

Empowering Women Graduates of Handicrafts in Design, Production and Supply of Products Management: An Economic Development Approach

Nahid RahmanPour*

Lecturer, Department of Handicrafts, Alzahra University, Tehran, Iran

Abstract

Women have always played a key role in the design and production of handicrafts (an art-industry), and the majority of activists of this field are women. In addition to practical value, handicrafts establish the national and cultural identity of nations and can significantly contribute to economic development, which is the infrastructure for cultural and social developments, owing to their special features such as high value-added and low dependence on foreign sources. Increased population and expansion of urbanism from one hand and emergence of virtual communication tools from the other hand have transformed the markets for production and supply of handicrafts. These changes have enabled artists-craftsmen to expand their range of activities from indigenous to global markets. The discipline of handicrafts has been taught in universities of Iran for many years, and the majority of graduates in this field are women. This study aimed to determine the strategies used to empower graduates in management of design, production, and supply of products based on changes in the market and lifestyle of people and expanding the field of domestic and foreign competition. With regard to the small or medium size of businesses created in this field by handicrafts graduates, learning new managerial skills and knowledge along with specialized art educations significantly affects the increased ability of these individuals to compete with other competitors and be actively involved in three areas of design, production, and supply of handicrafts products. The participation of women in handicrafts region from the past to the present has led to dealing with few

problems when entering the economic development cycle. Nevertheless, a question is raised on whether only participation and physical presence can guarantee success in the professional market of handicrafts or not. In addition, we must determine the skills required by graduated women in addition to their art knowledge due to changes in the lifestyle of the people in the community, emergence of virtual media, and easier access to global markets. A review of the background of the present research indicated that studies in the field of handicrafts often focus on entrepreneurship and production in the traditional sector, especially by rural women, with a home production approach. This highlights the necessity of applicable studies on academic handicrafts with a managerial approach in the field of design, production, and supply of products. In this article, we aimed to descriptively and analytically assess the determinants of empowerment and success of women graduated in the field of handicrafts in management of design, production, and supply to achieve sustainable economic development. In addition to library resources to collect data, use of the twenty years of experience of the author in the design, production, and supply of handicraft products and direct observation and assessment of workshops establishment by academic graduates of the field in the past two decades plays a considerable role.

Keywords: Empowerment of women, Handicrafts, Design management, Production and supply of products.

* Email (corresponding author): n.rahmanpour@alzahra.ac.ir

توانمندسازی زنان دانش‌آموخته صنایع‌دستی در مدیریت طراحی، تولید و عرضه محصولات (با رویکرد توسعه اقتصادی)

ناهید رحمانپور*

مربی، عضو هیئت‌علمی گروه صنایع‌دستی دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

چکیده

صنایع‌دستی هنر- صنعتی است که زنان همواره در روند طراحی و تولید آن نقش به‌سزایی داشته و بخش قابل توجهی از فعالان این عرصه را تشکیل می‌دهند. اگر چه یکی از نشانه‌های توسعه یافتگی حضور اجتماعی زنان است و چندین دهه است که رشته صنایع‌دستی در دانشگاه‌های ایران تدریس می‌شود و بخش عمده‌ای از این دانش‌آموختگان زنان می‌باشند، با این وجود می‌بایست بر اهمیت کیفیت حضور آنان نسبت به کمیت آن در جهت توسعه یافتگی تاکید نمود. محصولات صنایع‌دستی نیز علاوه بر ارزش کاربردی، هویت ملی و فرهنگی ملت‌ها را شکل می‌دهد و باوجود ویژگی‌های چون ارزش‌افزوده بالا و وابستگی اندک به منابع خارجی می‌تواند نقش مهمی در توسعه اقتصادی که زیربنای توسعه‌های فرهنگی و اجتماعی است را ایفا نماید. افزایش جمعیت و گسترش شهرنشینی از یک‌سو و ظهور ابزارهای ارتباطی مجازی از سوی دیگر بازارهای تولید و عرضه صنایع‌دستی را دچار دگرگونی ساخته است. این تغییر و تحولات سبب شده است هنرمند-صنعتگر این فرصت را کسب نماید که گستره فعالیت و ارتباط خود را از محدوده‌های بومی به بازارهای جهانی گسترش دهد. از این روی پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سؤال می‌باشد که باوجود تغییر ماهیت بازار و سبک زندگی افراد جامعه و گسترش عرصه رقابت داخلی و خارجی، چه راهکارهایی را می‌توان جهت توانمندسازی دانش‌آموختگان در مدیریت طراحی، تولید و عرضه محصولات به منظور توسعه اقتصادی ارائه داد. این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی بوده و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد با توجه به کوچک و یا متوسط بودن کسب‌وکارهای راه‌اندازی شده توسط دانش‌آموختگان (small business) کسب دانش و مهارت‌های نوین مدیریتی در کنار آموزش‌های تخصصی هنر تأثیر معناداری برافزایش توانایی دانش‌آموختگان در رقابت و حضور موفق در سه حوزه طراحی، تولید و عرضه آثار و محصولات صنایع‌دستی دارد؛ و فرضیه پژوهش را مبنی بر تأثیرگذار بودن علم مدیریت به عنوان ابزار کمکی بر میزان موفقیت صنایع‌دستی به عنوان رشته محوری و مبنایی و توانمندسازی دانش‌آموختگان دانشگاهی آن در سه حوزه طراحی، تولید و عرضه را تأیید می‌نماید.

واژگان کلیدی

توانمندسازی زنان، صنایع‌دستی، مدیریت طراحی و تولید، عرضه محصولات.

* مسئول مکاتبات: تهران-ده ونک، دانشگاه الزهراء، کدپستی: ۱۹۹۳۸۹۳۹۷۳

پست الکترونیکی: n.rahmanpour@alzahra.ac.ir

مقدمه

در تعریف جوامع توسعه‌یافته همواره متغیرهای گوناگونی چون فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی برای توسعه‌یافتگی مطرح می‌شود، اما آنچه بر دیگر متغیرهای موجود بیشترین تأثیر را می‌گذارد توسعه اقتصادی است که به صورت مستقیم و غیرمستقیم اثرگذار بوده، به گونه‌ای که زیربنای دیگر عوامل توسعه‌یافتگی را تشکیل می‌دهد. یکی از شاخصه‌های توسعه اقتصادی و توسعه‌یافتگی جوامع حضور و مشارکت فعال زنان در عرصه‌های اجتماعی است. مهم‌ترین عامل در توسعه اقتصادی نیز منابع انسانی است از این رو نادیده گرفتن زنان در مشارکت‌های اقتصادی به منزله حذف نیمی از سرمایه انسانی است که منجر به کند شدن آهنگ رشد و توسعه جامعه می‌گردد.

اگرچه حضور اجتماعی زنان و آمار دانشجویان دختر در دهه‌های اخیر افزایش چشمگیری داشته است اما تاکنون در بسیاری از عرصه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی زنان سهم اندکی را کسب نموده‌اند. با این وجود حوزه‌های گوناگون صنایع دستی از دیرباز شاهد حضور پررنگ زنان بوده است به گونه‌ای که می‌توان چرخندگان اصلی این هنر صنعت را زنان برشمرد.

صنایع دستی به عنوان هنر صنعتی با وابستگی اندک به منابع خارجی و ارزش افزوده بالا و قدرت اشتغال‌زایی، در بسیاری از جوامع نقش مهمی در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند. ورود صنایع دستی در زمره رشته‌های دانشگاهی علاوه بر توجه بر اهمیت هنرهای ایرانی (بومی) سبب بروز نگاهی علمی و دانش‌بنیان به بخش‌های مختلف طراحی، تولید و عرضه صنایع دستی شده است. اگرچه هنوز به وضعیت مطلوب و اصلاح ضعف‌های آموزشی در تربیت نیروی دانشگاهی کارآمد در این حوزه‌ها به طور کامل دست نیافته‌ایم، اما حضور این رشته در دانشگاه‌ها خود نویدبخش حرکت به سوی مدیریتی کلان (از تولید خانگی به تولید حرفه‌ای) و رفع نقایص آموزشی در کنار تقویت مزایای

آن در این رشته است.

مشارکت زنان از گذشته تاکنون در بخش صنایع دستی سبب شده است تا در این حوزه زنان با موانع کمتری در چرخه توسعه اقتصادی وارد شوند. با این وجود آیا تنها مشارکت و حضور فیزیکی می‌تواند ضامن موفقیت در بازار حرفه‌ای صنایع دستی شود و همچنین با تغییر سبک زندگی افراد جامعه و ظهور وسایل ارتباط مجازی و دستیابی آسان‌تر به بازارهای جهانی در کنار بازارهای داخلی، زنان دانش‌آموخته علاوه بر دانش هنری نیازمند کسب چه مهارت‌هایی هستند. بررسی پیشینه پژوهش حاضر نشان از آن دارد که مطالعات انجام‌شده در حوزه صنایع دستی اغلب به کارآفرینی و تولید در بخش سنتی، به‌ویژه زنان روستایی و با رویکرد تولیدات خانگی توجه شده است. همین امر ضرورت پژوهش‌های کاربردی در زمینه صنایع دستی دانشگاهی با رویکرد مدیریتی در حوزه‌های طراحی، تولید و عرضه محصولات را خاطر نشان می‌سازد. پژوهش حاضر بر این فرضیه استوار است که علم مدیریت به عنوان ابزار کمکی بر میزان موفقیت صنایع دستی به عنوان رشته محوری و مبنایی و توانمندسازی دانش‌آموختگان دانشگاهی آن در سه حوزه طراحی، تولید و عرضه تأثیر معناداری دارد. در این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی به عوامل تأثیرگذار بر توانمندسازی و موفقیت زنان دانش‌آموخته صنایع دستی در مدیریت طراحی، تولید و عرضه جهت دستیابی به توسعه اقتصادی پایدار پرداخته شده است. در گردآوری داده‌ها علاوه بر بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای تجربه‌ی بیست‌ساله نگارنده در طراحی، تولید و عرضه محصولات صنایع دستی و همچنین مشاهده مستقیم و بررسی و پایش کارگاه‌های احداث‌شده توسط هنرآموختگان دانشگاهی در دو دهه‌ی اخیر نقش بسزایی داشته است.

۱. رشد و توسعه صنایع دستی دانشگاهی

رشد معادل واژه انگلیسی (Growth) پیشرفت‌های کمی در یک حوزه را شامل می‌شود و توسعه (development) رویکردی کیفی به پیشرفت دارد. معمولاً برای نشان دادن رشد در حوزه موردپژوهش با ارائه آمار کمی می‌توان رشد حاصله را به اثبات رساند. "واژه توسعه (development) از دو جز: De به معنی مخالفت، ناسازگاری و ضدیت، و Envelop به معنی چارچوب، ساختار، محافظ و پوشش تشکیل شده است. وقتی که این دو جز را در یک ساختار ترکیبی استفاده می‌کنیم، مفهوم آن خروج از نامطلوب به یک وضعیت مطلوب و روشن و شناخته‌شده است. بنابراین مفهوم توسعه را می‌توان گذر از حالتی به حالتی دیگر و یا عبور از مرحله‌ای به مرحله دیگر و تغییر ساختارهای موجود به یک ساختار کارآمد و منطبق با نیازهای جدید دانست (Hosseini, 2008, p.147).

در سال‌های اخیر صنایع دستی از نظر کمی در حوزه‌های آموزش، (افزایش تعداد دانشگاه‌ها و دانشجویان) تولید (احداث کارگاه‌ها توسط

دانش‌آموختگان) و افزایش مراکز فروش جدید (آرت شاپ‌ها) و همچنین حضور پررنگ در فضاهای مجازی رشد چشمگیری داشته است، و از نظر کیفی نیز تا حدودی توانسته است خود را با سبک زندگی افراد جامعه همگام سازد. با نگاهی به مراکز فروش نوین صنایع دستی در آرت شاپ‌ها و فضاهای مجازی بیشترین تغییر و نوآوری در طراحی و تولید از سوی تولیدکنندگان جوان به‌ویژه هنرآموختگان دانشگاهی رشته‌های هنری و گاه غیر هنری فعال در این بخش صورت گرفته است. با این وجود به دلیل نبود تفکر مدیریتی کلان در صنایع دستی این هنر صنعت در بخش‌های طراحی، تولید و عرضه، آن گونه که بتواند بر توسعه اقتصادی پایدار تأثیرگذار باشد، وارد عمل نشده است.

بر اساس تعریف ارائه‌شده در دانشنامه رشد توسعه اقتصادی عبارت است از رشد همراه با افزایش ظرفیت‌های تولیدی اعم از ظرفیت‌های فیزیکی، انسانی و اجتماعی. در توسعه اقتصادی، رشد

al., 2017, p.95). توانمندسازی در تعریف کلی خود بر اعطای قدرت یا اختیار به شخصی برای انجام عملی اطلاق می‌شود. در علم مدیریت از دیدگاه‌های مختلف توانمندسازی تعریف شده است. وارنر بورک در مقاله خود تحت عنوان رهبری به‌عنوان توانمندسازی دیگران، توانمندسازی را اعطای قدرت و تعویض اختیار دانسته (Burke, 1985) و مک کله لند آن را مشارکت در قدرت به‌عنوان عامل انگیزشی و زمینه‌ساز توانمندی افراد برشمرده (Farhangi & Eskandari, 2003, p.99). همچنین در نظریه‌های کانگر و کانگو (1998) ریشه مفهوم توانمند شدن از قدرت و کنترل آمده (Abtahi & Abesi, 2007, p.2) و به معنای نیرو بخشی و تقویت احساس خود اثربخشی تعبیر شده است. توماس و ولتهوس (1990) نیز در تعریف توانمندسازی به ایجاد احساس شایستگی اشاره می‌کنند و توانمندسازی را «اعتماد به نفس به درجه‌ای که یک فرد می‌تواند وظایف شغلی را با مهارت و به‌طور موفقیت‌آمیزی انجام دهد، اشاره شده است (Amini et al., 2017, p. 239). برای تحقق بخشیدن به مفهوم توانمندسازی مدل‌های گوناگونی ارائه شده است. باید توجه داشت که تلاش برای تبیین توانمندسازی به شیوه‌ای کاملاً عام تلاشی ناموفق است. هر سازمانی اقتضایات خود را دارد، بنابراین چالش توانمندسازی باید با توجه به نوع وظیفه و خصوصیات فردی انجام گیرد (Farhangi & Eskandari, 2003). باوجود تعاریف ارائه شده توانمندسازی واژه‌ای است که در رشته‌های گوناگون معنا و کاربرد ویژه خود را دارد. در بحث توانمندسازی زنان دانش‌آموخته صنایع دستی هدف توسعه فردی و گروهی دانشجویان توسط دانش و مهارت‌های تکمیلی به‌منظور ارتقا و تکمیل توانایی‌های کسب شده از آموزش‌های دانشگاهی است. تأکید بر توانمندسازی در کنار آموزش‌های رسمی صنایع دستی دانشگاهی سبب افزایش موفقیت دانش‌آموختگان در فضای کسب‌وکار حرفه‌ای و در نتیجه بهبود توسعه اقتصادی پایدار در این رشته می‌شود.

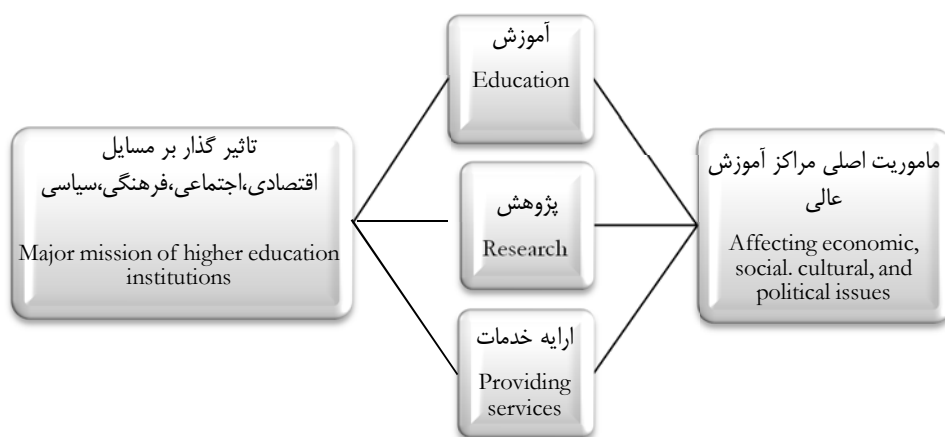
کمی تولید حاصل خواهد شد اما در کنار آن، نهادهای اجتماعی نیز متحول خواهند شد، نگرش‌ها تغییر خواهد کرد، توان بهره‌برداری از منابع موجود به‌صورت مستمر و پویا افزایش یافته، و هرروز نوآوری جدیدی انجام خواهد شد. بعلاوه می‌توان گفت ترکیب تولید و سهم نسبی نهاده‌ها نیز در فرآیند تولید تغییر می‌کند. توسعه امری فراگیر در جامعه است و نمی‌تواند تنها در یک بخش از آن اتفاق بیفتد. توسعه، حادومرز و سقف مشخصی ندارد بلکه به دلیل وابستگی آن به انسان، پدیده‌ای کیفی است.

دستیابی به توسعه اقتصادی در مرحله نخست نیازمند توسعه کمی و کیفی در شاخه موردنظر است. در مبحث توسعه صنایع دستی دانشگاهی آنچه حائز اهمیت است توجه به ارتقا کیفی این رشته است. هر رشته دانشگاهی برای رسیدن به اهداف کیفی و توسعه بخشی می‌بایست از دو منظر کیفیت آموزشی در حین تحصیل و میزان کارآمدی و تطابق با محیط کسب‌وکار پس از اتمام تحصیلات موردبررسی واقع شود. در عصر حاضر آنچه بر جریان‌های کسب‌وکار تأثیرگذار است گذر نسبی از عصر صنعتی و ورود به عصر دانش‌بنیان است. در دهه‌های اخیر نیز همواره بر گسترش توان کارآفرینی دانش‌بنیان دانشگاه‌ها تأکید شده است. اما متأسفانه باوجود گذشت چندین دهه از تأسیس رشته صنایع دستی در دانشگاه‌ها تربیت نیروی دانشگاهی و شیوه‌های تولید محصولات همچنان به روش سنتی است. اگرچه شیوه‌های تولید سنتی صنایع دستی به‌منظور حفظ میراث فرهنگی در جای خود ارزشمند بوده و می‌بایست برای حفظ و ارتقای آن کوشید اما یک‌رشته دانشگاهی همواره بر اساس رویکردی آکادمیک و علم‌گرایانه در محیط دانشگاهی تأسیس می‌شود و این رویکرد نسبت به رشته صنایع دستی جهت توسعه و ارتقا آن در عصر حاضر لازم و ضروری است.

۲. اهداف و ضرورت‌های توانمندسازی زنان

دانش‌آموخته صنایع دستی

در فرهنگ آکسفورد Empower به معنای قدرتمند شدن، مجوز دادن، قدرت بخشیدن و توانا شدن است. «این واژه دربرگیرنده قدرت و آزادی عمل بخشیدن برای اداره خود است» (Mirmohammadi et



تصویر ۱: مأموریت سه‌گانه آموزش عالی (برگرفته از متن مقاله Abtahi & Torabian, 2010)

Fig.1: Three missions of higher education (Abtahi & Torabian, 2010)

از عوامل تأثیرگذار بر فرهنگ و سبک زندگی افراد جامعه است و با تقویت بخش اقتصادی می‌توان به اهداف فرهنگی و اجتماعی نیز دست یافت.

۴. عوامل تأثیرگذار بر توسعه صنایع دستی دانشگاهی

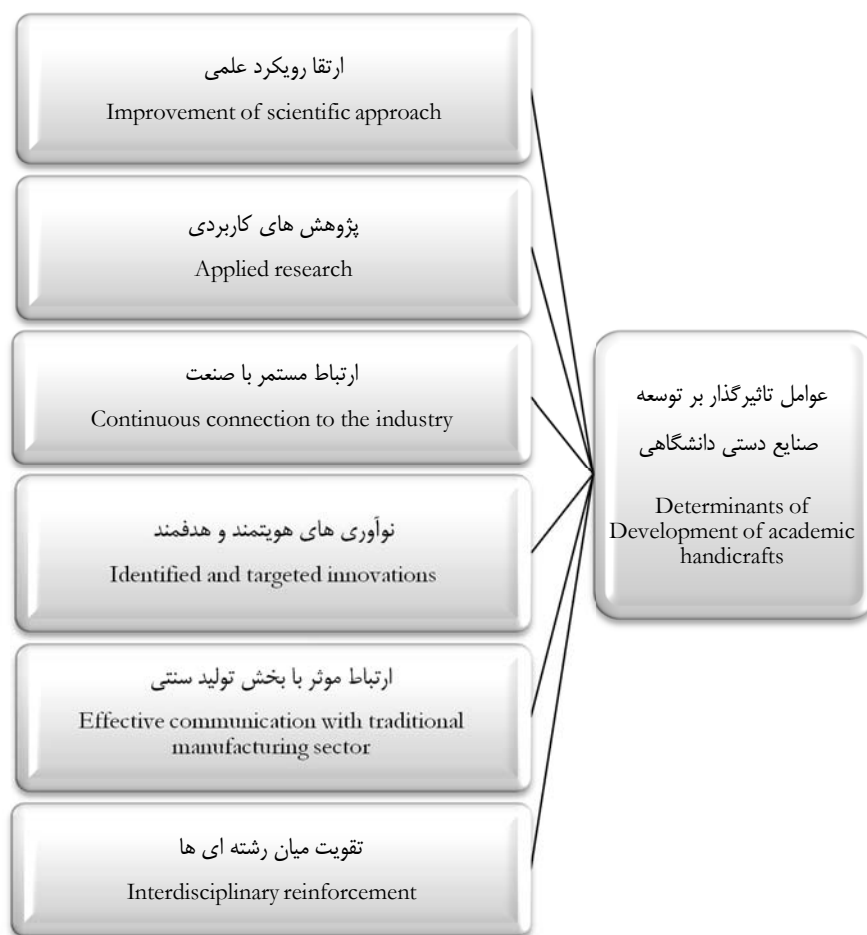
بهبود کمی و کیفی صنایع دستی دانشگاهی می‌تواند گام نخست در رسیدن به اهداف توسعه را فراهم سازد اما توسعه این رشته نیز در گرو عواملی است که هر یک بر نتایج این موفقیت تأثیرگذار است. عوامل مهم تأثیرگذار بر توسعه صنایع دستی دانشگاهی (تصویر ۲) را می‌توان ارتقا رویکرد علمی، پژوهش‌های کاربردی، ارتباط مستمر با صنعت، نوآوری‌های هویت‌مند و هدفمند، ارتباط مؤثر با بخش تولید سنتی و تقویت میان‌رشته‌ای‌ها عنوان کرد.

رویکرد علمی و مدیریتی به طراحی، تولید و عرضه محصولات صنایع دستی سبب می‌شود تا فرضیات موجود پیش از تزریق سرمایه و به اجرا درآوردن ایده‌ها موردپژوهش واقع شوند و مدیریتی در جهت دستیابی هر چه سریع‌تر و موفق‌تر در سه حوزه یادشده فراهم آید. در رویکرد علمی روش‌های مناسب برای هر بخش پیش از شروع فعالیت شناسایی و سپس مورد ارزیابی قرار گرفته و بر مبنای نتایج حاصله اجرا صورت می‌پذیرد. گسترش پژوهش‌های کاربردی در فضای صنایع دستی دانشگاهی می‌تواند به تقویت رویکرد علمی به این رشته کمک کرده و بسترهای توسعه را فراهم سازد. جهت بهره‌وری از پژوهش‌ها می‌بایست نتایج حاصل در خدمت بخش تولید سنتی و

سیاسی جامعه، اطمینان از کیفیت آن‌ها به جهت جلوگیری از هدر رفتن سرمایه‌های انسانی و مادی و نیز داشتن توانایی رقابت در دنیای آینده که کیفیت مهم‌ترین مؤلفه برای ادامه‌ی حیات یک سازمان است، ضرورتی انکارناپذیر است؛ بنابراین، توجه مناسب به هر یک از این کارکردها و مأموریت‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است و تأثیر مهمی در اثربخشی دانشگاه‌ها دارد» (Abtahi & Torabian, 2010).

از این‌روی وظایف کلی بخش آموزش عالی را می‌توان به شرح زیر دسته‌بندی کرد: (۱) توسعه و ارتقای علوم و معارف، (۲) تربیت و تأمین نیروی انسانی متخصص موردنیاز، (۳) زمینه‌سازی برای ایجاد بسترهای لازم و محیط‌های مشوق نوآوری و خلاقیت، (۴) شناسایی و هدایت نیروهای مستعد و خلاق، به سمت رفع نیازهای جامعه، (۵) فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای افزایش دانش عمومی در سطح جامعه، (۶) نوسازی بخش آموزش عالی، با توجه به تحولات جهانی در عرصه‌های علمی و فناوری، و (۷) مشاوره و فرهنگ‌سازی در جامعه» (Abtahi & Torabian, 2010).

در راستای وظایف آموزش عالی هدف از توسعه اقتصادی صنایع دستی دانشگاهی را می‌توان تأثیر مؤثرتر بر عوامل دیگر توسعه‌یافتگی به‌ویژه فرهنگی و اجتماعی و همچنین اشتغال‌زایی و کارآفرینی پایدار در این حوزه دانست و این امر میسر نمی‌شود مگر در جریان آموزش و پژوهش، ارائه خدمات غایی در هر رشته مشخص گردد. صنایع دستی علاوه بر برطرف کردن نیازهای کاربردی کاربران



تصویر ۲: عوامل تأثیرگذار بر توسعه صنایع دستی دانشگاهی (نگارنده)

Fig. 2. Determinants of the development of academic handicrafts (Author)

۵. مدیریت طراحی، تولید و عرضه محصولات صنایع دستی

هنرمند-صنعتگر صنایع دستی به صورت خودخواسته و یا به صورت حسی تمام یا بخشی از فرایند طراحی را در خلق اثر طی می کند. آنچه مسلم است هر محصولی که در ارتباط مستقیم با کاربر بوده و بخشی از نیازهای او را تأمین کند می بایست در یک فرایند نتیجه گرا به سوی برآوردن نیازهای کاربر در مرحله نخست و ایجاد خواست در مراحل بعد گام بردارد. قرارگیری در یک فرایند هدفمند نیازمند بهره گیری از دانش مدیریت است. مدیریت دارای تعاریف و تعبیر گوناگونی است اما می توان در یک تعریف کلی مدیریت را علم و هنر هماهنگی و هدایت منابع در جهت رسیدن به اهداف موردنظر دانست.

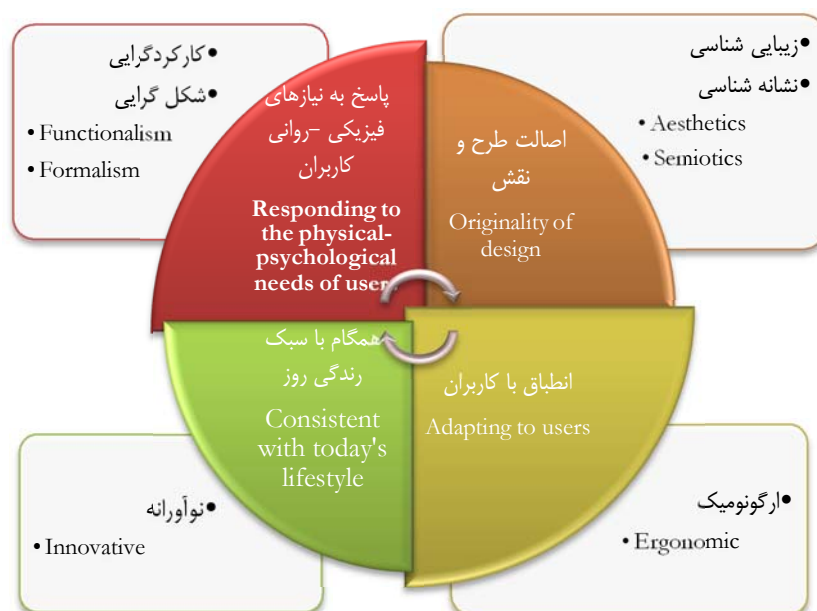
در نگاه سنتی تولید صنایع دستی اغلب در مقیاس کوچک و گاه به صورت فصلی و در کنار مشاغل اصلی انجام می شود و تولیدات آن گروه از کارگاه هایی که به عنوان شغل اصلی است از یک سنت واحد که نسل به نسل انتقال یافته پیروی می کنند و طی سالیان بدون تغییر به حیات خود ادامه می دهند. پاسداری و تضمین بقای این سنت ها و مهارت ها در قالب میراث ناملموس سبب غنای فرهنگی هر سرزمینی می شود. بر اساس تعریف ارائه شده از سوی مرکز مطالعات پاسداری از میراث فرهنگی ناملموس در آسیای غربی و مرکزی تحت نظارت یونسکو «پاسداری به این معنی است که مطمئن شویم میراث فرهنگی ناملموس به عنوان بخشی فعال از زندگی برای نسل امروز باقی می ماند و این نسل می تواند آن را به آیندگان برساند. هدف از اقدامات پاسدارانه حصول اطمینان از دوام میراث، خلق مستمر، و انتقال آن است. اقدامات اولیه ی لازم برای پاسداری از میراث فرهنگی ناملموس عبارت اند از: شناسایی و مستندسازی این میراث، پژوهش، حفاظت، ترویج، ارتقا و یا انتقال آن، به ویژه از طریق آموزش رسمی و غیررسمی و نیز احیای جنبه های مختلف آن» (www.tichct.org). از سوی دیگر صنایع دستی به عنوان یک هنر-صنعت زنده و پویا در ارتباط با سبک زندگی جامعه کاربر خود رشد می یابد. چنانچه بخشی از صنایع دستی نتواند همگام با سبک زندگی افراد جامعه حرکت کند و پاسخگوی نیاز کاربر امروزی نباشد توسط رقبای صنعتی و یا سنتی سایر کشورها از چرخه رقابت کنار گذاشته می شود. امروزه با آسان تر شدن شرایط حمل و نقل و سهولت جریان اطلاعات از طریق شبکه های مجازی بازار صنایع دستی نیز گستره وسیع تری یافته است و همین امر سبب تنوع کاربر و سلاقی گوناگون شده است. در چنین شرایطی جهت گسترش بازار مصرف به منظور حضور موفق نیاز به مدیریتی هدفمند در سه حوزه طراحی، تولید و عرضه هستیم و از آنجایی که تولیدات صنایع دستی محصولاتی کاربردی فرهنگی می باشند برنامه ریزی در جهت توسعه اقتصادی، توسعه فرهنگی را نیز به همراه دارد و همین امر حساسیت طراحی در این حوزه را نشان می دهد.

در مباحث مدیریت طراحی در حوزه هنر اغلب به مد، طراحی صنعتی و گرافیک پرداخته می شود و صنایع دستی همواره مورد بی توجهی واقع شده است. اما آنچه باید در نظر گرفته شود صنایع دستی (مادر طراحی صنعتی) طراحی و تولید محصولات هنری کاربردی است که در ارتباط مستقیم با کاربر است و تمامی قواعد حاکم بر طراحی محصول نیز در آن می بایست رعایت شود. در طراحی محصولات صنایع دستی علاوه بر رعایت قواعد مذکور، محصول

مردن صنایع دستی قرار گیرد. و از انباشت پژوهش ها صرفاً در کتابخانه ها و مجلات علمی پژوهشی جلوگیری شود. ارتباط مستمر دانشگاه ها با صنعت بسترهای توانمندسازی را پیش از اتمام تحصیلات مهیا می سازد و این ارتباط سبب ارتقای کیفی منابع انسانی متخصص می گردد.

ارزش نیروی انسانی دانشگاهی در توسعه اقتصادی ارتباط مستقیمی با تناسب دانش کسب شده و بهره گیری از آن تخصص در ارائه خدمات دارد. در بسیاری از رشته های دانشگاهی در مبحث تجاری سازی نمی توان تأثیر پژوهش های بین رشته ای را نادیده گرفت. «بین رشته ای به دلیل تحولات سیاست های عمومی و پویایی علمی در دهه های اخیر به طور فزاینده ای متداول شده است.» (Louvel, 2015, p.75) «رشد و توسعه علوم و توجه به جزییات باعث شده است، به رغم تفکیک و تقسیم بندی آن ها در گرایش های مختلف، آن ها به شدت با یکدیگر تلاقی داشته باشند. با توجه به اینکه علم در تولید، تجربه و گسترش، از منبع و وسیله ای به نام عقل انسانی برخوردار است، بنابراین به طور طبیعی همه علوم به رغم گستردگی دارای تشابهات و فصل مشترک های قابل تأملی هستند» (Ebrahimi, 2014, p.20).

بین رشتگی عبارت است از بررسی و مطالعه یک یا چند موضوع و مسئله علمی در یک رشته ی خاص با استفاده از مبانی، تجربه ها، دانش و مهارت های یک رشته علمی یا حوزه پژوهشی دیگر. میان رشتگی برای توصیف و تبیین سطح وسیعی از فعالیت های علمی، پژوهشی و آموزشی به کار برده می شود که کنشگران و متخصصان دو یا چند رشته علمی در ارتباط با شناخت، فهم و تحلیل یک پدیده، موضوع یا مسئله پیچیده و واقعی با یکدیگر همکاری می کنند (Khorsandi & Taskouh, 2008, p.7). فعالیت بین رشته ای از دیدگاه سیپل (2005) یک رشته را از نظرگاه روشی یک رشته ی دیگر مورد مطالعه و بررسی قرار می دهد و همچنین نیوول و گرین (1982) بین رشتگی را فعالیت و فرایندی می دانند که در آن یک رشته یا حوزه ی علمی، نقش محوری، مبنایی و زمینه ای دارد و رشته یا حوزه ی علمی دیگر نقش ابزاری و روشی (Khorsandi Taskouh, 2009, p.59). در توسعه اقتصادی صنایع دستی، علوم مدیریت و اقتصاد به عنوان ابزارها و روش هایی جهت نیل به اهداف توسعه مورد استفاده قرار می گیرند. دانش آموخته صنایع دستی با کسب دانش و مهارت های هنری قادر به طراحی و ساخت محصولات هنری- کاربردی می گردد اما برای تجاری سازی خروجی حاصل از فرایند ایده تا اجرا بهره گیری از دانش مدیریت امری لازم و ضروری است. به کارگیری روش ها و ابزارهای مدیریتی در سه حوزه طراحی، تولید و عرضه محصولات صنایع دستی راه را بر توانمندسازی هنر آموختگان دانشگاهی در جهت توسعه اقتصادی هموار می سازد. «یکی از راه های عملی جهت بهبود برنامه های درسی و تغییر رویکرد سنتی حرکت به سوی رویکرد بین رشتگی است. برنامه تحصیلی میان رشتگی جهت پاسخگویی به مسائل حال و آینده لازم و ضروری است. در پی دستیابی به اهداف دانشگاهی، میان رشتگی نقش سازنده ای در جهت حل مسائل گوناگون اجتماعی ایفا می کند.» (Sobhaninejad & Nourabadi, 2017, p.26).



تصویر ۳: کارکردهای اصلی محصول صنایع دستی (نگارنده)
Fig. 3: The main functions of the handicraft product (Author)

زیادی را نیز شامل نمی‌شود، اما به هر حال این تعریف، طرح کلی را درباره دامنه مدیریت طراحی ارائه می‌دهد.» (Phillips, 2007, p.189). مدیریت طراحی از آنجا که در مجموع فرآیند حل مسئله و تصمیم‌گیری است بر مراحل تولید و عرضه نیز تاثیر گذار است. طراحان حوزه صنایع دستی در فرآیند مدیریت طراحی می‌بایست به این نکته توجه کنند که تنها کافی نیست که کار طراحی شان عالی باشد و فقط به جنبه‌های زیبایی‌شناسی توجه کنند، بلکه باید بتوانند مشکلات تجاری را برطرف کرده و اهداف کسب‌وکار را محقق سازند.

طراحی و تولید محصول هر چه که باشد و در هر حوزه‌ای چه ماشینی یا دستی برای حضور موفق، رقابت با رقبای و تأمین نیاز کاربران، مدیریت طراحی بخشی لازم و ضروری است. مدیریت طراحی در فرآیند طراحی همواره با چهار پرسش اساسی سرکار دارد: «چه وضعیتی هست؟ چه می‌شود اگر؟ چه چیزی شگفت‌آور است؟ و چه چیزی جواب می‌دهد؟ مرحله چه وضعیتی هست واقعیت فعلی را بررسی می‌کند. چه می‌شود اگر، آینده‌ای جدید را تصور می‌کند. چه چیزی شگفت‌آور است، انتخاب‌هایی انجام می‌دهد. چه چیزی جواب می‌دهد ما را وارد بازار می‌کند.» (Liedtka & Ogilvie, 2017, p.70)

دانش‌آموخته دانشگاهی صنایع دستی با مواجه با محیط کسب‌وکار حرفه‌ای و پاسخگویی به چهار پرسش اساسی فرایند طراحی باید قادر به ارتباط برقرار کردن بین پژوهش، طراحی و تولید باشد. همچنین با شناخت کاربران و نیازهای آنان و ارزیابی دقیق بازارهای هدف و رقبا و با تکیه بر گنجینه عظیم فرهنگ بومی محصولات هویت‌مند، کارآمد، باکیفیت و نوآورانه ارائه دهد. در پژوهشی که در سال ۱۳۹۶ بر روی ۱۷ کارگاه صنایع دستی احداث شده توسط دانش‌آموختگان دانشگاهی صورت گرفت، «متغیرهای پژوهش تحت عنوان شیوه مدیریت، توان علمی هنری، میزان خلاقیت، شیوه تعامل اعضا، توان کار تیمی، میزان شناخت کاربران، میزان شناخت بازارهای هدف به عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت کارگاه‌های تولید صنایع دستی» (Rahmanpour, 2018, p.86)

نهایی می‌بایست هویت‌مند بوده و معرف فرهنگ منطقه‌ای خود باشد. مرز بین محصول صنعتی با صنایع دستی تنها در شیوه تولید خلاصه نمی‌شود بلکه آنچه اهمیت ویژه‌ای دارد تجلی ریشه‌های فرهنگی و هنری در یک محصول صنایع دستی است. با توجه به تصویر ۳ کارکردهای اصلی یک محصول صنایع دستی را می‌توان به چهار دسته‌ی ۱- کارکردهای زیبایی‌شناسانه و نشانه‌شناسانه ۲- کارکردهای شکل‌گرایی و کارکردگرایی ۳- کارکردهای ارگونومیک ۴- کارکردهای نوآورانه دسته‌بندی کرد که هر یک جوابگوی بخشی از ویژگی‌های موردنیاز محصول صنایع دستی است و در نهایت محصولی با دارا بودن اصالت در طرح و نقش، منطبق با نیازهای روانی و فیزیکی کاربران و همچنین همگام با سبک زندگی افراد ارائه می‌گردد.

در مدیریت طراحی صنایع دستی می‌بایست به بخش تجاری در روند طراحی و تولید توجه شود و مدیر طراحی بر سازوکارهای حاکم بر طراحی تسلط داشته و از سوی دیگر زبان ویژه کسب‌وکار را بداند. «روند مدیریت طراحی محصولات مختلف، متفاوت است و نمی‌توان از یک الگوی مدیریت خاص برای تمامی طرح‌ها استفاده کرد؛ به عبارت بهتر، برای هر طرح و هر محصول، مدیریت طراحی خاص باید طراحی و تنظیم شود. چه بسا برای طراحی برخی محصولات، تنها توجه به بخشی از موارد ذکر شده در مبحث مدیریت طراحی ضروری باشد و یا آنکه در طرح‌های دیگر بخش‌های مکملی نیز به آن افزوده شود که این امر با محصول موردنظر و روند طراحی و تولید آن ارتباطی نزدیک دارد.» (Nedaeifard, 2009, p.23).

پیتر ل. فیلیپس در کتاب خود «دیزاین بریف» در فصل «یک مدیر طراحی کیست» به نقل از مقاله ارل پاول مدیریت طراحی را این گونه بیان می‌کند: «توسعه، سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی و پایش منابع برای دستیابی به محصولات، ارتباطات و محیط زیستی که از منظر کاربر کارآمد باشد.» با وجود ارائه این تعریف در ادامه مقاله بیان می‌شود «این تعریف برای تمام شرایط عالی نیست و ضمناً جزئیات

پژوهش نشان از آن داشت مهم‌ترین عامل با ضریب تأثیر بالا در عدم موفقیت و یا کند بودن آهنگ پیشرفت این کارگاه‌ها کمبود دانش

مدیریتی در بهره‌گیری از توان علمی هنری کسب‌شده از محیط دانشگاهی در جهت هدایت کسب‌وکار و تجاری‌سازی دانش است.

نتیجه‌گیری

در بحث توانمندسازی زنان تلاش برای مشارکت از نکات اساسی در هر حوزه‌ای است، خوشبختانه در بخش صنایع‌دستی، زنان همواره حضور و مشارکت فعال داشته‌اند، در نتیجه آنچه می‌بایست در جهت توانمندسازی زنان دانش‌آموخته صنایع‌دستی به‌منظور دستیابی به توسعه اقتصادی پایدار موردتوجه جدی واقع شود تقویت و جهت دادن به قابلیت‌های موجود است. در این پژوهش سعی بر آن شد تا با رویکرد توسعه اقتصادی عوامل تأثیرگذار بر توانمندسازی زنان در مدیریت صنایع‌دستی بررسی شود و نتایج حاصل از این پژوهش به شرح زیر است:

۱. توسعه اقتصادی از طریق توانمندسازی زنان دانش‌آموخته صنایع‌دستی دانشگاهی نیازمند توسعه کمی و کیفی مراکز آموزش عالی صنایع‌دستی است. عوامل تأثیرگذار بر دستیابی به توسعه کیفی صنایع‌دستی دانشگاهی را می‌توان رویکرد علمی و پژوهش‌های کاربردی، ارتباط مستمر دانشگاه با صنعت، نوآوری‌های هویت‌مند و هدفمند با تکیه بر ریشه‌های بومی و فرهنگی، ارتباط مؤثر با بخش تولید سنتی و تقویت رشته‌های میان‌رشته‌ای برشمرد.
۲. توجه هم‌زمان به سه مؤلفه‌ی آموزش، پژوهش و خدمات. یکی از مهم‌ترین موانع توانمندسازی دانش‌آموختگان، توجه مراکز دانشگاهی به حوزه‌های آموزش و پژوهش و غفلت از خدمات است. جهت ارتقا کیفی مراکز آموزش عالی در راه توسعه اقتصادی و دستیابی به اهداف توانمندسازی، اهداف غایی در هر رشته می‌بایست مشخص گردد و دانش کسب‌شده در مراکز آموزشی می‌بایست متناسب با اهداف تعیین‌شده تدوین گردد.
۳. با توجه به نتیجه حاصله از پژوهش بر روی کارگاه‌های احداث‌شده توسط دانش‌آموختگان، کمبود مهارت‌های مدیریتی از عوامل تأثیرگذار بر عدم موفقیت و یا دیر بازده بودن این کارگاه‌ها است. به همین سبب رویکرد مدیریتی به سه مقوله طراحی، تولید و عرضه امری لازم و ضروری است.

۴. رویکرد مدیریتی به طراحی، تولید و عرضه محصولات صنایع‌دستی سبب می‌شود تا دانش‌آموخته تنها به جنبه‌های زیباشناسانه اثر توجه نکرده و بتواند مشکلات تجاری را برطرف ساخته و اهداف کسب‌وکار را محقق سازد.
 ۵. رویکرد مدیریتی به سه حوزه نامبرده دانش‌آموخته را قادر می‌سازد تا در کنار رعایت قوانین زیباشناسانه و ساختاری، توسعه، سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی و پایش منابع برای دستیابی به محصولات صنایع‌دستی را در فرایند خلق ایده تا تولید و عرضه مدنظر قرار دهد.
 ۶. از آنجایی که کسب‌وکار در حوزه صنایع‌دستی در مقیاس کوچک یا متوسط است اغلب هنرمندان صنایع‌دستی وظیفه طراحی، تولید و عرضه محصولات را خود به‌تهایی و یا توسط گروه کوچکی انجام می‌دهند. همین امر ضرورت توانمندسازی دانش‌آموخته صنایع‌دستی پیش از ورود به بازار کسب‌وکار حرفه‌ای را از طریق آموزش‌های جانبی و تکمیلی و بهره‌گیری از ابزارها و روش‌های رشته‌های دیگر خاطرنشان می‌سازد.
- پایان سخن آنکه حضور و مشارکت زنان در حوزه صنایع‌دستی را می‌بایست به‌عنوان فرصتی طلایی در نظر گرفت و برای جلوگیری از هدر رفت این منابع انسانی متخصص تربیت‌یافته در دانشگاه‌ها می‌بایست تقویت و تکمیل دانش و هنر کسب‌شده از محیط‌های دانشگاهی در راستای نیازهای فضای کسب‌وکار حرفه‌ای مدنظر قرار داده شود. طراحی، تولید و عرضه محصولات صنایع‌دستی امروزه با سهولت جریان اطلاعات و گسترش شبکه‌های اجتماعی و در پی آن گسترش مخاطبان و همچنین رقبا نیازمند رویکردی مدیریتی است که با بهره‌گیری از روش‌های علم مدیریت به‌عنوان ابزارهای کمکی و صنایع‌دستی به‌عنوان رشته محوری و مبنایی، بتوان فرایند خلاقیت و نوآوری در طراحی، تولید و عرضه محصولات صنایع‌دستی را سازمان‌دهی نمود و به اهداف توسعه اقتصادی از مجرای توانمندسازی بخش عمده‌ای از فعالان این حوزه دست‌یافت.

References

- Abtahi, H., & Abesi, S. (2007). Employee Empowerment. Institute for Management Research and Training Affiliated to Ministry of Energy. [in Persian]
- [ابطحی، سید حسین، و عابسی، سعید. (۱۳۸۶). توانمندسازی کارکنان. موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت وابسته به وزارت نیرو.]
- Abtahi, H., & Torabian, M. (2010). Assessment of Achievement of Higher Education Goals ased on Twenty-Year Vision of the Country Using AHP Method. Quarterly Journal of Research in Educational Systems, 4(8): 31-60. [in Persian]
- [ابطحی، سید حسین، و ترابیان، محسن. (۱۳۸۹). بررسی تحقق اهداف آموزش عالی بر اساس سند چشم‌انداز بیست ساله کشور با روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP). پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۴ (۸): ۳۱-۶۰.]
- Amini, A., Mazrouei Nasrabadi, E., & Aghajari, M. (2017). The Role of Psychological Empowerment and Employee Entrepreneurship Tendency in the Relationship between Market Orientation and Organizational Innovation, Journal of Business Management, 9(2): 258-233. [in Persian]
- [امینی، علیرضا، مزروعی نصرآبادی، اسماعیل، و آقاجری، معصومه. (۱۳۹۶). نقش توانمندسازی روان شناختی و تمایل به کارآفرینی کارکنان در رابطه بین بازارگرایی و نوآوری سازمانی. مدیریت بازرگانی، ۲۹ (۲): ۲۳۳-۲۵۸.]
- Ebrahimi, M. (2014). Evaluation of the Needs of Interdisciplinary Studies in the Humanities, Interdisciplinary Studies in Humanities, 6(2): 19-32. [in Persian]
- [ابراهیمی، مرتضی. (۱۳۹۳). بررسی ضرورت‌های مطالعات میان‌رشته‌ای در حوزه



- لیدکا، جین، اگیلوی، تیم. (۱۳۹۶). تفکر طراحی در کسب و کار، مرتضی خضری‌پور. تهران: آریانا قلم.
- Louvel, S. (2015). Effects of interdisciplinarity on disciplines. *Revue française de sociologie*. Vo.56
- Mirmohammadi, S. M., Hosseinpour, D., Pourghasemi, H. (2017). Key Factors in Employee Success, *Management Studies in Development and Evolution*, 25(83): 93-114. [in Persian]
- [امیرمحمدی، سیدمحمد، حسین‌پور، داود، پورقاسمی، حمیدرضا. (۱۳۹۶). عوامل کلیدی موفقیت توانمندسازی کارکنان. مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۵ (۸۳): ۹۳-۱۱۴]
- Nedaeifard, A. (2009). Design Management in Product Design, *Jelveh-Y-Honar Journal*, New Volume, 2: 17-24. [in Persian]
- [ندایی فرد، احمد. (۱۳۸۸). مدیریت طراحی در طراحی محصول. جلوه هنر. دوره جدید، ۲: ۱۷-۲۴]
- Phillips, P. L. (2016). Design Brief (a written agreement), Salman Yaftabadi. Tehran: Nazar Publications [in Persian]
- [فیلیپس، پیتر. ل. (۱۳۹۶). دیزاین بریف تفهیم نامه طراحی، سلمان یافت آبادی. تهران: موسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.]
- Rahmanpour, N. (2018). Applying the Kaizen Management System in the Manufacturing Process of Artistic Products in Handicraft Workshops. *International Journal of Engineering & Technology*. 7 (2.15), 185-191.
- Sobhaninejad, M., & Nourabadi, S. (2017). Prerequisites and Mechanism of Interdisciplinary Curriculum in University. *Journal of Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 9(3): 25-41.
- علوم انسانی. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، ۶ (۲): ۳۲-۱۹
- Farhangi, A. A., & Eskandari, M. (2003). Introducing Empowerment in Management and its Patterns, *Management Studies*, 39 & 40: 99-121. [in Persian]
- [فرهنگی، علی اکبر، اسکندری، مجتبی. (۱۳۸۲). معرفی توانمندسازی در مدیریت و الگوهای آن. مطالعات مدیریت. ۳۹ و ۴۰: ۹۹-۱۲۱]
- Hosseini, H. (2008). Development and Index of Human Resource Development and its Status in Iran, *Journal Management System*, 6(1): 146-159. [in Persian]
- [حسینی، حسن. (۱۳۸۷). توسعه و شاخص توسعه منابع انسانی و بررسی وضعیت آن در ایران. پیک نور-علوم انسانی، ۶ (۱): ۱۴۶-۱۵۹]
- Khoursandi Taskouh, A. (2008). Interdisciplinary Discourse: Typology, Principles, and Policies for Higher Education Practice, Institute for Cultural and Social Studies. [in Persian]
- [خورسندی طاسکوه، علی. (۱۳۸۷). گفت‌وگو میان‌رشته‌ای: گونه‌شناسی، مبانی نظری و خط‌مشی‌هایی برای عمل در آموزش عالی. پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.]
- Khoursandi Taskouh, A. (2009). Typological Diversity in Interdisciplinary Education, *Interdisciplinary Studies in Humanities*, 1(4): 57-83. [in Persian]
- [خورسندی طاسکوه، علی. (۱۳۸۸). تنوع گونه‌شناختی در آموزش و پرورش میان‌رشته‌ای. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی. ۱ (۴): ۸۳-۵۷]
- Liedtka, J., & Ogilvie, T. (2017). Design Thinking in Business, Morteza Khezripour, Tehran: Ariana Ghalam Publications. [in Persian]