

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل رکود صنایع دستی بلوچ

(مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان قصرقند)

ابوذر پایدار*

۱- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۲۹ صص ۲۱۵-۲۲۹ تاریخ تصویب: ۱۳۹۴/۰۳/۱۶

چکیده

هدف: علی‌رغم تأکید زیاد بر رونق صنایع دستی، متأسفانه در بعضی مناطق جغرافیایی کشور، صنایع دستی جای‌گاه اولیه خود را در زندگی روستاییان از دست داده است. هدف تحقیق حاضر، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل رکود صنایع دستی و هنری بلوچ در نواحی روستایی شهرستان قصرقند می‌باشد. **روش تحقیق:** نوع تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی بوده و روش انجام آن توصیفی-تحلیلی با راهبرد پیمایشی است. روش گردآوری داده‌ها کمی و کیفی با استفاده از ابزارهایی چون فیش‌برداری، مصاحبه و کارت‌های کیو است. جامعه آماری شامل افراد آگاه و باتجربه در زمینه تولید، آموزش و مدیریت صنایع دستی شهرستان قصرقند است. جامعه نمونه شامل ۲۸ نفر از مدیران، مربیان، هنرمندان محلی، و کارشناسان میراث فرهنگی و صنایع دستی است. روش تحلیل داده‌ها استفاده از آزمون T تک نمونه‌ای و تحلیل عاملی عامل مبنا (Q) است.

یافته‌ها: منطقه مورد مطالعه، علی‌رغم این‌که از توانمندی و ظرفیت بالایی در زمینه صنایع دستی برخوردار است و دارای کارگاه‌های تولیدی زنانه و مردانه متعددی است که انواع محصولات را با کیفیت بالا تولید می‌کنند؛ اما مدیریت عرضه و فروش تولیدات با موانع اساسی مواجه است. مانع اصلی، نبود زمین و مکان عرضه محصول در بازارهای هدف است. «پیش‌نیازهای مدیریتی-نهادی»، «ارتقای نظام فنی و آموزشی» و «انگیزشی»، به ترتیب، عوامل اصلی مؤثر بر رونق صنایع دستی روستاهای شهرستان قصرقند را نشان می‌دهند. هم‌چنین، پیش‌نیازهایی چون «نیازهای مادی-فیزیکی»، «نیازهای سرمایه‌ای و انسانی» و «افزایش بازدهی اقتصادی فعالیت‌ها» امتیاز عاملی پایینی داشته و نمی‌توان عاملی را از آن استخراج کرد.

محدودیت‌ها: محدودیت دسترسی به صنایع دستی زنان بلوچ، پراکندگی جغرافیایی صنایع و صنعت‌گران.

راه‌کارهای عملی: اتخاذ نگرش سیستمی نسبت به مقوله مدیریت صنایع دستی بلوچ. علی‌رغم این‌که غلبه بر مسائل پیش روی صنایع دستی از منظر عام نیازمند نگرش سیستمی به این مقوله است؛ اما از منظر خاصی‌تر با توجه به موانع موفقیت تعاونی صنایع دستی شهرستان و صنعت‌گران و هنرمندان محلی، می‌توان اختصاص زمین در مکان‌های مقصد و بازار، رونق حمل‌ونقل، تبلیغات و برپایی نمایشگاه‌ها، و تهیه آرم و برند را مهم‌ترین فاکتورهای مؤثر بر رونق صنایع دستی شهرستان در روستاهای قصرقند در حال حاضر دانست. ایجاد تغییرات در صنایع دستی بلوچ به شرطی که به ماهیت و ارزش اولیه آن‌ها آسیب نرسد، می‌تواند به افزایش بازاریابی این محصولات کمک کند. هم‌چنین، افزایش تبلیغات (رسانه‌ای، تهیه بروشور، بنر، پوستر، کتابچه و غیره) می‌تواند افزایش جریان اطلاعات بین قطب تولید و بازارهای مصرف را بهبود بخشد.

اصالت و ارزش: تحلیل عمیق عامل مبنا برای کشف عوامل مؤثر بر رونق صنایع دستی بلوچ، صحت و دقت بالای نتایج به خاطر تجربه و تخصص بالای جامعه نمونه در زمینه موضوع تحقیق. از این رو، ارزش یافته‌های تحقیق از یک طرف به روش گردآوری و تحلیل داده‌ها برمی‌گردد؛ زیرا صرفاً متکی بر روش‌های ترکیبی و عامل‌مبناست و از طرف دیگر، به تفسیر و مستندسازی یافته‌ها برمی‌گردد.

کلیدواژه‌ها: توسعه اقتصاد روستایی، بازاریابی و مدیریت فروش، صنایع دستی بلوچ، قصرقند.

ارجاع: پایدار، ا. (۱۳۹۵). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل رکود صنایع دستی بلوچ (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان قصرقند). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۵(۳)، ۲۱۵-۲۲۹.

<http://jrpp.um.ac.ir/index.php/RRP/article/view/53952>

۱. مقدمه

۱.۱. طرح مسأله

تجربه‌های توسعه روستایی در جهان نشان می‌دهد توسعه روستایی صرفاً با تزریق سرمایه و فناوری محقق نمی‌شود و عوامل زیادی در این زمینه ایفای نقش می‌کنند. یکی از این عوامل که امروزه به عنوان راه کار اساسی در توسعه روستایی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه معرفی می‌شود، رونق صنایع دستی در نواحی روستایی است (اکبری، غلامزاده و آراستی، ۱۳۹۴، ص. ۳۰۰). صنایع دستی به صناعی گفته می‌شود که تمام یا قسمتی از مراحل ساخت فرآورده‌های آن با دست انجام گرفته و در چهارچوب فرهنگ و بینش فلسفی و ذوق هنری انسان‌های هر منطقه، با توجه به میراث‌های قومی آن‌ها ساخته و پرداخته می‌شود» (ریاحی، ۱۳۷۱، صص. ۲۹-۲۸). صنایع دستی مناطق روستایی، تبلور فرهنگ، مظهر هنر کاربردی و مردمی به حساب می‌آید. این صنعت با ایجاد تنوع اقتصادی و اشتغال، سطح زندگی روستاییان را بهبود می‌بخشد و بر بستر چنین موقعیتی است که سه رکن اصلی سازگاری و تطابق، نوگرایی و آفرینش و خلاقیت، عینیت می‌یابد؛ به علاوه، صنایع دستی بخشی فعال با توانمندی و استعداد کم‌نظیر برای ایجاد اشتغال و افزایش درآمد عمومی می‌باشد و قادر است با جذب مقدار کمی سرمایه، نقش زیادی بر رشد اقتصاد ملی داشته باشد؛ به این گونه که فرصت‌های معیشت پایدار را برای نسل آینده فراهم آورد و منافع خالصی برای معیشت دیگران در سطوح محلی یا ملی و در کوتاه‌مدت یا بلندمدت ایجاد کند (جمعه‌پور و احمدی، ۱۳۹۰، ص. ۳۶). هم‌چنین، اهمیت صنایع دستی در رشد و آموزش نسل جوان، به‌ویژه زنان به لحاظ اقتصادی و اجتماعی کاملاً شناخته و آشکار شده است. با وجود تأثیرات و اهمیتی که صنایع دستی در پیشرفت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دارند، امروزه متأسفانه این صنایع هنوز نتوانسته‌اند خود را با توجه به توسعه دانش و فن هماهنگ سازند و حرکتی هماهنگ با سایر شاخه‌های علم و صنعت داشته باشند (ریاضی، ۱۳۷۴، ص. ۳۲). دلایل این امر متفاوت بوده و به مدیران، صنعت‌گران، مصرف‌کنندگان و گاهی به روندها و تحولات جهانی و منطقه‌ای برمی‌گردد. موضوعی که اخیراً در نشست‌ها و جلسات قانون‌گذاران، مسؤولان اجرایی، محققان و جامعه دانشگاهی پررنگ است،

رکود صنایع دستی و هنری و کاهش سهم آن‌ها در زندگی اقتصادی- اجتماعی مردم است. این امر به‌ویژه در نواحی روستایی که در کانون‌های آسیب‌پذیر محیطی قرار دارند، نمود بیش‌تری دارد. نواحی روستایی شهرستان قصرقند از گذشته تا کنون عمده نیازهای پوشاکی، ابزار کار، ظروف غذایی، فرش و غیره خود را تأمین می‌کردند و مازاد تولیدات در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی عرضه می‌کردند؛ اما امروزه متأسفانه شاهد رکود صنایع دستی و هنری روستاهای قصرقند و وابستگی روزافزون مردم شهرستان به تولیدات بیرونی هستیم. هدف تحقیق حاضر، پاسخ‌گویی به این سؤال است که عوامل مؤثر بر رکود صنایع دستی و هنری روستاهای شهرستان قصرقند کدام‌اند؟

۲.۱. پیشینه نظری تحقیق

ریاحی (۱۳۷۱) در مقاله‌ای با عنوان «صنایع دستی زنان ترکمن» در بخشی از نتایج تحقیق خود به وجود واسطه‌ها اشاره می‌کند که در بازار فروش محصولات تولیدی دستی زنان ترکمن نقش اصلی را ایفا می‌کنند. ریاضی (۱۳۷۴) در پژوهشی با عنوان «نگاهی اجمالی به مسائل و مشکلات صنایع دستی ایران» نشان داد یکی از مهم‌ترین مسائل، دست‌اندرکاران صنایع دستی روستایی، کم‌درآمدی و کم‌سوادی این گروه از جامعه است که باعث می‌شود تولیدات آن‌ها کیفیت پایینی داشته باشد و در مواردی متناسب با درخواست بازار داخلی و خارجی نباشد. نواب اکبر، قنبری و رضایی (۱۳۷۹) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر بر کمیّت و کیفیت تولید صنایع دستی زنان عشایر نیمه‌اسکان‌یافته مردن‌افزار» نشان داد بیش‌ترین و گران‌ترین عامل در فرآیند تولید صنایع دستی نیروی کار می‌باشد که باعث پدیدآمدن ارزش‌افزوده می‌شود. مهدوی (۱۳۸۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی و شناخت صنایع دستی (قالی‌بافی) در روستاهای حاشیة غربی دشت کویر به منظور توسعه و احیای آن»، نتیجه گرفت، متأسفانه به جهت افزایش قیمت مواد اولیه و پایین بودن کیفیت تولید، از رونق افتاده و در حال منسوخ شدن است. جمعه‌پور (۱۳۸۷) در مقاله‌ای تحت عنوان «بومی‌سازی در عرصه توسعه روستایی و نقش دانش بومی در فرآیند آن» با ذکر نمونه‌هایی از تکنیک‌ها و روش‌های سنتی که با توسعه پایدار روستایی، سازگاری زیادی دارند، به این نتیجه دست یافته است که بومی‌سازی در عرصه توسعه روستایی؛ یعنی نگهداری و تقویت

روش‌های بومی سازگار با شرایط جامعه و سرزمین و در عرصه کشاورزی احیای روش‌های بومی به عنوان روشی برای رسیدن به توسعه پایدار که از بین رفته یا در شرف نابودی کامل می‌باشند. نصرتی و ایمانی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «چالش‌های فراروی توسعه صنایع روستایی در ایران» نشان داد چالش‌های فراروی صنایع روستایی به دو دسته کلی عوامل برون روستایی و درون روستایی تقسیم می‌شوند. جعفرنژاد، سجادی‌پناه، صفوی، میرمحلّه و اجلی (۱۳۸۸) معتقدند وجود برخی مشکلات در زمینه بازاریابی، عرضه و ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان در بازارهای جهانی باعث شده، تا مشکلات زیادی برای دست‌اندرکاران صنعت فرش دست‌باف ایران ایجاد شود. پورصادق، بهلولی، زیناب و حاجی‌خانی (۱۳۸۹) مشکلات صادرات فرش دست‌باف و نارسایی‌های متعدّد در انطباق با شرایط نوین بازارهای بین‌المللی و کسب جای‌گاه واقعی را عامل رکود صنایع دستی می‌دانند. مرتضوی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «بومی‌سازی باستان‌شناسی و هنرهای سنتی استان سیستان و بلوچستان» معتقد است که با توجه به شرایط نامناسب اقلیمی منطقه، حمایت از هنرهای سنتی می‌تواند به عنوان راه‌کاری مطمئن در جهت تحکیم هم‌بستگی در استان و در عین حال، منبع درآمدی مطمئن برای مردم این منطقه محسوب شود. شایسته فر و خزایی (۱۳۹۳)، در تحقیق خود با عنوان «آسیب‌شناسی بسته‌بندی و عرضه محصولات صنایع دستی» بسته‌بندی تولیدات و آثار صنایع دستی و هنرهای سنتی، راه‌گشای حل بسیاری از مشکلات این عرصه خواهد بود؛ زیرا بسته‌بندی مطلوب و استاندارد، وسیله ارتباط ذهنی خریدار و فروشنده بوده و موجب افزایش رغبت مشتریان برای خرید خواهد شد و

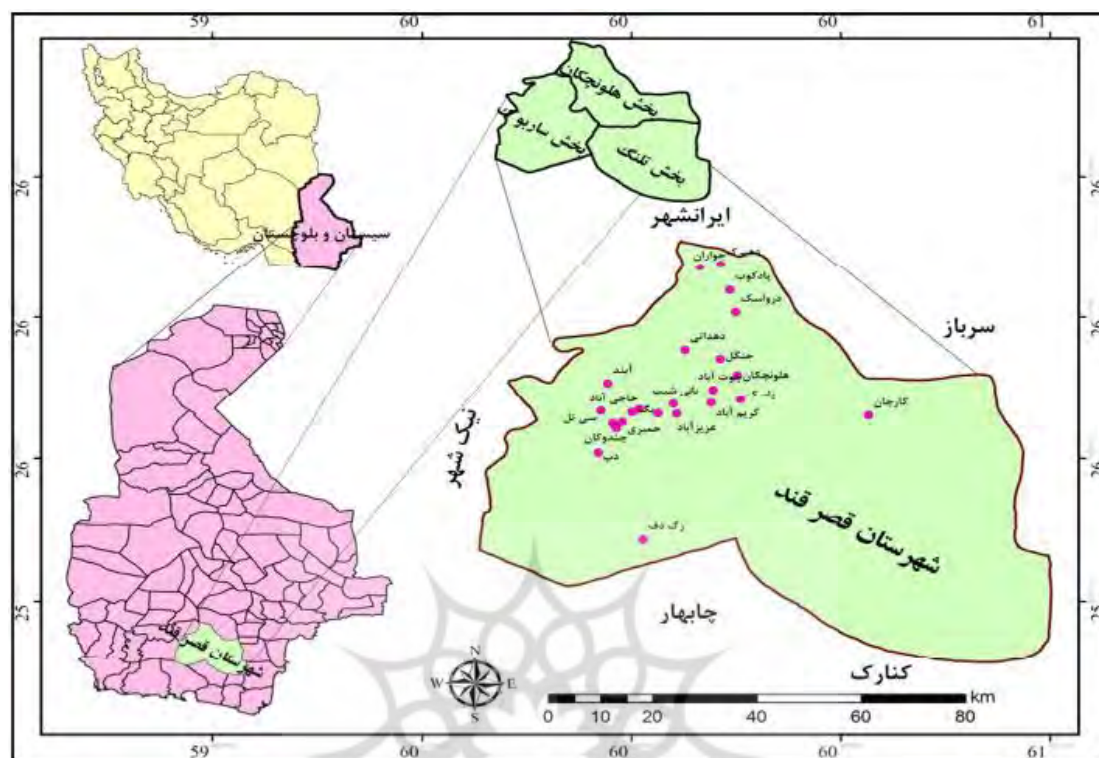
این امر، رونق فروش صنایع دستی در بازارهای داخلی، خارجی، اشتغال‌زایی و درآمدزایی آن را در پی خواهد داشت. کرمی بنماران، خسروی‌پور، غنیان و برادران (۱۳۹۴) در تحقیق خود نشان دادند عامل زمینه‌ای- زیرساختی مؤثرترین عامل در شکل‌گیری و گسترش فعالیت بنگاه‌های اقتصادی با محوریت گردش‌گری منطقه شناخته شد. شایسته‌فر (۱۳۹۴)، در تحقیق خود با عنوان «بسته‌بندی و نقش آن در ارتقای کیفی محصولات صنایع دستی» نشان داد بسته‌بندی نخستین مرحله از برخورد مشتریان با محصول می‌باشد و وجود طراحی، رنگ، تناسب محصول با بسته‌بندی و عواملی در جهت ارتقای کیفی محصولات و بازاریاسندی و رونق آن‌ها خواهد شد.

مروری بر نتایج پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه صنایع دستی نشان می‌دهد علل رکود و برعکس، عوامل مؤثر بر رونق صنایع دستی و هنری در نقاط مختلف کشور متنوع هستند. هدف تحقیق حاضر نیز تحلیل عوامل رکود صنایع دستی و هنری بلوچ در نواحی روستایی شهرستان قصرقند است.

۲. روش‌شناسی تحقیق

۱.۱. قلمرو جغرافیایی تحقیق

شهرستان قصرقند جمعیتی بالغ ۴۲ هزار نفر دارد و بیش از ۷۰ درصد آن در نواحی روستایی سکونت دارند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). شکل (۱) موقعیت شهرستان قصرقند را نشان می‌دهد. مهم‌ترین صنایع دستی شهرستان قصرقند شامل سوزن‌دوزی، سکه‌دوزی، تولید انواع ظروف با الیاف خرمای محلی (داز)، ظروف سفالی، ترکیب سفال، داز و سکه‌دوزی در تولید ظروف، تسبیح چوبی و حصیربافی و تولید انواع روانداز و زیرانداز می‌باشد (شکل ۳ و ۴).



شکل ۱- موقعیت شهرستان قصرقند در استان سیستان و بلوچستان و کشور ایران

مأخذ: یافته‌های تحقیق،

۱۳۹۴

۲.۲. روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ ماهیت، کاربردی و به لحاظ روش، توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری مریبان و تولیدکنندگان صنایع دستی و هنری روستاهای شهرستان قصرقند می‌باشد. جامعه نمونه شامل ۲۸ نفر صاحب‌نظر (مدیر تعاونی صنایع دستی شهرستان، مریبان محلی، کارشناسان صنایع دستی و میراث فرهنگی و تولیدکنندگان زن و مرد) است. روش گردآوری داده‌ها، روش‌های کمی و کیفی با ابزار مطالعات اسنادی و فیش‌برداری و مصاحبه است. همچنین، روش تحلیل داده‌ها، استفاده از تحلیل عاملی نوع Q (عامل مبنا) است. در این پژوهش، سعی شد در چهارچوب روش‌شناسی کیو، نخست برپایه نتایج حاصل از مصاحبه صاحب‌نظران محلی در حوزه صنایع دستی شهرستان، شناخت اولیه‌ای از عوامل مؤثر بر رونق صنایع دستی منطقه حاصل شود. سپس، این عوامل در قالب کارت‌های کیو طراحی شد و از جامعه نمونه خواسته شد تا برحسب اهمیت و نقش عاملی که روی هر کارت نوشته شده است، به منظم کردن کارت‌ها بپردازند تا دیدگاه‌های مختلف

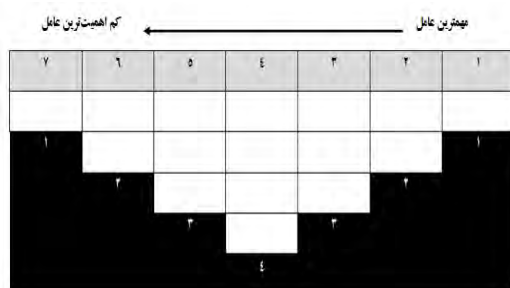
پیرامون عوامل رکود صنایع دستی کشف و دسته‌بندی شود. عوامل لیست‌شده روی کارت‌ها که در مرحله اول استخراج شد، قابلیت دارد همه ابعاد و عوامل محیطی، مدیریتی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر رکود صنایع دستی روستاهای قصرقند را از زاویه‌های دید گوناگون توسط جامعه نمونه فراهم کند. روش تحلیل استفاده‌شده از نوع اکتشافی بوده و جنبه ترکیبی (کمی و کیفی) دارد. مراحل انجام تحلیل اکتشافی برای استخراج و اولویت‌بندی عوامل رکود صنایع دستی در روستاهای شهرستان قصرقند عبارتند از:

۱) مطالعه و گردآوری فضای گفتمان

در این مرحله جامعه آماری شامل مقالات، اخبار رسانه‌ها، منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق با مدیر تعاونی صنایع دستی روستایی شهرستان قصرقند و دو نفر از مریبان باتجربه محلی می‌باشد.

۲) انتخاب یک نمونه معرف از فضای گفتمان

یک نمونه کیوی قابل اعتماد باید همه ابعاد فضای گفتمان را پوشش دهد. در این راستا، از مجموع عوامل و پیش‌نیازهای



شکل ۲- نمودار کیو

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

۳. مبانی نظری تحقیق

اصولاً بحث در مورد صنایع دستی از دو جنبه مورد توجه قرار می‌گیرد؛ نخست، جنبه اقتصادی (بهبود اقتصاد خانوار، اقتصاد محلی، منطقه‌ای و ملی) و دوم از جنبه فرهنگی (میراث فرهنگی و تاریخی). بررسی جلوه‌های فرهنگی و هنری یک جامعه می‌تواند راه‌گشای شناخت تاریخ و مناسبات اجتماعی اقتصادی آن جامعه باشد. در نگاهی به تاریخ و آثار باقی‌مانده از گذشته، صنایع دستی را قدیمی‌ترین فعالیتی می‌یابیم که بشر به آن پرداخته است. بشر در ساخت ابزار و وسایل مورد نیاز زندگی خویش رفته‌رفته از تکنیک‌های پیشرفته‌تری بهره گرفته و مواد متنوع‌تری را در طبیعت کشف کرده و به کار گرفته است، چنان که به سفال‌گری، فلزکاری، پارچه‌بافی، شیشه‌گری و غیره در دوره‌های مختلف تاریخ زندگی بشر برمی‌خوریم. در این دست‌سازها، انسان همواره عواطف و آرزوها و اندیشه خود را متجلی ساخته و صنایع دستی در هر دوره از تاریخ جوامع بخشی از هنر و صنعت، نمایان‌گر فرهنگ و تمدنی است که به مرور زمان شکل گرفته و به نسل‌های بعد منتقل شده است.

بومی‌سازی یکی از گفتمان‌هایی است که در عرصه پارادایم‌های جدید توسعه مطرح شده است. در روند دگرگونی جامعه از سنتی به مدرن، انگاره‌های متفاوتی وجود دارد که در جامعه ایرانی و تجربه صدساله گذار، می‌توان آن را به روشنی تشخیص داد. تجربه روشن ساخته است که بسیاری از تکنیک‌ها و روش‌های سنتی در عرصه تولید، فرهنگ و اجتماع، در جامعه سنتی به دلیل سازگاری و تطابق با زیست‌بوم این جوامع، همان روش‌هایی هستند که امروزه معرف روش‌های رسیدن به توسعه پایدار می‌باشند (جمعه‌پور،

گردآوری شده، مواردی که در بردارنده مفهوم یکسانی هستند، ذیل یک مقوله کلی خلاصه شود تا با حذف موارد تکراری، امکان خلاصه‌سازی داده‌ها ذیل مقوله‌های اصلی فراهم شود (خوشگویان‌فرد، ۱۳۸۶، ص. ۳۲). در نهایت، برای آماده‌سازی نمونه کیو برای مرتب‌سازی، هر عبارت بر روی کارت‌هایی با ظاهر یکسان درج شد (کارت کیو) و سپس، برای هر کارت به طور تصادفی یک کد تعیین شد.

۳) انتخاب مشارکت‌کنندگان

به طور معمول، در روش کیو، مشارکت‌کنندگان به روش نمونه‌گیری هدفمند از میان اهالی فضای گفتمان انتخاب می‌شوند و به این صورت، همه عوامل یا دیدگاه‌های موجود در نمونه کیو لحاظ می‌شوند (رایت، ۲۰۱۳، صص. ۱۵۴-۱۵۳). در این پژوهش، با در نظر گرفتن ابعاد گوناگون مطالعات صنایع دستی، مشارکت‌کنندگان از میان افرادی که در این زمینه از سابقه پژوهشی یا اجرایی و حرفه‌ای مناسب برخوردار بودند، برای مشارکت در مرتب‌سازی کارت‌های کیو، برگزیده شدند.

۴) طراحی نمودار کیو، مرتب‌سازی و تحلیل عاملی کیو

شکل نمودار کیو مانند طیف لیکرت چند طیف را در بر می‌گیرد؛ به طوری که مشارکت‌کنندگان براساس ادراکات و دیدگاه خود، کارت‌های کیو را به ترتیب اهمیت یا میزان موافقت یا مخالفت، بر روی نمودار مرتب می‌کنند (اکسل، گراف و براور، ۲۰۰۷، ص. ۳۵۵). در این پژوهش، با توجه به ماهیت و تعداد عوامل یا عبارات کیو، یک نمودار مدرج هفت طیفی طراحی شد (شکل ۲). برای تحلیل آماری داده‌های حاصل از مرتب‌سازی‌ها، از روش تحلیل عاملی کیو استفاده شد. از نظر شیوه اجرا، تحلیل عاملی کیو تفاوت چندانی با تحلیل عاملی معمولی ندارد؛ اما تفاوت بنیادین در این جا است که در تحلیل عاملی کیو، به جای هم‌بستگی میان متغیرها، هم‌بستگی میان افراد مشارکت‌کننده سنجیده می‌شود و افراد براساس نوع نگرش دسته‌بندی می‌شوند (دوانکمان، ۲۰۱۰، صص. ۲۸۶-۲۸۷). در این پژوهش نیز عوامل (دیدگاه‌ها) شناسایی شده براساس ماتریس عاملی چرخش‌یافته و مقادیر ویژه محاسبه شده، با روش تحلیل مقایسه‌ای تفسیر شدند.

شوند (نصرتی و ایمانی، ۱۳۸۸) که شامل عواملی چون محدودیت بازار فروش، افزایش قیمت مواد اولیه و پایین بودن کیفیت تولید، کم‌درآمدی و کم‌سودای تولیدکنندگان، واسطه‌ها و دلال‌بازی، مشکلات بازاریابی، عرضه و ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان در بازارهای جهانی، بازارپسند نبودن بعضی تولیدات و غیره می‌باشند.

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. فضای گفتمان

در تحقیق حاضر با روش نمونه‌گیری هدفمند، تعداد ۲۸ نفر از مربیان و صنعت‌گران محلی، کارشناسان و اساتید دانشگاهی به عنوان جامعه نمونه (با ویژگی تجربه کاری و علمی در زمینه صنایع دستی و هنری روستاهای قصرقند) انتخاب شدند. از این تعداد، ۱۰ نفر زن تولیدکننده (۳۶ درصد) و ۷ نفر مرد تولیدکننده (۲۵ درصد)، یک نفر استاد محلی صنایع دستی (مدیر تعاونی صنایع دستی شهرستان)، ۵ نفر مربی صنایع دستی (۱۷،۸۶ درصد)، ۳ عضو هیأت علمی دانشگاه (۱۰،۷ درصد) و ۲ کارشناس میراث فرهنگی و صنایع دستی (۷،۱ درصد) هستند. بر پایه مرحله نخست روش - شناسی پژوهش، یافته‌های حاصل از مطالعه فضای گفتمان علل رکود صنایع دستی و هنری در نواحی روستایی بلوچستان، به شرح جدول (۱) است. در چهارچوب روش کیو، این بخش از یافته‌ها مبنای تحلیل و دسته‌بندی دیدگاه مشارکت‌کنندگان پیرامون علل رکود صنایع دستی روستاهای شهرستان قرار گرفت.

۱۳۸۹، ص. ۱۵۳). بومی‌سازی معمولاً در مقابل غیربومی شدن مطرح می‌شود؛ ولی در عرصه توسعه روستایی باید بومی‌شدن را به معنی مقابله با از خودبیگانه‌شدن، بی‌هویتی و طرد همه روش‌ها و سنت‌ها به صرف سنتی‌بودن و حفظ و احیای روش‌های بومی دانست. وارن (۱۹۹۲) می‌نویسد که نظام‌های دانش بومی باید به‌مثابه جزئی از منابع ملی مورد توجه و ملاحظه قرار گیرند. با این وجود، تا به حال، در اکثر جوامع، این دارایی ملی بالقوه را به فراموشی سپرده‌اند (به نقل از چمبرز، ۱۳۷۶، ص. ۱۲۰). بومی‌سازی، پیوندی نهادینه بین دانش رسمی و دانش بومی در عرصه عمل و نهادینه کردن آن در جریان توسعه خواهد بود. این انگاره می‌تواند رویه غالب الگوهای مرسوم توسعه در جهت تمرکز، یکسان‌سازی و حذف تنوع و تکثر را تعدیل کرده و پیامدهای منفی آن را کاهش دهد. با شکست نظریه‌های متعدد توسعه و عدم موفقیت نظریه‌های مکاتب نوسازی و وابستگی (الگوهای وارداتی ناسازگار در توسعه روستایی کشورهای در حال توسعه) در پارادایم قدیم توسعه قرار گرفتند؛ ولی در سال‌های اخیر با مطرح شدن توسعه پایدار و رویکرد معیشت پایدار روستایی و نظریه‌های توسعه درون‌زا، امید به تحقق توسعه پایدار روستاها بیش تر شده؛ به شرطی که دانش بومی و رسمی با هم تلفیق شود (الگوی جدید توسعه). از این رو، می‌توان انگاره بومی‌شدن و توسعه درون‌زای برون‌گرا را چهارچوب تفسیرکننده موضوع تحقیق دانست. با توجه به نظریه‌ها و دیدگاه‌های مطرح شده در مطالعات علمی پیرامون وضعیت صنایع دستی کشور، چالش‌های فراروی صنایع روستایی به دو دسته کلی عوامل برون روستایی و درون روستایی تقسیم می‌-

جدول ۱- خلاصه فضای گفتمان علل رکود و عقب‌ماندگی صنایع دستی بلوچ (دسته کیو)

مأخذ: یافته‌های پژوهش حاصل از مطالعات اسنادی و مصاحبه با صاحب‌نظران صنایع دستی قصرقند، ۱۳۹۴

عبارت	شناسه
کمبود زمین و فضای کافی برای عرضه محصولات در بازارهای مصرف و در مسیرهای پرتدد	Q9
ضعف زیربناهای مورد نیاز (حمل و نقل، انرژی و غیره)	Q2
عدم برگزاری همایش‌ها و برپایی نمایش‌گاه‌ها برای معرفی و عرضه تولیدات	Q8
شناسنامه‌دار نبودن محصولات تولیدی کارگاه‌ها و نداشتن نماد (برند و آرم)	Q16
ضعف برنامه‌های تبلیغات و بازاریابی (تهیه و توزیع بروشور، تبلیغات رسانه‌ای و غیره)	Q5
کمبود زمین و فضای کافی برای استقرار کارگاه‌های تولیدی و نامناسب بودن کارگاه‌های تولید	Q15
نااطمینانی تولیدکنندگان، نداشتن بیمه و نبود قانون بازنشستگی برای فعالان	Q7
ضعف آموزش فنی و حرفه‌ای و نظام ترویج	Q3

عبارت	شناسه
کمبود مرئی باسواد و باتجربه محلی	Q۱۳
سختی کار، نامناسب بودن محیط کار و وجهه (پرستیژ) پایین فعالیت‌های کارگاهی و هنری نزد مردم	Q10
نبود روحیه کارآفرینی (عدم ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در صنایع دستی)	Q1۸
دریافت یارانه نقدی و بی‌رغبتی مردم به تولید صنایع دستی	Q12
تغییرات نسلی و بی‌انگیزگی نسل نو به صنایع و هنرهای محلی (تحولات فرهنگی دوران مدرن)	Q۱
مدگرایی ناشی از شهرگرایی و عدم پسند تولیدات بومی محلی در بازارهای شهری	Q14
کمبود دستگاه‌ها و ماشین‌آلات مورد نیاز و یا ضعف دسترسی صنعت‌گران به آن	Q۶
کمبود مواد اولیه در محل و یا ضعف دسترسی به مواد اولیه در بیرون	Q۴
کمبود نیروی کار و یا هزینه بالای نیروی کار، ضعف منابع مالی و کمبود سرمایه اولیه	Q1۷
درآمد پایین صنایع دستی و عدم اطمینان درآمدی	Q1۱

تحلیل داده‌ها

پس از پایان مرتب‌سازی Qها، ماتریس داده‌ها در محیط SPSS ایجاد شد. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی کیو استفاده شد. برای تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی از شاخص KMO استفاده شد. مقدار این شاخص بین ۰ و ۱ متغیر است و حداقل مقدار قابل اطمینان آن برای انجام تحلیل عاملی ۰/۵ است. با توجه به این که این شاخص ۰/۸۶۸ به دست آمد، داده‌ها قابل اطمینان می‌باشند (جدول ۲).

جدول ۲- آزمون کایزر مایر و بارتلت و کفایت نمونه‌گیری -

(N 27)

شاخص کایزر مایر (KMO)		آزمون بارتلت
۰/۸۶۸	۴۲۸۱/۱۳۴	
۴۲۸۱/۱۳۴	۴۹۸	۰/۰۰۰
۴۹۸	۰/۰۰۰	

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

اعتمادی مشاهده شد (جدول ۳).

جدول ۳- یافته‌های تحلیل عاملی کیو

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

عامل	شناسه مشارکت‌کننده/ شغل	بار عاملی	٪ واریانس*	آلفای کرونباخ**
عامل ۱	P1 (مدیر تعاونی فضل‌الهی قصرقند)	۰/۹۲۱	۴۶/۷۱	۰/۹۱۱
	P8 (مرئی صنایع دستی)	۰/۹۱۲		
	P22 (بانوی تولیدکننده)	۰/۹۱۱		
	P16 (بانوی تولیدکننده)	۰/۹۰۰		
	P26 (هیأت علمی دانشگاه)	۰/۸۹۹		
	P 27 (مرئی صنایع دستی)	۰/۸۷۸		
	P23 (بانوی تولیدکننده)	۰/۸۴۴		

عامل	شناسه مشارکت‌کننده/ شغل	بار عملی	٪ واریانس*	آلفای کرونیخ**
عامل ۱	P4: (مرد تولیدکننده)	۰/۸۳۱	۴۶/۷۱	۰/۹۱۱
	P28: (بانوی تولیدکننده)	۰/۸۱۳		
	P14: (مری صنایع دستی)	۰/۷۳۸		
	P9: (تاجر صنایع دستی)	۰/۷۳۲		
	P7: (کارشناس میراث فرهنگی و صنایع دستی)	۰/۷۸۹		
	P3: (مرد تولیدکننده)	۰/۷۰۴		
	P10: (مری صنایع دستی)	۰/۶۴۸		
	P6: (مری صنایع دستی)	۱/۰۶۶۳		
	P11: (مرد تولیدکننده)	۰/۶۲۲		
	P15: (مرد تولیدکننده)	۰/۵۹۱		
P21: (بانوی تولیدکننده)	۰/۵۸۴			
عامل ۲	P13: (بانوی تولیدکننده)	۰/۸۷۰	۲۹/۱۰	۰/۸۳۴
	P24: (هیأت علمی دانشگاه)	۰/۸۶۶		
	P25: (هیأت علمی دانشگاه)	۰/۷۸۱		
	P19: (بانوی تولیدکننده)	۶۷۷		
عامل ۳	P5: (کارشناس میراث فرهنگی و صنایع دستی)	۰/۸۳۲	۲۴/۱۹	۰/۷۲۷
	P17: (مرد تولیدکننده)	۰/۸۱۳		
	P12: (بانوی تولیدکننده)	۰/۶۵۷		
	P18: (بانوی تولیدکننده)	0/۶۲۶		
	P20: (بانوی تولیدکننده)	0/۵۹۸		
	P2: (مرد تولیدکننده)	0/۵۱۹		
* کل واریانس تبیین شده (۸۹/۶)، ** آلفای کرونیخ کل (۰/۸۶۸)				

بعد انگیزشی قرار دارد، تأثیر زیادی را در رکود صنایع دستی قصرقند نشان می‌دهند. هم‌چنین، عواملی چون «نیازهای مادی- فیزیکی»، «نیازهای سرمایه‌ای و انسانی» و «افزایش بازدهی اقتصادی فعالیت‌ها» مقدار ویژه پایینی داشته و نمی‌توانند به عنوان عامل معرفی شوند. هم‌چنین، یافته‌های آزمون T که یک آزمون پارامتریک برای مقایسه میانگین‌ها است، تأییدکننده یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی است (جدول ۴) که نشان داد کمبود زمین و فضا در شهرهای بزرگ، مسیر جاده‌ها و سایر مقصدها و بازارها، مهم‌ترین مانع رونق صنایع دستی روستاهای شهرستان است. در مجموع، نتایج همه آزمون‌ها نشان داد ضعف زیربناهای حمل‌ونقل و انرژی، ضعف تبلیغات و نداشتن نمانام (برند و آرم) برای محصولات تولیدی موانع اصلی هستند که در رده دوم تا چهارم قرار می‌گیرند

سپس، گزاره‌های دارای مقدار ویژه نزدیک به ۱ و بیش‌تر از آن به ترتیب، ذیل هر دیدگاه و بعد مشخص شدند (جدول ۴). در ادامه هر عامل بر مبنای بالاترین مقدار ویژه، به‌دست‌آمده در میان ۱۸ گزاره مورد مطالعه (دسته کیو) نام‌گذاری شد، شامل: دیدگاه (۱) «معتقد به بهبود عامل مدیریتی (نهادی- قانونی و اداری)»، دیدگاه (۲) «معتقد به ارتقای نظام آموزشی (فنی- حرفه‌ای و نوآوری)»، دیدگاه (۳) «معتقد به بهبود عامل انگیزشی» که این سه دیدگاه عوامل اصلی مؤثر بر رونق صنایع دستی و هنری را به هم‌راه میزان تأثیر و اهمیت این عوامل نشان می‌دهند؛ البته اگر بخواهیم نظر کیسر (آماردانی است که معتقد است مقادیر ویژه نزدیک به ۱ را نیز می‌توان پذیرفت) را توجه نکنیم ۴ عامل اول که در بعد مدیریتی قرار دارند و عامل پرداخت یارانه نقدی که در

جدول ۴- گزاره‌ها و مقدار ویژه و مقدار حاصل از آزمون T برای هر یک از آن‌ها)

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

شناسه	عبارت	مقدار ویژه	مقدار محاسبه شده	اختلاف میانگین
مدیریتی (نهادی- قانونی و اداری)	کمبود زمین و فضای کافی برای عرضه محصولات در بازارهای مصرف و مسیرهای پرتدد (Q9)	۱/۹۳	۶,۵۳	۲,۵۳
	ضعف زیربناهای مورد نیاز (حمل و نقل، انرژی و غیره) (Q2)	۵۱,۶	۶,۳۱	۲,۳۱
	عدم برگزاری همایش‌ها و برپایی نمایش‌گاه‌ها برای معرفی و عرضه تولیدات (Q8)	۱/۴۵	۵,۸۱	۱,۸۱
	شناسنامه‌دار نبودن محصولات تولیدی کارگاه‌ها و نداشتن برند و آرم (Q16)	۱/۳۰	۵,۵۲	۱,۵۲
	ضعف برنامه‌های تبلیغات و بازاریابی (تهیه و توزیع بروشور، تبلیغات رسانه‌ای و غیره) (Q5)	۰/۸۴	۵,۱۱	۱,۱۱
	کمبود زمین و فضا برای استقرار کارگاه‌های تولیدی و نامناسب بودن کارگاه‌های تولید (Q15)	۰/۷۱	۳,۸۹	۰,۱۱-
	عدم اطمینان تولیدکنندگان، نداشتن بیمه و عدم وجود قانون بازنشستگی برای فعالان (Q7)	۰/۹۹	۴,۷۲	۷۲,۰
آموزشی- نوآوری	ضعف آموزش فنی و حرفه‌ای و نظام ترویج (Q3)	۰/۹۶	۴,۶۴	۶۴,۰
	کمبود مربی بسواد و باتجربه محلی (Q13)	۰,۴۱	۲,۸۱	۱,۱۹-
انگیزشی	سختی و نامناسب بودن محیط کار و پرستیژ پایین فعالیت کارگاهی و هنری نزد مردم (Q10)	۴۰,۷	۲,۹۴	۱,۰۶-
	ضعف روحیه کارآفرینی (ریسک‌پذیری سرمایه‌داران برای سرمایه‌گذاری در صنایع دستی) (Q18)	۰,۶۴	۳,۳۲	۰,۶۸-
	دریافت بارانه نقدی و بی‌ربطی مردم به تولید صنایع دستی (Q12)	۱	۴,۷۴	۰,۷۴
	تغییرات نسلی و بی‌انگیزگی نسل نو به صنایع و هنرهای محلی (تحولات فرهنگی مدرن) (Q1)	۰,۷۱	۳,۸۹	۰,۱۱-
مادی- فیزیکی	مدگرایی ناشی از شهرگرایی و عدم پسند تولیدات بومی محلی در بازارهای شهری (Q14)	۰,۴۹	۲,۹۸	۱,۰۲-
	کمبود دستگاه‌ها و ماشین‌آلات مورد نیاز و یا ضعف دسترسی صنعت‌گران به آن (Q6)	۰/۴۵	۲,۸۸	۱,۱۲-
	کمبود مواد اولیه در محل و یا ضعف دسترسی به مواد اولیه در بیرون (Q۴)	۰/۷۳	۳,۹۴	۰,۰۶-
سرمایه‌ای	ضعف منابع مالی و کمبود سرمایه اولیه و هزینه بالای نیروی کار، (Q17)	۰,۴۶	۲,۹۱	۱,۰۹-
بازدهی اقتصادی	درآمد پایین صنایع دستی و عدم اطمینان درآمدی (Q11)	۰,۴۹	۳,۱۱	۰,۸۹-

۵. بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر، پاسخ‌گویی به این سؤال است که مهم‌ترین عوامل رکود صنایع دستی بلوچ در نواحی روستایی شهرستان قصرقند کدام‌اند؟ پاسخ پیشنهادی محقق به این سؤال که پس از مرور مبانی نظری حاصل شد، در قالب فرضیه تحقیق «سوء مدیریت عرضه محصولات، مهم‌ترین عامل رکود صنایع دستی و هنری بلوچ است» صورت‌بندی و ارائه شد. یافته‌های تحقیق برای آزمون فرضیه با استفاده از تحلیل عاملی عامل مبنا (Q) و آزمون T حاصل شد که نتایج آن در ادامه ارائه و تفسیر خواهد شد.

در نتیجه مرور مبانی نظری پیرامون موضوع تحقیق، می‌توان انگاره بومی‌شدن و توسعه درون‌زای برون‌گرا را چهارچوب تفسیرکننده موضوع تحقیق دانست؛ زیرا در سال‌های اخیر با مطرح شدن توسعه پایدار و رویکرد معیشت پایدار روستایی و نظریه‌های توسعه درون‌زا امید به تحقق

توسعه پایدار روستایی بیش‌تر شده است. در این چهارچوب، یکی از راهبردهای توصیه‌شده برای تحقق پایداری توسعه در روستاها «راهبرد شکوفایی صنایع دستی و هنری» است که در آن دانش بومی و رسمی با هم تلفیق شده و مورد توجه عملی مسؤولان و برنامه‌ریزان قرار می‌گیرد.

شهرستان قصرقند تا سال ۱۳۹۱ به لحاظ تقسیمات سیاسی- اداری، یک بخش از شهرستان نیک‌شهر بوده است و هم‌مرز با پاکستان است. شهرستان قصرقند در جنوب بلوچستان، مهد انسان‌های هنرمند و بستر هنرها و کارگاه‌های خانگی صنایع دستی بوده و انواعی از هنرها و تولیدات زنان و مردان در آن یافت می‌شود. صنایع دستی شهرستان قصرقند سرشار از هنرها و ارزش‌هاست؛ به عنوان مثال، (طبق شکل ۴) قطار قلم که در تعاونی فضل‌اللہی شهرستان تولید می‌شود، قبل از این‌که وسیله‌ای برای حمل قلم باشد، یک نماد و ابزار فرهنگ‌سازی است؛ زیرا دانش‌آموزی که آن را بر دوش خود

عواملی چون «نیازهای مادی- فیزیکی»، «نیازهای سرمایه‌ای و انسانی» و «افزایش بازدهی اقتصادی فعالیت‌ها» امتیاز عاملی پایینی داشته و نمی‌توان عاملی را از آن‌ها (به عنوان عامل رکود صنایع دستی شهرستان) استخراج کرد.

یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها با آزمون T نیز نتایج فوق را تأکید می‌کند. به طور کلی، یافته‌های آزمون T و تحلیل عاملی فرضیه تحقیق را تأیید کرد؛ زیرا نتایج تحلیل کیو نشان داد که ۱۸ نفر (۶۴ درصد) جامعه پاسخ‌گو، عامل مدیریتی- نهادی را مهم‌ترین عامل رونق صنایع دستی بلوچ دانسته‌اند و هم‌چنین، مقادیر ویژه عبارات (کیوها) مرتبط با مدیریت عرضه و بازاریابی محصولات بیش از بقیه است؛ به گونه‌ای که مهم‌ترین عوامل مدیریتی- نهادی مؤثر بر رونق صنایع دستی بلوچ در حال حاضر عبارت‌اند از: کمبود زمین و فضای کافی برای عرضه محصولات در بازارهای مصرف و مسیرهای پرترد، ضعف زیربنای ارتباطی، عدم برگزاری همایش‌ها و برپایی نمایش‌گاه‌ها برای معرفی و عرضه تولیدات و شناسنامه‌دار نبودن محصولات تولیدی کارگاه‌ها و نداشتن نشانم و ضعف برنامه‌های تبلیغات و بازاریابی. عوامل فوق را که در چهارچوب دیدگاه نهادی- مدیریتی قرار می‌گیرند، مردم محلی نمی‌توانند انجام دهند. در واقع، این‌ها نیازهای زیرساختی و اساسی هستند که دولت باید در قالب نقش تسهیل‌گر بر عهده بگیرد و انجام دهد.

تشریح و تفسیر یافته‌های تحلیل عاملی عامل‌مبنا، مهم‌ترین هنر محقق روش‌شناسی کیو است. بحث و تفسیر در این زمینه نیاز به تشریح واقعیت‌ها از زبان پاسخ‌گویان، پیرامون پیش‌نیازهای رونق صنایع دستی روستاهای شهرستان قصرقند دارد:

دیدگاه اول

بن دیدگاه که بر نقش فاکتور نهادی- مدیریت تأکید دارد، به عنوان دیدگاه غالب در بین پاسخ‌گویان استخراج شد. از نظر پاسخ‌گویان، نقش نهادی دولت در مدیریت شکوفایی صنایع دستی در مرحله عرضه محصولات و آن هم در چهارچوب نقش تسهیل‌گری تعریف می‌شود، نه مانند وضعیت فعلی که حمایت‌های مادی ناچیز و غیرسازنده‌ای در قالب وجه نقد به عنوان کرایه حمل تولیدات به نمایش‌گاه‌ها، هدیه سازمان مسؤول، حمایت تشویقی، و وام و غیره. صنعت‌گران نیاز ندارند که دولت نقش فروشنده داشته باشد، خرید تضمینی کند، بیمه دولتی به تولیدات اختصاص دهد، آموزش رایگان به

حمل می‌کند، می‌داند که قطار قلم خوب است نه قطار سلاح (این اعتقاد در بین مردم آن‌جا رواج دارد که باید برای نسل جدید خود، قطار قلم تهیه کنند تا سراغ قطار سلاح نروند). هزاران ارزش و فایده را در تولیدات این کارگاه‌ها می‌توان یافت که مجال گزارش آن در این پژوهش نیست.

علی‌رغم کثرت و تنوع این سرمایه‌ها و ارزش‌ها، امروزه متأسفانه اکثریت این کارگاه‌ها و هنرمندان با مسائل اساسی در زمینه ارائه محصولات خود به بازار مواجه هستند. استخراج و اولویت‌بندی چنین عوامل و موانعی از طریق مصاحبه عمیق، زندگی در کنار صنعت‌گران به مدت ۵ روز و تحلیل عاملی عامل‌مبنا (کیو) انجام شد. یافته‌های میدانی نشان داد منطقه روستاهای شهرستان قصرقند، علی‌رغم این‌که از ظرفیت بالایی در زمینه صنایع دستی و هنری برخوردار است و دارای کارگاه‌های تولیدی زنانه و مردانه متعددی است که انواع محصولات را با کیفیت بالا تولید می‌کنند؛ اما مدیریت عرضه و فروش محصولات با موانع اساسی روبه‌رو است. طبق مصاحبه عمیق و زندگی با مدیر تعاونی فضل‌اللهی که تجربه ۵۰ ساله در زمینه آموزش و پرورش، مربی‌گری صنایع دستی و مدیریت تعاونی‌های صنایع دستی دارد، مانع اصلی شکوفایی صنایع دستی شهرستان قصرقند، نبود زمین و مکان عرضه محصول در بازارهای هدف است. او معتقد بود اگر سازمان‌های دولتی در شهرهای بزرگ و حاشیه مسیره‌های پرترد به تعاونی‌های صنایع دستی، زمین (فضای عرضه محصول و برپایی بازارچه و نمایش‌گاه عرضه محصولات) واگذار کند، دیگر نیاز نیست هیچ نوع خدمات آموزشی، مالی و غیره به صنعت‌گران ارائه کند. صنعت‌گران خود می‌توانند همه پیش‌نیازهای تولید محصولات را فراهم کنند؛ اما به خاطر مسائل و محدودیت‌های اداری و قانونی، توانایی رفع محدودیت‌های مربوط به مکان عرضه محصولات را ندارند و این وظیفه را باید سازمان‌های مسؤول انجام دهند.

تفسیر یافته‌های حاصل از تحلیل کیو نشان می‌دهد دیدگاه‌های معتقد به عامل مدیریتی- نهادی، ارتقای نظام آموزشی (فتی و نوآوری، و عامل انگیزشی، سه عامل اصلی مؤثر بر رونق صنایع دستی و هنری در روستاهای شهرستان قصرقند هستند. چنین یافته‌هایی با یافته‌های محققانی چون نصرتی و ایمانی (۱۳۸۸)، ریاحی (۱۳۷۱)، و جعفرنژاد و هم‌کاران (۱۳۸۸) هم‌سو است؛ اما با یافته‌های محققانی چون مهدوی (۱۳۸۰)، ریاضی (۱۳۷۴)، هم‌سو نیست. هم‌چنین،

تبلیغات و برپایی نمایش‌گاه‌ها و تهیه نمانام را مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رونق صنایع دستی شهرستان در روستاهای قصرقند در حال حاضر دانست. از آن‌جایی که مهم‌ترین نیاز صنعت‌گران از نظر خودشان؛ ایجاد حداقل ۳ بازارچه صنایع دستی در طول محور ارتباطی بین‌المللی ایران-شهر-چابهار است، از این رو، نیاز است سازمان‌های منابع طبیعی و راه و شهرسازی با هم‌راهی استانداری، زمین کافی برای ایجاد این بازارچه‌ها اختصاص دهند و حمایت مادی و معنوی لازم را برای ساخت بازارچه‌ها و هم‌چنین، برپایی نمایش‌گاه‌های مناسبی به عمل آورند.

- ارائه راه‌کارهایی برای ترکیب دانش بومی (هنری-صنعتی) و دانش رسمی (هنرهای جدید و صنایع دستی دیگر جوامع و گروه‌ها): ترکیب ارزش‌های صنایع دستی بلوچ با صنایع دستی دیگر مکان‌ها و هم‌چنین، ایجاد تغییرات در این صنایع و هنرها، به شرطی که به ماهیت و ارزش اولیه آن‌ها آسیب نرساند، می‌تواند به افزایش بازارپسندی این محصولات کمک کند.

- بهبود جریان اطلاعات: افزایش تبلیغات (رسانه‌ای، تهیه بروشور، بنر، پوستر، کتابچه و غیره) می‌تواند جریان اطلاعات بین قطب تولید و بازارهای مصرف را بهبود بخشد و دلالت و واسطه‌ها را حذف کند.

صنعت‌گران بدهد و غیره؛ زیرا این حمایت‌ها برای آینده صنایع دستی از دیدگاه توسعه پایدار آسیب‌زاست. دولت باید تسهیل‌گر باشد.

دیدگاه دوم

صنایع دستی و هنری از قدیم نزد روستاییان این شهرستان وجود داشته است؛ به عنوان نمونه، در تعاونی صنایع دستی فضل‌اللهی انواع ابزار، ظروف، پوشاک، اسباب‌بازی، تسبیح، زیرانداز، وسایل تزئینی و غیره را می‌توان یافت (شکل ۳). بهترین و مجرب‌ترین مربیان در محل وجود دارند. تنها نیاز آموزشی صنعت‌گران این است که سازمان فنی و حرفه‌ای در زمینه به‌کارگیری طرح‌های جدید و تلفیق طرح‌های بومی و محلی با طرح‌های جدید که در دیگر مکان‌ها وجود دارند، صنعت‌گران را راهنمایی کند. نوآوری در تولید محصولات هم‌راه با حفظ ارزش صنایع بومی، باعث بهبود بازارپسندی و ماندگاری صنایع دستی بلوچ می‌شود. این دیدگاه با دیدگاه اول هم‌سو است.

دیدگاه سوم

دیدگاه انگیزشی نیز در قالب عباراتی چون بی‌رغبتی مردم به تولید به خاطر دریافت پارانها، تغییرات نسلی و بی‌رغبتی نسل جوان به هنرها و صنایع محلی، سختی کار و ضعف روحیه کارآفرینی پیرامون صنایع دستی بلوچ در شهرستان قصرقند، استخراج شده است. ارتقای نظام انگیزشی زمانی محقق می‌شود که در سایه دو عامل اول (حذف حمایت‌های مادی و مستقیم دولت از مردم، زمینه‌سازی برای عرضه مناسب محصولات و تهیه طرح‌های تلفیقی و جدید برای افزایش بازارپسندی محصولات) سازمان‌های مسئول نقش واقعی خود را ایفا کنند.

راه‌کارها و پیشنهادهای اجرایی

- اتخاذ نگرش جامعه نسبت به مقوله مدیریت صنایع دستی بلوچ.

- مطالعه بازارهای هدف برای محصولات و مکان‌یابی دقیق بازارچه‌های عرضه صنایع دستی در محور جاده بین‌المللی ایران-شهر-چابهار و شهرهای بزرگ کشور: علی‌رغم این‌که غلبه بر مسائل پیش روی صنایع دستی از منظر عام نیازمند نگرش جامع و کل‌نگر به این مقوله است؛ اما از منظر خاص-تر با توجه به موانع موفقیت تعاونی صنایع دستی شهرستان و صنعت‌گران و هنرمندان محلی (اعم از زن و مرد) می‌توان اختصاص زمین در مکان‌های مقصد و بازار، رونق حمل‌ونقل،



شکل ۳- گوشه‌ای از صنایع روستایی قصرقند که به دلیل نبود مکان، روی هم انباشته است
مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴



شکل ۴- پیربخش رئیسی (استاد و هنرمند صنایع روستایی و مدیر تعاونی فضل‌اللهی قصرقند) و قطار قلم بر دوش هماهنگ‌کننده محلی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

کتاب‌نامه

1. Akbari, M., Gholamzadeh, R. & Arasti, Z. (1394/2015), Educational needs of rural youth entrepreneurs of Varamin County to set up businesses in the rural handicrafts, *Journal of Rural Studies*, 6(2), 322-299.
2. Jafarnejad, A., Sjadipanah, A., Safavid-e-Mirmahalleh, R. & Ajliqeshlajuqi, M. (1388/2009). Investigation of obstacles and providing solutions for e-commerce application in the field of development carpet exports. *Journal of Commerce Research*, 13(52), 1-34.
3. Jomepour, M. & Ahmad, Sh. (1390/2011). The impact of tourism on sustainable rural livelihood (Case study: Baraghan village, Savojbolagh County). *Journal of Rural Studies*, 2(1), 63-33.
4. Chambers, R. (1376/1997). *Rural development, priority to the poor and protection of the vulnerable*. (M. Azkia, Trans.). Tehran: Tehran University Publication.
5. Jomepour, M. (1387/2008), *Introduction to rural development, perspectives and methods*. Tehran: SAMT Publication.
6. Jomepour, M. (1389/2010). Localized in the field of rural development and the role of indigenous knowledge in the process. *Journal of Indigenous Knowledge*, 1(1), 179-151.
7. Karami Benmaran, Z., Khosravipour, B., Ghanian, M. & Brothers, M. (1394/2015). To identify the factors involved in the emergence of small and medium businesses with a focus on rural tourism on Can District of Tehran County. *Journal of Rural Studies*, 5(4), 737-758.
8. Khoshgooyanfar, A.R. (1386/2007). *Q-methodology*. Tehran: Research Center of the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB).
9. Mahdavi, M. (1380/2001). Studying handicrafts (weaving) in rural western edge of the desert to development and restoration (Case study: villages of Eyvanakey District in Semnan province). *Journal of Geographic Researches*, (41), 1-11.
10. Mortazavi, M. (1391/2012). Localization of archeology and traditional arts (Case study: Sistan-Baluchistan province). *Journal of Archeology Letter*, 2(2), 46-37.
11. Nawab-e-Akbar, F., Ghanbari, N. & Rezaei, A. (1379/2000). Factors affecting the quantity and quality of handicrafts (Case study: Women's semi-settled tribes Marand Afzar). *Journal of Agriculture and Development*, (31), 260- 235.
12. Nosrati, F., & Imani, B. (1389/2010). Challenges facing the development of rural industries in Iran. *Journal of Housing and Rural Environment*, 29(129), 97-86.
13. Poursadegh, N., Bohlouli-e-Zinab, N. Hajikhani, M. (1389/2010), the role of cooperatives in the province Carpet Carpet Export Promotion, *Cooperation magazine*, 21(3), 155-170.
14. Riahi, S. (1371/1992), Handicraft Turkmen women. *Journal of Development and Education Social Sciences*, (11-12), 37-28.
15. Riazi, M.R (1374/1995). A glance of the problems of Iranian handicrafts. *Journal of Art Effects*, (4), 36-32.
16. Shayestehfar, M. & Khazayi, R. (1393/2014) Pathology of packaging and delivery of handicraft products. *Journal of Science and Technology Packaging*, 5(18), 30-39.
17. Shayestehfar, M. (1394/2015). Packaging and its role in improving the quality of Hadicraft products, *Journal of Science and Technology Packaging*, 5(21), 4-15.

Identify and Prioriting the Determinants of Flourishing Handicrafts Baluch (Case Study: Rural Areas in Qasr-e Qand County)

Aboozar Paidar*¹

1- Assistant Prof. in Geography and Rural Planning, University of Sistan & Baluchestan, Zahedan, Iran.

Received: 18 February 2016

Accepted: 6 June 2016

Extended abstract

1. INTRODUCTION

The craft and art is the oldest human capitals in rural communities that have economic value, social, and cultural values. Today, restoration and boom crafts have been proposed as one of the keys to economic and environmental sustainability of rural residents Especially In areas with environmental crisis. Despite the emphasis, Authorities and the scientific community prosperity on the handy crafts, but unfortunately in some geographic areas in Iran, the crafts not only did not progress but have lost primary position in rural life. The aim of this study is analysis of requirements and factors effect on flourishing Baloch handy-crafts in rural areas of Qasr-e Qand.

2. METHODOLOGY

The research is applied and the type of research method is descriptive-analytic survey strategy. Qualitative and quantitative data collection methods using tools such as note-taking, transcription, interview and Q cards, is. The population includes individuals knowledgeable and experienced in the field of education and management of Qasr-e Qand city's crafts. The sample population consisted of 28 people, managers, coaches, local artists, and cultural heritage experts and crafts. The analysis data methods in this research are one sample T-test and agent-based factor analysis (Q-methology).

limited access to arts and crafts Baloch women, geographical distribution industries and craftsmen in the area. Locating Small markets for supply handicrafts in Iranshahr- Chabahar transit road, the target markets for the products, and provide solutions to combine local knowledge (artistic industries) and formal knowledge (new arts and crafts and other communities and groups).

3. DISCUSSION

The results of research showing in spite of the high capabilities and capacities in the study area at field of handicrafts and has manufacturing that men and

women who produce a variety of products with high quality but supply and sales management facing with major obstacles. the main obstacles is the lack of land and the location of product in target markets. Views such as "managerial-institutional believe ", "improving the educational system (technical and innovation ", and "motivating factor ", were known three main factors affecting the craft and artistic prosperity in the region. Also, factors such as "the physical material needs, "human capital needs", and improve experiences can expand economic performance and products" Acquainted of low score and cannot be extracted as a factor or view. with regard to the views and experiences of expertise and with respect to Comments and Recommendation of director of the cooperative in Qasr-e Qand county (Fazl-Allahy cooperative) can be said supply management (especially allocation of land to industrialists and cooperativs, and setting up fairs for sale and supply products) are the solution for prosperity and revival of rural handicraft in Qasr-e Qand county to achivment sustainable rural development.

4- CONCLUSION

adopting a systematic approach to the management issues crafts Baloch. Despite overcoming the problems facing crafts from public view. Requires a systematic approach to this issue, but the particular angle with respect to the barriers to success cooperatives and Producers and local artists (both women and men). Land Allocation and transportation to target-market and setting up fairs, and provide brand and logos for crafts products can be the most important factors affecting on booming handy- crafts in the villages of Qasr-e Qand county. Since the artisans of their own needs, create at least 3 during transit axis and international crafts bazaar is the Iranshahr- Chabahar it is required that the Agency of Natural Resources and Roads and Urban

*. Corresponding Author: aboozarpaidar@gmail.com

Tel: +98913 940 0280

Development, together with the Governor, enough land to build this small markets allocate. And material and moral support necessary to build small markets. As well as occasional exhibition (fair) to take action. Combining values of handy-crafts Baluch and other societies, as well as not damage in the nature and value of the industry - that increase marketability of these products and

help to Enrich and strengthen. As well as increased advertising (media, brochures, banners, posters, booklets, and ...) can improve the flow of information between the poles of production and consumption markets.

Key words: Rural development, the rural economy, marketing and sales management, handicrafts Baluch, Qasr-e Qand county.

How to cite this article:

Paidar, A. (2016). Identify and prioritizing the determinants of flourishing handicrafts baluch (Case study: Rural areas in Qasr-e Qand County). *Journal of Research & Rural Planning*, 5(3), 215-229.

URL <http://jrrp.um.ac.ir/index.php/RRP/article/view/53952>

ISSN: 2322-2514 eISSN: 2383-2495

