

بررسی رفتار کار آفرینانه در کار آفرینی پیشه‌وری

مورد مطالعه: جامعه هنرمندان صنایع دستی شهر تهران

ندا حمزه‌لو^۱، جعفر هزارجریبی^{۲*}، رضا صفری‌شالی^۳، ماندان مومنی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

چکیده

برای حفظ و احیا میراث فرهنگی، آداب، سنن و دانش‌های بومی ملل، دولت‌ها باید تلاش کنند تا کارآفرینان پیشه‌ور در جامعه رشد کمی و کیفی پیدا کنند. برای دستیابی به این مهم نیاز است تا ویژگی‌های شخصیتی و شرایط محیطی مرتبط با این نوع از کارآفرینی موردبررسی قرار گیرد. لذا پژوهش حاضر باهدف دستیابی به درکی بهتر از مقوله‌های اساسی رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری با استفاده از روش میدانی انجام شده است. برای گردآوری داده‌های پژوهش روش پدیدارشناسی توصیفی و ابزار مصاحبه نیمه ساختارمند بکار گرفته شده و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه پژوهش، هنرمندان صنایع دستی شهر تهران است که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، ۱۵ مصاحبه فردی و ۱ مصاحبه گروهی انجام و تجربیات زیسته ۱۸ نفر موردبررسی قرار گرفت. پس از تجزیه و تحلیل، ۸ دسته از مقوله‌های مهم رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری شناسایی شدند که عبارت‌اند از: سرمایه اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری، هوش فرهنگی، اشتیاق ابداعی، محیط نهادی، آموزش، انگیزش، پیامد و نتیجه پژوهش حاکی از آن است که بااهمیت‌ترین عناصر رفتار کارآفرینانه پیشه‌وری عبارت‌اند از: علاقه و اشتیاق داشتن به کار هنری، سخت‌کوشی و ثبات قدم داشتن در حصول اهداف، حفظ و ترویج سنت‌های بومی و منابع فرهنگی، یادگیری تجربی و مداوم، حمایت مسئولین از هنرمند.

واژه‌های کلیدی: رفتار کارآفرینانه؛ کارآفرینی پیشه‌وری؛ پیشه‌وری؛ صنایع دستی؛ دانش بومی

طبقه بندی JEL: L26، L84، Z11.

^۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت کسب و کار و کارآفرینی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
^۲. استاد گروه تعاون و رفاه اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول: jafar_hezar@yahoo.com)
^۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.
^۴. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

مقدمه و بیان مسئله

امروزه دغدغه تمام دولت‌ها ایجاد محیط مناسب برای فعالیت کسب‌وکارها می‌باشد، چراکه کسب‌وکار هر جامعه می‌تواند تضمین بقای آن جامعه، رشد اقتصادی و درنهایت قدرت هر کشور محسوب گردد. دولت توان ایجاد اشتغال برای خیل عظیم بیکاران را که قشر جوان و تحصیل کرده نیز می‌باشند، ندارد و این مسئله نیز مغایر با اصل خصوصی‌سازی می‌باشد. تنها راه‌حل در شرایط حاضر برای کشور، محیا کردن شرایط لازم برای کارآفرینی و اشتغال‌زایی می‌باشد. ساختارهای اجتماعی و فرهنگی هر جامعه می‌تواند زمینه‌ساز خلاقیت و نوآوری و ایجاد تفکرات نو باشد. آشنایی با آداب‌ورسوم، دانش‌های بومی، صنایع‌دستی، فرهنگ و هنر هر ملت که رو به فراموشی می‌باشد و یا به فراموشی سپرده شده است می‌تواند سرمنشأ کارآفرینی باشد و آن را کارآفرینی پیشه‌وری^۱ نام نهاد. شاخه‌ای از کارآفرینی که به گذشته هر ملت توجه دارد و هدفش زنده کردن و پیوند دادن زندگی گذشتگان به زندگی امروزی بر مبنای خلاقیت و نوآوری است تا آیندگان آن را تجربه نمایند. در زمان قاجار با ظهور انقلاب صنعتی در اروپا و تولید انبوه محصولات ارزان‌قیمت و سرازیر شدن آن‌ها به بازار ایران، عملاً کارگاه‌های بزرگ و کوچک ایرانی، توان رقابت را از دست داده و به دلیل عدم حمایت دولت و اتخاذ سیاست‌های مناسب برای روزآمد کردن این صنایع، تعداد بسیار زیادی از آن‌ها تعطیل شدند و بسیاری از پیشه‌های ایرانی رو به فراموشی گذاشت و تهدیدی جدی برای بقای فرهنگ‌های بومی شد. این تحولات در اوضاع اقتصادی، صنعتی و اجتماعی جامعه ما در آن دوران، سبب شد تا بسیاری از این پیشه‌ها نقش حاشیه‌ای داشته باشند و یا به‌طور کلی منسوخ شدند. پیشه‌وری، عرصه و بستر تجلی باورها، ارزش‌ها و نمودی از هویت هنری یک جامعه است که برخوردار از ظرفیت‌های پویا و پنهان در رشد و توسعه اقتصادی است. محققان و صاحب‌نظران معتقدند که هنر و گرایش‌ها و حرفه‌های وابسته به آن، از قابلیت و ظرفیت بالای درآمدزایی و اقتصادی برخوردار هستند. لذا می‌توان در این پیشه‌ها که ظرفیت‌های بالا دارند، سرمایه‌گذاری نمود تا منجر به اشتغال‌زایی و کارآفرینی گردد. مشاغل پیشه‌وری از این جهت حائز اهمیت‌اند که مواد اولیه آن‌ها معمولاً محلی می‌باشد و می‌توان برای توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مناطق مختلف از آن‌ها استفاده نمود تا برای بخش بزرگی از نیروی کار، ایجاد اشتغال پایدار نمود. مهم‌ترین مشاغل پیشه‌وری در کشور، شاخه‌های مختلف هنرهای صناعی می‌باشند. امروزه با توجه به علاقه رو به رشد مردم به فرهنگ ایرانی و زنده کردن آن در برخی پیشه‌ها، فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای صورت گرفته است و موجب احیای آن‌ها گردیده است. همچنین مقوله جهانی‌شدن باعث شده است تا فرهنگ‌ها فرصتی برای عرضه خود به سایر نقاط داشته باشند، فعالان این حوزه امکان آشنایی آسان‌تر با فرهنگ‌ها و سلیقه سایر ملل را داشته و دست به خلق طرح‌ها، محصولات و خدماتی مناسب با این بازار می‌زنند که خود مصداق بارز کارآفرینی می‌باشد. با توجه به اینکه استقبال مردم برای آشنایی با پیشه‌های قدیمی و استفاده از محصولات و خدمات ارائه‌شده توسط آن‌ها رو به افزایش است، یکی از اهداف مهم مسئولین میراث فرهنگی، شناخت زمینه‌ها و عوامل مهم در تشویق افراد برای ورود به این پیشه‌ها می‌باشد. به همین خاطر، برای جلوگیری از اضمحلال این صناعات، حضور کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینی در این بخش ضروری

^۱. Artisan

می‌باشد. چراکه کارآفرینان می‌توانند عامل تولید سرمایه محسوب شوند و باعث تحول و تجدید حیات ملی و محلی در جامعه شوند؛ زیرا کارآفرینی فراتر از شغل و حرفه است (هزارجریبی و قاسمی زارع، ۱۳۹۶؛ ۶۶). لذا هدف از این مطالعه پدیدارشناسانه، واکاوی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان پیشه‌ور، همچنین بررسی و توصیف رویکردها و راهبردهایی است که کارآفرینان پیشه‌ور، در شروع، رشد و حفظ کسب‌وکارشان، استفاده کرده‌اند. در حقیقت مسئله اصلی پژوهش این است که چه عناصری موجب می‌شود تا فرد به رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری دست بزند؟ چگونه کارآفرینان پیشه‌وری شروع به این کار نمودند و کسب‌وکار خود را حفظ کردند؟ و هدفشان از ایجاد این کسب‌وکار چه بوده است؟ امید است که نتایج این پژوهش به دانش کارآفرینی، در مورد چگونگی حمایت از پیشه‌وران و شناسایی عوامل کلیدی که آنان را به فعالیت در زمینه کسب‌وکارشان سوق می‌دهد، کمک کند. هنرمندان صنایع‌دستی نیز به این دلیل به‌عنوان جامعه هدف در نظر گرفته شدند که نمونه بارز، زنده و پویای پیشه‌وران محسوب می‌شوند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با هدف دستیابی به درکی بهتر از مقوله‌های اساسی رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری انجام شده است و به لحاظ هدف توسعه‌ای- کاربردی است و با روش میدانی صورت گرفته است. برای گردآوری داده‌ها، از روش پدیدارشناسی توصیفی و ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته و از تحلیل محتوای کیفی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار MAX QDA نسخه ۲۰۱۸ استفاده شد. سؤالات مصاحبه، پس از مرور مبانی نظری و همفکری با اساتید راهنما، مشاور و خبرگان کارآفرینی طراحی گردید. جامعه مورد مطالعه پژوهش، هنرمندان صنایع‌دستی شهر تهران بودند که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند و ۱۶ مصاحبه صورت گرفت که شامل ۱۵ مصاحبه فردی و ۱ مصاحبه گروهی سه‌نفره بود و در مجموع تجربه زیستی ۱۸ نفر مورد بررسی قرار گرفت. در نمونه دوازدهم، اشباع نظری داده‌ها محقق شد، اما برای حصول اطمینان، تحلیل مصاحبه‌ها تا نمونه ۱۶ ادامه پیدا کرد. بدین معنی که با بررسی مصاحبه‌ها، پژوهشگران دریافتند که شناخت مورد نظر به‌دست آمده است، درحالی که اطلاعات بیشتری از این روش به دست نمی‌آید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش، از روش ون من^۱ که شامل ۶ گام می‌باشد، استفاده شد. در گام اول، سؤالات پژوهش طراحی شد. گام دوم، شرکت‌کنندگان انتخاب شده و جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفت. در گام سوم، معانی اساسی تجربیات از مصاحبه‌هایی که ضبط و پیاده‌سازی شده بود، بیرون کشیده شد. گام چهارم، پژوهشگران با استفاده از مضامین ظهور یافته، یادداشت‌های ثبت شده در حین تحلیل متن داده‌ها، توصیف‌هایی که درباره گفته‌های شرکت‌کنندگان نوشته و آوردن نمونه‌هایی از نقل قول‌های شرکت‌کنندگان، متن پدیده شناختی را که معرف یافته‌های پژوهش است، تنظیم کردند. در گام پنجم که حفظ ارتباط قوی و جهت‌دار با پدیده است، پژوهشگران تلاش نمودند تا به سؤالات اساسی پژوهش، پایبند بوده و با حفظ بی‌طرفی و اشتغال ذهنی، به پدیده مورد بررسی و دوری از تفاسیر سطحی، به تحلیل داده‌ها بپردازند. گام آخر مطابقت بافت پژوهش، با در نظر گرفتن اجزا و کل است که

۱. Van mannen

با رفت‌وبرگشت‌های مکرر به‌کل یافته‌ها، جهت اطمینان از اینکه متن نهایی به‌طور مناسبی بر سؤال تحقیق پایه‌گذاری شده و نمایان‌گر واقعی داده‌ها و پدیده مورد مطالعه است، انجام شد (ادیب حاج باقری و همکاران، ۱۳۹۶؛ ۷۵-۷۶). در فرآیند کدگذاری داده‌ها، برخی از کدها به‌طور مستقیم از متن مصاحبه‌ها و برخی دیگر به‌صورت محقق ساخته و با استفاده از مفاهیمی به‌دست‌آمده از مرور مبانی نظری استخراج شدند. در نهایت ۶۳ کد اولیه از مصاحبه در مورد رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری به دست آمد. پژوهشگران با حذف موارد تکراری و ادغام موارد مشابه، مضامین استخراج‌شده را در قالب عبارات معنادار دسته‌بندی نمودند. در این مرحله، ۴ زیر مقوله و ۸ مقوله اصلی به دست آمد؛ که عبارت‌اند از: سرمایه اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری، هوش فرهنگی، اشتیاق ابداعی، محیط نهادی، آموزش، انگیزش و پیامد می‌باشد. همچنین زیر مقوله‌ها عبارت‌اند از: عوامل قانونی، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی و عوامل فرهنگی که زیر مقوله محیط نهادی قرار گرفتند. برای افزایش روایی پژوهش، از ارزیابی درونی (مراجعه به آزمودنی‌ها برای تأیید نتایج) و ارزیابی بیرونی (کدگذاری توسط سه نفر از استادان کارآفرینی) استفاده شد. برای پایایی پژوهش در تمام فرآیند پژوهش، پژوهشگران تلاش کردند دقت لازم را به‌کارگیرند و ضمن مستندسازی جزئیات پژوهش، از هرگونه سوگیری اجتناب نمایند.

پیشینه پژوهش

ادبیات نظری و پژوهشی بسیاری در زمینه رفتار کارآفرینانه وجود دارد، اما در تعداد بسیار محدودی از این تحقیقات، کارآفرینی پیشه‌وری مورد مطالعه قرار گرفته است. برای مثال یافته‌های پژوهش طغرانی و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که تشویق و حمایت اطرافیان، روش تولید جدید، ایجاد کاربرد مناسب برای تولیدات، حمایت از کارآفرینان برای تجاری‌سازی محصولاتشان و فراهم کردن تسهیلات زیرساختی و ارتباطی جهت تسهیل در تأمین منابع و فروش تولیدات از جمله عوامل مؤثر بر کارآفرینی فرهنگی در صنایع دستی عشایری می‌باشند. قنبری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود دریافتند که استقرار صنایع دستی در مناطق روستایی شهرستان انار توانسته زمینه متنوع سازی و ایجاد اشتغال و کسب درآمد برای روستائیان داشته باشد، همچنین همکاری و مشارکت را بین آنان افزایش داده و سبب کاهش مهاجرت از روستا به شهر شده است. پرت^۱ و کوگان^۲، (۲۰۱۹) در یک مرور سیستماتیک ادبیات کارآفرینی پیشه‌وری، دریافتند که مطالعات نشان می‌دهد، چگونه کارآفرینان پیشه‌ور عمدتاً از سرمایه انسانی، اجتماعی و نمادین، به‌جای سرمایه اقتصادی، برای بسیج منابع و ایجاد و بهره‌برداری از فرصت‌ها استفاده می‌کنند و سبک زندگی و ارزش‌های خیرخواهانه کارآفرینان پیشه‌ور می‌توانند با اهداف اقتصادی هم‌زیستی داشته باشند. ایگوه^۳ و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه خود نشان دادند که فعالیت‌های پیشه‌وری کارآفرینانه اغلب شکل غیررسمی، بامهارت کم و خانواده محور را در برمی‌گیرد، بیشتر کارفرمایان این کسب‌وکارها زنان هستند. ۴۵٪ مشاغل انفرادی می‌باشند و همچنین دسترسی به زیرساخت‌ها (جاده‌ها و برق)، آموزش فنی و حرفه‌ای و اعتبار، احتمال شرکت در فعالیت‌های پیشه‌وری را افزایش می‌دهد. فریرا^۴ و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که تجربه، دانش و مرتب در حال یادگیری بودن در کارآفرینی

¹. Pret

². Cogan

³. Igwe

⁴. Ferreira

پیشه‌وری تأثیر دارد و کارآفرینی در زمینه پیشه‌وری، فرهنگی و گردشگری، موجب می‌شود تا مسافران تجربیات خوشایند خلاقانه‌ای داشته باشند که باعث رشد گردشگری و تقویت منطقه می‌شود. گوئرسینی^۱ و سیکارلی^۲ (۲۰۲۰) نشان دادند که اشتیاق هنری و حرفه‌ای و تقید افراد به میراث محلی‌شان منجر به بروز فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای می‌شود که سبک زندگی مردم آن منطقه را نشان می‌دهد.

مرور ادبیات

رفتار و کارآفرینی

طاهری و همکاران (۱۳۹۵) رفتار کارآفرینانه را مجموعه فعالیت‌هایی تعریف می‌کنند که افراد در سطوح مختلف مسئولیت به‌طور خلاقانه از آن‌ها بهره می‌گیرند تا منابع را شناسایی و از فرصت‌ها استفاده نمایند (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۸؛ ۱۱۴). کیرکلی^۳ (۲۰۱۶) معتقد است مجموعه‌ای خاص از ارزش‌ها (اعتقادات) و نیازها، سبب می‌شود تا انگیزه ذاتی و مرکز کنترل درونی فرد، برای شرکت در رفتار کارآفرینانه فراهم شود. این ارزش‌ها همچنین فرد را به سمت کسب دانش، مهارت‌ها و تجربه لازم (خودکارآمدی و اعتمادبه‌نفس) سوق می‌دهد تا به‌طور مؤثر در فرآیند کارآفرینی شرکت کند (خوش‌مرام و همکاران، ۲۰۲۰؛ ۲). آلیسون (۱۹۹۰) معتقد است که عوامل گوناگونی مانند آموزش، قوانین و سیاست‌ها، ویژگی‌ها و انگیزه‌های فردی، دانش فنی و فرهنگ و آداب‌ورسوم بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. اهداف، انگیزه‌ها، الگوهای رفتاری و میزان موفقیت افرادی که رفتارهای کارآفرینانه از خود نشان داده‌اند، در بین صنایع، افراد، نواحی جغرافیایی و ملت‌ها متنوع است (شمس‌الدینی و موسوی، ۱۳۹۵؛ ۴۷). یک زیرساخت خوب کسب‌وکار، می‌تواند پشتیبانی مؤثر برای فعالیت‌های تجاری باشد و باعث رشد مهم‌ترین عامل تولید، یعنی مردم و سرمایه معنوی آنان شود. همچنین تسهیل‌کننده توزیع منابع و جریان اطلاعات شود و محیط طبیعی کسب‌وکار را ارتقا بخشد. همین امر رقابت‌پذیری را توسعه داده و نیروهای انسانی را تشویق به انجام کار و خلق کارآفرینی می‌کند (هزارجریبی، ۱۳۸۶؛ ۷۶). عوامل مرتبطی در ارتباط با ادراک خود از کارآفرینی وجود دارند، زیرا افراد مجموعه‌ای از متغیرهای ادراکی را در هنگام تصمیم‌گیری درباره کارآفرینی در نظر می‌گیرند. این متغیرها عبارت‌اند از: الف) اعتمادبه‌نفس در مورد مهارت‌ها و توانایی‌ها، ب) آگاهی از کارآفرینان دیگر، ج) آگاهی از فرصت‌های بکار گرفته نشده و د) احتمال شکست. تمام این متغیرها به‌شدت با تصمیم برای شروع یک کسب‌وکار جدید مرتبط هستند. همچنین، مطالعات مربوط به انگیزه کارآفرینانه، به این گرایش دارند که یا بر نقش عوامل درون‌زا، مانند مرکز کنترل درونی یا سازه‌های عاطفی (مثل هماهنگی با شخصیت فرد، اشتیاق کارآفرینانه) به‌عنوان محرک‌های رفتار کارآفرینانه تأکید کنند یا بر تأثیر عوامل برون‌زا، مانند اهداف یا پاداش‌های مالی (فرناندز-لاویادا^۴ و همکاران، ۲۰۲۰؛ ۳؛ مورنیکس^۵ و همکاران، ۲۰۲۰). رفتار کارآفرینانه رفتاری است که به خلق ارزش منجر شود و با سه شاخص کلی ریسک‌پذیری

1. Guercini

2. Ceccarelli

3. Kirkley

4. Fernández-Laviada

5. Murnieks

معقول، فرصت‌گرایی و نوآوری، ارزش‌های مادی و معنوی آن سنجیده می‌شوند (رجبی فرجاد و همکاران، ۱۴۸:۱۳۹۷).

پیشه‌وری

در ادبیات تعاریف مختلفی از پیشه‌وران و کارآفرینی پیشه‌وری یافت می‌شود. بر اساس فرهنگ لغت آکسفورد، در ابتدا، کلمه "artisan" از قرن شانزدهم از کلمه ایتالیایی *artigiano* یا کلمه لاتین *artitus* گرفته شده است که در انگلیسی به معنی هنر است (مارکوس^۱ و همکاران، ۲۰۱۹؛ ۷۵۶). در لغتنامه کمبریج پیشه‌ور به کسی گفته می‌شود که "با دست خود کارهای ماهرانه انجام می‌دهد" و در لغتنامه دهخدا "دارای پیشه، کسی که دارای کار و هنری است." نامیده می‌شود. تحقیق در مورد روش‌ها و محصولات کارآفرینی پیشه‌وری در حوزه کارآفرینی فرهنگی قرار دارد (کرولی، ۲۰۱۹؛ ۲۶۱). کالینینا^۲ (۲۰۱۶) پیشه‌ور را به‌عنوان کسب‌وکار کوچک یا شخصی تعریف می‌کند که در تولید، تبدیل یا ترمیم کالا از ماشین‌آلات استفاده نمی‌کند و کمتر از پنج کارمند دارد. تئونبوآه^۳ - کوداه^۳ و آدوسی^۴ (۲۰۱۶) "پیشه‌وران را به‌عنوان افرادی تعریف می‌کنند که دارای مهارت خاصی برای تولید دستی محصولات هستند و معمولاً در تولید محصولات از مواد ساده استعداد دارند" (رمدانی^۵ و همکاران، ۲۰۱۹؛ ۷۲۰). در ایران استقلال ایلات و قبائل در تأمین مایحتاج زندگی‌شان پس از سکونت در شهرها از بین رفت و هر خانواده خود مسئول تأمین نیازهایش گردید. از طرف دیگر با توسعه شهرنشینی و دسترسی نداشتن افراد به همه امور و لوازم زندگی، تخصصی شدن مشاغل و کسب‌وکارها ایجاد شد به‌گونه‌ای که افراد با تمرین یا آموختن کاری نزد فردی دیگر، مهارتی را یاد می‌گرفتند و برای خود پیشه‌ای کسب می‌کردند. این افراد به دو گروه تقسیم شدند، یک عده که به کار دادوستد مشغول بودند و تاجر نامیده شدند و عده‌ای دیگر هنرمندانی بودند که به مشاغلی مانند خیاطی، کفافی، آهنگری و غیره می‌پرداختند و پیشه‌ور نامیده می‌شدند و مختصر کالایی داشتند ولی سرمایه اصلی آن‌ها همان مهارت و حرفه‌ای بود که آموخته بودند. پیشه‌وری در واقع نوعی خدمتکاری است که در آن فرد با استفاده از سرمایه خود و با ابتکار و اختیار خود در خانه یا دکان خودش خدمت یا محصولی را به مشتری ارائه می‌دهد. (بازرگان، ۱۳۳۹؛ ۱۲). راتن^۶ و همکاران (۲۰۱۹) "کارآفرینی پیشه‌وری را به‌عنوان فعالیتی تعریف کردند که شامل کشف یا ایجاد، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های مبتنی بر فرآیندهای سنتی یا غیرمکانیزه، برای معرفی محصولات جدید (کالاها و خدمات)، مواد اولیه و فرآیندها می‌شود" (راتن و همکاران، ۲۰۱۹؛ ۵۸۴). کارآفرینی پیشه‌وری منجر به ایجاد خلاقیت مبتنی بر استعدادها شده است و موجب می‌شود تا اقتصاد صنایع دستی تقویت شود و شهرها را زنده می‌کند و پیشرفت مشاغل سنتی که در یک جامعه ارزش هستند را سبب می‌شود. این کارآفرینی بیشتر نگاهی اجتماعی به کسب‌وکار دارد تا نگاهی اقتصادی. کارآفرینان پیشه‌وری به یک مکان جغرافیایی خاص تعلق دارند و به منابع محدود محلی وابسته هستند. اینکه سبک زندگی برای کارآفرینان پیشه‌ور در اولویت اول است و بعد جنبه‌های تجاری کسب‌وکار، از

¹. Marques

². Kalinina

³. Tweneboah-Koduah

⁴. Adusei

⁵. Ramadani

⁶. Ratten

ویژگی‌های کارآفرینان پیشه‌ور است (کرولی، ۲۰۱۹؛ ۲۶۲ و راتن و همکاران، ۲۰۱۹؛ ۵۸۸). پیشه‌وری و کارآفرینی به‌طور جدایی‌ناپذیری درهم‌تنیده شده‌اند. درحالی‌که تعاریف فراوان‌اند، درک رو به رشدی از کارآفرینی به وجود آمده است، به‌عنوان فرآیندی که افراد سرمایه‌گذار را با ایجاد یا پیگیری فرصت‌ها، بدون در نظر گرفتن منابع محدود، پیوند می‌دهد. اصطلاح پیشه‌ور به‌راحتی با صنایع‌دستی، سنت، فرهنگ، تسلط و مهارت همراه است. مفهوم پیشه‌ور به یک شغل فردی، موقعیت اجتماعی در جوامع و یک سبک زندگی کاری اطلاق می‌شود که شامل دوره کارآموزی، چندین سال سفر و تجربه برای تسلط بر یک پیشه و ایجاد یک کار پایدار و مستقل است (آریاس^۱ و کروز^۲، ۲۰۱۹؛ ۶۳۶). کارآفرینی پیشه‌وری فصل مشترک بین کارآفرینی، حفظ و احیا ارزش‌ها، آداب‌ورسوم، دانش‌های بومی و اقتصاد است. کارآفرینی پیشه‌وری یعنی با احیا سنت‌ها، آداب‌ورسوم و دانش‌های بومی فراموش شده یا رو به فراموشی ارزش ایجاد کنیم و یا در سنت‌ها، آداب‌ورسوم و دانش‌های بومی که در جامعه هنوز رواج دارد نوآوری ایجاد کرده و ارزش جدیدی خلق نماییم. این خلق ارزش می‌تواند با شناسایی یک فرصت همراه باشد یا بازار جدیدی برای محصول ایجاد کرده و فرصت‌سازی نماید. همچنین می‌تواند استفاده از مواد اولیه جدید یا روش تولید جدید باشد.

یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است، با ۱۸ نفر از هنرمندان صنایع‌دستی مصاحبه شده است که از این میان ۱۰ نفر زن و ۸ نفر مرد بوده‌اند؛ و از این تعداد ۹ نفر بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۶ نفر بین ۴۱ تا ۵۰ سال، ۱ نفر بین ۵۱ تا ۶۰ سال و ۲ نفر بالای ۶۰ سال سن داشته‌اند. از نظر تحصیلی، ۴ نفر دیپلم، ۱ نفر کاردانی، ۸ نفر کارشناسی و ۵ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد بوده‌اند.

جدول ۱ - مشخصات مشارکت‌کنندگان

ردیف	هنرمند	رشته کاری	سن	جنسیت	تحصیلات	تأهل
۱	M1	ساخت مصنوعات چرمی و جاجیم	۳۲	زن	کارشناسی	مجرد
۲	M2	خراطی	۳۴	زن	کارشناسی	متاهل
۳	M3	تراش شیشه و کریستال	۸۳	مرد	کارشناسی	متاهل
۴	M4	کاشی کاری و سرامیک‌سازی	۳۳	زن	کارشناسی ارشد	مجرد
۵	M5	تراش سنگ	۳۹	زن	کارشناسی	متاهل
۶	M6	معرق کاری	۴۴	مرد	دیپلم	مجرد
۷	M7	تراش سنگ و جواهرسازی	۴۵	مرد	کارشناسی ارشد	متاهل
۸	M8	تذهیب	۴۰	زن	کارشناسی	متاهل
۹	M9-1	ساز سازی	۴۱	مرد	دیپلم	متاهل
۱۰	M9-2	ساز سازی	۴۳	مرد	دیپلم	متاهل
۱۱	M9-3	نوازندگی و ساز سازی	۳۴	مرد	کارشناسی	متاهل
۱۲	M10	شمع‌سازی	۴۲	زن	کارشناسی	متاهل
۱۳	M11	قالی‌بافی	۴۲	زن	کارشناسی	متاهل

^۱. Arias

^۲. Cruz

ردیف	هنرمند	رشته کاری	سن	جنسیت	تحصیلات	تاهل
۱۴	M12	قطاعی (برش کاغذ)	۶۲	مرد	دیپلم	متاهل
۱۵	M13	سرامیک‌سازی	۳۳	زن	کارشناسی ارشد	متاهل
۱۶	M14	جاجیم و گلیم‌بافی	۵۶	زن	کاردانی	متاهل
۱۷	M15	قلم‌زنی مس	۳۷	زن	کارشناسی ارشد	مجرد
۱۸	M16	شیشه‌گری	۳۳	مرد	کارشناسی ارشد	متاهل

در جدول شماره ۲ نمونه‌ای از واحدهای معنا و کد اولیه مربوط به آن ارائه شده است.

جدول ۲ - واحد معنا و کد اولیه

سند	کد اولیه	واحد معنا
M2	تشویق و حمایت خانواده و اطرافیان	تا الآن اگر موفقیتی در کارم داشتم فقط با حمایت پدر مادرم بوده. مخصوصاً پدر خیلی حامی من بودند در این کار
M13	گرایش به ریسک کردن داشتن	دیدم که من توانایی این که کاری برای خودم تأسیس کنم را دارم ولی ترس همچنان در من بود
M5	حفظ و ترویج سنت‌های بومی و منابع فرهنگی	در هنر قدیم، ما بسیار از این موارد داشتیم و در حال نابود شدن و از بین رفتن است. دوست دارم که هنر را دوباره بتوانم زنده کنم اگر بتوانم
M3	فرآیند یا روش تولید جدید	اولین اسیدوآش را من در ایران راه‌اندازی کردم
M13	نگرش مثبت جامعه به هنر	پدرم خیلی دوست داشت که من به هنرستان بروم دید خیلی بدی داشت به هنرستان داشت
M8	یادگیری تجربی و مداوم	هم‌زمان در دانشگاه درس می‌خواندم و آتلیه می‌رفتم. پیش همان استادم در آتلیه کار را ادامه دادم، پیش‌رفتم دو برابر شد به خاطر اینکه در دانشگاه از لحاظ عملی متأسفانه کاری یاد نمی‌گیرید و بیشتر یک سری مفاهیم آموزش داده می‌شود. از لحاظ علمی، من بیشتر در آتلیه یاد گرفتم
M10	علاقه و اشتیاق به کار هنری داشتن	همیشه کارهای هنری را دوست داشتم بخصوص وقتی که به دبیرستان می‌رفتم. در رنگ طرح کادر سرمه‌دوزی و بافتنی می‌دادیم و همیشه علاقه داشتم
M3	پرورش دادن نیروی انسانی کارآمد	دانشجویی بود که دو واحد درسی با من داشت و من طوری کردم که الآن در این رشته مشغول به فعالیت می‌باشد

در جدول شماره ۳ کدهای اولیه، مقولات فرعی و اصلی مهمی که در رفتار کارآفرینانه پیشه‌وری وجود دارند، نمایش داده شده است.

جدول ۳ - کدهای اولیه و مقولات فرعی و اصلی

مقولات اصلی	مقولات فرعی	کد اولیه
پیامد		پرورش دادن نیروی انسانی کارآمد تلاش برای گسترش کار و صادرات
سرمایه اجتماعی		رفتار شبکه‌سازی مشورت کردن به خواسته و رضایت مشتری اهمیت دادن مهارت انجام کار گروهی داشتن

مقولات اصلی	مقولات فرعی	کد اولیه
		تشویق و حمایت خانواده و اطرافیان استفاده کردن از نظریات و تجربیات دیگران
ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری		مهارت مدیریت کردن امور استعداد ذاتی داشتن در هنر متعهد بودن به اصول اخلاقی و انسانی صبور بودن کارها را به بهترین نحو انجام دادن نیاز به موفقیت مثبت اندیشی گرایش به ریسک کردن داشتن انتقادپذیر بودن مرکز کنترل درونی خودکارآمدی تمایل به استقلال طلبی سخت کوشی و ثبات قدم داشتن در حصول اهداف انعطاف‌پذیری داشتن
هوش فرهنگی		علاقه داشتن به طبیعت و سفر حفظ و ترویج سنت‌های بومی و منابع فرهنگی شناخت ارزش‌ها، ویژگی‌ها و هنجارهای فرهنگی و بومی ارتباط برقرار کردن با افراد دارای فرهنگ‌های متفاوت نگرش مثبت به فرهنگ‌های دیگر
اشتیاق ابداعی		فرآیند یا روش تولید جدید مهارت فنی داشتن ایده پرداز بودن خلاقانه کارها را انجام دادن استفاده از چند هنر در خلق محصول تولید کردن محصول کاربردی و موردنیاز بازار
محیط نهادی	عوامل قانونی	مناسب و آسان بودن قوانین ثبات سیاسی حمایت مسئولین از هنرمند
	عوامل اجتماعی	بازار سازی و خریدهای مناسب توسط نهادهای دولتی و خصوصی ایجاد فضای رقابتی و نمایشگاهی توسط بخش خصوصی و دولتی متخصص بودن مدیران و کارمندان بخش خصوصی یا دولت در زمینه کاری خود ثبات اجتماعی
	عوامل اقتصادی	دسترسی داشتن به تسهیلات و منابع مالی ثبات و خطمشی‌های درست اقتصادی
	عوامل فرهنگی	بالا بودن فرهنگ کار گروهی در ایران نگرش مثبت جامعه به هنر فرهنگ مردسالارانه داشتن جامعه
آموزش		مهارت بازاریابی و فروش داشتن

مقولات اصلی	مقولات فرعی	کد اولیه
		آشنایی داشتن با قوانین مالیاتی یادگیری تجربی و مداوم برگزار کردن دوره‌های آموزشی کاربردی توسط بخش خصوصی یا دولتی شناسایی و پرورش استعدادها علاقه داشتن به آموزش دیگران
انگیزش		پیشینه هنری داشتن خانواده حس خوب داشتن از اشتغال‌زایی دسترسی آسان به مواد اولیه و تجهیزات و فضای کسب و کار تصادفی آشنا شدن با رشته کاری تشخیص فرصت از بین رفتن شراکت مناسب بودن شرایط شغل قبلی علاقه داشتن به معاشرت با دیگران و حضور داشتن در اجتماع حس خوب و آرامش پیدا کردن با انجام کار هنری علاقه و اشتیاق به کار هنری داشتن دست یافتن به جایگاه اجتماعی درآمد کسب کردن ماندگار و منحصر به فرد بودن هنر

تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد مقوله سرمایه اجتماعی شامل کدهایی است در رابطه با توانایی برقراری ارتباط با دیگران و مهم‌ترین مواردی که از نظر مشارکت‌کنندگان در بروز رفتار کارآفرینانه تأثیر داشته است، تشویق و حمایت خانواده و اطرافیان و رفتار شبکه‌سازی بوده است که فرد با استفاده از این سرمایه‌ها می‌تواند موقعیت خود را بهبود بخشد و به منابع و فرصت‌های جدید دست پیدا کند. شخصیت هر فرد از جمله عواملی است که می‌تواند رفتار فرد را پیش‌بینی کند و از جمله عواملی است که تفاوت‌های فردی را به وجود می‌آورد. اینکه فرد چه انگیزش و نگرشی نسبت به شغل خود دارد و چگونه به مسائل، مشکلات و موانع آن پاسخ می‌دهد، همگی برگرفته از شخصیت وی می‌باشد. هوش فرهنگی قابلیت فردی است که به شناخت آداب و رسوم فرهنگ‌های مختلف و ارتباط با افراد دارای فرهنگ‌های متنوع اشاره دارد و در کارآفرینی پیشه‌وری و به خصوص صنایع دستی نقش بسیار مهمی دارد، چراکه این کسب و کارها از دل فرهنگ، سنت و دانش‌های بومی جوامع به وجود آمده است. اشتیاق ابداعی، نشان‌دهنده اشتیاق فرد برای جستجوی اطراف خود برای کشف و یا خلق فرصت‌های جدید در بازار، محصول یا خدمت است. محیط نهادی به خط‌مشی‌ها، استانداردها و مقررات بنیادی اجتماعی، سیاسی، قانونی و فرهنگی اشاره دارد که دامنه وسیعی از رفتارها و اقدامات فردی در کارآفرینی را تسهیل یا محدود می‌کنند. آموزش از جمله مؤثرترین ابزار توانمندسازی افراد برای بهبود شرایط زندگی و ایجاد اشتغال، است. یادگیری تجربی و مداوم، برگزار کردن دوره‌های آموزشی کاربردی توسط بخش خصوصی یا دولتی، از مهم‌ترین مواردی بوده‌اند که از نظر مشارکت‌کنندگان در انتخاب شغلشان تأثیر به‌سزایی داشته است.

همه مشارکت‌کنندگان بیان کردند که اولین دلیل انتخاب شغلشان، علاقه و اشتیاق به کار هنری داشتن بوده است. همچنین دلایل دیگری نیز وجود داشته است که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: حس خوب و آرامش پیدا کردن با انجام کار هنری، درآمد کسب کردن و دسترسی آسان به مواد اولیه، تجهیزات و فضای کسب و کار. پیامد رفتار کارآفرینانه پیشه‌وری، پرورش دادن نیروی انسانی کارآمد و تلاش برای گسترش کار و صادرات شناخته شده است. بیشتر مشارکت‌کنندگان، کارآموزش رشته هنری خود را نیز انجام می‌دهند و به این طریق افراد بامهارتی را پرورش می‌دهند که آنان نیز می‌توانند برای خود کسب و کار مستقلی را ایجاد نمایند. همچنین مشارکت‌کنندگان بیان کردند که به دنبال توسعه کسب و کار خود و کشف بازارهای برون‌استانی و بین‌المللی برای محصولات خود نیز می‌باشند.

بحث و نتیجه‌گیری

سال‌هاست که پژوهشگران به دنبال پاسخ این پرسش می‌باشند که چرا افراد در شرایط مشابه برای ایجاد یک کسب و کار، رفتارهای یکسان از خود نشان نمی‌دهند؟ پاسخ به این پرسش منجر به این شد که افرادی که دست به تأسیس یک فعالیت اقتصادی می‌زنند، دارای ویژگی‌های شخصیتی خاصی هستند که بر کارآفرین شدن آنان تأثیر می‌گذارد؛ اما تعداد بسیار کمی از پژوهشگران به بررسی ویژگی‌های شخصیتی افرادی پرداختند که به کارآفرینی پیشه‌وری روی آورده‌اند، زیرا در این نوع از کارآفرینی نقش میراث فرهنگی، آداب، سنن و فرهنگ ملت‌ها تأثیر فراوانی دارد. در نتیجه، تجزیه و تحلیل ویژگی‌های شخصیتی این افراد که به این نوع از کارآفرینی علاقه‌مند هستند می‌تواند بینش جدیدی در کارآفرینی ارائه نماید (هویت^۱، ۲۰۱۹). لذا این تحقیق پدیدارشناسانه برای واکاوی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان پیشه‌ور و همچنین بررسی رویکردها، راهبردها و عوامل محیطی تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه این اشخاص صورت گرفته است. این شناخت کمک می‌کند تا با بهبود شرایط محیطی و رفع موانع، زمینه برای حضور افراد در این مشاغل هموارتر گردد. همچنین با بررسی ویژگی‌های شخصیتی می‌توان افرادی را که برای این کسب و کارها مستعد می‌باشند شناسایی نمود و یا با آموزش‌های لازم، توانایی‌های آنان برای رفتار کارآفرینانه را افزایش داد. پس از تجزیه و تحلیل و تفسیر یافته‌های پژوهش، نتایج ذیل به دست آمد. تمامی مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که علاقه به هنر باعث شد تا دست به رفتار کارآفرینانه بزنند. این علاقه یا به صورت استعداد ذاتی هنری در فرد وجود داشته و آموزش رشته هنری موجب خودکارآمدی و شکوفایی استعداد وی گردیده است و یا آموزش رشته هنری موجب ایجاد علاقه در وی گردیده است که نشان می‌دهد برگزار کردن دوره‌های آموزشی کاربردی توسط بخش خصوصی یا دولتی و شناسایی استعدادها و افراد در این حوزه می‌تواند احتمال بروز رفتار کارآفرینانه را افزایش دهد. همچنین کلیه افراد اذعان داشتند که از انجام کار هنری، حس خوبی پیدا می‌کنند و به دلیل این حس خوب، علیرغم تمام مشکلات، تمایلی به تغییر شغل خود ندارند که بیانگر این نکته است که جنبه مالی کسب و کار از اهمیت کمتری برای پیشه‌وران برخوردار است. از جمله مشکلات پیشه‌وران، ضعف در بازاریابی و فروش بود، زیرا تمرکز روی فروش

^۱. Hoyte

محصولات موجب می‌شود فرد از تفکر خلاق برای تولید محصولات جدید غافل شود و این مسئله برای کارآفرینان خوشایند نبود؛ بنابراین "علاقه و اشتیاق داشتن به کار هنری" و "مهارت بازاریابی و فروش" بر رفتار کارآفرینانه پیشه‌وری تأثیر دارد که با نتایج حاصل از پژوهش پورنومو^۱ (۲۰۱۹) مطابقت دارد. پرت و کوگن (۲۰۱۹) نیز دریافتند کارگروهی، رقابت و تجربه در رفتار کارآفرینانه پیشه‌وری تأثیر دارد که یافته‌های "بالا بودن فرهنگ کار گروهی در ایران"، "استفاده کردن از نظریات و تجربیات دیگران"، "مشورت کردن"، "مهارت انجام کارگروهی داشتن" و "یادگیری تجربی و مدام" در این پژوهش را تأیید می‌کند. انجام گروهی کارها و ایده گرفتن از دیگران، موجب می‌شود تا افراد با همفکری محصولات بهتری تولید کنند، زیرا با این تشریک مساعی، ایده‌های جدیدی متولد یا پرورش داده می‌شود. صرف آموختن هر رشته برای موفقیت در آن کافی نمی‌باشد، بلکه نیاز به کسب تجربه و کار عملی می‌باشد. یکی از مهم‌ترین عناصر پیشه‌وری تجربه و مهارت در انجام کار می‌باشد، هرچقدر فرد در کار خود مهارت بیشتری داشته باشد محصولات و خدمات بهتری ارائه خواهد کرد و این تجربه جز با سخت‌کوشی و تمرین مداوم به دست نخواهد آمد. از جمله دلایل مشارکت‌کنندگان برای انتخاب پیشه‌وری، حفظ آداب‌ورسوم، فرهنگ و هنرهای ملی و بومی بود. این افراد تلاش می‌کنند تا با تولید محصولات صنایع دستی به حفظ میراث فرهنگی و بومی جامعه کمک نمایند. آن‌ها با استفاده از طرح‌ها، روش‌ها و مواد اولیه بومی در پاسداری از فرهنگ و هنر کشور و معرفی آن به مردم نقش به‌سزایی دارند. دو مقوله "شناخت ارزش‌ها، ویژگی‌ها و هنجارهای فرهنگی و بومی"، "حفظ و ترویج سنت‌های بومی و منابع فرهنگی" به‌دست‌آمده از این پژوهش با یافته‌های پژوهش پرت و کوگن (۲۰۱۹) همسو می‌باشد، آنان دریافتند که موفقیت کارآفرینان پیشه‌ور وابسته به میراث و جاذبه‌های گردشگری مناطقی است که در آن زندگی می‌کنند و به‌نوبه خود رفتار کارآفرینانه این افراد را شکل می‌دهد. خلاقیت از جمله مهم‌ترین عناصر کارآفرینی محسوب می‌گردد اما در کارآفرینی پیشه‌وری بیشتر از همیشه نمود پیدا کرده است؛ زیرا آداب‌ورسوم و دانش‌های بومی هر سرزمینی نتیجه خلاقیت پیشینیان آن سرزمین می‌باشد. پیشه‌وران با خلاقیت پویا در طول تاریخ به حفظ و بقای پیشه‌های خود کمک کرده‌اند و برای اینکه این پیشه‌ها به نسل‌های بعد انتقال پیدا کند، نیاز است که کارآفرینان پیشه‌ور با خلق محصولات و روش‌های جدید، این راه را ادامه دهند و از این میراث کهن پاسداری کنند. از دیگر عناصر مهم در رفتار کارآفرینانه می‌توان به سرمایه اجتماعی افراد اشاره نمود، زیرا حمایت‌های اطرافیان، کمک‌های فکری و مادی آنان، از جمله مهم‌ترین مشوق‌ها برای شروع کسب‌وکار می‌باشد. همچنین می‌تواند زمینه‌ساز آشنایی و یادگیری پیشه موردنظر فرد باشد. از آنجاکه معمولاً انتقال دانش به‌صورت سینه‌به‌سینه و استادشاگردی می‌باشد و استادکاران تمایلی به آموختن دانش خود به دیگران ندارند، این سرمایه اجتماعی موجب می‌شود تا استاد به‌واسطه آشنایی با رغبت بیشتری به فرد آموزش دهد. از جمله عواملی که تأثیر منفی در بروز رفتار کارآفرینانه دارند، محیط نهادی می‌باشد که به ۴ دسته تقسیم می‌شود، عوامل قانونی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی. نتایج تحلیل مصاحبه نشان داد که قوانین و مقررات موجود در راستای حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه نمی‌باشد، زیرا مشارکت‌کنندگان بر نبود سیاست‌گذاری مناسب برای حمایت از هنرمندان، قوانین سخت‌گیرانه و

^۱. Pumomo

بازدارنده (بیمه، گمرک، بانک‌ها، شهرداری و مالیات)، واردات بی‌رویه و عدم حمایت از تولید داخل تأکید داشتند. همچنین عامل مهم دیگر که ریشه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دارد، نگرش جامعه به هنر و محصولات هنری می‌باشد. مشارکت‌کنندگان معتقد بودند که جایگاه هنر و هنرمند در جامعه درک نشده و افراد جامعه و مسئولان اهمیت کارآفرینی پیشه‌وری را برای پویایی اقتصادی درک نکرده‌اند. درنهایت، تحلیل نتایج نشان داد که افراد مورد مطالعه به دلیل علاقه و اشتیاق فراوان به کار هنری با وجود تمام مشکلات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و قانونی با داشتن خصوصیتی چون سخت‌کوشی، ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت و استقلال‌طلبی، خلاقیت و استفاده از سرمایه‌های اجتماعی خود بر مشکلات غلبه نمودند و ایده‌های خود را عملی و کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کردند.

پیشنهادها

از آنجا که اکثریت مصاحب شوندگان بیان کردند که دیدگاه جامعه نسبت به هنر مناسب نیست و سبب می‌شود تا افراد کمتر به رشته‌های هنری جذب شوند، پیشنهاد می‌شود پژوهشی در رابطه با اینکه چرا جامعه نگرش منفی به هنر دارد، انجام شود. محقق معتقد است که کارآفرینان پیشه‌وری با چالش‌های مشابهی مواجه هستند که می‌توان با آموزش‌های خاص این مشکلات را کاهش داد. تقریباً همه مصاحبه‌شوندگان در بازاریابی و فروش مهارت اندکی داشتند. آن‌ها متذکر می‌شدند، در صورت آموزش دیدن در فروش و بازاریابی، می‌توانند از مشکلات مالی خود جلوگیری کنند؛ بنابراین توصیه می‌شود که متولیان حوزه صنایع‌دستی اقدام به برگزاری دوره‌های آموزشی بازاریابی و مهارت فروش نمایند. همچنین نمایشگاه‌های دوره‌ای دائم (هفتگی، ماهانه و...) با رویکرد حمایتی در نقاط مختلف کشور برگزار کنند تا بستری برای عرضه محصولات کارآفرینان ایجاد گردد. سایت و نرم‌افزار تخصصی برای فروش محصولات صنایع‌دستی و معرفی هنرمندان، طراحی نمایند. این پژوهش محدود به گروهی از کارآفرینان پیشه‌وری در شهر تهران بود که این محدودیت جغرافیایی ممکن است روی یافته‌ها تأثیر داشته باشد. این تأثیرات می‌تواند اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و یا مذهبی باشد. همچنین ممکن است یافته‌ها در مورد این جامعه کوچک صدق کند و قابل تعمیم به جامعه بزرگ‌تر نباشد.

منابع

- ادیب حاج باقری، محسن و پرویزی، سرور و صلصالی، مهوش (۱۳۹۶). «روش‌های تحقیق کیفی». تهران: نشر و تبلیغ بشری. چاپ یازدهم.
- بازرگان، مهدی (۱۳۳۹)، «کار در اسلام (کشاورزی و پیدایش تجارت)»، مجموعه حکمت، ۵۰ (۴)، ۱۴-۱۱.
- رجبی فرجاد، حاجیه و میرسپاسی، نیلوفر و عیسی پور، حمیدرضا (۱۳۹۷)، «تأثیر مدیریت دانش بر رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان (مطالعه موردی: کارکنان شهرداری منطقه ۹ تهران)»، آینده‌پژوهی مدیریت، ۱۱۴، ۱۶۰-۱۴۵.
- رحمانی، محمود و هاشمی، سید احمد و باقری، مهدی (۱۳۹۸)، «تبیین الگوی شایستگی مدیران بر پایه رفتار کارآفرینانه و اعتماد سازمانی مدیران آموزشی»، رهبری و مدیریت آموزشی، ۴۸، ۱۲۸-۱۱۱.

شمس‌الدینی، علی و موسوی، سید روح اله (۱۳۹۵)، «عوامل مؤثر بر توسعه‌ی کارآفرینی در استان فارس با تأکید بر بخش تعاون»، *برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۲۲، ۴۳-۶۰.

طغرای، محمدتقی و رضوانی، مهران و مبارکی، محمدحسن و یداللهی فارسی، جهانگیر و میرزایی، زینب (۱۳۹۵)، «شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی فرهنگی در صنایع‌دستی عشایری»، *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۷(۵)، ۱۹-۳۶.

قنبری، سیروس و دهقان، محمدحسین و میرکی اناری، حسین (۱۳۹۶)، «تبیین و ارزیابی نقش کارآفرینی در توسعه روستایی با تأکید بر صنایع‌دستی (مطالعه موردی: روستاهای بخش مرکزی در شهرستان انار)»، *پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۱۷(۶)، ۱۱۹-۱۳۲.

هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۶)، *کارآفرینی*، تهران: انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی، چاپ دوم.

هزارجریبی، جعفر و قاسمی زارع، سمیرا (۱۳۹۶)، *کارآفرینی و تعاون*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، چاپ اول.

Arias, R. A. C. & Cruz, A. D. (2019). "Rethinking artisan entrepreneurship in a small island: A tale of two chocolatiers in Roatan, Honduras". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 633-651.

Crowley, C. (2019). "Artisan Entrepreneurial Behaviour: A Research Agenda. In *Entrepreneurial Behaviour*", Palgrave Macmillan, Cham, 261-280.

Fernández-Laviada, A. López-Gutiérrez, C. & Pérez, A. (2020). "How Does the Development of the Social Enterprise Sector Affect Entrepreneurial Behavior? An Empirical Analysis". *Sustainability*, 12(3), 1-15.

Ferreira, J. Sousa, B. M. & Gonçalves, F. (2019). "Encouraging the subsistence artisan entrepreneurship in handicraft and creative contexts". *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. 13(1/2), 64-83

Guercini, S. & Ceccarelli, D. (2020). "Passion driving entrepreneurship and lifestyle migration: insights from the lutherie of Cremona." *Journal of International Entrepreneurship*, 18, 373-392.

Hoyte, C. (2019). "Artisan entrepreneurship: a question of personality structure?". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 615-632.

Igwe, P. A. Madichie, N. O. & Newbery, R. (2019). "Determinants of livelihood choices and artisanal entrepreneurship in Nigeria". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 674-697.

Khoshmaram, M. Shiri, N. Shinnar, R. S. & Savari, M. (2020). "Environmental support and entrepreneurial behavior among Iranian farmers: The mediating roles of social and human capital". *Journal of Small Business Management*, 1-25.

Marques, C. S. Santos, G. Ratten, V. & Barros, A. B. (2019). "Innovation as a booster

- of rural artisan entrepreneurship: a case study of black pottery". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 753–772.
- Murnieks, C. Y. Klotz, A. C. & Shepherd, D. A. (2020). "Entrepreneurial motivation: A review of the literature and an agenda for future research". *Journal of Organizational Behavior*, 41(2), 115–143.
- Pret, T. & Cogan, A. (2019). "Artisan entrepreneurship: a systematic literature review and research agenda". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 592-614.
- Purnomo, B. R. (2019). "Artistic orientation, financial literacy and entrepreneurial performance". *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(1/2), 105-128.
- Ramadani, V. Hisrich, R. D. Dana, L. P. Palalic, R. & Panthi, L. (2019). "Beekeeping as a family artisan entrepreneurship business". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 717–730.
- Ratten, V. Costa, C. & Bogers, M. (2019). "Artisan, cultural and tourism entrepreneurship". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 582–591.