دوم.
- جعفری مقدم، س.، فخارزاده، آ. (۱۳۹۰). توسعه نگرش کارآفرینانه در کتاب های درسی - مطالعه موردی: کتاب های فارسی دوره دبستان. فصلنامه توسعه کارآفرینی. شماره ۱۱.
- حیدری مکرر، ح و محبی، ز. (۱۳۹۱). بررسی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، صص ۹-۱، بابلسر، شرکت پژوهشی طرود شمال، برگرفته از سایت: http://www.civilica.com/Paper-KNOWLEDGEBASE01KNOWLEDGEBASE01_108.htm
- دانایی فرد، ح.، الوانی، م.، آذر، عادل. (۱۳۸۳). روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار، اشراقی.
- دیانتی، م.، عرفانی، م. (۱۳۸۸). شایستگی؛ مفاهیم و کاربردها. تدبیر. شماره ۲۰۶. ۱۹-۱۴.
- ذبیحی، م.، مقدسی، ع. (۱۳۸۵). کارآفرینی از تئوری تا عمل. نشر جهان فردا، مشهد.
- رضوی، م.، اکبری، م. (۱۳۹۲). نظام نوآوری. دانشگاه تهران. چاپ دوم.
- صیدایی، ا.، صادقی، ح. (۱۳۹۳). کارآفرینی و برنامه ریزی توسعه روستایی. انتشارات شاخص پژوه. چاپ اول.
- طالبی، ک.، زارع یکتا، م. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت های کوچک و متوسط دانش بنیان. توسعه کارآفرینی. سال اول، شماره اول.
- عبدا... زاده، غ.، کلاگر، پ.، محبوبی، ح.، عابدی سروستانی، ا. (۱۳۹۳). ملزومات راه اندازی کسب و کار در نواحی روستایی استان گلستان و تأثیر آموزش های فنی و حرفه ای. مجله ی پژوهش و برنامه ریزی روستایی. سال ۳. شماره ی ۶.
- عبدا... زاده، غ.، شریفزاده، ا.، عربیون، ا.، طلائی، م. (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت بندی سرفصل ها و محتوای

دوره‌های آموزش کارآفرینی بر اساس کارکردهای کسب‌وکار. نامه‌ی آموزش عالی. دوره‌ی جدید سال پنجم. شماره‌ی هجدهم. عزیزی، م.، شفیع‌زاده، ا.، اکبرزاده، ن. (۱۳۹۲). شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی موردنیاز مدیران دانشگاهی. توسعه کارآفرینی. دوره‌ی ششم. شمار دوم.

علی‌میری، م. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها. توسعه کارآفرینی. سال اول. شماره اول. پاییز.

فرجی سبکبار، حسنعلی، (۱۳۹۰)، اولویت بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرموتی مطالعه موردی، دهستان حومه بخش مرکزی شهرستان خدابنده استان زنجان، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۵، صص ۶۸-۵۸.

کرسول، ج. د. (۲۰۱۵). درآمدی بر پژوهش روش آمیخته. ترجمه مرتضی اکبری و راضیه اکبری/۱۳۹۵. انتشارات جامعه‌شناسان/روش‌شناسان.. چاپ اول.

مرکز آمار ایران (۱۳۹۱). نتایج بررسی انتخاب نیروی کار اجباری. قابل دسترس در <http://www.amar.org.ir>

مقیم، م.، وکیلی، ی.، اکبری، م. (۱۳۹۳). نظریه‌های کارآفرینی. دانشگاه تهران. چاپ دوم.

هزارجریبی، جعفر، (۱۳۸۴)، کارآفرینی، تهران، نشر پژوهشکده امور اقتصادی.

Bird, B. (2002). Learning Entrepreneurship Competencies: The Self-Directed Learning Approach. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(2), pp. 203-228.

Burger, L., O'Neill, C., Mahadea, D. (2005). The impact of previous knowledge and experience on the entrepreneurial attitudes of Grade 12 learners. *South African Journal of Education*, 25, 89.

Cave, E. & Mc Keown, P. (1993). Managerial effectiveness: The identification of need assessment, *Education and Development*, 24, (2), 122-137.

Crawford, L. (2005). Senior Management Perceptions of Project Management Competence. *International Journal of Project Management*, Vol. 23, pp. 7-16.

Dixon RA, Xie DY, Sharma SB (2005). Proanthocyanidins: a final frontier in flavonoid research? *New Phytol* 165: 9–28.

Fogg, C. D. (1999). Implementing your strategic plan: How to turn “intent” into effective action for sustainable change. New York: American Management Association.

Habbershon, T.G., Pistrui, J. and Mc Grann, M., (2006). Enterprising Families: Mindset and Methods for Wealth Acceleration in a Dynamic Marketplace.

Hall, A., Melin, L. and Nordqvist, M., (2001). Entrepreneurship as Radical Change in the Family Business: Exploring the Role of Cultural Patterns, *Family Business Re-view*, 14(3), 193-208.

Haunstein P. (2000). Competency modeling approaches and strategies. *Permanent J [serial online]*. Available from: www.csae.com/client/csae.pdf.

Inyang, B.J. & Enuoh, R.O. (2009). Entrepreneurial Competencies: The Missing Links to Successful Entrepreneurship in Nigeria. *International Business Research*, 2(2), pp. 62-71

Johannisson, B., (2002). Energizing Entrepreneurship: Ideological Tensions in the Medium sized Family Business, in Fletcher (Ed) *Understanding the Small Family Business*. London: Routledge Studies in Small Business.

Lindsay, Noel J. (2005). Toward A Cultural Model of Indigenous Entrepreneurial Attitude. *Academy of Marketing Science Review*, 5, 1-17.

Mitchelmore, S. & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial Competencies: A Literature Review and Development Agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16 (2), pp. 92-111.

Parhizgar, K. (2010). Comparative ethical analysis of educational competition in academia, *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 20, (1), 72-84.

Poza, E, J. (2007). *Family business*. Thomson south-western ltd.

Sanghi, S. (2007). *The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing and Implementing Competency Models in Organizations*. 2nd Edition, New Delhi: Sage Publications

Simpson, P. A., Greller, M. M., & Strosch, T. K. (2002). Variations in human capital investment activity by age. *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 109-138.

Sinnot, G., Madison, G. H & Pataki, G. E (2002). *Competencies: Report of the competencies workgroup, workforce and succession planning work groups*. New York State Governor's Office of Employee Relations and the Department of Civil Service.

Spencer, L. M.; Spencer, S. M. (1993). "Competency at Work: Model for superior Performance", John Wiley & Sons.

Stewart, G. and Cuffman, D. (2003). Needs assessment: A systematic approach for successful distance education. Retrieved April 2, from <http://www.mtsu.edu/itconf/proceed98/restewart.html>.

Sobel, R. S., & King, K. A. (2008). Does school choice increase the rate of youth entrepreneurship? *Economics of Education Review*, 27(4), 429-438.

UNIDO.org [homepage on the Internet]. New York (2002 c). [Update 2010 Jul 1]. Available from: <http://www.unido.org>.

Identifying rural youth competencies in the field of handicrafts businesses in Varamin

M. Akbari¹, R. Gholamzadeh², M. Shamanian³

1- Assistant Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Iran

2- Post Graduate Student, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Iran

3- PhD Student of Geography and Rural Planning, Shahid Beheshti University, Iran

Abstract

In the past few decades, experiences of rural development in different countries showed that the injection of capital and technology are not the only drivers of rural development but several other factors are also involved. Focusing on competencies and capabilities of rural residents is one of such factors that is currently being regarded as a fundamental solution for rural development. The present study implements a qualitative paradigm and a case study method. By purposive sampling technique, 10 rural nascent entrepreneurs in the field of handicrafts were interviewed in the town of Varamin. The study aimed to identify the competencies of rural youth in the field of handicrafts business and resulted in 23 general categories that were classified in three dimensions of knowledge, skills and attitudes. Study results indicates that in educating competencies to rural youth, paying attention to the specific business contingencies and conditions of rural areas is essential, and the goals of educational programs must be set accordingly.

As a result, activities with limited resources, creativity and diversity in production, awareness of the cultural heritage, as well as the initial interest and clear career path were the most important factor in designing and executing local entrepreneurship education programs.

Index Terms: Rural Youth Competency, Handicrafts, Business, Production Creativity

Corresponding Author: M. Akbari

Email: Mortezaakbari@ut.ac.ir

Received: 19/05/2015 ; **Accepted:** 30/12/2015