

صنایع دستی راه میان‌بری برای دستیابی به رونق اقتصادی

ایجاد نمایشگاه دائمی صنایع دستی در آینده‌ای نه‌چندان دور

سپهرغرب، گروه گردشگری – عطیه صفی‌زاده؛ عضو هیئت علمی دانشگاه یزد با بیان اینکه صنایع دستی یکی از عوامل جذب‌کننده گردشگر به‌حساب می‌آید؛ عنوان کرد؛ با توجه به اینکه عمده عناصر محصول گردشگری همانند خدمات حمل‌ونقل، اقامت، بازدید از جاذبه‌ها و غیره حالت ناملموس دارند، صنایع دستی می‌تواند به‌عنوان سوغاتی یا یادگاری از سفر در قالب یک عنصر ملموس از تجربه سفر برای گردشگران در نظر گرفته شود.

صنایع‌دستی و هنرهای سنتی یکی از جذاب‌ترین راه‌ها برای شناخت جهان فرهنگی و هنرمندانه اقوام و ملت‌ها و آغازی برای رونق گردشگری است که ارتباط مستقیمی با درآمدزایی و رونق اقتصادی دارد.

صنایع دستی در نوع کاربردی یا فاخر آثاری است که به‌وسیله مواد اولیه بومی، محلی و طبیعی با دست و وسایل مورد نیاز ساخته می‌شود. هنرهای دست‌ساز هر ملتی در قرن‌های متمادی و نسل به نسل تا به امروز به مردم رسیده و به نسل‌های بعدی منتقل می‌شود. ساختن صنایع دستی ریشه در تاریخ فرهنگ شرایط اجتماعی و اقتصادی دارد البته نمی‌توان برای پیدایش آن تاریخ دقیقی را مشخص کرد اما می‌توان گفت با پیدایش بشر و بنا به نیاز زندگی آثار صنایع دستی برای کاربرد در زندگی پدید آمده و به‌مرور زمان اشیاء ساده شکل‌های پیچیده‌تر و زیبایی‌ری به خود گرفته‌اند و امروز بازارها و بازارچه‌های بزرگ ایجاد شده اما صنایع دستی فقط برای خرید و فروش نیستند، بلکه نمایانگر فرهنگ و تمدن یک ملت و سرزمین است که تبادل می‌شود.

اگرچه آثار صنایع دستی نمونه‌های غیر دست‌ساز و کارخانه‌ای دارد، اما در آثاری که با دست‌های هنرمندان و با ذوق و نگاه هنری ساخته شده تفاوت‌های زیادی وجود دارد که در هیچ نمونه ماشینی و صنعتی دیده نمی‌شود و همین موضوع باعث ارزشمندی و اهمیت محصولات دست‌ساز می‌شود.

البته هر اثر تولیدی را هم به‌راحتی نمی‌توان در گروه صنایع دستی قرار داد. برای آنکه محصولی جزو صنایع دستی قرار گیرد اولاً باید نقش فرهنگی و هویت‌بخشی به یک ملت و باز فرهنگی داشته باشد و در عین حال نیازی به سرمایه‌گذاری کلان در مقایسه با سایر رشته‌های صنعتی نداشته باشد.

قابلیت ایجاد و توسعه در مناطق مختلف (شهر، روستا و حتی جوامع عشایری)، سهولت در ایجاد مراکز تولید و دارا بودن ارزش افزوده زیاد در مقایسه با صنایع دیگر و خودکفا و متکی به مواد اولیه داخلی از ویژگی‌های صنایع دستی است که به رشد و توسعه اقتصادی کمک می‌کند و زمینه‌های مناسب برای صادرات را در خود دارد.

از نظر سازمان صنایع دستی در ایران ۳۷۰ رشته صنایع دستی وجود دارد که در ۲۴ دسته قرار می‌گیرند. معروف‌ترین این رشته‌ها شامل بافتنی‌های داری، محصول‌های چرم و پوست، حکاکی روی سنگ، بافتنی، سفالگری، نمدبافی، شیشه‌گری، محصول‌های فلزی و آلپاژی، معرق‌کاری، ساخت زیورآلات، میناکاری، خاتم‌سازی، منبت‌کاری، حصیربافی و کاشی‌کاری می‌شوند.

تماشای صنایع دستی و هنرهای کاربردی را می‌توان یکی از جذاب‌ترین راه‌ها برای شناخت اقوام دانست؛ زیرا این آثار از اعماق فرهنگ و باورهای مردم خلق می‌شوند. هنرمند خلاق، نه‌فقط با روح محلی، قومی و ملی بلکه با عشق به بافتِ فرهنگی خود، شروع به خلق اثرش می‌کند تا با مواد اولیه موجود، رنگ‌ها و تزئینات جذاب و جلوه‌های برخاسته از باورها و آرزوهای سرزمینش را به نمایش بگذارد.

صنایع دستی در یک دهه اخیر به‌عنوان عنصر اصلی اقتصاد مقاومتی تبدیل شده و یکی از رهیافت‌های مؤثر در مبارزه با بیکاری است که با قابلیت‌ها و خصوصیات ویژه خود، می‌تواند نقش مهمی در حل این معضل و ایجاد اشتغال پایدار داشته باشد.

بدهیی است که صنایع دستی، نقش قابل ملاحظه‌ای در تخفیف و تعدیل مسائل اجتماعی و توسعه اقتصادی دارند. بر پایه مطالعات انجام شده، صنایع دستی در ابعاد اقتصادی نقش و اهمیت ویژه‌ای در فرآیند توسعه ملی ایفا می‌کنند.

نگاهی به مطالعات انجام شده طی سال‌های اخیر نشان می‌دهد که صنایع دستی یکی از قطب‌های مهم اقتصاد که کشور به‌شمار می‌آید. بر اساس ویژگی‌های مثبتی که از این صنعت در بالا گفته شد، صنایع دستی می‌تواند یکی از راهکارهای اساسی در زمینه افزایش تولید ملی و رفع مشکلات اقتصادی باشد. بی‌تردید برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری درست در این صنعت می‌تواند به برون‌رفت کشور از برخی مشکلات کمک نماید. بایستی خاطرنشان شد که یک برنامه‌ریزی صحیح، زمانی محقق می‌شود که وضعیت جاری این صنعت به‌درستی مورد ارزیابی قرار گیرد.

در همین راستا با موضوع تأثیر صنایع دستی بر رونق اقتصادی جوامع، با علی دلشاد؛ عضو هیئت علمی دانشگاه یزد و سپس محمدرضا خلج؛ معاون صنایع دستی استان همدان به گفت‌وگو پرداختیم که نتیجه را باهم می‌خوانیم:

عضو هیئت علمی دانشگاه یزد با بیان اینکه صنایع دستی یکی از عوامل جذب‌کننده گردشگر به‌حساب می‌آید عنوان کرد؛ با توجه به اینکه عمده عناصر محصول گردشگری همانند خدمات، حمل‌ونقل، اقامت، بازدید از جاذبه‌ها

و غیره حالت ناملموس دارند، صنایع دستی می‌تواند به‌عنوان یک یادگاری و یادمانی از سفر بر جای بماند.

علی دلشاد اذعان کرد؛ صنایع دستی ابزار و وسایل مورد نیاز محلی‌ها برای گذران زندگی در گذشته بوده و مورد استفاده آن‌ها قرار می‌گرفته اما به‌تدریج با صنعتی و مدرن شدن جوامع و ترویج زندگی شهرنشینی، کارکرد اصلی خود را از دست داده و به اشیاء و کالاهای تزئینی با جنبه‌های زیبایی‌شناختی قابل توجه تبدیل شدند.

وی با بیان اینکه در زندگی مدرن فعلی، صنایع دستی کاربرد گذشته را ندارند، اذعان کرد؛ در حال حاضر این ابزار جنبه تزئینی و یادمانی پیدا کرده و با حضور گردشگران، تولید این محصولات توجیه اقتصادی پیدا می‌کند.

عضو هیئت علمی گروه گردشگری دانشگاه یزد با طرح این موضوع که در تولید صنایع دستی، مؤلفه اصالت کالا و یا تولید صنایع دستی به همان سبک و شیوه قدیمی و با مهارت استادکاران برای مردم و گردشگران جذاب است، یادآور شد؛ در این راستا نقش و نگار، اصالت، رنگ‌آمیزی، استفاده از مواد اولیه بومی، سنتی و غیره دارای ارزش و اهمیت است در واقع هدف گردشگر از تهیه صنایع دستی دستیابی به معنا، مفهوم، کاربرد، لذت بصری و محتوایی و یک اصالت ویژه مرتبط با مقصد مورد بازدید است.

دلشاد عنوان کرد؛ گردشگر دنبال کالای مصنوعی، تقلبی و غیر اصل نیست، در واقع در نظر دارد که صنایع دستی همان منطقه در اختیار او قرار بگیرد و نباید صنایع دستی دیگر مناطق، مقصدها و حتی کشورها همانند چین به‌عنوان صنایع دستی مقصد مورد بازدید، به گردشگران و بازدیدکنندگان عرضه شود.

وی با بیان اینکه فعالان صنایع دستی باید خواسته و نیاز مشتریان برای تولید صنایع دستی مختلف را نیز در نظر داشته باشند، عنوان کرد؛ در واقع فعالان این حوزه باید ضمن در نظر گرفتن اصالت و ویژگی‌های خاص و منحصربه‌فرد هر یک از صنایع دستی، بر اساس ویژگی‌های تقاضای مشتری و بازارهای هدف، اقدام به تولید صنایع دستی نمایند.

عضو هیئت علمی دانشگاه یزد با بیان اینکه متوازن کردن دو مؤلفه تولید بر اساس تقاضای مشتری و اصالت کالا و ویژگی‌های عرضه، کار راحت و آسانی نیست، یادآور شد؛ این اقدام برای پررونق شدن اقتصاد صنایع دستی، الزامی است اما تحقق آن آسان نبوده و به تحقیقات گسترده در حوزه‌های مختلف عرضه و تقاضا نیاز دارد.

دلشاد ادامه داد؛ البته قرار نیست هر آنچه که مشتری درخواست کرد تولید کنیم در برخی موارد لازم است با تولید محتوا و توضیحات دقیق، صحیح و جذاب، گردشگر را توجیه کنیم که چرا از این مواد، طرح و رنگ استفاده کرده‌ایم.

وی با بیان اینکه با تولید محتوا و ارائه توضیحات دقیق و جذاب به گردشگر، آن‌ها به استفاده از صنایع دستی مربوطه علاقه‌مند می‌شوند، ابزار کرد؛ در واقع می‌توان آن‌ها را جذب اصالت صنایع دستی سنتی کرد.

این فعال گردشگری با بیان ضرورت ایجاد توازن بین عرضه و تقاضا، اذعان کرد؛ تحقق این امر تأثیر بسزایی بر رونق اقتصادی و گردشگری منطقه به‌ویژه در حوزه صنایع دستی دارد. دلشاد با بیان اینکه در برخی مناطق می‌توان به آموزش گردشگران برای یادگیری ساخت صنایع دستی آن منطقه در قالب توسعه گردشگری خلاق پرداخت، اذعان کرد؛ این امر سبب ماندگاری

بیشتر مسافران، افزایش هزینه‌کرد آن‌ها و در نتیجه رونق اقتصادی بیشتر برای شهر و استان می‌شود.

وی با بیان اینکه آموزش تولید صنایع دستی به‌عنوان شاخه‌ای از گردشگری خلاق را می‌توان به‌عنوان یک محصول اصلی گردشگری برای جذب گردشگر به مقصد توسعه داد، یادآور شد؛ به عنوان مثال برخی گردشگران می‌توانند با انگیزه اصلی آموزش و یادگیری ساخت سفال، به لالچین سفر کنند و یا اینکه به این دلیل به شهر همدان سفر می‌کند که با نحوه بافت فرش همدان آشنا شود.

عضو هیئت علمی گروه گردشگری دانشگاه یزد با بیان اینکه صنایع دستی مکمل دیگر جاذبه‌های گردشگری نیز محسوب می‌شوند، عنوان کرد؛ به عنوان مثال در استان همدان جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و تفریحی وجود دارد که کنار آن‌ها مسافران می‌توانند از صنایع دستی به‌عنوان سوغات نیز بهره‌مند شوند.

دلشاد با بیان اینکه ایجاد سایت موزه زنده صنایع دستی می‌تواند نقش بسزایی بر ماندگاری گردشگر در یک منطقه یا مقصد گردشگری داشته باشد، اذعان کرد؛ این امر بستگی به سیاست‌ها و برنامه‌ریزی مسئولان توسعه گردشگری کشور و استان‌ها دارد.

وی با بیان اینکه رونق اقتصادی صنایع دستی نیازمند برنامه‌ریزی، توسعه زیرساخت‌ها و بسترسازی‌های مختلف است، عنوان کرد؛ تحقق رونق اقتصادی نیازمند پژوهش و مطالعات عمیق و کامل در وهله نخست و اجرایی شدن و نظارت صحیح و دقیق بر طرح‌ها و پروژه‌های خروجی این مطالعات در وهله دوم است.

در ادامه معاون صنایع دستی استان همدان با بیان اینکه بازاریابی و نحوه فروش محصولات، حلقه مفقوده بازرگانی صنایع دستی به‌حساب می‌آید، تصریح کرد؛ در حوزه تولید، ظرفیت بسیار خوبی داریم اما اخیراً تورم بی‌سابقه این حوزه باعث شده از سید خانوار فاصله بگیرد و دیگر برای تهیه صنایع دستی اقدام نکنند.

محمدرضا خلج ضمن اشاره به آموزش بازرگانی و بازاریابی شاغلان و فعالان حوزه صنایع دستی، عنوان کرد؛ در این کارگاه‌ها موضوعات مختلف بازاریابی الکترونیکی، فروش در فضای مجازی، بازاریسازی، ویژندسازی (برندسازی) و غیره به مخاطبان آموزش داده می‌شود.

وی با بیان اینکه برخی هنرمندان رشته‌های صنایع دستی ازجمله منبت‌کاران با چالش‌های تهیه مواد اولیه مواجه هستند، خاطرنشان کرد؛ طبیعت یک منطقه با گردشگران و بازدیدکنندگان در حوزه منبت‌کاری در کمتهه فنی تسهیلات استان مقرر گردید که به این هنرمندان تسهیلات روستایی در بستر سرمایه در گردش ارائه دهیم. معاون صنایع دستی استان همدان در

گردشگری

تا متقابلاً و با توجه به تعداد بالای گردشگران اعزامی از ایران به آن کشور، آن‌ها نیز نسبت به ارسال گردشگر به ایران اقدام کنند به همین نکته اشاره کرد که نکته و انتقاد درستی نیز هست؛ باید پذیرفت هزینه بسته‌های سفر به ایران بالا است.

مطابق صحبت‌های رفیعی، گرانی بسته‌های سفر در ایران الزاماً باید مورد بررسی و پاسخگویی قرار بگیرد و این استدلال که دلار گران است و بر همین اساس باید قیمت‌ها افزوده شود، یک بهانه است چراکه مبنای محاسبه هزینه‌های اماکن گردشگری دلار نیست.

وی ادامه داد؛ برای مثال وقتی یک واحد اقامتی نسبت به اخذ تسهیلات اقدام می‌کند بر مبنای ریال این تسهیلات محاسبه و پرداخت می‌شود پس باید برای رفع این مشکل به نحوی عمل شود که اساساً مثل سایر کشورها که تمام هزینه‌ها و نحوه خرج گردشگر بر مبنای پول ملی آن کشور است، در ایران نیز به همین گونه باشد و این بهانه‌ها برای افزایش قیمت‌ها اساساً قابل توجیه به نظر نمی‌رسد.

وی یکی از علل پیشرفت چشمگیر ترکیه در صنعت گردشگری را علی‌رغم ارائه خدمات بسیار باکیفیت، هزینه‌های اقامتی دریاقتی بسیار پایین عنوان کرد و افزود؛ در حالی که در ایران در عین ارائه خدماتی به مراتب بسیار پایین‌تر، هزینه‌های بسیار بیشتری توسط هتل‌ها و مجموعه امکان گردشگری مطالبه و دریافت می‌شود.

این فعال بخش خصوصی گردشگری خاطرنشان کرد؛ ریشه اصلی نبود امکان نظام قیمت‌گذاری مناسب در عرصه خدمات گردشگری نیز عمدتاً به علت نبود سازوکارهای مناسب به جهت تعیین ضوابط و قواعد مشخص است که باعث می‌شود به علل مختلفی نظیر ترس از پرداخت مالیات و... نحوه تعیین هزینه‌ها به هیچ عنوان شفاف نباشد و در سایه عدم شفافیت، هر قیمت توسط مجموعه‌های گردشگری اعلام می‌شود.

این امر می‌تواند تلنگری

برای توجه بیشتر اجزای مختلف گردشگری به لزوم انتظام این حوزه با سازوکارهای قانونی باشد.

وی با اشاره به اینکه مطابق آمار بالغ بر ۵۰ درصد فضای مجازی فعال در زمینه گردشگری توسط افراد فاقد مجوزهای قانونی لازم اداره می‌شود که اتفاقاً هم‌اکنون همین طیف دارای بیشترین انتقاد نسبت به موضوع محدودیت اینترنت هستند و ۵۰ درصد بایمانده نیز منحصرأ در اختیار چند نهاد محدود بوده است، گفت؛ لذا اتفاق اخیر از این جهت که باعث ترویج دوباره و مجدد مراجعه مردم به دفاتر خدمات مسافرتی به‌عنوان مبادی رسمی پاسخگو در زمینه گردشگری می‌شود (که در صورت بروز مشکل دارای قابلیت پیگیری حقوقی هستند، اتفاق خوبی است.

وی توجه جدی به اصلاح ساختارهای گردشگری در فضای مجازی را یکی از ضرورت‌های مهمی دانست که باعث توسعه این صنعت می‌شود؛ در حالی که در سایر صنایع مانند صنعت بانکداری مثلاً ۱۰ تا ۱۵ بانک دارای مجوز وجود دارند که سایر شرکت‌های نرم‌افزاری و دانش‌بنیان در ذیل این بانک‌ها در خدمت این صنعت برای توسعه خدمات هستند اما در صنعت گردشگری این شرکت‌های واسط و سایت‌های اینترنتی به‌صورت مجزا از دفاتر خدمات مسافرتی راساً میدان‌داری کرده و با جذب مشتری و کسب درآمد، پاسخگویی لازم به مشتریان را ندارند.

این فعال بخش خصوصی گردشگری، بسته‌های سفر در ایران چه در بعد گردشگری خارجی و چه در بعد داخلی را به شدت گران دانست و گفت؛ باید این موضوع، ریشه‌یابی و رفع شود چراکه نقش مهمی در عدم توسعه و رشد گردشگری کشورمان دارد؛ به گونه‌ای که با توجه به گرانی نرخ هتل‌ها و بلیت سفر در ایران در یکی از صحت‌های اخیر بنده با یکی از سفرای گردشگری خارجی که از وی درخواست کردم

درس ناآرامی‌های اخیر برای گردشگری کشور؛

به جای جذب گردشگر از کشورهای متخاصم، همسایگان را دریابید!

فکری به حال گران بودن بسته‌های سفر در ایران کنید

سپهرغرب، گروه گردشگری؛ رئیس انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی ایران و جهان گفت؛ سال‌هاست تمامی هزینه‌کردها برای جذب گردشگر از کشورهای اروپایی است؛ در حالی که کشورهای همسایه ۸۰ درصد از ورودی‌های گردشگران کشورمان را تشکیل می‌دهند!

حرم‌الله رفیعی با نادرست دانستن تمرکز برای جذب گردشگری از کشورهای متخاصم از سوی فعالان این بخش و مسئولان مربوطه که تاکنون آورده قابل توجهی هم برای کشور

نداشته است، اظهار کرد؛ بیشترین ضربه وارده در اغتشاشات اخیر بر پیکره گردشگری کشورمان به‌دلیل عدم بسترسازی برای جذب گردشگران از کشورهای همسایه بوده است.

وی ادامه داد؛ موازی‌کاری و میدان‌داری سیاست‌های اینترنتی و شرکت‌های واسطه با دفاتر خدمات مسافرتی، موضوع گران بودن بسته‌های سفر در بعد داخلی و خارجی کشور از دیگر موانع مهم برای توسعه صنعت گردشگری کشورمان است.

وی با بیان اینکه وجود بحران و بعضاً اغتشاش در مقطعی یک واقعیت است اما نحوه برخورد با واقعیات بسیار با اهمیت‌تر است، تصریح کرد؛ آگاهی‌بخشی در خصوص وجود این موارد در دیگر کشورها و به تصویر کشیدن نحوه برخورد خشن کشورهای مدعی، امری حیاتی است چراکه فرضاً در همین ایام ناآرامی‌های در کشورمان، خود فرانسه که از کشورهای گردشگری جهان محسوب می‌شود، درگیر ناآرامی بود و شاهد برخورد بسیار سخت پلیس این کشور با معرضان فرانسوی بودیم اما هیچ تصویری از آن به دنیا مخابره نشد!

رئیس انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی ایران و جهان ادامه داد؛ از سوی دیگر برخی انتقادات در بارداشت گردشگران نیز بعضاً قابل پذیرش نیست چراکه اساساً گردشگر به‌دنبال آسایش و آرامش است و قطعاً هیچ گردشگری بدون سوغیت و از وی حس کنجکاوی به‌دنبال

