

# چالش‌ها و راهکارهای رونق تولید در سال ۱۳۹۸

## ۹. صنایع دستی

معاونت پژوهش‌های اجتماعی - فرهنگی  
دفتر: مطالعات آموزش و فرهنگ

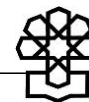
کد موضوعی: ۲۷۰  
شماره مسلسل: ۱۶۵۰۳

تیرماه ۱۳۹۸

## به نام خدا

### فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۱.....	مقدمه
۳.....	۱. سیر تشکیل و تکوین صنایع دستی در نظام اداری کشور
۵.....	۲. دیدگاه‌های مختلف در ارتباط با صنایع دستی به عنوان یک صنعت
۵.....	۱-۲. دیدگاه موافقان توجه همه‌جانبه به صنایع دستی
۵.....	۲-۲. دیدگاه مخالفان توجه و تمرکز بر صنایع دستی
۶.....	۳-۲. دیدگاه تطابق‌گرایانه به صنایع دستی
۶.....	۳. ذی‌نفعان حوزه صنایع دستی
۷.....	۴. ظرفیت‌ها، آثار و پیامدهای توسعه صنایع دستی
۸.....	۱-۴. آثار اقتصادی
۹.....	۲-۴. آثار اجتماعی و فرهنگی
۱۰.....	۵. مسائل و مشکلات حوزه صنایع دستی
۱۳.....	۶. گلوگاه اصلی توسعه صنایع دستی
۱۵.....	۷. راهبردهای توسعه صنایع دستی
۱۸.....	جمع‌بندی و پیشنهادها
۲۳.....	منابع و مأخذ



## چالش‌ها و راهکارهای رونق تولید در سال ۱۳۹۸

### ۹. صنایع دستی

#### چکیده

بر خلاف اغلب صنایع بزرگ تولیدی که در حال حاضر به واسطه تحریم‌های ظالمانه و فشارهای سیاسی و اقتصادی موجود با موانعی جدی دست‌وپنجه نرم می‌کنند و برای ادامه حیات نیازمند سرمایه‌گذاری‌های کلان و فناوری‌های روز دنیا هستند، صنایع دستی که ریشه در فرهنگ و سنن جامعه دارند می‌توانند به اقتضای شرایط اقتصادی و سیاسی فعلی با بهره‌گیری همه‌جانبه از ظرفیت‌های درون‌زای کشور، ضمن تحقق شعار والای رونق تولید، مسیر توسعه پایدار جامعه را هموار کنند. با این حال، این هنر - صنعت که آثار مثبت اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی غیر قابل انکاری بر جامعه دارد، از مشکلات عدیده‌ای در ارتباط با دولت و سازمان‌های ذی‌ربط؛ هنرمندان و صنعتگران؛ فرایند طراحی و تولید؛ توزیع و فروش؛ بازاریابی و برندسازی و نقص‌ها و فشارهای اجتماعی-فرهنگی رنج می‌برد که عمدتاً ناشی از «کاربردی نبودن» محصولات این صنایع در جامعه هستند؛ تا جایی که از این ایراد کلیدی به عنوان گلوگاه اصلی صنایع دستی کشور یاد می‌شود. از این‌رو الگوی تولید محصولات باید به سمت تأمین نیاز جامعه حرکت کرده و به صورت هدفدار به سمت و سوی کاربردی کردن صنایع دستی سوق یابد. با این حال، با تدبیر خط‌مشی‌ها و اقداماتی برای دستیابی به مواد اولیه مناسب برای تولید صنایع دستی؛ تقویت فرایندهای مرتبط تولید، فروش و بازاریابی؛ تربیت تولیدکنندگان ماهر؛ استفاده از ظرفیت گردشگری، بخش خصوصی و زنان برای توسعه صنایع دستی و رفع موانع حقوقی این حوزه می‌توان به برطرف نمودن ایراد مزبور و اثربخشی مثبت صنایع دستی در شرایط تحریم امید داشت که البته، تحقق این هدف مستلزم نقش‌آفرینی دولت در مدیریت و راهبری صنایع دستی و بسترسازی صحیح مقامات مسئول برای رشد و شکوفایی این صنایع است. گزارش حاضر شرحی تفصیلی بر اهمیت و جایگاه صنایع دستی در کشور و آثار، مسائل و مشکلات و راهکارهای یاد شده است.

#### مقدمه

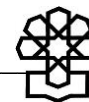
صنایع دستی که بیانگر خصوصیات تاریخی، اجتماعی و فرهنگی هر کشور و منطقه است یکی از آخرین خاکی‌های هویت ملل و اقوام در مقابل جهانی شدن محسوب می‌شود. پدیده‌ای که ریشه در باورها، اعتقادات، آداب و رسوم هر دیار داشته و این ابعاد هویت‌ساز را نسل به نسل انتقال می‌دهد.

امروزه صنایع دستی نه صرفاً با رویکردهای فرهنگی که با رویکردهای اقتصادی و اجتماعی مورد توجه جوامع مختلف قرار گرفته است؛ به گونه‌ای که به ادعای سازمان‌های متولی فرش دستباف و صنایع دستی در حدود ۲/۵ میلیون نفر کارگر ماهر در این بخش فعالیت می‌کنند.

صنایع دستی از بُعد اقتصادی به دلیل ایجاد درآمد و اشتغال‌زایی، مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است و بسیاری از صاحب‌نظران با توجه به سهولت آن نسبت به صنایع دیگر بر تقویت، توسعه و حمایت از آنها تأکید دارند. با توجه با اینکه غالب مواد اولیه (بیش از ۸۰ درصد)، ابزار و وسایل تولید صنایع دستی تولید داخل هستند، نباید مانع خاصی در تأمین آنها وجود داشته باشد. لکن متأسفانه شناخت دقیق و عمیقی از وضعیت و چالش‌های این هنر - صنعت در کشور وجود ندارد و به درستی نمی‌توان سهم آن را در اقتصاد کشور تعیین کرد. همچنین آمار و ارقام ارائه شده در ارتباط با اشتغال، صادرات، فروش و غیره در این حوزه از دقت کافی برخوردار نبوده و روشمند نیستند. همین امر یکی از عواملی است که موجب شده صنایع دستی و اهمیت آن کمتر مورد توجه سیاستگذاران و تصمیم‌گیران قرار گیرد؛ زیرا تا زمانی که وضعیت یک پدیده به طور کاملاً علمی و دقیق مورد پژوهش قرار نگیرد نمی‌توان برای آن تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کرد.

از نظر یونسکو مصنوعات صنایع دستی تلقی می‌شوند که کاملاً با دست یا به کمک ابزار دستی ساخته شده باشند. دخالت ابزارهای ماشینی در تولید مصنوعات دستی تا آنجا پذیرفته است که حضور مستقیم دست یا نیروی انسانی را در تولیدات مربوطه نفی نکند. مطالعات نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد از شاغلان صنایع دستی را زنان شکل می‌دهند (طلایی، ۱۳۹۶)؛ با این حال، جای تأسف است که در این راستا سهم فعالیت‌هایی که از سوی زنان در بازارهای محلی و همچنین در مشاغل خانگی و خدمات خانوار انجام می‌گیرد به ویژه در حوزه تولیدات صنایع دستی در اندازه‌گیری فعالیت‌های اقتصادی کشور نادیده گرفته می‌شود. علاوه بر این، با توجه به اقتضات فرهنگی و اجتماعی ایران، رونق صنایع دستی مهم‌ترین ابزار برقراری تعادل میان کار و زندگی در جامعه زنان محسوب می‌شود؛ حال آنکه هنوز سیاستگذاری صحیح و ریل‌گذاری مطلوبی برای این بخش پیش‌بینی نشده است.

از سوی دیگر، در حالی که اقتصاد ایران به عنوان یکی از اقتصادهای تک‌محصولی، به دلیل افت قیمت نفت در یکی دو سال اخیر با بحران کاهش درآمدهای ارزی مواجه شده و از سوی دیگر عمده محصولات صادراتی کشور به دلیل عدم فراوری و خام‌فروشی ارزش‌افزوده‌چندانی برای اقتصاد کشور نداشته است، تجارت صنایع دستی با سهم بالا در ایجاد اشتغال، هزینه تولید پایین، تنوع تولید، عدم نیاز به زیرساخت‌های گسترده و حجم بالای سرمایه‌گذاری، یکی از ارکانی است که می‌تواند سهمی عمده و چشمگیر در رشد اقتصادی و افزایش درآمدهای ارزی کشور از محل صنایع غیرنفتی داشته باشد. در این راستا می‌توان به تأکید قانون برنامه ششم توسعه (ماده ۹۸) مبتنی بر ایجاد شهرهای



جهانی صنایع دستی)، به عنوان یکی دیگر از نمودهای توجه به این حوزه و درک جایگاه آن در افزایش توان و تولید ملی اشاره کرد. با این همه به نظر می‌رسد که حوزه صنایع دستی در مقام اجرا، آن‌گونه که باید و در حدی که لازم است مورد توجه قرار نگرفته و در عرصه تجاری و تعاملات با طرفین خارجی مد نظر قرار نمی‌گیرد.

نکته بارز و حائز اهمیت این است که نقش و کاربرد صنایع دستی در زندگی‌های امروزی کمرنگ شده است و بیش‌تر جنبه تزئینی داشته و مورد استفاده دهک‌های خاصی از جامعه است. البته ذکر این نکته نیز لازم است که دهک‌های مختلف درآمدی و سبک‌های زندگی متفاوت خواهان انواع خاصی از صنایع دستی هستند.

هرچند در سال‌های اخیر صادرات صنایع دستی شاهد رشد نسبی بوده به طوری که صادرات صنایع دستی در ایران در سال ۱۳۹۶ در مقایسه با سال ۱۳۹۵ به لحاظ ارزشی ۱۹ درصد و به لحاظ وزنی ۱۳ درصد رشد داشته است؛<sup>۱</sup> اما وجود مسائلی که عمدتاً داخلی و متأثر از سیاست‌های کلان و رویکرد کلی سازمان نسبت به این حوزه است موجب شده است که ایران با جایگاه واقعی خود در سطح جهانی فاصله معناداری داشته باشد.

همان‌طور که اشاره شد، صنایع دستی یکی از مؤلفه‌های شاخص فرهنگ ایران است که از پتانسیل اقتصادی و اشتغال‌زایی، به ویژه توسعه کارگاه‌ها و مشاغل خانگی، برخوردار است و هرچند پیش‌بینی شده بود که در سال ۱۳۹۶، هفتاد هزار شغل در بستر صنایع دستی ایجاد شود، اما موضوع عرضه و تقاضای صنایع دستی و فعال‌سازی فروشگاه‌های صنایع دستی را می‌توان از اصلی‌ترین چالش‌های تحقق هدف فوق به‌شمار آورد. بدون شک، توسعه و تعالی صنایع دستی مستلزم همکاری و تعامل همگانی است، اما مهم‌ترین عامل را شاید بتوان تغییر تفکر حاکم بر رأس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نسبت به مقوله صنایع دستی در جهت ایجاد تحولات سازنده و رشد و بالندگی صنایع دستی کشور دانست.

#### ۱. سیر تشکیل و تکوین صنایع دستی در نظام اداری کشور

صنایع دستی که در یکصد سال گذشته مسیر پر فراز و نشیبی را طی نموده، پیش از پیدایش نفت و صنعتی شدن ایران به شکل مدرن امروزی مهم‌ترین بخش صادرات بوده است؛ تولیداتی که هم جنبه زیبایی‌شناختی و هنری داشته و هم در زندگی روزمره کاربرد داشتند؛ اما ورود به دوران صنعتی شدن و مزیت‌های تولیدات این دوران، مانند حجم تولید انبوه کالاها و زمان و هزینه اندک تولیدات باعث شد صنایع دستی بیش‌تر بر جنبه‌های هنری خود تأکید کند و کاربرد آنها در زندگی‌های مدرن امروزی کم

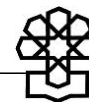
۱. گزارش عملکرد سال اول برنامه ششم سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در سال ۱۳۹۶.

و کم‌تر شود. به همین دلیل در اواسط قرن نوزده میلادی، زمانی که هنرهای دستی ایران به واسطه ورود کالاهای اروپایی رو به نابودی نهاده بود، عده‌ای از ایرانیان در صدد احیا و گسترش صنایع دستی برآمدند.

در سال ۱۲۸۹ هجری شمسی، با وجود اینکه مجلس شورا «قانون اداری وزارت معارف و اوقاف و صنایع مستظرفه» را تصویب کرد لکن در متن قانون اداری مصوب اسمی از صنایع دستی ذکر نشده است و وظایف و تعریفی از صنایع مستظرفه صورت نگرفته است. تا آنکه در سال ۱۳۴۷ شمسی با تصویب هیئت وزیران، مرکز صنایع دستی وابسته به وزارت اقتصاد وظیفه ساماندهی و هماهنگ کردن وضعیت صنایع دستی کشور را به عهده گرفت. پس از آن، در مردادماه ۱۳۵۳ با تصویب قانون تشکیل وزارت صنایع و معادن توسط مجلس شورای ملی دو بخش شرکت سهامی فروشگاه‌های صنایع دستی و مرکز صنایع دستی رسماً ذیل وزارتخانه جدید قرار گرفته و مرکز صنایع دستی وابسته به وزارت اقتصاد به سازمان صنایع دستی تغییر نام می‌دهد. اساسنامه سازمان مذکور مشتمل بر ده ماده و چهار تبصره در اردیبهشت‌ماه ۱۳۵۴ هجری شمسی توسط مجلس سنا تصویب شد. به عبارتی می‌توان گفت این مهم‌ترین رخداد قانونگذاری در ارتباط با حوزه صنایع دستی قبل از انقلاب اسلامی بود.

پس از انقلاب اسلامی حوزه صنایع دستی دچار فعل و انفعالاتی شد؛ به این صورت که ابتدا با مصوبه شورای انقلاب در سال ۱۳۵۸ شرکت سهامی فروشگاه‌های صنایع دستی و در سازمان صنایع دستی ادغام شد و در سال ۱۳۵۹ این ادغام لغو شد.

پس از آن هیئت وزیران در سال ۱۳۶۰ بنا به پیشنهاد وزارت صنایع و در اجرای لایحه قانونی مصوب ۱۳۵۹ شورای انقلاب اسلامی ایران، سازمان صنایع دستی ایران و شرکت سهامی فروشگاه مرکز صنایع دستی در یکدیگر ادغام و اساسنامه سازمان حاصله که «سازمان صنایع دستی ایران» نام داشت را تصویب کرد. این سازمان به صورت شرکت سهامی تشکیل شد. شرکت مزبور طبق مقررات مربوط به شرکت‌های دولتی اداره شده و وابسته به وزارت صنایع بود. در سال ۱۳۶۹ سازمان صنایع دستی فعالیت‌های خود را در قالب ۱۰ شرکت منطقه‌ای در سراسر کشور ساماندهی کرد و امور بازرگانی سازمان نیز به شرکت‌های مذکور محول شد. در سال ۱۳۷۶، حدود ۹ شرکت منطقه‌ای منحل شد و یک شرکت به نام شرکت بازرگانی صنایع دستی تمامی فعالیت‌های بازرگانی و سازمانی را بر عهده گرفت سرانجام، در سال ۱۳۸۳ قانون تأسیس سازمان صنایع دستی ایران به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید و در ادامه تغییر و تحولات این حوزه سرانجام شورای عالی اداری در فروردین‌ماه ۱۳۸۵ مصوبه‌ای راجع به ادغام سازمان صنایع دستی ایران و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به منظور تقویت و توسعه صنایع دستی کشور و ایجاد هماهنگی با سیاست‌های توسعه صنعت گردشگری تصویب کرد. طبق این مصوبه سازمان صنایع دستی ایران با تمام وظایف، اختیارات، مسئولیت‌های قانونی،



دارایی‌ها، تعهدات، اعتبارات، امکانات و نیروی انسانی از وزارت صنایع و معادن منتزع و در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ادغام شد و نام سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به «سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری» تغییر یافت.

## ۲. دیدگاه‌های مختلف در ارتباط با صنایع دستی به عنوان یک صنعت

به طور کلی دیدگاه‌های مطرح در خصوص توسعه صنایع دستی را می‌توان در سه مقوله دیدگاه موافقان توجه همه‌جانبه به صنایع دستی، دیدگاه مخالفان توجه و تمرکز بر صنایع دستی و دیدگاه تطابق‌گرایانه به صنایع دستی مورد بررسی قرار داد:

### ۲-۱. دیدگاه موافقان توجه همه‌جانبه به صنایع دستی

طرفداران این دیدگاه معتقد هستند که صنایع دستی به عنوان یک هنر-صنعت بازگوکننده و تجلی فرهنگ و ارزش‌های هر کشور است و به نوعی هویت فرهنگی یک جامعه در این آثار تبلور پیدا می‌کند. علاوه بر بار فرهنگی این هنر - صنعت، بومی بودن و هزینه پایین ایجاد یک حرفه در این حوزه موجب شده است که از صنایع دستی به عنوان یکی از ظرفیت‌های اشتغال‌زا و با هزینه پایین ایجاد شود.

این دیدگاه معتقد است که صنایع دستی به عنوان یک کسب‌وکار مکمل می‌تواند منبع اصلی و یا جانبی درآمد خانوار قرار گیرد و از این طریق به اقتصاد خانواده و کشور کمک نماید. علاوه بر این، این رویکرد صنایع دستی را به عنوان روح حاکم بر جهان بی‌روح و ماشینی کنونی لحاظ کرده و از بعد اجتماعی آن را به مثابه یکی از مؤلفه‌های روانی آرامش‌دهنده به زندگی‌های امروزی معرفی می‌کند.

### ۲-۲. دیدگاه مخالفان توجه و تمرکز بر صنایع دستی

مبتنی بر این دیدگاه، توجه و تمرکز به صنایع دستی جهت‌گیری مناسبی برای توسعه کشور محسوب نمی‌شود. چراکه اهمیت صنایع دستی ایران به عنوان تجلی‌دهنده ذوق، استعداد و هنر ایرانی مربوط به قبل از انقلاب صنعتی بوده است یعنی زمانی که این دست‌ساخته‌ها در کنار زیبایی و ظرافت خود در زندگی مردم آن زمان کاربرد داشته است. اما با توجه به توسعه تکنولوژی و تغییر سبک زندگی و صنعتی شدن جوامع باید ذوق و استعداد ایرانی به سمت توسعه صنعتی و مدرن و متناسب با نیازهای روز هدایت شود.

طرفداران این رویکرد معتقد هستند که آنچه از هنر، دانش و سلیقه ایرانی باید جهانی شود و به عنوان برند ایرانی شناخته شود، همین عناصر دقت و ظرافت است که متأسفانه متولیان صنایع دستی

به جای آنکه هنرمند و صنعتگر ایرانی را به این سو سوق دهند که هنر و اندیشه و ظرافت ایرانی و جذابیت کالاهای ایرانی را وارد صنایع مدرن کند، از سبک و سیاق و تولیداتی حمایت می‌کند که اثر اقتصادی قابل توجهی برای کشور ندارند.

### ۲-۳. دیدگاه تطابق‌گرایانه به صنایع دستی

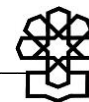
این دیدگاه، یک رویکرد بینابینی بین دو رویکرد قبلی است. از این منظر می‌توان گفت که صنایع دستی به دو دسته تقسیم می‌شوند: صنایع دستی هنری-تزیینی و صنایع دستی کاربردی. شایان ذکر است که در تولید تمام انواع صنایع دستی ذوق و سلیقه سازنده نقش اساسی دارد؛ اما برخی از آثار تولیدی مانند تولیدات حوزه فرش و انواع دست‌بافته‌ها یا سفال جنبه مصرفی و کاربردی به صورت روزمره را دارند و برخی از آثار دیگر، مانند انواع مجسمه‌ها یا کارهای حوزه معرق و منبت، از ابتدا برای گالری‌ها، دکوراسیون‌ها و غیره تولید می‌شوند.

در نهایت، مبتنی بر این رویکرد، آثاری که دارای جنبه هنری و هویت فرهنگی هر کشور هستند باید با سازوکارهایی از آنها حمایت شود و شرایطی فراهم گردد که تولید آثار فاخر فرهنگی و هنری که گویای ذوق هنری یک ملت هستند تداوم داشته باشد (که البته فعالان در این بخش تعداد کمی از هنرمندان صنایع دستی هستند) و از طرف دیگر هنرمندان آثاری که بیش‌تر جنبه کاربردی دارند را باید به سمتی هدایت کرد که تولیدات کاربردی‌تر و متناسب با نیازهای زندگی مدرن امروز را خلق کنند.

### ۳. ذی‌نفعان حوزه صنایع دستی

ذی‌نفعان صنایع دستی، موجودیت‌ها، گروه‌ها و افرادی هستند که بر این حوزه اثر می‌گذارند یا از آن اثر می‌پذیرند و طیف وسیعی از کارکنان، مشتریان، شرکای تجاری و جوامع محلی گرفته تا محیط زیست، رسانه‌ها، نهادهای مردمی، شهروندان و دولت را شامل می‌شوند.

در این پژوهش سعی بر آن شده تا با استفاده از ماتریس منفعت-قدرت، به عنوان یکی از شناخته‌شده‌ترین ابزارهای مدیریت ذی‌نفعان، به تعیین جایگاه ذی‌نفعان صنایع دستی پرداخته شود. جانمایی ذی‌نفعان در ماتریس منفعت-قدرت، با توجه به قدرت نسبی آنها در موضوع و میزان منفعت حاصل از تحمیل انتظارات بر روی حوزه مربوطه است. منظور از قدرت یک ذی‌نفع قابلیت آن برای وادار کردن، القا نمودن و یا ترغیب نمودن به عملی خاص است و منظور از منفعت عوایدی است که ذی‌نفعان از انجام فعالیت‌ها و تحقق دستاوردهای حوزه مربوطه به‌دست می‌آورند. بر این اساس می‌توان به دسته‌بندی انواع ذی‌نفعان شامل ذی‌نفعان اصلی، ذی‌نفعان اولیه، ذی‌نفعان ثانویه و ذی‌نفعان فرعی در حوزه صنایع دستی پرداخت (شکل ۱).



شکل ۱. ذی‌نفعان صنایع دستی در قالب ماتریس منفعت-قدرت



\* تولیدکنندگان، هنرمندان و شاغلان حوزه صناعی دستی به نوعی زیرمجموعه سازمان‌های فوق هستند.

#### ۴. ظرفیت‌ها، آثار و پیامدهای توسعه صنایع دستی

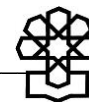
صنایع دستی به موجب برخورداری از ویژگی‌ها و مزایای چندی می‌تواند به مثابه ابزاری مفید در جهت نیل به اهداف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی در اختیار دولت قرار گیرد؛ وجود ۳۶۶ رشته صنایع دستی در کل کشور (۲۹۵ رشته فعال) و مقام اول جهانی در تنوع تولید و آثار از جمله ویژگی‌های بارز صنایع دستی ایران است.

سایر ویژگی‌ها و مزایای این هنر-صنعت عبارتند از: به‌کارگیری ابزار ساده در ساخت آن، عدم نیاز به دانش فنی پیچیده نسبت به سایر صنایع، ریشه داشتن در فرهنگ، اعتقاد، باورها و آداب و رسوم منطقه، امکان تأمین قسمت عمده مواد اولیه مصرفی از منابع داخلی، قابلیت عرضه به بازارهای جهانی

به عنوان یک محصول فرهنگی و هنری، دسترسی آسان به بازار مصرفی همسایگان، محیط زیست محور بودن صنایع دستی، نیاز به سرمایه‌گذاری اندک در قیاس با سایر صنایع، بالا بودن ارزش افزوده تولید، قابلیت جنبه‌های کاربردی تزئینی محصول، سهولت در ایجاد و توسعه و جابه‌جایی مکان کارگاه (مراکز تولید)، سهولت در انتقال تجربیات و دانش فنی تولید. با توجه به ظرفیت‌های این هنر-صنعت، توسعه و ارتقای آن آثار قابل ملاحظه‌ای را در توسعه اقتصادی و نیز در برطرف کردن و یا تخفیف و تعدیل مسائل اجتماعی- فرهنگی به همراه دارد که ذیلاً بررسی می‌شوند.

#### ۴-۱. آثار اقتصادی

به طور معمول در حوزه اقتصاد، اهداف اصلی دولت، افزایش تولید و درآمد ملی، رشد اقتصادی، رسیدن به اشتغال کامل و کاهش نرخ بیکاری، ثبات قیمت‌ها، توسعه صادرات و افزایش درآمدهای ارزی است. از طرفی، کشورهای در حال توسعه در اجرای برنامه‌های مورد نظر خود با مشکلات زیادی همچون رشد بی‌رویه جمعیت، وجود انواع مختلف بیکاری و در نتیجه پایین بودن سطح درآمد بخش عمده‌ای از جامعه، کمبود سرمایه داخلی و نبود منابع مالی کافی برای اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی جهت فراهم آوردن امکان بهره‌برداری بهینه از منابع انسانی و طبیعی کشور روبه‌رو هستند. با توجه به کاهش منابع درآمد ملی (که اساساً متکی به درآمد حاصل از صدور نفت بوده) و شدت یافتن آهنگ رشد جمعیت که تعداد متقاضیان در بازار کار را هر ساله به طور روز افزونی افزایش می‌دهد، در حال حاضر اولویت‌ها ایجاب می‌کند که در زمینه تولید، عمدتاً بر طرح‌ها و پروژه‌های کاربر یا کارطلب تکیه داشته باشیم تا طرح‌هایی که عمدتاً سرمایه‌بر و به‌خصوص نشت‌دهنده ارز کشور هستند. در این راستا صنایع دستی با توجه به ویژگی‌ها و ظرفیت‌های یاد شده بیش از هر فعالیت تولیدی دیگری با شرایط موجود کشور مطابقت دارد. در واقع، با توجه به بالا بودن هزینه اشتغال در بخش‌های دیگر اقتصادی، توسعه و سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع دستی یکی از راه‌های کم‌هزینه و مناسب برای ایجاد اشتغال است. با توجه به اهمیت این نکته که برای ایجاد اشتغال و رفع بیکاری باید آن را در بخش‌های روستایی، شهری و در سطح استانی با توجه به مزیت‌های نسبی و فرهنگ بومی هر منطقه جستجو کرد، صنایع دستی با قابلیت‌ها و خصوصیات ویژه خود، از جمله استفاده از مواد اولیه داخلی، ارزان و فناوری ساده و عدم نیاز به سرمایه‌گذاری زیاد و امکان ایجاد و توسعه در مناطق روستایی، به ویژه در داخل محل سکونت روستاییان، می‌تواند نقش مهمی در مبارزه با انواع بیکاری داشته باشد و مهم‌ترین منبع کار، به خصوص برای روستاییان و زنان، محسوب گردد. علاوه بر اینها، صنایع دستی خصایص چندی به عنوان موتور محرک اقتصاد دارد؛ از جمله اینکه با اشتغال در خارج از فصل برای اعضای جوامع کشاورزی این امکان را فراهم می‌کند تا درآمد خود را تکمیل کنند. مهم‌تر اینکه، اشتغال و فرصت‌های درآمدی مورد نیاز زیادی را برای افرادی که به طور سنتی از اقتصاد محلی محروم هستند،



مانند زنان، اعضای اقلیت‌های قومی، جوانان، کارگران غیرماهر، افراد معلول و سالمند به ارمغان می‌آورد. توسعه این صنایع همچنین می‌تواند در کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها که بسیاری از کشورها را با ازدحام بیش از حد در شهرها و ناتوانی برای ایجاد فرصت‌های شغلی و افت ناشی از آن برای اقتصاد روستایی به ستوه آورده است مؤثر باشد (اوکونور، ۲۰۰۶). از دیگر تبعات اقتصادی این هنر-صنعت می‌توان به ارتقای سطح زندگی و رفاه اقتصادی هنرمندان و صنعتگران هنرهای سنتی، افزایش تولید ناخالص ملی، افزایش درآمد سرانه، توسعه صادرات و کسب در آمد ارزی و در نهایت، کمک به توسعه صنعت گردشگری اشاره کرد.

#### ۴-۲. آثار اجتماعی و فرهنگی

اگرچه رونق صنایع دستی فرصت‌های اقتصادی متعددی را به همراه دارد، اما تبعات آن تنها محدود به بعد اقتصادی نیست؛ زیرا داد و ستد محصولات این هنر - صنعت، در اصل به معنای مبادله خصایص فرهنگی است، به عبارت دیگر با تبادل صنایع دستی، میان فرهنگ‌های مختلف تعامل برقرار می‌شود؛ زیرا صنایع دستی سرمایه‌های فرهنگی و عنصر هویت ملی و هنری هر جامعه و بازتابی از فرهنگ و سنن ملت‌های گوناگون است و با در اختیار داشتن و ادراک محصولات این صنایع می‌توان با روحیات و آداب و رسوم جوامع مختلف آشنا شد. بنابراین، توسعه صنایع دستی، نه تنها می‌تواند به حفظ سنن و آداب و هویت محلی از طریق تجدید حیات هنرهای سنتی که عمدتاً به دلیل گرایش بازار به محصولات مدرن و بی‌اصالت رو به فراموشی سپرده‌اند کمک کند، بلکه عاملی مؤثر در ایجاد روابط انسانی و درک متقابل فرهنگی است.

در حقیقت، ماهیت صنایع دستی معادل با هویت و اصالت قومی است و آمیختگی دست‌ساخته‌های هنری با عناصر محیطی (جغرافیای خاص هر منطقه)، سنت‌ها، اعتقادات و بینش خالق آنها موجب تمایز محصولات صنایع دستی با دیگر محصولات می‌شود و این همان هویت و اصالت فرهنگی صنایع دستی است که شاید بیش‌ترین نمود تبعات آن را بتوان در ارتباط این هنر-صنعت با پدیده گردشگری جستجو کرد. در واقع، هویت و اصالت فرهنگی و اعتقادی خفته در محصولات صنایع دستی از جمله مؤلفه‌هایی هستند که نقش بسیار مهمی در انتقال نشانه‌های فرهنگی به فراسوی مرزها توسط گردشگران خارجی و حتی در نقاط مختلف یک کشور به واسطه گردشگران داخلی در بازدید از قومیت‌های مختلف در داخل مرزها دارند. بنابراین هر کدام از محصولات صنایع دستی خود می‌تواند به عنوان یک سفیر فرهنگی تلقی شوند که موجبات تعامل و تبادل در سایر زمینه‌ها را نیز فراهم می‌سازند و علاوه بر همگرایی جوامع مختلف، پیام‌های فرهنگی اصیل را از نسلی به نسل دیگر منقل می‌کنند؛ امری که در نهادینه‌سازی فرهنگ پاسداشت و بزرگداشت پیشینیان هر جامعه نقشی بسزا دارد.

هنرمندان صنایع دستی با اتکا به ایمان و اعتقادات فرهنگی خود محصولاتی را خلق می‌کنند که نه تنها تأمین‌کننده نیازهای مصرفی بازار و بازتاب ذوق و سلیقه خالقشان هستند، بلکه وراثت این هدف، ناقل ارزش‌های بنیادین اخلاقی، دینی، فرهنگی و مفاهیم معنوی بوده و از منظر اجتماعی و روان‌شناختی نیز در زندگی مخاطبان خود نقش‌آفرینی می‌کنند.

از منظر اجتماعی نیز باید اذعان کرد که اگرچه اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها، از جمله تبعات اقتصادی توسعه صنایع دستی است، اما تأثیر توسعه این صنایع بر پر کردن اوقات فراغت روستاییان و نیز در بر طرف کردن معضل اجتماعی بیکاری و مهاجرت‌های فزاینده فصلی یا دائمی به کلان‌شهرها حاکی از تبعات اجتماعی غیرقابل‌انکار این هنر - صنعت است. علاوه بر این، از آنجایی‌که در طول تاریخ نقش و پتانسیل زنان در جوامع مختلف همواره مورد غفلت قرار گرفته است؛ توسعه صنایع دستی که بخش عمده‌ای از صنعتگران و هنرمندان فعال آن زنان به خصوص در نواحی روستایی هستند، می‌تواند نقش مهمی در بازشناسی ارزش اجتماعی آنان و نقششان در پایداری نظام اقتصادی - اجتماعی روستاها و در نتیجه تأمین تعادل اجتماعی ایفا کند. شایان ذکر است که این مشارکت، علاوه بر بهبود رفاه اجتماعی زنان (به عنوان هنرمندان و صنعتگران صنایع دستی)، افزایش دانش فنی و هنری و مهارت و تخصص آنان در سایر زمینه‌ها را نیز به همراه دارد.

### ۵. مسائل و مشکلات حوزه صنایع دستی

مسائل حوزه صنایع دستی کشور ناظر به بخش خاصی از زنجیره این صنعت نبوده و به نوعی می‌توان اذعان کرد که هر بخش از این زنجیره با مشکلاتی روبه‌رو است که جریان حرکت کلی صنایع دستی کشور به سمت توسعه و پیشرفت را با کندی مواجه کرده است. به طور کلی، در نگاه اول، مسائل و مشکلات پیش روی این مهم را می‌توان در ۶ مقوله خلاصه کرد:

۱. مشکلات مربوط به هنرمندان و صنعتگران؛

۲. مشکلات اجتماعی - فرهنگی؛

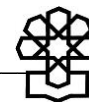
۳. مشکلات مربوط به طراحی و تولید؛

۴. مشکلات مربوط به بازاریابی و برندسازی؛

۵. مشکلات مربوط به توزیع و فروش؛

۶. مشکلات مربوط به دولت و سازمان‌های ذی‌ربط.

با این حال، شایان ذکر است که مرز مشخصی بین موارد مطرح شده در مقوله‌های یاد شده وجود نداشته و بعضاً با یکدیگر همپوشانی دارند. شایان ذکر است که مسائل موجود در حوزه صنایع دستی با توجه به پویایی‌ها و پیچیدگی‌هایی که این بخش دارد نیازمند بررسی و تحلیل نظام‌مند بوده و حل



آنها بدون شک مستلزم بهره‌مندی از دانش علمی و تجربی است. لکن به علت نبود ساختار و سازوکاری برای تحقیق و پژوهش در خصوص ابعاد مختلف این صنعت تاکنون پژوهش درخوری در این حوزه انجام نداده است. با این حال، در ادامه هر کدام از مسائل و مشکلات یاد شده در قالب چند مورد خلاصه شده است (جدول ۱).

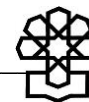
جدول ۱. مسائل و مشکلات حوزه صنایع دستی

<ul style="list-style-type: none"><li>- عدم ثبات شغلی به دلیل نوسانات بازار</li><li>- عدم اشاعه خدمات تأمین اجتماعی و بیمه هنرمندان و صنعتگران</li><li>- کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش فعالان صنایع دستی</li><li>- کمبود دانش فنی در زمینه نیازهای بازار</li></ul>	<b>مشکلات مربوط به هنرمندان و صنعتگران</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- بی‌علاقه بودن و مشارکت نداشتن نسل جوان در حوزه صنایع دستی</li><li>- شناخت ناکافی جامعه از صنایع دستی</li><li>- عدم فرهنگ‌سازی و آموزش جامعه در حوزه حمایت از تولیدات داخلی</li></ul>	<b>مشکلات اجتماعی - فرهنگی</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- کمبود خلاقیت و نوآوری در تولید محصولات</li><li>- متنوع نبودن محصولات و تشابه در طرح‌ها و الگوهای تولیدی</li><li>- طراحی ضعیف و ناهماهنگ با بازار روز دنیا</li><li>- عدم بهره‌گیری از الگوهای جدید و قدیمی بودن طراحی محصولات تولیدی</li><li>- عدم تناسب آموزش‌های صنایع دستی با نیازهای بازار</li><li>- تأکید صرف بر جنبه‌های هنری و تزئینی محصولات صنایع دستی</li><li>- کاربردی نبودن محصولات</li><li>- تجهیزات نامناسب با سطح تکنولوژی پایین</li><li>- تحمیل هزینه‌های اضافه به دلیل پراکندگی مناطق تولیدی و دوری از بازار</li><li>- عدم امکان تولید انبوه در زمان کوتاه به دلیل فقدان کارگاه‌های مدرن و مجهز</li><li>- نبود سیستم بسته‌بندی مناسب</li><li>- نامناسب بودن وضعیت استاندارد و بی‌توجهی به سطح کیفی تولید و مواد اولیه برای محصولات</li><li>- عدم نظارت بر کیفیت محصولات تولیدی</li><li>- گران بودن مواد اولیه تولید و بالارفتن قیمت تمام شده محصولات</li><li>- گرانی ابزار تولید و کمبود این ابزار</li></ul>	<b>مشکلات مربوط به طراحی و تولید</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- بالا بودن بهای تمام شده محصولات صنایع دستی در رقابت با تولیدات خارجی</li><li>- فقدان رقابت‌پذیری تولیدات صنایع دستی در بازارهای داخلی و جهانی</li><li>- حضور صنایع دستی کپی‌کاری شده (به خصوص توسط چینی‌ها) با قیمت ارزان</li><li>- استقبال مصرف‌کنندگان از تولیدات خارجی نسبت به نمونه‌های مشابه داخلی</li><li>- استقبال ضعیف گردشگران ورودی از محصولات صنایع دستی</li><li>- عدم تناسب محصولات با علایق و سلیقه بازارهای هدف</li><li>- ضعف و محدودیت کانال‌های توزیع<sup>۱</sup> (فقدان بازارچه‌های متمرکز و یکپارچه در سطح ملی و محلی، عدم دسترسی راحت به بازارهای عمده تقاضا)</li></ul>	<b>مشکلات مربوط به توزیع و فروش (بازار)</b>

۱. در حال حاضر قدرت در دست فروشگاه‌های عرضه محصولات صنایع دستی است که آنها نیز در قالب سازمان صنعت، معدن و تجارت فعالیت می‌کنند و بخش نمایشگاه‌ها و تولیدی‌ها نیز تحت نظر وزارت تعاون است.

<p>- شناخت ناکافی بازارهای داخلی و جهانی و نیازها و ترجیحات بازارهای هدف و همچنین نحوه ورود به آنها</p> <p>- عدم ارتباط با بازارهای (کشورهای) دارای قدرت خرید بالا به دلیل مشکلات سیاسی</p> <p>- ضعف تحقیق و پژوهش در حوزه صادرات و بازارهای صنایع دستی</p> <p>- ضعف تحقیقات بازار مصرف برای شناسایی نیازها و خواسته‌های بازار</p> <p>- عدم آشنایی با فنون، روش‌ها و مهارت‌های بازاریابی تولیدات صنایع دستی</p> <p>- ضعف و فقدان تبلیغات و بازاریابی مناسب داخلی و خارجی</p> <p>- ناآشنایی هنرمندان با تجارت الکترونیک و شیوه‌های نوین تبلیغ محصولات</p> <p>- ضعف برندسازی و فقدان برندهای معتبر و مورد اعتماد</p>	<p><b>مشکلات مرتبط با بازاریابی و برندسازی</b></p>
<p>- فقدان قوانین بیمه‌ای مناسب</p> <p>- همخوان نبودن گزارش‌های گمرک از حجم و رقم کالاهای صادراتی با اظهارنامه‌های مالیاتی</p> <p>- تبدیل ریالی درآمدهای ارزی ناشی از صادرات صنایع دستی به نرخ ارز مرجع (بحث ارز و بازگشت ارز حاصل از صادرات)</p> <p>- فقدان نگرش تجاری به این بخش در سطوح کلان</p> <p>- حضور غیرفعال سازمان صنایع دستی و میراث فرهنگی و گردشگری در سیاستگذاری مربوط به صنایع دستی</p> <p>- حجم بالای واردات صنایع دستی و ورود بی‌رویه صنایع دستی خارجی</p> <p>- فقدان قوانین لازم برای برخورد با تولیدات مشابه خارجی و حمایت از تولیدات داخلی</p> <p>- کمبود قوانین و سازوکارهای حمایتی و تسهیلگر از سوی دستگاه‌ها و نهادهای مختلف</p> <p>- عدم ارائه تسهیلات ارزان و کم‌بهره برای حمایت از تولید</p> <p>- تمرکز بر معرفی صنایع دستی ایران به عنوان یک کالای لوکس</p> <p>- ضعف تسهیلات تشویقی و استراتژی‌های حمایتی از هنرمندان و صنعتگران</p> <p>- ضعف و فقدان پژوهش‌های کاربردی در حوزه صنایع دستی</p> <p>- پراکندگی متولیان صنایع دستی در کشور</p> <p>- کم بودن اختیارات معاونت صنایع دستی و ضعف اثرگذاری این معاونت</p> <p>- وجود دلال‌ها و واسطه‌های بیشمار صنایع دستی<sup>۱</sup></p> <p>- فقدان برنامه‌ریزی‌های جامع و بلندمدت</p> <p>- عدم سرمایه‌گذاری کلان در بخش صنایع دستی</p> <p>- عدم حضور فعال بخش غیردولتی در حوزه صنایع دستی (به ویژه در زمینه صادرات)</p> <p>- نداشتن اتحادیه، صنف و یا تشکل قوی و اثرگذار در بین تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان</p> <p>- فعالیت انفرادی غالب فعالان صنایع دستی و عدم انسجام و وحدت در پیگیری مطالبات</p> <p>- فقدان بانک اطلاعاتی جامع از هنرمندان و صنعتگران</p> <p>- فقدان نظام آماری دقیق و منسجم</p> <p>- فقدان استانداردهای قیمتگذاری</p> <p>- ارتباط ضعیف و کم‌رنگ بین حوزه گردشگری و صنایع دستی</p>	<p><b>مشکلات مربوط به دولت و سازمان‌های ذی‌ربط</b></p>

۱. این امر موجب شده است که مردم به صنایع دستی به عنوان یک محصول لوکس بنگرند؛ زیرا عمدتاً در فروشگاه‌های صنایع دستی قیمت محصولات تقریباً سه برابر هزینه تمام‌شده آنهاست (به عبارت دیگر، محصولی با قیمت تمام شده ۱۰۰ هزار تومان، به قیمت ۳۰۰ هزار تومان به فروش می‌رسد) و همین امر موجب لوکس تلقی شدن محصولات صنایع دستی شده است.

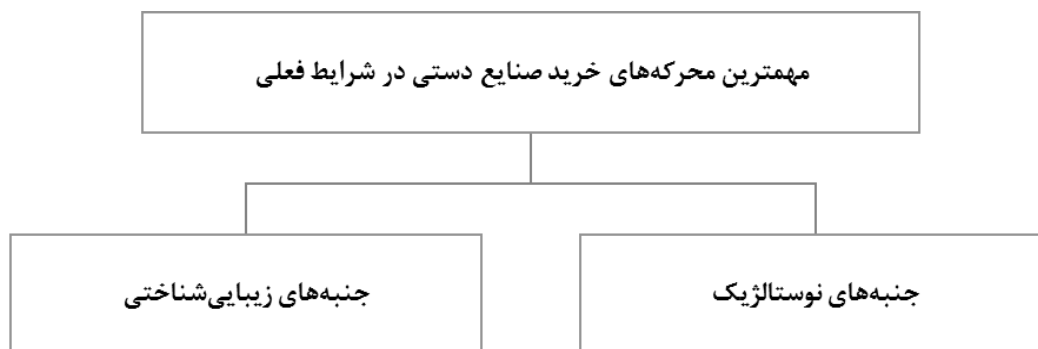


امروزه رویکرد غالب کشورهای توسعه یافته بر رشد و فراگیری صنایع خلاق مثل صنایع دستی و هنرهای سنتی است، در حالی که بسیاری از آنها بر خلاف کشور ما ظرفیت‌های بومی در این حوزه ندارند، اما اهمیت بالای صنایع خلاق و تأثیر فراوانی که بر توسعه پایدار کشورها دارد، آنها را به این سمت و سو سوق داده و در حال سرمایه‌گذاری بر روی رشته‌های مختلف صنایع دستی هستند. حال آنکه متأسفانه در کشور ما هم در حوزه آموزش و هم در حوزه فرهنگ‌سازی در این زمینه دچار ضعف هستیم. برای مثال آموزش‌های عمومی کشور ما در حوزه صنایع دستی بیش‌تر تأکید بر طراحی و ساخت دارد تا بر بازاریابی و فروش این محصولات. در حوزه آموزش عالی نیز تأکید عمده رشته‌های مرتبط با صنایع دستی بر جنبه‌های هنری و زیبایی‌شناختی است تا بر جنبه‌های بازرگانی و اقتصادی این هنر-صنعت. در زمینه فرهنگ‌سازی هم رسانه‌های به ویژه صدا و سیما تأثیر شگرفی در عمومی کردن استفاده از دست‌ساخته‌های سنتی دارند؛ اما متأسفانه در بطن فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی عموماً این دست‌ساخته‌ها به عنوان کالایی لوکس به مخاطب معرفی می‌گردند.

#### ۶. گلوگاه اصلی توسعه صنایع دستی

درحالی که درجهان امروز، صنایع دستی علاوه بر حفظ جایگاه خود در عرصه هنر، زیبایی‌شناختی و هویت‌بخشی ملی و منطقه‌ای به یک منبع مهم ارزش‌افزوده و بهره‌وری اقتصادی تبدیل شده است، در جمهوری اسلامی ایران، به دلیل موانع و مشکلات یاد شده، این صنایع پاک از جایگاه واقعی خود فاصله گرفته و از نقش‌آفرینی در عرصه اقتصادی نیز دور شده‌اند. با توجه به مباحث فوق‌الذکر، امروزه دو محرک عمده خرید صنایع دستی جنبه‌های نوستالژیک و زیبایی‌شناختی تولیدات صنایع دستی است (شکل ۲). محرک‌هایی که تنها در صورتی منجر به خرید می‌شوند که سایر مؤلفه‌های جذب بازار از جمله هزینه، کیفیت و دسترسی‌پذیری در قالب موانع تصمیم‌مشتري ظاهر نشوند. علاوه بر این، اگر انگیزه خرید صنایع دستی را بر مبنای دو محرک جنبه‌های نوستالژیک و زیبایی‌شناختی تعریف کنیم، مبتنی بر سلسله نیازهای مازلو، عمدتاً انگیزه خرید صنایع دستی زمانی ظاهر می‌شود که نیازهای اولیه تأمین شده باشد؛ به عبارت دیگر، خرید صنایع دستی، نه در رده‌های اول تا سوم (نیازهای فیزیولوژیک، امنیت، اجتماعی)، بلکه به طور کلی در رتبه چهارم و پنجم اهمیت (عزت‌نفس و خودشکوفایی) قرار می‌گیرد و نتیجتاً هنگامی که نیازهای اولیه بازار برطرف شده باشد، انگیزه خرید تولیدات مزبور به منصفه ظهور می‌رسد. حال آنکه در زندگی پر دغدغه امروز که اقبال مختلف جامعه با دل‌نگرانی‌ها و مشکلات جدی اقتصادی و اجتماعی زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند، نقش صنایع دستی به تدریج کمرنگ شده و بسیاری از شاخه‌های آن رو به فراموشی سپرده شده‌اند.

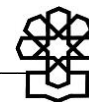
### شکل ۲. محرکه‌های فعلی خرید صنایع دستی



یکی از ریشه‌ای‌ترین مشکلات توسعه صنایع دستی این است که متأسفانه در فرهنگ جامعه، این نگرش شکل گرفته است که هنر سنتی کالایی تجملاتی است. در حقیقت، کاربردی نبودن صنایع دستی در زندگی ماشینی امروز ضربه سنگینی بر پیکره این بخش از فرهنگ غنی کشور وارد کرده است؛ در حالی که اگر محصولات صنایع دستی کاربردی باشند محرکه‌های یاد شده (حس نوستالژیک و زیبایی‌شناختی) قدرت بیشتری به عنوان پیش‌ران‌های خرید خواهند داشت. در واقع این دو محرک نه به عنوان پیش‌ران‌های اصلی، بلکه به عنوان مؤلفه‌های مکمل خرید باید نقش‌آفرینی کنند.

یافته‌های مطالعات پیشین حاکی از آن است که نقطه ضعف اصلی صنایع دستی کشور کاربردی نبودن و تزئینی بودن این صنایع است. مشکلی که مسائل زیادی را در حوزه‌های فوق‌الذکر پدید آورده و به عنوان مهم‌ترین ایراد وارده بر این صنایع، موجب عدم تمایل جوامع ملی و بین‌المللی به خرید دست‌ساخته‌های سنتی کشور شده است؛ تا جایی که بسیاری از صنایع دستی کشور به دلیل کاربرد نداشتن در زندگی‌های مدرن امروز منسوخ شده و تعداد قابل توجهی از این تولیدات تنها در موزه‌ها قابل بازدید هستند.

متأسفانه کاربردی نبودن صنایع دستی و به تبع آن، تزئینی شدن عمده محصولات این صنایع عامل بالارفتن هزینه‌های تولید و در نتیجه قیمت تمام شده محصولات شده است. امری که روی‌گردانی مشتریان از صنایع دستی داخلی و تمایل به خرید محصولات مشابه خارجی، به ویژه تولیدات چینی که با قیمت‌های پایین‌تری به بازار عرضه می‌شوند را به دنبال داشته است. به عبارتی می‌توان گفت که عامل اصلی جذب مشتریان داخلی توسط محصولات خارجی کاربردی بودن آنها در عین ارزان بودن و در دسترس بودن آنهاست که سبب شده است رقیب جدی صنایع دستی کشور محسوب شوند.

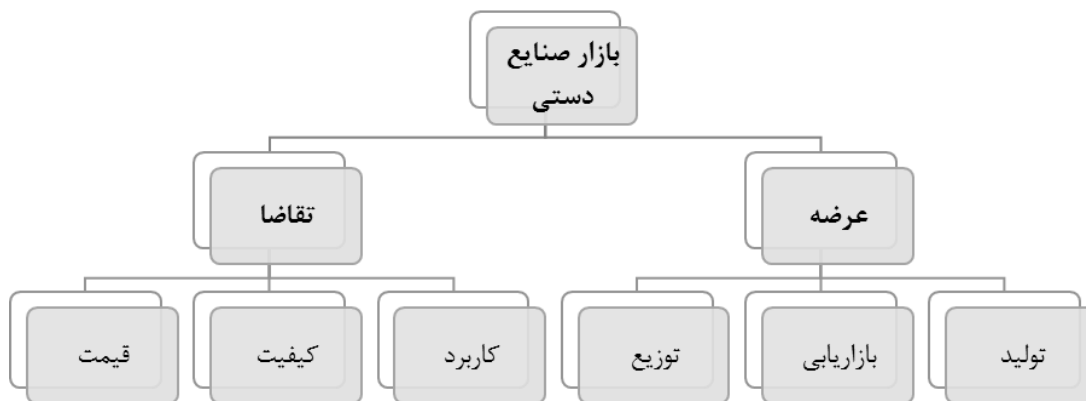


## ۷. راهبردهای توسعه صنایع دستی

کارشناسان بر این باور هستند که ماندگاری صنایع دستی نیاز به روح جدید و روزآمدسازی دارد و راهکارها زمانی به طور اثربخش به مرحله اجرا می‌رسند که از صنایع دستی تعریفی کاربردی در عین حفظ اصالت هنری ارائه و توسط ذی‌نفعان به کار گرفته شود؛ زیرا امروزه، مردم از آنچه تنها جنبه تزئینی دارد، استقبال چندانی نمی‌کنند؛ از این‌رو، الگوی تولید محصولات باید به سمت تأمین نیاز جامعه حرکت کرده و به صورت هدف‌دار به سمت و سوی کاربردی کردن صنایع دستی سوق یابد. در این صورت استادکاران و صنعت‌گران سنتی ایرانی با بسترسازی برای به کار بستن هنرهایشان در صنایع کاربردی از ظروف آشپزخانه و وسایل اداری گرفته تا طراحی لوازم جانبی الکترونیکی می‌توانند موجبات رونق این حوزه را فراهم آورند. به عبارت دیگر، کاربردی نمودن محصولات صنایع دستی متوجه تولیدات موجود در بازار که صرفاً جنبه تزئینی دارند نیست، بلکه منظور از این مفهوم، کاربردی کردن هنر، دانش و تخصص صنعتگران است، به گونه‌ای که به جای پیاده کردن ذوق هنریشان در اقلام تزئینی صرف، باید رویکردی میان حرفه‌ای را در پیش گرفته و قلمرو فعالیت‌شان را نه در حوزه هنرهای سنتی، بلکه به صنایع تولیدی دیگر گسترش دهند. البته بدون شک، این مهم همکاری صنایع تولیدی مختلف (محصولات فلزی، چوبی، پلاستیکی، پوشاک و ...) با استادکاران و کارورزان هنرهای سنتی و فراهم نمودن عرصه فعالیت مکمل برای فعالان صنایع دستی از سوی صنایع مزبور را می‌طلبد. در واقع، هنرمندان نباید بی‌توجه به نیازهای بازارهای داخلی و حتی جهانی صرفاً به ساخت مصنوعات دستی زیبا اکتفا کنند، بلکه باید صناعی را تهیه و تولید نمایند که با قابلیت کاربردی، امکان استفاده در زندگی روزمره را داشته باشند؛ زیرا امروزه به علت کوچک شدن خانه‌ها و رواج آپارتمان‌نشینی و از همه مهم‌تر، کاهش قدرت خرید جامعه، مردم ترجیح می‌دهند به جای خرید محصولات هنری و تزئینی، محصولاتی را تهیه کنند که علاوه بر تطابق با حس زیبایی‌شناختی و نوستالژیک (به عنوان دو محرکه بالفعل خرید صنایع دستی از سوی جامعه)، کاربردی نیز هستند. در خصوص انگیزه‌های خرید صنایع دستی، باید به این نکته توجه کرد که حتی صرف‌نظر از کاربردی بودن محصولات صنایع دستی، ترغیب حس زیبایی‌شناختی، نوستالژیک و حتی وطن‌پرستی جامعه، تا زمانی که بین قیمت و کیفیت این تولیدات تعادل برقرار نباشد، نمی‌تواند به عنوان پیشران خرید عمل نماید. در حقیقت، انگیزه‌های مزبور، مصرف‌کننده را صرفاً تا مرز خرید هدایت می‌کند، اما نهایی شدن تصمیم خرید عمدتاً به موازنه قیمت و کیفیت و فراتر از آن به میزان کاربرد محصول در زندگی روزمره بستگی دارد و در صورتی که این مؤلفه‌ها با انتظارات مصرف‌کنندگان مطابقت نداشته باشد، محصولات مشابه خارجی و ارزاقیمت برنده میدان در بازار رقابتی امروز خواهند شد؛ متقابلاً در سمت عرضه

محصولات صنایع دستی باید سیاست‌هایی را در هر سه حوزه تولید، بازاریابی و توزیع تدبیر گردد تا بتوان تقاضای بالفعل محصولات این صنایع را حفظ و تقاضای بالقوه را ترغیب نمود (شکل ۳).

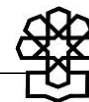
شکل ۳. حوزه‌های سیاستگذاری در راستای موازنه‌سازی عرضه و تقاضای صنایع دستی



در ادامه ضمن بهره‌مندی از پژوهش‌های کاربردی انجام شده در حوزه صنایع دستی، راهبردهای پیشنهادی رونق این صنایع در قالب ۹ راهبرد کلی ارائه شده است.

**۱. طراحی سازوکار مطلوب برای دستیابی به مواد اولیه مناسب:** دستیابی به مواد اولیه مرغوب و با کیفیت به طور مستمر یکی از دغدغه‌های تولیدکنندگان حرفه‌ای در این حوزه بوده است. زیرا این امر به طور مستقیم تأثیر در کیفیت محصول نهایی و قیمت تمام شده دارد. از این رو دستگاه‌های متولی امر به ویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری باید به دنبال سیاستگذاری و اجرای سازوکاری باشد که بتواند مواد اولیه باکیفیت، استاندارد و مقرون به صرفه در اختیار تمام تولیدکنندگان و هنرمندان این عرصه قرار دهد.

**۲. بسترسازی فرهنگی برای مشارکت بیشتر زنان و استفاده جامعه از تولیدات صنایع دستی:** زنان بخش اعظم تولیدکنندگان صنایع دستی هستند. از این جهت که صنایع دستی مهم‌ترین ابزار برای ایجاد تعادل در کار و زندگی است و زنان خانه‌دار می‌توانند در کنار امور مربوط به خانواده به کسب درآمد از طریق تولیدات در این حوزه همت گمارند. ایجاد بسترهایی برای مشارکت بیشتر زنان در این فعالیت‌های تولیدی می‌تواند هم منجر به افزایش سطح درآمد ملی و رفاه عمومی شود و هم نظام خانواده اصالت و هویت خود را حفظ نماید. البته در کنار این امر باید تدابیری اندیشه شود تا آحاد جامعه به خرید و استفاده هر چه بیشتر از این تولیدات ترغیب گردند که این امر نیازمند سازوکارهای فرادستگاهی است و همکاری همه دستگاه‌ها را طلب می‌کند.



۳. سیاستگذاری برای آموزش حرفه‌ای طرف عرضه و تقاضا و همچنین تربیت تولیدکنندگان ماهر: آموزش‌های حرفه‌ای یکی از نیازها فعالان و تولیدکنندگان صنایع دستی است. آموزش‌هایی که مبتنی بر شناخت از بازار، تحلیل رقبا و تحلیل روندها باشد. آموزش‌های مربوط به فروش و بازاریابی و حتی آموزش‌های مربوط به تولید مقرون به صرفه و با هزینه تمام شده کم‌تر از نیازهایی است که هنرمندان و فعالان حوزه صنایع دستی به آن نیاز دارند. از طریق دیگر باید به طرف تقاضا هم آموزش‌هایی در جهت شناسایی و تمیز محصولات از یکدیگر و شناخت معانی و مفاهیم فرهنگی و اجتماعی در پشت محصولات تولیدی داده شود تا با رغبت بیش‌تری به خرید این کالاهای هویت‌ساز بپردازند.

۴. زمینه‌سازی مناسب برای مشارکت فعال بخش خصوصی در صنایع دستی: صنایع دستی با وجود اینکه تمامی محصولات آن توسط بخش خصوصی و به عبارتی هنرمندان و کارآفرینان فردی تولید می‌شود، اما یکی از حوزه‌هایی است که فاقد تشکلهای و اتحادیه‌های قدرتمند و تأثیرگذار در سطوح کلان تصمیم‌گیری است. در این راستا مسئولان اجرایی امر می‌توانند از طرق گوناگون زمینه‌سازی لازم را برای فعالان و تقویت تشکلهای این حوزه فراهم آورند.

۵. رفع خلأها و موانع حقوقی و قانونی توسعه صنایع دستی: سیر تاریخی حوزه صنایع دستی گویای این امر است که در ۵۰ سال اخیر بیش از اینکه گامی در جهت رفع موانع توسعه این هنر-صنعت برداشته شود، صنایع دستی عمدتاً متحمل تغییرات ساختاری بوده است و در ذیل وزارتخانه‌ها یا سازمان‌های مختلف دست به دست شده است. آنچه در این زمینه مشهود است وجود خلأها و موانع گوناگون اعم از حقوقی و قانونی برای توسعه این امر است.

۶. بهره‌مندی از بسترهای نوین فناوری برای کارآمدی سازوکارهای موجود: فناوری اطلاعات و ارتباطات که موجب انقلاب در حوزه‌های مختلف شده است می‌تواند ابزاری کارآمد جهت معرفی، آموزش، بازاریابی و فروش صنایع دستی باشد. در واقع، بهره‌مندی از فناوری اطلاعات در چرخه تولید تا فروش صنایع دستی موجبات رونق این هنر صنعت را در کشورهای پیشرو فراهم کرده است. اگرچه کسب‌وکارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) گامی تحولی در این زمینه برداشته‌اند؛ اما در مسیر خود با موانع چندی روبه‌رو هستند که نیازمند حمایت همه‌جانبه است.

۷. تقویت و ارتقای فرایندهای بازاریابی، بازاریابی و بازرگردانی: بازاریابی یکی از حلقه‌های مفقوده حوزه صنایع دستی است. در حقیقت، یکی از اساسی‌ترین نیازهای صنایع دستی در حال حاضر بازاریابی و بازاریابی است. از آنجایی که تولیدکنندگان و کارآفرینان این حوزه غالباً زنان طبقه متوسط به پایین هستند عدم دانش و آگاهی در زمینه بازاریابی و فروش یکی از مهم‌ترین ضعف‌های این افراد

است. ضعفی که باعث می‌شود اولاً تولیدات آنها متناسب با نیاز بازار نبوده و کاربردی نباشد و ثانیاً نتوانند ارتباطات ایجاد شده مقطعی در نمایشگاه‌ها و مراکز عرضه را به یک ارتباط دائم تبدیل کنند.

**۸. استفاده از ظرفیت‌های گردشگری جهت توسعه صنایع دستی:** رونق صنایع دستی ارتباط تنگاتنگی با توسعه گردشگری دارد و تقویت ارتباط بین این دو بخش می‌تواند باعث هم‌افزایی شود. صنایع دستی از یک سو به عنوان نمادهای هویت هر منطقه موجب جذب گردشگر می‌شود (تا جایی که بازدید از کارگاه‌های تولیدی صنایع دستی همواره یکی از جاذبه‌های سفر به مناطق گردشگری بوده است) و از سوی دیگر توسعه گردشگری یکی از عوامل رونق تولید و فروش صنایع دستی محسوب می‌شود.

**۹. بهره‌گیری از سازوکارهای تولید بهینه، کاربردی و استاندارد:** تولید با کیفیت و استاندارد زمینه‌ساز دسترسی به بازار و حضور پایدار در آن است. به عبارتی اولین حلقه رونق صنایع دستی تمرکز بر تولید محصولاتی است که در کنار جنبه‌های زیبایی‌شناختی و کاربردی از کیفیتی که توان رقابت‌پذیری در بازار موجود را داشته باشند، برخوردار باشد.

### جمع‌بندی و پیشنهادها

در کشورهای مختلف، صنایع دستی در کنار صنعت گردشگری به عنوان یکی از ارزآورترین صنایع فرهنگی جهان شناخته می‌شود. بدون شک، ارتباط مستقیم رشد صنعت گردشگری در کشورهای گردشگرپذیر، با رونق کسب‌وکار هنرمندان صنایع دستی ارتباطی جدانشدنی بوده و لزوم حفظ آن بر هیچ‌کس پوشیده نیست.

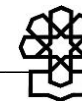
صنایع دستی به علت برخورداری از مزایایی نظیر کاربر بودن، سادگی فن، اشتغال‌زایی بالا و عدم نیاز به آموزش فنی و سرمایه‌گذاری گسترده، بیش از هر فعالیت اقتصادی دیگری، ظرفیت توسعه و پیشرفت جوامع را فراهم می‌کند. در واقع، از آنجایی که تولید محصولات صنایع دستی اساساً متکی به مواد اولیه داخلی است، به طور کلی، بیش از ۹۰ درصد درون‌دادهای این حوزه که به طور عمده نیروی کار، مواد اولیه مصرفی و ابزار و وسایل کار را شامل می‌شود، در داخل کشور قابل تأمین است و هر نوع افزایش در میزان تولید و فروش فرآورده‌های دستی، اثر مستقیمی بر افزایش تولید ناخالص داخلی دارد. بنابراین حائز توجه است که در مدیریت و راهبری صنایع دستی و رشد و شکوفایی آن، دولت در کنار نقش‌آفرینی مؤثر خود، زمینه مساعد را برای بخش خصوصی و توده‌های مردم در جهت نیل به رونق و توسعه این هنر صنعت فراهم آورد. موارد زیر از جمله اقدامات پیشنهادی لازم برای تحقق این امر هستند:



## جدول ۲. راهکارهای رونق تولید در حوزه صنایع دستی

خلاصه چالش‌ها	راهکارها	نوع اقدام (اجرایی، نظارتی و تقنینی)	دستگاه اقدام‌کننده	کمیسیون تخصصی مرتبط در مجلس شورای اسلامی
عدم اجرا شدن قانون حمایت از استادکاران و هنرمندان صنایع دستی	<ul style="list-style-type: none"><li>- تدوین آیین‌نامه‌های اجرایی برای تسریع در اجرایی شدن بندهای قانون (کوتاه‌مدت)</li><li>- امکان عضویت زنان تولیدکننده صنایع دستی در شهرهای زیر ۲۰ هزار نفر جمعیت در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستایی و عشایر از طریق اصلاح آیین‌نامه بیمه اجتماعی روستاییان و عشایر (میان‌مدت).</li><li>- تسریع در اصلاح اساسنامه صندوق احیا و بهره‌برداری از اماکن تاریخی و فرهنگی و اصلاح عنوان صندوق مذکور به صندوق حمایت از صنایع دستی و احیا و بهره‌برداری از اماکن تاریخی و فرهنگی (کوتاه‌مدت)</li></ul>	اجرایی، نظارتی و تقنینی	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری وزارت جهاد کشاورزی سازمان برنامه و بودجه	فرهنگی، کشاورزی، برنامه و بودجه
گران بودن مواد اولیه و سایر هزینه‌های تولید صنایع دستی و افزایش بهای تمام شده محصولات	<ul style="list-style-type: none"><li>- حذف یا کاهش عوارض گمرکی از مواد اولیه وارداتی تولید (بلندمدت)،</li><li>- ایجاد تعاونی برای تأمین مواد خام اولیه مصرفی مناسب و مقرون به صرفه (بلندمدت)،</li><li>- تهیه و تدوین استانداردهای مواد اولیه مصرفی با حفظ اصالت، بومی، ملی و فرهنگی توسط معاونت صنایع دستی (میان‌مدت)،</li><li>- تخصیص حداقل ۲۰ درصد از اعتبارات دهیاری‌ها به ایجاد تجهیز و توسعه کارگاه‌های صنایع دستی در روستاهای مشمول (بلندمدت)،</li><li>- حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و کسب‌وکارهای نوپا در حوزه صنایع دستی با ارائه تسهیلات بانکی لازم و حذف مقررات زائد و دست‌وپاگیر (میان‌مدت)</li><li>- ضرورت معافیت صنایع دستی تولید داخل از مالیات بر ارزش‌افزوده (میان‌مدت)،</li></ul>	اجرایی، نظارتی و تقنینی	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری سازمان امور مالیاتی	فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی

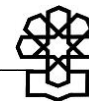
کمیسیون تخصصی مرتبط در مجلس شورای اسلامی	دستگاه اقدام کننده	نوع اقدام (اجرایی، نظارتی و تقنینی)	راهکارها	خلاصه چالش‌ها
فرهنگی، اقتصادی	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری وزارت اقتصاد (بانک مرکزی)	تقنینی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ارائه تسهیلات ارزی با دوره تنفس ۱ تا ۲ ساله از محل اعتبارات صندوق توسعه ملی برای حمایت از تولیدکنندگان صنایع دستی، در غالب قوانین بودجه سنواتی جهت تولید صنایع دستی کاربردی (از صنایع دستی تزئینی) با معرفی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (میان‌مدت)،</li> </ul>	کاربردی نبودن غالب محصولات تولیدی صنایع دستی
فرهنگی، اجتماعی	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	اجرایی، نظارتی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تدوین نظامنامه‌ای از تولید تا فروش صنایع دستی با مشخص کردن وظایف ذی‌نفعان این حوزه توسط هیئت دولت (بلندمدت)،</li> <li>- اصلاح قانون تشکیل شورای عالی اشتغال جهت عضویت رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در شورای عالی مربوطه (بلندمدت)،</li> <li>- حمایت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری از تشکلهای و اتحادیه‌های صنایع دستی جهت حضور قدرتمند در اتاق بازرگانی و اتاق تعاون (کوتاه‌مدت)</li> </ul>	وجود ذی‌نفعان و ذی‌نقشان مختلف و تعدد مراکز تصمیم‌گیری
فرهنگی، اقتصادی، کشاورزی، زیربنایی	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری وزارت کشور وزارت اقتصاد وزارت راه و شهرسازی وزارت جهاد کشاورزی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	اجرایی، نظارتی و تقنینی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ایجاد فروشگاه‌های دائم صنایع دستی توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با همکاری وزارت صمت و شهرداری‌ها (کوتاه‌مدت)،</li> <li>- التزام جایگزینی صنایع دستی در هدایای نهادهای عمومی و دولتی در غالب بخشنامه (میان‌مدت)،</li> <li>- بخشودگی عوارض و تخفیف ۵۰ درصدی اجاره غرفه‌های زنان در نمایشگاه‌های صنایع دستی (کوتاه‌مدت)،</li> <li>- مکلف شدن دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و مدارس به برپایی نمایشگاه‌های تولید و عرضه (کوتاه‌مدت)،</li> <li>- ایجاد غرفه‌های فروش صنایع دستی در بازارچه‌های مرزی و مناطق آزاد تجاری (کوتاه‌مدت)،</li> </ul>	نبود مکانیسم‌های کافی برای توزیع و فروش محصولات تولیدی



خلاصه چالش‌ها	راهکارها	نوع اقدام (اجرایی، نظارتی و تقنینی)	دستگاه اقدام‌کننده	کمیسیون تخصصی مرتبط در مجلس شورای اسلامی
	<ul style="list-style-type: none"><li>- مکلف شدن پایانه‌های مسافری (فرودگاه‌ها، ایستگاه‌های راه‌آهن و ترمینال‌های اتوبوسرانی) به تخصیص مکانی برای تولید و عرضه مستقیم صنایع دستی (کوتاه‌مدت)،</li><li>- ایجاد غرفه‌های عرضه صنایع دستی در سایت‌های گردشگری و موزه‌ها (کوتاه‌مدت)،</li><li>- مکلف نمودن وزارت جهاد کشاورزی با همکاری بنیاد مسکن انقلاب اسلامی به در اختیار قرار دادن اراضی غیرکشاورزی حاشیه شهرها جهت ایجاد شهرک‌های صنایع دستی (بلندمدت)،</li><li>- معافیت غرفه‌داران بازارچه‌های صنایع دستی و هنرهای سنتی از پرداخت عوارض شهری نوسازی، بهسازی (بلندمدت)،</li><li>- احیای ظرفیت خانه‌های ایران<sup>۱</sup> در کشورهای خارجی جهت صادرات صنایع دستی (میان‌مدت)،</li><li>- تخفیف ۵۰ درصدی تولیدات صنایع دستی مرسوله (ارسال شده) از طریق پست، (بلندمدت)</li></ul>			
فرهنگ‌سازی ضعیف در تولید و استفاده از محصولات صنایع دستی	<ul style="list-style-type: none"><li>- بخشودگی یک ماه از خدمت نظام وظیفه عمومی پسرانی که دارای حداقل یک مهارت در تولید صنایع دستی باشند (بلندمدت).</li><li>- بخشودگی بخشی از جرائم زندانیان غیرعمد که در طول دوران محکومیت خود حداقل یک مهارت صنایع دستی را یاد گرفته باشند (بلندمدت).</li><li>- مکلف شدن رسانه ملی به استفاده از تولیدات صنایع دستی در طراحی دکور</li></ul>	اجرایی، نظارتی و تقنینی	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری وزارت دفاع سازمان صدا و سیما	فرهنگی، آموزش

۱. در حال حاضر، خانه‌های ایران (خانه فرهنگ) در خارج از کشور در اختیار وزارت خارجه، سازمان هواپیمایی و سازمان فرهنگ و ارتباطات و سازمان تبلیغات اسلامی است که قرار بود بخشی از آن به سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نیز برای عرضه محصولات صنایع دستی فاخر ایران در خارج از کشور اختصاص یابد. خانه‌های ایران فرصت خوبی برای فروش صنایع دستی ایران در خارج از کشور است؛ بنابراین، کاربری این خانه‌ها باید مورد بازنگری قرار گیرد و از ظرفیت این خانه‌ها برای فروش صنایع دستی در خارج از کشور بهره برد.

کمیسیون تخصصی مرتبط در مجلس شورای اسلامی	دستگاه اقدام‌کننده	نوع اقدام (اجرایی، نظارتی و تقنینی)	راهکارها	خلاصه چالش‌ها
	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری سازمان فنی و حرفه‌ای وزارت آموزش و پرورش		<p>فیلم‌ها در برنامه‌ها تلویزیونی (میان‌مدت)،</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- بسترسازی برای ایجاد کارگاه‌های کوچک تولید صنایع دستی در خوابگاه‌های دانشجویی (متأهلی و مجردی) و مدارس شبانه‌روزی (کوتاه‌مدت)،</li> <li>- استفاده از شیوه‌ای نوین برای آموزش حرفه‌ای و افزایش مهارت به هنرمندان و تولیدکنندگان صنایع دستی در زمینه تولید و بازاریابی و فروش (کوتاه‌مدت)،</li> <li>- مکلف شدن پادگان‌ها و مراکز آموزش نظامی به مهارت‌افزایی سربازان (بلندمدت)</li> <li>- ترویج و آموزش صنایع دستی از طریق رسانه ملی و شبکه‌های استانی (میان‌مدت)،</li> <li>- تغییر سرفصل دروس دانشگاهی مرتبط با صنایع دستی در راستای تقویت بعد اقتصادی و مدیریتی این حوزه به جای تأکید بر جنبه‌های صرف هنری و زیباشناختی آن (بلندمدت)،</li> <li>- برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت (ترویجی) از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و سازمان فنی و حرفه‌ای جهت افزایش آگاهی دانش و بینش فعالان و هنرمندان این حوزه (کوتاه‌مدت)،</li> <li>- منظور کردن صنایع دستی استفاده شده در طراحی و دکور به عنوان یکی از معیارهای درجه‌بندی هتل‌ها و اقامتگاه‌های کشور (میان‌مدت)</li> </ul>	



۱. امید، نبی، محمدرضا، امیدی، و اسفندیار، محمدی. شناسایی و بررسی موانع توسعه بازار داخلی صنایع دستی ایلام. فرهنگ ایلام. دوره شانزدهم، ش ۴۸ و ۴۹، ۱۳۹۴.
۲. بوزرجمهری، خدیجه، شیرین، صاحبی و جواد، مهرگان مجد. بررسی چالش‌ها و موانع توسعه کارآفرینی و اشتغالزایی صنعت پوستین‌دوزی مطالعه موردی: دهستان شاندیز، اولین کنفرانس اندیشه‌ها و فناوری‌های نوین در علوم جغرافیایی، ۲۰۱۷.
۳. توفیقی، زهره. نقش صنایع دستی در اقتصاد مقاومتی، ماهنامه آموزشی، علمی، خبری، تحلیلی اقتصاد دانش‌بنیان، ش ۱۵، ۱۳۹۵.
۴. ثریایی، علی و زهرا، عطف. شناسایی چالش‌های صنایع دستی و ارائه راهکارهای لازم (مطالعه موردی: صنایع دستی استان مازندران). پژوهش‌های مدیریت و حسابداری، ش ۲ و ۳، ۱۳۹۳.
۵. حاجی‌پور شوشتری، عبدالحمید. مهر اصالت یونسکو برای صنایع دستی، انجمن علمی فرش ایران، ش ۶ و ۷، ۱۳۸۶.
۶. لاکمن، سوزان. صنایع دستی و اقتصاد خلاق، ترجمه شهاب طلایی، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران ۱۳۹۶.
۷. طغرای محمدتقی. شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی فرهنگی در صنایع دستی عشایری. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال پنجم، ش ۳، ۱۳۹۵.
۸. عبدالله‌زاده فرد، علیرضا. مکان‌یابی شهرک صنایع دستی گامی در راستای تحقق توسعه گردشگری پایدار (نمونه موردی شهر شیراز)، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال هفتم، ش ۲۵، ۱۳۹۶.
۹. علیپور، حمیدرضا و کبری، مجنون. تحلیل اقتصادی صنایع دستی و نقش آن در توسعه اقتصادی استان گیلان، فصلنامه سیاسی، ادبی، فرهنگی گیلان ما، ش ۴۷، پیاپی، ۱۳۹۳.
۱۰. کریم‌دوست، رضا و محمدعلی، مومینی. بررسی عوامل مؤثر بر به‌کارگیری رنگ در صنایع دستی ایل بختیاری، فصلنامه تخصصی دانشگاه آزاد واحد شوشتر، سال ۱، ش ۱، ۱۳۹۰.
۱۱. مرکز پژوهش‌های مجلس. با نمایندگان مردم در مجلس نهم: آشنایی با قوانین و مقررات، آیین‌نامه‌ها، ذی‌نفعان و چالش‌های حوزه‌های میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، شماره مسلسل ۱۲۱۴۶، ۱۳۹۰.
۱۲. نقی‌زاده، محمد. تأثیر معماری و شهر بر ارزش‌های فرهنگی، هنرهای زیبا، ش ۱۱، ۱۳۸۱.
۱۳. نواب اکبر، فیروزه، نودر، منفرد و علیرضا، رضایی. عوامل مؤثر بر کمیّت و کیفیت تولید صنایع دستی؛ مطالعه موردی زنان عشایر نیمه‌اسکان یافته مرندافزر، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، دوره ۸، ش ۳۱، ۱۳۷۹.
۱۴. وظیفه دوست، حسین و مهدی، کیایی. بررسی موانع و مشکلات صادرات صنایع دستی ایران و ارائه راهکار مناسب، کنفرانس بین‌المللی مدیریت در قرن ۲۱، تهران، مؤسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا، ۱۳۹۳.
۱۵. یزدان‌پناه، لیلا و فاطمه، صمدیان. عوامل مؤثر بر میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی: مطالعه موردی صنایع دستی استان کرمان. مجله تعاون. ش ۲۰، ۱۳۸۸.
16. Gorman, William D., Grassberger, Robert, Shifflett, Kimberly, Carter, Mary, Abuamoud Nasser, Ismaiel; Al-Rawajfeh, Ahmad. (2009). The Jordan Bedouin Handicraft Weaving Company: A Feasibility Assessment of Job Creation for Jordanian Women.
17. O'Connor, David, 2006. Handicrafts and Their Linkage with Tourism: Artisans Are Also Your Treasures, In: Tourism and Handicrafts, A Report on the International Conference on Tourism and Handicrafts, 13 – 15 May 2006,

Tehran, Islamic Republic of Iran, Published and printed by the World Tourism Organization, Madrid, Spain, pp: 7-14

18. Redzuan, Marof & Aref, Fariborz. (2011). Constraints and potentials of handicraft industry in underdeveloped region of Malaysia. African journal of business management, 5(2): 256-260

19. UNESCO Publication. (2006). Seal of Excellence for Handicrafts, Paris.

\* علاوه بر منابع فوق‌الذکر، در این گزارش از مباحث و همچنین متن مصاحبه با کارشناسان، فعالان و خبرنگاران حوزه صنایع دستی در منابع ذیل بهره گرفته شده است.

- <https://donya-e-eqtasad.com> ۲۰. روزنامه دنیای اقتصاد
- <https://www.asre-eghtesad.com> ۲۱. روزنامه عصر اقتصاد
- <http://www.chtn.ir> ۲۲. خبرگزاری میراث آریا
- <https://www.mehrnews.com> ۲۳. خبرگزاری مهر
- <https://www.yjc.ir> ۲۴. باشگاه خبرنگاران جوان
- <http://www.hamshahrionline.ir> ۲۵. همشهری آنلاین
- <http://www.irna.ir> ۲۶. خبرگزاری ایرنا
۲۷. وبسایت علم گردشگری، حمید زرغام بروجنی عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی
- <http://www.tourismscience.ir>



مرکز پژوهش‌ها  
مجلس شورای اسلامی

شناسنامه گزارش

شماره مسلسل: ۱۶۵۰۳

عنوان گزارش: چالش‌ها و راهکارهای رونق تولید در سال ۱۳۹۸. ۹. صنایع دستی

نام دفتر: مطالعات آموزش و فرهنگ (گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)

تهیه و تدوین: شهاب طلایی

همکاران: زهرا رحمانی، صادق ستاری فرد

ناظر علمی: سینا کلهر

متقاضی: علی لاریجانی (رئیس مجلس شورای اسلامی)

ویراستار تخصصی: \_\_\_\_\_

ویراستار ادبی: \_\_\_\_\_

واژه‌های کلیدی:

۱. صنایع دستی

۲. رونق تولید

۳. تحریم



تاریخ انتشار: ۱۳۹۸/۴/۴