

## شناسایی الزامات و چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی<sup>۱</sup>

وحید شریفی، دانشجوی دکتری مدیریت فناوری اطلاعات، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت،

واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

غلامرضا هاشم زاده خوراسگانی<sup>۲</sup>، دانشیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه

آزاد اسلامی، تهران، ایران

سید علیرضا درخشان، دانشیار گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه

آزاد اسلامی، تهران، ایران

اشرف شاه منصوری، استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

ابوتراب علیرضایی، دانشیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۶/۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۳/۱

### چکیده

بهره‌مندی از ظرفیت‌های اجتماعی و توانمندی‌های ملی در حوزه تولید صنایع دستی در عصر کنونی نیازمند استفاده از روش‌های تولیدی نوین و متناسب با پیشرفت فناوری است، در این راستا پدیده نوظهور تولید اجتماعی به‌عنوان یک اکوسیستم تولیدی جدید است که به فناوری‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی و بهره‌مندی از ظرفیت‌های اجتماعی مجهز شده است. هدف از این تحقیق، شناسایی الزامات و چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی است. این پژوهش در چارچوب رویکرد کیفی انجام شده و راهبرد آن نظریه‌پردازی داده بنیاد با رویکرد ظاهر شونده (گلیزری) است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته بوده و به‌منظور گردآوری اطلاعات، با به‌کارگیری روش نمونه‌گیری هدفمند با ۱۲ نفر از خبرگان حوزه صنایع دستی و فناوری اطلاعات، مصاحبه انجام شد. در راستای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش، از بسته نرم‌افزاری مکس کیو.دی.ای نسخه ۱۰ استفاده شده است. جهت بررسی استحکام پژوهش نیز از چهار معیار قابلیت اعتبار، انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأیید پذیری استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو مرحله کدگذاری حقیقی و کدگذاری نظری انجام گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد عوامل تغییر در ساختار تولید، بهبود روابط با مصرف‌کننده، توسعه پژوهش و آموزش، توسعه زیرساخت‌ها و ایجاد شبکه‌های تولیدی به‌عنوان الزامات اصلی است و درنهایت الگوی مفهومی پژوهش با ۹ مقوله و ۲۹ مؤلفه ترسیم گردید. پژوهش حاضر می‌تواند بخشی از خلأهای شناختی در حوزه به‌کارگیری تولید اجتماعی در ایران را مرتفع نماید.

کلیدواژه‌ها: صنایع دستی، تولید اجتماعی، ظرفیت‌های اجتماعی، نظریه داده‌بنیاد

۱. این مقاله برگرفته از پایان نامه دکتری تخصصی آقای وحید شریفی با عنوان «طراحی مدل کسب‌وکار پلتفرمی محصولات فرهنگی با رویکرد تولید اجتماعی» در دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب است که با راهنمایی آقای دکتر هاشم زاده و آقای دکتر درخشان و مشاوره خانم دکتر شاه منصور و آقای دکتر علیرضایی انجام شده است.

## مقدمه

صنایع دستی یکی از قدیمی‌ترین و با سابقه‌ترین دستاوردهای بشری است که به علت بومی و منحصر به فرد بودن، عدم وابستگی تولید آن به خارج و وجود نیروهای انسانی خلاق، ماهر و توانمند در داخل، ظرفیت عظیمی برای توسعه کارآفرینی و رونق تولید در مناطق مختلف کشور بوده است اما به دلیل اتکای روندهای تولید و عرضه آن به رویکردهای سنتی، تاکنون بهره‌برداری مناسبی از آن نشده است صنایع دستی و هنرهای سنتی در دوره‌های مختلف به اقتضای نیاز و ضرورت زندگی توسط هنرمندان خلاق ایجاد و توسعه یافته و در طی قرون با حفظ سنت‌های اصیل، مراحل شکل‌گیری خود را طی کرده و با اعتقادات، بینش، اندیشه، آداب و رسوم، محیط زندگی و شیوه معیشت مردم درهم آمیخته‌اند، نبود ارتباط بین صنعتگران و بازارهای خارج از کشور و آشنا نبودن بخش عمده‌ای از صنعتگران با بازاریابی اینترنتی و روش‌های تولید و توزیع جدید از مشکلات موجود در این حوزه است. (مرادزاده و همکاران، ۱۳۹۹) امروزه با وجود ازدیاد جمعیت، تولید انبوه و ارزان همه نوع محصول، تغییرات الگوی مصرف و ذائقه مصرف‌کننده، صنایع دستی با تمام ارزش و اهمیتی که دارد از رونق مناسبی حتی در محیط‌های هنری مانند اصفهان برخوردار نیست که در صورت ادامه این شرایط خطر رکود بیشتر و حتی نابودی کامل آن دور از انتظار نیست. (صرامی، ۱۳۹۴).

با توجه به مشکلات و آسیب‌های موجود در عرصه تولید صنایع دستی، به‌کارگیری یک مدل تولیدی مبتنی بر فناوری‌های روز برای رونق تولید و استفاده حداکثری از ظرفیت‌های اجتماعی در راستای بهبود تولید سفارشی<sup>۱</sup>، تقسیم منابع، نمونه‌سازی سریع، کاهش هزینه‌های تولید، شخصی‌سازی<sup>۲</sup>، جمع‌سپاری<sup>۳</sup> و برون‌سپاری<sup>۴</sup> با اتخاذ رویکرد تولید اجتماعی<sup>۵</sup> میسر می‌گردد.

مزیت تولید اجتماعی نسبت به تولید سنتی این است که تقریباً تمام خواسته‌های مصرف‌کنندگان را می‌توان مستقیماً در محصولات شخصی از طریق جمع‌سپاری و شبکه‌های اجتماعی منعکس کرد؛ یعنی از ایده تا تولید، هر مصرف‌کننده می‌تواند در کل فرآیند طراحی محصول، تولید و بازاریابی مشارکت کند؛ بنابراین

---

1. Customization  
 2. Personalization  
 3. Crowdsourcing  
 4. Outsourcing  
 5. Social manufacturing

در تولید اجتماعی، کاربر از مشتری به تولیدکننده و مصرف‌کننده تبدیل می‌شود. (شانگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۳)

تغییر سازمان تولید و ساختار عملیاتی به یک ساختار غیرمتمرکز و اجتماعی همیشه مدنظر بوده است. تحت روند رو به رشد شخصی‌سازی و اجتماعی شدن، تولید اجتماعی یک شیوه فنی و تجاری در حال ظهور در الگوی شخصی‌سازی انبوه است که به مصرف‌کنندگان اجازه می‌دهد تا از طریق یکپارچه‌سازی فرآیندهای خدمات تولیدی بین سازمانی، محصولات شخصی‌سازی شده و خدمات شخصی را با شرکای خود بسازند. (سلیمی زاویه و شمس، ۱۳۹۹)

امروزه، توجه به پایداری اجتماعی و محیطی در کل صنایع، به‌طور چشمگیری افزایش یافته است، گزینه‌های تولید اجتماعی مانند شفاف‌سازی تعاملات اجتماعی و استفاده از ظرفیت‌های جامعه، برای رونق تمامی صنایع امیدوارکننده به نظر می‌رسند. (مهاجری و همکاران، ۲۰۱۴) با توجه به مطالعات فراوانی که در سال‌های اخیر در زمینه کاربردها و ویژگی‌های تولید اجتماعی که به‌طور عمده شامل تعاریف و مفاهیم، عناصر و ویژگی‌های، فناوری‌های پشتیبان، پیکربندی و شیوه اجرا انجام گرفته است. (شانگ و همکاران، ۲۰۱۹) به‌طورکلی توسعه فناوری‌های نوظهور و پارادایم‌های جدید تولیدی، در حال تحول‌آفرینی در هر سه بخش زنجیره ارزش یک محصول، یعنی تولید، توزیع و مصرف است، بنابراین توسعه و رونق تولید صنایع دستی نیز مستلزم به‌کارگیری این فناوری‌ها و روش‌های نوین است، پارادایم تولید اجتماعی می‌تواند راه‌حل‌های مناسبی برای مشکلات تولید سنتی از قبیل (تولید بدون تقاضا، تولید با هزینه بالا، تولید بدون خلاقیت و ...) در حوزه تولید صنایع دستی ارائه نماید، مسئله اصلی این است که با تمام ویژگی‌ها و مزایای مطرح شده، چقدر شرایط برای به‌کارگیری تولید اجتماعی در حوزه تولید صنایع دستی در کشور فراهم است، بررسی مطالعات گذشته نشان می‌دهد که شناسایی الزامات به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی کمتر مورد توجه بوده است، در صورتی‌که برای برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی‌های تولیدی با رویکردی خاص، در یک صنعت، شناسایی الزامات و چالش‌های به‌کارگیری آن رویکرد ضروری است، در پاسخ به این ضرورت، تحقیق حاضر با هدف شناسایی الزامات چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در

تولید صنایع دستی انجام شده است. با توجه به آنچه ذکر گردید سؤال اصلی این پژوهش چنین مطرح می‌گردد که الزامات به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی چیست؟ همچنین با توجه به اهمیت شناخت موانع و چالش‌ها، شناسایی چالش‌های اصلی به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی نیز سؤال دیگر این پژوهش است و در این راستا در ادامه پژوهش به بررسی مبانی نظری و روش‌شناسی تحقیق پرداخته شده و پس از آن، یافته‌ها و درنهایت بحث و نتیجه‌گیری بیان گردیده است.

### مبانی نظری

کاستلز<sup>۱</sup> معتقد است در دنیای جدید، با تغییر و تحولات شگرفی که در فرایند هویت‌سازی رخ می‌دهد، زوال هویت‌های مشترک، امری اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. مناسب‌سازی برای آن دسته از کنشگران اجتماعی که از فردی شدن هویت ناشی از زندگی در شبکه‌های جهانی قدرت و ثروت طرد شده‌اند یا در برابر آن مقاومت کرده‌اند، از طریق جماعت‌های فرهنگی استوار بر بنیادهای دینی، ملی و منطقه‌ای است که بر اساس مجموع معینی از ارزش‌ها سازمان یافته‌اند و منبع الهامات هویت‌بخش برای اعضا به شمار می‌روند (حبیبی و همکاران، ۱۳۸۹) به باور کاستلز این امکان وجود دارد که از دل این جماعت‌های فرهنگی، کارگزاران جمعی تغییر اجتماعی سر برآورند و با استفاده از مواد و مصالح فرهنگی در دسترس، هویت جدیدی بسازند که موقعیت آنان را در جامعه از نو تعریف کند و برای آنان توانایی ظهور در برابر سلطه منافع جریان‌های جهانی سرمایه، قدرت و اطلاعات را به ارمغان آورد. (زحمتکش و همکاران، ۱۳۹۵) این ایده کاستلز که بر قدرت ظرفیت‌های اجتماعی تأکید دارد با کارکردهای تولید اجتماعی نیز منطبق است، در این راستا یکی از خصیصه‌های اصلی الگوی تولید اجتماعی به اشتراک‌گذاری قابلیت‌ها و ظرفیت‌های اجتماعی داخل یک جامعه تولیدی یا میان جوامع تولید مختلف است، در واقع در تولید اجتماعی برون‌سپاری<sup>۲</sup> / جمع‌سپاری<sup>۳</sup> به روشی اثر بخش برای تولیدکنندگان تبدیل می‌شود تا از طریق آن، هزینه‌های عملیاتی را کاهش داده و واکنش سریعی نسبت به بازار پویا از خود نشان دهند. در این شرایط، حالت تولید به‌سوی حالت تولید اجتماعی متحول شده است، طی این حالت، ذینفعان گوناگون منابع تولید اجتماعی مانند کارگاه‌های کوچک و متوسط، کارخانه‌های هوشمند، شرکت‌ها، ارائه‌دهندگان خدمات

1. Castells

2. Out sourcing

3. Crowd sourcing

پشتیبانی و انبارهای عمومی، در راستای همکاری در زمینه فعالیت‌های برون‌سپاری/ جمعی سپاری هماهنگ شده و یک جامعه تولیدی مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی ایجاد می‌کنند. (دینگ و دیگران، ۲۰۱۳)

مهاجری و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان تأثیر تولید اجتماعی بر مدل زنجیره ارزش، تولید اجتماعی را به عنوان ترکیب زمینه‌های مرتبط با جستجوی اجتماعی، محاسبات اجتماعی با یکدیگر، شبکه تولید اجتماعی متشکل از اینترنت. چاپگر سه‌بعدی تعریف نموده و در زمینه مشارکت مصرف‌کننده به این نتیجه رسیده‌اند که افراد می‌توانند در کل فرآیند تولید و چرخه عمر محصول شرکت کنند و با برون‌سپاری، تسهیل الگوهای تولید و مصرف شخصی در زمان واقعی و اجتماعی شده، در نهایت منجر به یک انقلاب صنعتی جدید می‌شود. (مهاجری و همکاران، ۲۰۱۴)



شکل ۱. تغییر شیوه‌های تولید در طول تاریخ؛ اقتباس از: مهاجری و همکاران، ۲۰۱۴

در اکثر چارچوب‌های نظری ارائه شده پیرامون صنایع دستی، اشاره به پایداری ارزش‌های سنتی و تأثیرشان بر تغییرات فرهنگی، رابطه اجتماعی موجود در سرمایه فرهنگی، مفهوم صنایع فرهنگی و جماعت‌های فرهنگی که استوار بر بنیادهای دینی، ملی و منطقه‌ای می‌باشند، مفاهیمی همچون ظرفیت‌های اجتماعی و روابط اجتماعی مشترک است (فولادیان و همکاران، ۱۴۰۰). در واقع مفاهیم کلیدی مطرح شده از جمله استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی، از ویژگی‌های اصلی تولید اجتماعی است و در این راستا، جیانگ (۲۰۱۹)

که از صاحب‌نظران اصلی پارادایم تولید اجتماعی است چهارچوب الگوی تولید اجتماعی را بر اساس مفاهیمی شامل رسانه تولید اجتماعی، تعاملات کسب‌وکار اجتماعی، زمینه کسب‌وکار اجتماعی، روابط کسب‌وکار اجتماعی، جوامع تولید، ساختارهای سازمانی تولید اجتماعی، شبکه تولید اجتماعی تعریف می‌نماید، جیانگ الگوی تولید اجتماعی را به‌عنوان نوعی فناوری تولید نسل بعدی معرفی می‌نماید که شامل کل مراحل چرخه عمر یک محصول<sup>۱</sup> است، جیانگ معتقد است تولید اجتماعی دارای شش خصوصیت اصلی از قبیل مینیمم سازی منابع تولید، خودسازمان‌دهی منابع تولید، انتشار و ویروسی ساختار سازمانی، به اشتراک‌گذاری قابلیت‌ها و مزایای تجاری در داخل یک جامعه تولید یا میان جوامع مختلف، بهینه‌سازی عملکرد و تصمیم‌گیری داده محور، بهره‌مندی از «اینترنت اشیا» و سیستم‌های سایبر فیزیکی تعمیم‌یافته، می‌باشد (جیانگ، ۲۰۱۹).

#### پیشینه پژوهش

کمبل<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) در نتایج مطالعه خود با عنوان مصرف‌کننده صنعتگر: فرهنگ، صنعت و مصرف در جامعه پست‌مدرن پیشنهاد می‌کند، که دانشمندان علوم اجتماعی باید با مطالعات دقیق وجود مصرف‌کنندگانی را بشناسند که در قالب «مصرف‌کننده صنعتگر» قرار می‌گیرند. کالین معتقد است «صنایع‌دستی» شامل فعالیت‌هایی است که در آن «محصول» مورد نظر اکثراً «ساخته و طراحی شده توسط یک شخص» است و مصرف‌کننده صنعتگر فردی است که معمولاً مهارت، دانش و اشتیاق خاصی برای مشارکت در تولید را به همراه دارد.

تختی (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «آسیب‌شناسی صنایع‌دستی بر مبنای جامعه هنرمند و اثر هنری» با دیدگاه جامعه‌شناسانه عوامل آسیب‌رسان به صنایع‌دستی را مطالعه کرده است. وی صیانت از پیشینه و اصالت هنری حفظ فرهنگ بومی و قومی و به روز کردن آن را عاملی برای پاسداری از هنر و شیوه زندگی اقوام می‌داند.

جویباری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان «جایگاه اجتماعی هنرهای سنتی و صنایع‌دستی و با نظری به مسگری کاشان در امروز و گذشته» صنایع‌دستی را آن بخش از هنرهای سنتی می‌دانند که از

1. Product life cycle  
2. Campbell

ویژگی‌های خاصی چون داشتن بار هنری و ارزش فرهنگی و تاریخی، عدم وابستگی به منابع و کارشناسان خارجی و بومی بودن، توانایی بالقوه در ارتقاء سطح مسائل اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و نیز عدم نیاز به سرمایه کلان و قابلیت توسعه و برخوردار بوده و همین موضوع، باعث شده که بتواند در متن زندگی جمعی و فردی قرار گیرد. نکته مهم این است که هم صنعتگر سنتی انگیزه‌ها و دلایلی دارد که در جامعه صنعتی به تولید هنر به شیوه سنتی اقدام می‌کند و هم دست ساخته‌هایش بر مخاطبان تأثیر می‌گذارد.

در تحقیق پاکزاد (۱۳۹۵) با عنوان «نقش صنایع دستی در کارآفرینی زنان و توسعه اقتصادی»، به صنایع دستی به منظور اقتصاد پایدار توجه ویژه شده است و نقش آن با الگوی اجرایی و اهمیت این فعالیت در کشورهای در حال توسعه مانند چین و هندوستان مطابقت داده شده است. در این کشورها، توسعه اقتصادی با محوریت دانش و فناوری بومی، اصلی‌ترین موضوع را به خود اختصاص داده است. نتایج این پژوهش نشان داد که برنامه کارآفرینی زنان در حوزه قالبیافی سبب توسعه اقتصاد روستایی می‌شود و در گسترش صنایع دستی نقش مهمی دارد. این روند، منطبق بر الگوهای کارکردی است که در چین و هندوستان سبب بالا بردن موقعیت آن‌ها در اقتصاد جهان شده است. در برخی از پژوهش‌ها به گستردگی و پیچیدگی فعالیت‌ها در حوزه هنرهای صناعی، لزوم توجه به توسعه و اثرات ایجاد شده آن‌ها اشاره شده است؛ به این معنا که اطلاع دقیق از وضعیت موجود موجب برنامه‌ریزی متناسب و بهینه برای تقویت نقاط قوت‌ها و رفع نقاط ضعف این‌گونه مشاغل خواهد شد.

فولادیان و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر تداوم فعالیت در حوزه صنایع دستی: (مطالعه موردی صنعتگران شهر مشهد) ضمن بررسی دلایل جامعه‌شناختی تداوم تولید صنایع دستی با تأکید بر مشاغل موجود در شهرستان مشهد، پدیده مرکزی تحقیق با عنوان «افول همراه با تداوم صنایع دستی» شناسایی شد و مدل پارادایمی متناظر با آن تدوین شد. این پدیده، نشانگر ایده‌ها و مقاصد اجتماعی است که توجیه‌کننده انجام این حرفه سنتی در دوران معاصر است. نتایج این تحقیق نشان داد که داشتن ذائقه هنری، عناصر محرک فعالیت هنری و تأثیرپذیری محیطی و معنوی مهم‌ترین شرایط علی مؤثر بر پدیده ذکر شده است. همچنین پیامد اصلی را سه مقوله تأثیر بر جامعه مخاطب، کسب جایگاه اجتماعی و

پیامدهای اجتماعی مرتبط با موضوع شکل می‌دهد که به تداوم فعالیت در حوزه صنایع دستی در طبقه اجتماعی جدیدی به‌رغم افول آن در خاستگاه سنتی‌اش منجر شده است.

وانگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان ارائه الگو برای تولید صنایع دستی سفارشی‌سازی شده ضمن بررسی و مقایسه انواع نظریه‌ها و مدل‌های تولید سفارشی، الگوی سفارشی‌سازی فرآیند تولید صنایع دستی را با محوریت مشارکت مشتریان و باهدف استفاده از ظرفیت‌های تولیدی، تأمین علایق و نیازهای واقعی بازار و ایجاد شبکه‌های تولیدی، پیشنهاد می‌نمایند، نتایج این تحقیق نشان می‌دهد تولید صنایع دستی به روش سفارشی‌سازی می‌تواند با جلب مشارکت حداکثری خریدار در فرآیند تولید، پیامدهایی از قبیل، افزایش درآمد، کاهش هزینه‌ها، تأمین سلاقی متنوع مصرف‌کننده، ارتباط بهتر با مشتریان و افزایش تعداد مشتریان وفادار را به دنبال داشته باشد.

شافی<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر پذیرش نوآوری توسط مصرف‌کننده در محصولات صنایع دستی به بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت مصرف‌کنندگان باهدف ایجاد نوع خاصی از نوآوری در محصولات صنایع دستی می‌پردازد، نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که عوامل مهارت تجربی، دانش، انگیزه مشارکت، سابقه فعالیت و میزان خلاقیت مصرف‌کننده مهم‌ترین عوامل برای انجام نوآوری در صنایع دستی توسط مصرف‌کننده هستند. به ویژه مصرف‌کنندگان نوآوری‌هایی را ترجیح می‌دهند که ویژگی‌های سنتی محصولات مانند اصالت و کیفیت را تغییر نمی‌دهند. مقایسه مشخصات جمعیتی-اجتماعی بخش‌های مصرف‌کننده با پذیرش نوآوری نشان می‌دهد که نسل جوان و مصرف‌کنندگان تحصیل‌کرده تمایل بیشتری به پذیرش نوآوری در محصولات صنایع دستی دارند. این مطالعه بر یک موضوع نوظهور برای صنایع دستی متمرکز شده است. یعنی نوآوری توسط مصرف‌کننده که در گذشته کمتر مورد توجه محققان گرفته است.

حجم مطالعات انجام شده پیرامون بررسی نقش صنایع دستی در موضوعاتی چون توسعه روستایی، ایجاد کارآفرینی، توسعه کسب‌وکار، تقویت صادرات، رونق بازار و رونق گردشگری نشانگر تأثیری است که مقوله صنایع دستی می‌تواند بر ایجاد درآمد و تغییر اوضاع اقتصادی داشته باشد؛ (تحصیلی و ش، ۱۳۹۷)

1. Wang

2 Shafi



اما با توجه به توسعه فناوری‌ها، تحولات بازار و تغییر مستمر نیازهای مصرف‌کنندگان رونق تولید صنایع دستی مستلزم به‌کارگیری شیوه‌های جدید تولید و بهره‌مندی از مزایای روش‌های نوین تولیدی مانند تولید اجتماعی است، که در پژوهش‌های پیشین کمتر به آن پرداخته شده است، همچنین شناسایی الزامات کلیدی به کارگیری تولید اجتماعی در حوزه صنایع دستی از جمله مسائلی هست که در پژوهش‌های پیشین مغفول مانده‌اند، بنابراین، به منظور پوشش خلأ نظری موجود بایستی مشخص گردد که الزامات و چالش‌های به کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی چیست؟ از این‌رو، پژوهش حاضر عمدتاً در راستای تحقق امر فوق صورت گرفته است.

### روش پژوهش

تحقیق حاضر با رویکرد کیفی و با استفاده از روش داده بنیاد<sup>۱</sup> کلاسیک (گلگیری<sup>۲</sup>) انجام شده است. روش‌شناسی داده بنیاد بر پایه کشف الگوهای رفتاری است که در واقعیت‌های روزانه پایه‌گذاری می‌شوند. ماهیت پیچیده نحوه ارائه برخی از نظریه‌ها در ادبیات و تغییر در نحوه استفاده برخی از روش‌های داده بنیاد موضوعاتی هستند که نیاز به بررسی دارد (مارکی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۰).

جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق حاضر، روش مصاحبه نیمه ساختاریافته بود که با مطالعه ادبیات موضوع و با نظارت خبرگان تهیه گردیده و در مصاحبه‌ها از آن‌ها استفاده شده است. مشارکت‌کنندگان این پژوهش شامل خبرگان مرتبط با تولید صنایع دستی و متخصصان رشته مدیریت گرایش‌های صنعتی و فناوری اطلاعات از سراسر کشور می‌باشند که با کارکردهای تولید اجتماعی آشنایی داشته و مشخصات بیشتر آن‌ها در جدول یک درج شده است.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تحصیلات	رشته تحصیلی	سابقه (سال)	شغل فعلی	تخصص / تجربه کاری
۱	دکتری	پژوهش هنر	۱۵	عضو هیئت علمی	فروش و هنرهای وابسته
۲	دکتری	پژوهش هنر	۱۴	عضو هیئت علمی	خوشنویسی و هنرهای وابسته
۳	دکتری	پژوهش هنر	۱۵	عضو هیئت علمی	قلمکاری و نگارگری
۴	دکتری	مدیریت فناوری اطلاعات	۱۲	عضو هیئت علمی	مدیریت پروژه‌های فناوری اطلاعات، هوشمندی کسب‌وکار

1. grounded theory  
2. Glaser  
3. Markey

## ادامه جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تحصیلات	رشته تحصیلی	سابقه (سال)	شغل فعلی	تخصص / تجربه کاری
۵	دکتری	مدیریت فناوری اطلاعات	۱۴	عضو هیئت علمی	اقتصاد دیجیتال، مدل‌های کسب و کار
۶	دکتری	مدیریت صنعتی	۱۱	مدیر تحقیق و توسعه	کارآفرینی، تحقیقات بازاریابی
۷	دکتری	مدیریت صنعتی	۱۴	مدیر شرکت مشاوره	مدیریت تولید، برون‌سپاری
۸	کارشناسی ارشد	مدیریت فناوری اطلاعات	۱۰	مدیر پلتفرم شبکه اجتماعی	شبکه اجتماعی - فروش و بازاریابی اینترنتی
۹	کارشناسی ارشد	پژوهش هنر	۱۰	مدیر کارگاه صنایع دستی	خاتم - میناکاری - معرق
۱۰	کارشناسی ارشد	صنایع دستی	۱۰	مدیر کارگاه صنایع دستی	سنگ‌های تزیینی و هنرهای وابسته
۱۱	کارشناسی ارشد	هنر اسلامی	۱۲	مدیر کارگاه صنایع دستی	تذهیب، تشعیر، جلدسازی
۱۲	کارشناسی ارشد	صنایع دستی	۱۰	مدیر کارگاه صنایع دستی	سنگ‌های تزیینی و هنرهای وابسته

منبع: پژوهش نویسندگان

نمونه‌گیری به صورت هدفمند و نظری و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد، همچنین در زمان انجام مصاحبه‌ها نیز سعی گردید با استفاده از نظر مصاحبه‌شوندگان، افراد دیگری به لیست مصاحبه‌ها اضافه کردند تا بر غنای کار افزوده گردد؛ مطابق با نظر صاحبان نظریه داده بنیاد، نمونه‌گیری نظری تا زمانی که مقوله‌ها به کفایت نظری برسند ادامه یافت بنابراین تا رسیدن به اشباع نظری، با ۱۲ نفر از افرادی که می‌توانستند اطلاعات غنی‌تری در حوزه تولید صنایع دستی و تولید اجتماعی را در دسترس ما قرار دهند، مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته به صورت حضوری یا تلفنی انجام شد.

تمامی مصاحبه‌ها ضبط شده و فایل صوتی کاملاً پیاده‌سازی شده است. در مصاحبه‌ی شماره دهم اشباع نظری حاصل شد، اما مصاحبه‌ها تا نمونه دوازدهم جهت حصول اطمینان از کفایت داده‌ها انجام شد. در این تحقیق به منظور یافتن اطلاعات مورد نظر سعی بر عمیق شدن در مصاحبه‌ها بوده است. تحلیل نمونه‌ها به صورت گام‌به‌گام و بعد از پایان یافتن هر مصاحبه انجام شده است. بعد از انجام مصاحبه،

نسخه نوشتاری آن تایپ شده و پس از مفهوم‌پردازی در هر مصاحبه، موضوعات کلیدی تر و مقوله‌ها استخراج گردیدند.

جهت بررسی استحکام پژوهش نیز از چهار معیار قابلیت اعتبار، انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأیید پذیری استفاده شد، بر اساس دیدگاه گلنزر منبع اعتماد (پایایی و اعتباربخشی) در نظریه داده بنیاد، بر چهار معیار ذیل استوار است که باید ارزیابی شود:

- ۱- تناسب نظریه با داده‌ها: تناسب با فرآیند مقایسه مستمر نمود پیدا می‌کند.
- ۲- مرتبط بودن نظریه داده بنیاد: زمانی که نظریه آنچه را که واقعاً رخ می‌دهد، منعکس می‌نماید.
- ۳- عملی شدن و قابلیت اجرای نظریه: مربوط به میزان ارتباط محکم نظریه، با آنچه در جریان است، می‌باشد.
- ۴- قابلیت اصلاح نظریه: نظریه در زمانی مناسب و کاربردی است که بتواند توسط نشانه‌های جدید و یا مروری بر ادبیات، اصلاح شود (کر، ۲۰۱۱).

در این تحقیق به دلیل استفاده از خبرگان متخصص و مرتبط با موضوع پژوهش، داده‌های جمع‌آوری شده کاملاً مرتبط با موضوع پژوهش بوده و طی فرآیند ارائه مدل، کمک قابل توجهی را به محقق کرده است و برای استخراج الگو نیز تمامی مقوله‌ها و مؤلفه‌های گردآوری شده، در نظر گرفته شده است. همچنین بعد از استخراج الگو، الگوی تهیه شده در اختیار چهار نفر از خبرگان پژوهش قرار گرفت و با استفاده از بررسی مجدد مدل توسط خبرگان، اصلاحاتی در تعدادی از مؤلفه‌ها و الگوی نهایی پژوهش، صورت گرفت.

به‌طور کلی، رویکرد ظاهر شونده در روش شناسی نظریه داده بنیاد شامل دو مرحله: کدگذاری حقیقی (کدگذاری باز و کدگذاری انتخابی) و کدگذاری نظری است (گلنزر، ۲۰۰۵). با توجه به رویکرد ظاهر شونده (گلنزر)، کدگذاری باز با اقدام به کدگذاری آزاد داده‌ها تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که اثرات ظهور مقوله محوری، پدیدار گردد تا در مرحله بعدی، یعنی مرحله کدگذاری انتخابی، کدگذاری بر اساس مقوله محوری، هدایت شود به‌طور کلی گلنزر معتقد است که از ابتدای اقدام محقق برای کدگذاری باز، او باید به صورت آگاهانه به جستجوی متغیر محوری بپردازد. در کدگذاری نظری، ضمن انتخاب کدهایی که از نظر

محقق ارتباط بیشتری با موضوع تحقیق دارد، نحوه ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر را مفهوم‌سازی می‌کنند، پژوهش حاضر نیز با طی کردن دو مرحله مذکور، اهداف خود را دنبال نمود که در ادامه و در خلال بحث، نحوه کدگذاری در هر یک از این مراحل، تشریح شده است. (کلایان و همکاران، ۱۳۹۹)

در راستای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از بسته نرم‌افزاری مکس.کیودی.ای<sup>۱</sup> نسخه ۱۰ استفاده شده است. این نرم‌افزار راه‌حل‌های ساده‌تری را برای پیوند توالی‌های متنی با یکدیگر دارد (شونفلدر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱)

### یافته‌ها

در این بخش به بررسی یافته‌های تحقیق پرداخته شده است، در این تحقیق در مرحله کدگذاری باز با توجه به توصیه‌های گلنزر، اثرات ظهور مقوله محوری، پس از کدگذاری مصاحبه هشتم نمودار شد، در رویکرد ظاهر شونده زمانی که مقوله محوری نمودار شد، کدگذاری انتخابی آغاز شده و مصاحبه‌ها، در جهت مقوله محوری، کدگذاری می‌شوند که مقوله محوری این پژوهش الزامات و چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی است؛ بنابراین در این پژوهش ادامه مصاحبه‌ها حول مقوله محوری استخراج شده در مرحله کدگذاری باز، تحت عنوان (الزامات و چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی) صورت گرفت. جدول ۲ نمونه‌ای از کدگذاری باز را نشان می‌دهد و در جدول‌های ۳ و ۴ مقوله‌ها، مؤلفه‌ها و شاخص‌های حاصل از کدگذاری انتخابی بیان شده‌اند.

کدگذاری باز:

جدول ۲. نمونه‌ای از نکات کلیدی متن مصاحبه به همراه کدگذاری اولیه

کدهای اولیه	کدهای اولیه	کد مصاحبه‌شونده
تغییر در ساختار تولید	یکی از اساسی‌ترین مشکلات استمرار روش‌های سنتی تولید و توزیع است	7-9-11 1-5-6
بهبود روابط با مشتری	در تولید صنایع دستی توجه به ایده و نیاز مشتری در پایین‌ترین سطح است خلاقیت مشتری در تولید نقشی ندارد تولید صنایع دستی تقاضامحور نیست	1-2-3-7-9-10

ادامه جدول ۲. نمونه‌ای از نکات کلیدی متن مصاحبه به همراه کدگذاری اولیه

کدهای اولیه	کدهای اولیه	کد مصاحبه‌شونده
توسعه پژوهش و آموزش	ظرفیت‌های موجود به‌خوبی شناسایی نشده است باید برای تحقیقات این حوزه سرمایه‌گذاری جدی بشود مزایای تولید اجتماعی باید به‌خوبی اطلاع‌رسانی شود	12-10-7-6-5
توسعه زیرساخت‌ها	زیرساخت لازم برای مشارکت مصرف‌کننده در تولید کانال‌های ارتباطی لازم برای این موضوع وجود ندارد	11-7-4-3-2
ایجاد شبکه‌های تولیدی	به‌کارگیری این روش مستلزم توسعه رسانه‌های اجتماعی در این صنعت است تولیدکنندگان باهم ارتباط ندارند تولیدکنندگان صنایع دستی شبکه اجتماعی خاصی ندارند	10-9-7-4-1-12

منبع: پژوهش نویسندگان

کدگذاری انتخابی:

الزامات به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی به شرح ذیل است:

در پژوهش حاضر مقوله‌های تغییر در ساختار تولید، بهبود روابط با مشتری، توسعه پژوهش و آموزش، توسعه زیرساخت‌ها و ایجاد شبکه‌های تولیدی به‌عنوان الزامات به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی شناسایی گردید. در جدول شماره ۳ مقوله و مؤلفه‌های الزامات به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی ارائه می‌گردد.

## جدول ۳. کدهای باز، مؤلفه‌ها و مقوله‌های مربوط به الزامات

مقوله	مؤلفه	کدباز
تغییر در ساختار تولید	توسعه برون‌سپاری تولید	در صنایع دستی برون‌سپاری توسعه‌نیافته است اکثرأ تمام فرایند تولید توسط یک تولیدکننده انجام می‌شود امکان برون‌سپاری تولید صنایع دستی وجود دارد
	توسعه تولید سفارشی/ تولید تقاضامحور	بستر لازم برای تولید منطبق با نیاز مصرف‌کننده وجود ندارد به تقاضای بازار توجه نمی‌شود تولید سفارشی زمینه‌ساز تولید اجتماعی است روش‌های تولید سفارشی باید توسعه یابد کاربرد نبودن صنایع دستی و عدم توجه به سلیقه مخاطب
	بومی‌سازی مدل‌های تولید اجتماعی	مدل‌های موجود تولید اجتماعی باید بومی سازی شود با تغییراتی، مدل‌های موجود تولید اجتماعی سایر صنایع را می‌توان برای صنایع دستی استفاده کرد
بهبود روابط با مصرف‌کننده	توجه به ایده‌های مصرف‌کننده	تقریباً ایده‌های مشتری در تولید جایگاهی ندارد مشتریان می‌توانند طراحی‌ها را مطابق با نیاز خود تغییر دهند مشتریان می‌توانند محصولات متنوع‌تری پیشنهاد دهند صنایع دستی نیاز به ایده‌های جدید و روزآمد کردن محصولات دارد
	جذب مشتریان خلاق	در بین مشتریان گروه‌هایی هستند که مهارت‌های مناسبی جهت مشارکت در تولید دارند مشتریانی که دارای خلاقیت هستند می‌توانند در تولید اجتماعی نقش مؤثری ایفا نمایند در تولید محصولات کمبود خلاقیت و نوآوری وجود دارد
	ایجاد مکانیسم تشویق	برای جلب مشارکت باید فرایندهای جذاب طراحی شود طراحی نظام پاداش ضروری است باید برای مصرف‌کننده باید منفعتی وجود داشته باشد
توسعه پژوهش و آموزش	آموزش و اطلاع‌رسانی	تولیدکنندگان با روش تولید اجتماعی آشنا نیستند مدل تولید اجتماعی در کشور ما تبیین نشده است نمونه‌های تولید اجتماعی داخلی وجود ندارد در دانشگاه رشته صنایع دستی تدریس می‌شود اما در حوزه اقتصاد صنعت بسیار ضعف داریم عدم تناسب آموزش‌های صنایع دستی با نیازهای بازار
	تبیین ظرفیت‌ها و فرصت‌های اجتماعی	ظرفیت‌های ارزشمندی در این زمینه در کشور وجود دارد اجتماعی شدن جوامع موجب ایجاد فرصت‌های جدید می‌شود هنوز بسیاری از ظرفیت‌های کشور شناسایی نشده است شناسایی ظرفیت‌ها مهم‌ترین اقدام برای هم‌افزایی است

## ادامه جدول ۳. کدهای باز، مؤلفه‌ها و مقوله‌های مربوط به الزامات

مقوله	مؤلفه	کدباز
توسعه پژوهش و آموزش	سرمایه‌گذاری بر روی تحقیق و توسعه	مدل زنجیره ارزش تولید اجتماعی باید شناسایی شود مدل‌های بین‌المللی تولید اجتماعی باید مطالعه دقیق شود بررسی نگرانی‌های حوزه صنعت با پارادایم تولید اجتماعی
		باید از فناوری روز دنیا در عرصه تولید استفاده شود یکی از زیرساخت‌های ضروری استفاده از پلتفرم‌های فناورانه است با کمبود تجهیزات و سامانه‌های متمرکز مواجهیم راه‌اندازی بانک اطلاعات جامع تولیدکنندگان صنایع دستی
توسعه زیرساخت‌ها	توسعه کانال‌های ارتباطی	شبکه‌های اجتماعی کاربر محور باید توسعه یابد تسهیل دسترسی به رسانه‌های اجتماعی بین‌المللی و داخلی
	تسهیل تبادل اطلاعات با مصرف‌کننده	باید پلتفرم‌های مشتری محور ایجاد شود فرایند ارتباط با مشتریان با تولیدکنندگان باید تسهیل شود روش‌های متنوع مشارکت مصرف‌کننده
	تأسیس انجمن‌های تولید اجتماعی	تأسیس اتحادیه یا انجمن‌های مؤثر در این زمینه ضروری است باید انجمن‌های تولیدی دانش‌محور تأسیس شود
ایجاد شبکه‌های تولیدی	افزایش ارتباط تولیدکنندگان	افزایش همکاری تولیدکنندگان مقدمه استفاده از تولید اجتماعی است تولیدکنندگان باید یکدیگر را بشناسند
	اشتراک‌گذاری ظرفیت‌های تولیدی	ایجاد کارگاه‌های تولیدی مدرن و مجهز مشارکتی باید بسترهای فیزیکی و دیجیتال همکاری ایجاد شود می‌توان کارگاه‌های طراحی و تولید مشارکتی ایجاد کرد

منبع: پژوهش نویسندگان

چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی به شرح ذیل است:

در پژوهش حاضر چهار مقوله چالش‌های حقوقی و قانونی، چالش‌های حاکمیتی، چالش‌های فرهنگی و اجتماعی و چالش‌های منابع انسانی به‌عنوان چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی شناسایی گردیدند. در جدول ۴ مقوله و مؤلفه‌های چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی دستی ارائه می‌گردد.

## جدول ۴. کدهای باز، مؤلفه‌ها و مقوله‌های مربوط به چالش‌ها

مقوله	مؤلفه	کدباز
چالش‌های حقوقی و قانونی	مالکیت معنوی	مالکیت معنوی آثار هنری در کشور مشکلات فراوانی دارد در مدل‌های تولید اجتماعی باید مباحث مالکیت معنوی حل شود اکثر افراد دارای ایده، نگران مباحث مالکیت معنوی هستند حقوق مالکیت معنوی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در تولید اجتماعی چه فرایندی برای جلوگیری از سرقت ایده‌ها وجود دارد
	حمایت‌های قانونی	مشکلات فراوانی در زمینه حمایت‌های دولت و سازمان‌های ذی‌ربط داریم معمولاً برخورد قانونی با متخلفان حوزه صنایع دستی ضعیف است عدم امکان ثبت برخی از صنایع فرهنگی به‌عنوان اثر دارای مالکیت معنوی قانون حمایت از هنرمندان صنایع دستی اجرایی نشده است آیا دستگاه‌های متولی از تولید اجتماعی حمایت می‌کنند
	مباحث حقوقی تولید اجتماعی	مدل قراردادهای همکاری در تولید اجتماعی باید شناسایی شود شیوه اشتراک گذاشتن هزینه‌ها در تولید اجتماعی چگونه است اعتبار سنجی فعالان در شبکه تولید اجتماعی چگونه است
چالش‌های حاکمیتی	آگاهی و دانش مدیران	به‌کارگیری تولید اجتماعی نیازمند هوشمندی مدیران و تصمیم‌گیران این حوزه است توسعه و ترویج روش‌های جدید تولیدی نیازمند تصمیمات مدیریتی صحیح است باید افراد اثرگذار و تصمیم‌گیر در حوزه صنایع دستی مزایای تولید اجتماعی را درک کنند عدم آشنایی متصدیان صنایع دستی از کم و کیف تولیدات سنتی فعلی کشورهای رقیب
	چالش‌های تحقیق و توسعه	اساتید راهنمای حوزه پژوهش هنر باید با تولید اجتماعی بیشتر آشنا شوند به‌کارگیری تولید اجتماعی نیازمند بروز رسانی چرخه تولید صنایع دستی است میزان تحقیقات برای شناسایی نیازهای بازار ناکافی است در زمینه توسعه بازارهای فروش و تقاضای بازار تحقیقات کمی انجام شده است در این حوزه تحقیقات علمی به‌ندرت انجام شده است
	سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی	سازمان‌های متولی برنامه‌ریزی تولید در کشور باید با توجه به مزایای این روش سیاست‌گذاری‌ها مورد نیاز برای حمایت از تولید اجتماعی تدوین نمایند حمایت‌های لازم را در اختیار فعالان این حوزه قرار دهد توجه نکردن به صنایع دستی به‌عنوان یک صنعت ارزآور نیازمند بازتعریف اقتصاد فرهنگ هنر در کشور هستیم برنامه‌های توسعه در زمینه صنایع دستی و ظرفیت‌های ارزشمند این حوزه ضعف جدی دارد



جدول ۴. کدهای باز، مؤلفه‌ها و مقوله‌های مربوط به چالش‌ها

مقوله	مؤلفه	کدباز
چالش‌های فرهنگی اجتماعی	کاهش توان خرید مشتری	صنایع دستی از اولویت خرید مردم به‌ویژه قشر متوسط جامعه خارج شده است صنایع دستی در سبب خرید خانوارهای ایرانی جایگاهی ندارد میزان خرید صنایع دستی توسط مشتریان داخلی کاهش چشمگیری داشته
	تزیینی و نمایشی شدن صنایع دستی	صنایع دستی به‌عنوان تزیینات در لوکس‌فروشی‌ها عرضه می‌شود فرصت‌های عرضه صنایع دستی بسیار محدود است تعداد زیادی از بازارچه‌های فروش صنایع دستی تعطیل شده است در خیلی از موارد مردم برای تماشای صنایع دستی به‌جای خرید به تولیدکننده مراجعه می‌کنند
	گرایش به محصولات خارجی	گرایش مصرف‌کنندگان به محصولات خارجی نسبت به نمونه‌های تولیدشده مشابه داخلی بیشتر شده است عدم توجه به هنر و فرهنگ فاخر ایرانی مشهود است تولید صنایع دستی کپی شده توسط چینی‌ها که باقیمتی بسیار ارزان عرضه می‌شود بلای جان تولیدکننده داخلی است نمونه‌های وارداتی بی‌کیفیت در خیلی از حوزه‌های صنایع دستی بازار را خراب کرده است
چالش‌های منابع انسانی	توانایی کار با فناوری‌های جدید	تولیدکنندگان مهارت کافی در زمینه استفاده از فناوری‌های مرتبط با تولید اجتماعی را ندارند
	اعتماد به فناوری‌های جدید	تولیدکنندگان صنایع دستی به‌راحتی به روش‌های جدید و فناوری اعتماد نمی‌کنند
	بهره‌مندی از اقتصاد دیجیتال	افراد فعال در این حوزه کمتر با مباحث اقتصاد دیجیتال آشنایی دارند تولیدکنندگان صنایع دستی کمتر به حوزه اقتصاد دیجیتال وارد شده‌اند
	شناخت کافی از تولید اجتماعی	اکثر تولیدکنندگان صنایع دستی از روش تولید اجتماعی اطلاعی ندارند شناخت کافی از روش تولید اجتماعی در حوزه صنایع دستی وجود ندارد

### کدگذاری نظری

کدگذاری نظری درواقع تلفیق میان مقوله‌ها توسط یک الگوی ارتباطی است. در این مرحله از کدگذاری، به محقق اجازه داده می‌شود تا به تفکر راجع به مقوله‌ها که ممکن است به حوزه وسیعی از ممکنات ذهنی بیانجامد؛ نزدیک شود و به‌صورت تحلیلی، راجع به پیوند ممکن میان مقولات می‌اندیشد. کدهای نظری عبارت‌اند از مدل‌های انتزاعی، که مقوله‌ها و ویژگی‌های آن‌ها را در جهت یک نظریه تلفیق می‌کنند (گلیزر، ۲۰۰۵). کدهای نظری مانند کدهای حقیقی) که از فرآیند کدگذاری باز و انتخابی حاصل شده‌اند، ظهور

یابنده و خودجوش هستند بنابراین کدهای نظری، ترکیب مفاهیم به وسیله‌ی یک الگو را نشان می‌دهد، کدهای نظری از مدل‌های انتزاعی تشکیل می‌گردد که مقولات را در جهت یک نظریه تلفیق می‌کنند. به عبارتی دیگر در اشاره به هر یک از خانواده‌های کدگذاری بدون معین کردن نحوه پیوند میان واژه‌ها، محقق را آزاد می‌گذارد تا خود اقدام به تلفیق کدها و الگوسازی نماید. کدهای نظری، قلمرو جامع، تصاویر وسیع و یک دیدگاه جدید را ارائه می‌دهند. این کدها به محققان اجازه می‌دهند تا هنگام مکتوب کردن مفاهیم و ارتباط میان آن‌ها، سطح مفهومی را حفظ نمایند (جتترانی و همکاران، ۱۴۰۰). ظهور کدهای حقیقی به دست آمده از عوامل مختلفی که برای الزامات و چالش‌ها حول محور به کارگیری تولید اجتماعی در صنایع دستی می‌باشد؛ به صورت شکل ۲ و ۳ ترسیم گردیده است.



شکل ۲. الگوی الزامات به کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی؛ منبع: پژوهش نویسندگان



شکل ۳. الگوی چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع دستی؛ منبع: پژوهش نویسندگان

## نتیجه‌گیری

توسعه تولید صنایع دستی به دلیل بازدهی سریع و تأثیر مستقیم در رونق صنعت گردشگری یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بر رشد اقتصادی کشور می‌باشد. صنایع دستی یک صنعت پویا با ظرفیت‌های تولیدی و بازارهای پراکنده است و توسعه آن تحت تأثیر عواملی مانند شرایط اقتصادی، فناوری، نیروی کار ماهر و استفاده خلاقانه از این ظرفیت‌ها است در همین راستا از تولید اجتماعی به‌عنوان تحولی در روش‌های تولیدی یاد می‌شود که می‌تواند در فرآیندهای مختلف تولید (از طراحی تا توزیع) و حتی خدمات پس از فروش بیشترین استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی را نماید. این پژوهش با هدف شناسایی الزامات و چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در صنایع دستی در ایران انجام شد.

از آنجا که تاکنون رویکرد پژوهشگران داخلی به تولید اجتماعی، بیشتر از منظر کارکردها و چهارچوب‌های نظری بوده است، رویکرد پژوهش حاضر به تبیین الزامات و چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در یک صنعت خاص است و یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد به‌کارگیری تولید اجتماعی در صنایع دستی با رعایت الزامات تغییر در ساختار تولید از قبیل توسعه برون‌سپاری و توسعه تولید سفارشی/ تقاضا محور محقق می‌شود، در حال حاضر در خارج از کشور مطالعات متعددی در زمینه طراحی مدل‌های

تولید اجتماعی برای صنایعی همچون کفش و پوشاک انجام شده است که می‌توان با بومی‌سازی این مدل‌ها در صنایع دستی نیز از آن‌ها استفاده نمود.

یافته‌های این تحقیق در حوزه الزامات مرتبط با توسعه زیرساخت‌ها، شامل زیرساخت‌های فناورانه و توسعه کانال‌های ارتباطی بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان است در همین راستا فناوری‌هایی مانند رایانش ابری یکی از فناوری‌های فعال در حوزه تولید اجتماعی است، این موضوع از سال ۲۰۱۷ به بعد در پژوهش‌های تولید اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است زیرا فناوری ابری دسترسی‌ها را بسیار آسان کرده و محدودیت‌های مکانی و زمانی را به حداقل رسانده است. (جیو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹) در این سیستم تولیدکنندگان می‌توانند از نقاط جغرافیایی مختلف و از راه دور به شکل لحظه‌ای با هم همکاری کنند، داده‌های متفاوت را به اشتراک بگذارند و به شکل هم‌زمان به یک برنامه دسترسی یکسان داشته باشند. با توجه به پراکندگی ظرفیت‌های ارزشمند تولید صنایع دستی در سرتاسر کشور ایران این مزیت می‌تواند یک فرصت فوق‌العاده برای استفاده در تولید صنایع دستی باشد همچنین جهت پذیرش تولید اجتماعی در حوزه صنایع دستی الزامات توسعه پژوهش و آموزش از قبیل آموزش و اطلاع‌رسانی راجع به کارکردهای و ویژگی‌های تولید اجتماعی و تبیین ظرفیت‌ها و فرصت‌های اجتماعی و همچنین سرمایه‌گذاری برای تحقیق و توسعه مطرح است، در واقع با آموزش و اطلاع‌رسانی بهینه باید شرایطی محیا شود تا تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان صنایع دستی درکی از روش‌ها و مزایای به‌کارگیری این پارادایم تولیدی که موجب صرفه‌جویی‌های اقتصادی، کاهش هزینه‌ها و افزایش سودآوری می‌گردد، داشته باشند و درنهایت با توجه به مفاهیم اصلی تولید اجتماعی شامل به اشتراک‌گذاری ظرفیت‌های اجتماعی، الزامات ایجاد شبکه‌های تولیدی موجب می‌شود تا افزایش ارتباط تولیدکنندگان و اشتراک‌گذاری ظرفیت‌های اجتماعی از طریق انجمن‌های تولیدی محقق شود، در این روش تولیدکنندگان ضمن استفاده از ظرفیت‌های مختلف در قالب انجمن‌های تولید اجتماعی با افزایش حجم و توان تولیدی خود و توسعه بازارهای تحت پوشش ضمن تلاش برای افزایش میزان حضور در بازار، موفق می‌شوند هزینه‌ها را کاهش داده و درنهایت میزان

سود را افزایش دهند. نکته اساسی در جامع عمل پوشاندن به این مطلب، برخورداری از یک شبکه اجتماعی تولیدی قوی است.

با توجه به مشکلات پیش روی تولید صنایع دستی و همچنین نوظهور بودن پارادایم تولید اجتماعی و فناوری‌های مرتبط با آن واکاوی چالش‌های فراروی به‌کارگیری این پارادایم تولیدی در حوزه صنایع دستی، نیازی بایسته به شمار می‌آید.

بر این اساس چالش‌های شناسایی‌شده در این پژوهش در چهار دسته با عناوین چالش‌های حقوقی و قانونی، چالش‌های حاکمیتی، چالش‌های مربوط به منابع انسانی چالش‌های فرهنگی و اجتماعی گروه‌بندی شدند. این چالش‌ها که برخی از آن‌ها در مطالعات انجام‌شده در سایر کشورها نیز به‌عنوان موانعی در برابر به‌کارگیری تولید اجتماعی در صنایع مختلف معرفی شده‌اند (مهاجری و همکاران، ۲۰۱۴) مواردی هستند که در صورت برطرف شدن می‌توان به به‌کارگیری تولید اجتماعی در صنایع دستی امید داشت.

چالش‌های حقوقی و قانونی شامل مواردی از قبیل مالکیت معنوی و حمایت‌های قانونی است، قراردادهای تولید اجتماعی یکی از موضوعات مهمی است که با توجه به حساسیت این امر پیشنهاد می‌شود مطالعاتی پیرامون مسائل حقوقی تولید اجتماعی با توجه به شرایط و قوانین کشور ایران انجام شود.

چالش‌های فرهنگی اجتماعی از قبیل کاهش توان خرید مشتری و نمایشی شدن صنایع دستی و همچنین گرایش به محصولات خارجی با توجه به تغییرات فرهنگی نسل جدید از مسائل مهمی هستند که بر توسعه و رونق تولید صنایع دستی و ایجاد انگیزه برای تولیدکنندگان این حوزه اثرگذار است و ایجاد هرگونه تحول و تغییر در روش‌های تولید صنایع دستی از جمله بکارگیری تولید اجتماعی در این صنعت مستلزم اتخاذ تدابیری در زمینه رفع این چالش‌ها می‌باشد.

همچنین عدم آشنایی فعالان این حوزه با فناوری‌های نوین و عدم اعتماد به فناوری‌های جدید و همچنین عدم بهره‌مندی از مزایای اقتصاد دیجیتال و نداشتن آگاهی از تولید اجتماعی به‌عنوان مهم‌ترین چالش‌های حوزه منابع انسانی شناسایی شد. با توجه به فناوری‌های اصلی تولید اجتماعی مانند رایانش ابری، شبکه‌های اجتماعی، چاپگرهای سه‌بعدی و سیستم‌های توزیع یکپارچه چالش‌های شناسایی‌شده و

برنامه‌ریزی برای رفع آن‌ها یکی مهم‌ترین اقدامات برای به‌کارگیری این روش در تولید صنایع‌دستی می‌باشد.

تحول در ساختار تولید در هر حوزه‌ای نیازمند تغییر نگرش مدیران و تصمیم‌گیران و همچنین آگاهی و دانش در بخش‌های حاکمیتی است، علاوه بر این چالش‌های حاکمیتی دیگر در زمینه به‌کارگیری تولید اجتماعی در صنایع‌دستی شامل مشکلات موجود در حوزه تحقیق، توسعه و برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری است که به اعتقاد خبرگان این حوزه تاکنون برنامه‌ریزی‌های موفق‌تری در زمینه حمایت از تولید صنایع‌دستی کمتر انجام شده و یا برنامه‌های مصوب شده در حوزه اجرا با مشکلات فراوانی روبرو بوده است.

توجه به ظرفیت‌های اجتماعی و محیطی در کل صنایع، به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. در نتیجه، تولیدکنندگان صنایع‌دستی نیز باید استراتژی‌های تولید اجتماعی را مورد توجه قرار دهد. لذا پیشنهاد می‌شود که مدیران و تصمیم‌گیران مرتبط با صنایع‌دستی جهت بهبود عملکرد این صنعت و بهره‌مندی از مزایای پارادایم تولید اجتماعی استراتژی‌هایی را بررسی و تعریف نمایند.

اگر چه این پژوهش به شناسایی الزامات چالش‌های به‌کارگیری تولید اجتماعی در تولید صنایع‌دستی می‌پردازد، لیکن به مطالعات تجربی بیشتری در سایر صنایع و جوامع جهت تأیید این عوامل در سطحی جامع‌تر نیاز است. علاوه بر انجام مطالعات تطبیقی در صنایع مختلف، در کشورهای مختلف به سایر محققین علاقه‌مند به این حوزه پژوهشی نیز پیشنهاد می‌گردد که در تحقیقات آتی خود به بررسی و مدل‌سازی ریاضی این پژوهش پرداخته و با استفاده از معادلات ساختاری در بررسی اثر به‌کارگیری تولید اجتماعی در صنایع‌دستی و سایر صنایع نیز پرداخته شود. همچنین پیشنهاد می‌گردد با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری رایج به بررسی و اولویت‌بندی این عوامل پرداخته شود.

## منابع

- پاکزاد، زهرا. (۱۳۹۵). «نقش صنایع‌دستی در کارآفرینی زنان و توسعه اقتصادی». جلوه هنر، ۲۹، ۴۲-۲۹۸.
- تحصیلی، حسن و شاکری، فاطمه. (۱۳۹۷). بررسی ویژگی‌های اقتصادی صنایع‌دستی. در سومین کنفرانس ملی سالانه اقتصاد، مدیریت و مدیریت.

- تختی، سمیرا. (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی صنایع دستی بر مبنای مطالعه جامعه هنرمند و اثر (مطالعه موردی زیورآلات سنتی کرمانج خراسان شمالی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه الزهراء.
- جوئیاری، وحید رضا؛ بهارلو، علیرضا و چیت‌سازیان، امیرحسین. (۱۳۹۳). «جایگاه اجتماعی صنایع دستی و هنرهای سنتی با نظری به مسگری کاشان در گذشته و امروز». *دانش‌های بومی ایران*، ۲، ۳۰-۱.
- جنترانی، علی؛ براتی، مسعود؛ قباخلو، مرتضی؛ شاهین، آرش و طالاری، محمد. (۱۴۰۰). «شناسایی الزامات به‌کارگیری اینترنت اشیاء صنعتی در زنجیره تأمین صنعت خودرو». *مدیریت عملیات*، ۲(۷)، ۲۷-۵۴.
- حبی، اکرم؛ فتحی آذر، اسکندر و محمد بخش، بهمن. (۱۳۸۹). «جهانی‌شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)». *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۳(۲)، ۱۰۱-۱۲۲.
- زحمتکش، حسین؛ صور اناری، حسین و ستار زاده، احمد. (۱۳۹۵). «خوانشی انتقادی از ابعاد سیاسی شده نظریه جامعه و جهانی‌شدن شبکه‌ای مانوئل کاستلز». *پژوهش‌های روابط بین‌الملل*، ۶(۲۰)، ۲۵۵-۲۸۴.
- سلیمی زاویه، سید قاسم و شمس، سعیده. (۱۳۹۹). «مدلی برای پارادایم تولید اجتماعی». *فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی*، ۱۸(۴۱)، ۴۳-۵۰.
- صرامی، حسین. (۱۳۹۴). صنایع دستی اصفهان و مشکلات آن. فضای جغرافیایی، ۱۳(۵)، ۴۹-۶۰.
- فولادیان، مجید؛ لباف خانیکی، هادی و نوغانی دخت بهمنی، محسن. (۱۴۰۰). «عوامل مؤثر بر تداوم فعالیت در حوزه صنایع دستی به لحاظ جامعه‌شناختی: مطالعه موردی صنعتگران شهر مشهد». *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۸، ۲۹۷-۳۲۴.
- کلایان مقدم، هما؛ مهارتی، یعقوب؛ اشرفی، مجید و خوراکیان، علیرضا. (۱۳۹۹). «شناسایی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌ها برای خلق ارزش اجتماعی در ایران: نظریه‌پردازی داده بنیاد با رویکرد ظاهر شونده (گلیزری)». *علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۱۷(۱)، ۳۰-۵۴.
- مراد زاده، عبدالباسط؛ یعقوبی، نور محمد و صفورا، زیلا. (۱۳۹۹). «ارائه الگوی بازاریابی کارآفرینانه در صنایع دستی با رویکرد خلق محصولات مشتری محور». *مطالعات رفتار مصرف‌کننده*، ۸(۲)، ۷۴-۹۱.

Campbell, C. (2005). The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 23-42. <https://doi.org/10.1177/1469540505049843>

Ding, Kai; Jiang, Ping Yu; & Zhang, Xi. (2013). A Framework for Implementing Social Manufacturing System Based on Customized Community Space Configuration and Organization. *Advanced Materials Research*, 712-715, 3191-3194.

Glaser, B. G., & Holton, J. (2005). Staying open: The use of theoretical codes in grounded theory. *The Grounded Theory Review*, 5(1), 1-20

Jiang, P. (2019). Social manufacturing: fundamentals and applications (pp. 13-50). Cham: Springer International Publishing.

- Kerr, Noël M. (۲۰۱۱). Creating a protective picture: A grounded theory of how medical-surgical nurses decide to follow a “charting-by-exception” policy on a day-to-day, patient-by-patient basis. *Rutgers The State University of New Jersey*, Graduate School-Newark.
- Mohajeri, Babak; Nyberg, Timo; Karjalainen, Jesse; Tukiainen, Taina; Nelson, Mark; Shang, Xiuqing; & Xiong, Gang. (2014). The impact of social manufacturing on the value chain model in the apparel industry. In *Proceedings of 2014 IEEE international conference on service*
- Markey, Kathleen; Tilki, Mary; & Taylor, Georgina. (۲۰۲۰). Practicalities in doctorate research of using grounded theory methodology in understanding nurses’ behaviors when caring for culturally diverse patients. *Nurse Education in Practice*, ۴۴, .۱۰۲۷۵۱
- Shang, Xiuqin; Liu, Xiwei; Xiong, Gang; Cheng, Changjian; Ma, Yonghong; & Nyberg, Timo R. (۲۰۱۳). Social manufacturing cloud service platform for mass customization in the apparel industry. In *Proceedings of ۲۰۱۳ IEEE International conference on service operations and logistics, and informatics* (pp. ۲۲۰–۲۲۴). Ieee.
- Shang, Xiuqin; Shen, Zhen; Xiong, Gang; Wang, Fei-Yue; Liu, Sheng; Nyberg, Timo R.; Wu, Huaiyu; & Guo, Chao. (2019). Moving from mass customization to social manufacturing: A footwear industry case study. *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, 32(2), 194–205.
- Shafi, M., Junrong, L., Yang, Y., Jian, D., Rahman, I. U., & Moudi, M. (2021). Factors influencing the consumer acceptance of innovation in handicraft products. *SAGE Open*, 11(4), 21582440211061528.
- Schonfelder, W. (2011) CAQDAS and qualitative syllogism logic - NVivo 8 and MAXQDA 10 compared Forum: *Qualitative Social Research* 12 (1): Art 21. Retrieved from [www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1514/3134](http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1514/3134)
- Wei-yi, W. A. N. G., Jian, L. V., Wei-jie, P. A. N., Hui-liang, Z. H. A. O., & Qiao-ping, T. I. A. N. (2019). Extraction and reuse of pattern configuration for handicrafts personalized customization. *Journal of Graphics*, 40(3), 583.
- Xue, X.; Wang, S.; Zhang, L.-J.; & Feng, Z.-Y. (۲۰۱۹). Evaluating of dynamic service matching strategy for social manufacturing in the cloud environment. *Future Generation Computer Systems*, ۹۱, ۳۲۶-۳۱۱. <https://doi.org/10.1016/j.future.۲۰۱۸.۰۸.۰۲۸>