

تعاون، سال بیست و دوم، دوره جدید، شماره ۵، بهار ۱۳۹۰

بررسی بازارهای تعاونیهای صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان

دکتر علیرضا کرباسی^۱، مرتضی یعقوبی^۲

تاریخ دریافت: ۸۹/۱۰/۲۱ تاریخ پذیرش: ۹۰/۱/۲۴

چکیده

کاهش صادرات صنایع دستی و واردات بی‌رویه صنایع دستی سایر کشورها به بازار داخلی فشارهای زیادی را بر این صنعت وارد کرده است. این پژوهش بر آن است تا با بررسی بازار فروش صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان، راهکارها و پیشنهادهایی جهت بهبود وضعیت فعلی ارائه دهد. این مطالعه کاربردی و میدانی بوده و با توجه به حجم جامعه، برای کسب اطلاعات پایه و مورد نیاز، سرشماری صورت گرفته و از ۱۰۲ تعاونی فعال تعداد ۷۸ پرسشنامه جمع‌آوری شده است.

نتایج نشان داد به ترتیب واردات بی‌رویه صنایع دستی سایر کشورها، وجود واسطه‌ها و ناتوانایی فروش مستقیم آثار صنایع دستی، تبلیغات ناکافی و مسائل فرهنگی - اقتصادی مانند تغییر سلیق بازار مهمترین علل رکود بازار صنایع دستی به شمار می‌آیند.

e-mail: arkarbasi2002@yahoo.com

۱. دانشیار اقتصاد کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد

۲. کارشناس ارشد اقتصاد کشاورزی دانشگاه سیستان و بلوچستان

e-mail: Morteza.yaghoobi@gmail.com

کلیدواژه‌ها:

آزمون فریدمن، تعاونی، بازار صنایع دستی، رتبه‌بندی، سیستان و بلوچستان

مقدمه

کاهش صادرات صنایع دستی ایران و رسوخ فزاینده صنایع دستی سایر کشورها به بازار داخل فشارهای زیادی را به بدنه این صنعت وارد کرده است. افزایش قیمت مواد اولیه و کاهش نسبی قیمت نهایی برخی از محصولات صنایع دستی مشکلات فراوانی را برای تولیدکنندگان ایجاد کرده و نتیجه آن انتقال این فشارها به ضعیف‌ترین قشر یعنی کارگران بوده که باعث کاهش دستمزدها و حتی بیکار شدن کسانی شده است که برخی از آنها تنها در همین زمینه تخصص دارند. به این ترتیب کاهش بیشتر صادرات خسارات جبران ناپذیر اجتماعی-اقتصادی به تولیدکنندگان و کارگران این عرصه خواهد زد. بنابراین بررسی بازارها و نیازهای جدید و اتخاذ راهکارهایی برای خروج از این بحران ضروری است. ورود کالاهای صنایع دستی از سایر کشورها به ایران در سالهای اخیر افزایش دوچندانی یافته و موجب رکود در تقاضای بازار شده است. کاهش سهم ایران از بازار صنایع دستی در دنیا نسبت به سالهای گذشته چشمگیر بوده است به طوری که برای مثال فرش دستباف ایرانی که از سالهای دور کالایی با کیفیت و شناخته شده در سطح جهان و همواره مورد توجه بازرگانان خارجی بوده است، هم اکنون با رقیبانی جدی همچون چین و پاکستان روبه روست. آمارها حاکی از روندی نزولی در صادرات صنایع دستی می‌باشد. به طور نمونه مطابق آمار پورتال مرکز فرش ایران، ارزش صادرات فرش دستباف معادل ۵۳۷ میلیون دلار در سال ۲۰۰۳ بود که به ۵۳۶ میلیون دلار در سال ۲۰۰۴، ۴۴۷ میلیون دلار در ۲۰۰۵، ۴۳۶ میلیون در ۲۰۰۶، ۳۹۸ میلیون دلار در ۲۰۰۷ و ۴۱۸ میلیون دلار ۲۰۰۸ رسید. لذا این سؤال مطرح می‌شود که چه عواملی باعث شده که در طول کمتر از ۲۰ سال شاهد چنین کاهش عظیمی در صادرات باشیم.

در راستای مشکلات بیان شده، مقاله حاضر به دنبال این مسئله است که گره بازار صنایع دستی کجاست و آیا راه حلی برای عبور از این بحران وجود دارد؟ آیا سهم بازار ایران از صنایع دستی را می‌توان افزایش داد و آن را از این وضعیت نامناسب خارج کرد؟ مهمترین مشکلات حاضر در بازار صنایع دستی کدام هستند؟

در این راستا بازار تعاونیهای صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان به عنوان مطالعه موردی بررسی می‌شود. به عبارت دیگر هدف از مطالعه حاضر بررسی عوامل رکود بازار صنایع دستی در تعاونیهای استان سیستان و بلوچستان و ارائه راهکارهایی برای خروج از این بحران است که بر این اساس فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر ارائه می‌شود:

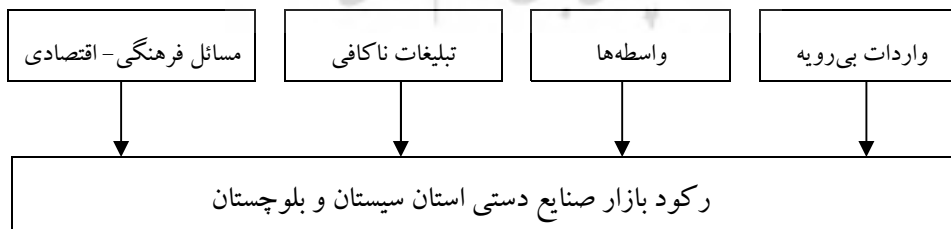
۱. واردات بی‌رویه صنایع دستی سایر کشورها به ایران موجب رکود بازار داخلی شده است.

۲. وجود واسطه‌ها و ناتوانایی فروش آثار صنایع دستی به صورت مستقیم موجب رکود بازار داخلی شده است.

۳. تبلیغات ناکافی در جهت آشنایی با صنایع دستی موجب رکود بازار داخلی شده است.

۴. مسائل فرهنگی و اقتصادی مثل تغییر سلیقه بازار و بدتر شدن وضعیت اقتصادی موجب رکود بازار داخلی شده است.

جهت بررسی هر یک از این فرضیه‌ها پنج پرسش (با طیف لیکرتی) در نظر گرفته شد. در واقع چارچوب اساسی این تحقیق به صورت زیر است:



شکل ۱. متغیرهای وابسته و مستقل

در ادامه، با توجه به آشنایی اندک بسیاری از افراد نسبت به صنایع دستی استان، مهمترین فعاليتها بررسی می‌شود که با توجه به شرایط خاص این استان، رشته های متنوعی را در بر می‌گیرد. از مهمترین رشته‌های صنایع دستی رایج در این استان می‌توان به قالی‌بافی، گلیم‌بافی، سفال‌گری، حصیربافی، پرده‌بافی، چادربافی، نمدمالی، خراطی و سوزن‌دوزی بلوچ، سکه‌دوزی و آینه‌دوزی، پرپواردوزی، توردوزی، خامه‌دوزی و سیاه‌دوزی اشاره کرد. جدول ۱ مهمترین صنایع دستی استان را نشان می‌دهد. سکه (سامان) دوزی یکی از هنرهای اصیل بلوچستان است و از آن برای تزیین رویه رختخواب، پیچ و یا زینت اتاق استفاده می‌گردد. پس از محکم نمودن پارچه بر روی مقوا، عملیات سکه دوزی بر اساس طرح و نقشی که هنرمند در ذهن دارد شروع می‌گردد. صنعت حصیربافی در این استان اصیل بافی و تکرر نامیده می‌شود که این دو از نظر نوع ماده اولیه با هم تفاوت دارند. تولیدات هر دو نوع (اصیل یا تکرر) شامل سایه بان، ظروف مختلف و انواع پرده است.

جدول ۱. مهمترین صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان

رشته فعالیت	نام شهرستان	ردیف
سوزن‌دوزی بلوچ، سکه‌دوزی، گلیم‌بافی، زیورآلات سنتی، البسه محلی، معرق، خامک‌دوزی	زاهدان	۱
سوزن‌دوزی بلوچ، سکه‌دوزی، گلیم‌بافی، زیورآلات سنتی، البسه محلی، حصیربافی، قالی‌بافی	ایرانشهر	۲
خامه‌دوزی، حصیربافی (بوریا بافی)، قالی‌بافی، گلیم‌بافی، پارچه‌بافی	زابل	۳
سفال، سوزن‌دوزی بلوچ، سکه‌دوزی، گلیم‌بافی، زیورآلات سنتی، البسه محلی، حصیربافی	سراوان	۴
سوزن‌دوزی بلوچ، سکه‌دوزی، زیورآلات سنتی، حصیربافی، البسه محلی، صنایع دستی دریایی، معرق	چابهار	۵
حصیربافی، سوزن‌دوزی بلوچ، سکه‌دوزی، سفال، البسه محلی	سرباز	۶
سوزن‌دوزی بلوچ، سکه‌دوزی، البسه محلی، زیورآلات سنتی، گلیم‌بافی	خاش	۷
حصیربافی، سوزن‌دوزی بلوچ، سکه‌دوزی، سفال، البسه محلی	نیکشهر	۸

منبع: اداره صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان (۱۳۸۹)

طرحهای گلیم‌بافی در این استان شامل طرحهای راه‌راه و دارای نقوش به کار رفته ذهنی می‌باشد که برگرفته از محیط اطراف است. رنگ بندی تیره گلیم به عنوان یک ویژگی،

گلیم این منطقه را از سایر گلیمهای مناطق دیگر متمایز می‌کند. ابزار گلیم بافی نیز شامل دار، نخ چله و پشم است. صنعت قالی بافی و زیراندازهای سیستانی از دید تاریخی به سه نوع کهن^۱، میانه^۲ و نو تقسیم بندی می‌شوند. قالی و قالیچه‌های سیستان یکی از اصیل ترین انواع قالیها در کشورند. الگوی تولید این محصول نیز به دو صورت کارگاهی (شرکتی) و خانگی است. سفالگری صنعت ساخت اشیای گلی پخته می‌باشد. محصولات بدون لعاب سفال و لعابدار بر حسب گل و لعابی که در آنها به کار رفته «بدل چینی» نامیده می‌شوند. در این رشته روستای کلپورگان شهرستان سراوان و کوهکمر سرباز از توابع ایرانشهر به صورت فعال و روستاهای اولنچکان، گلکک و شادی گور از توابع شهرستان نیکشهر به صورت نیمه فعال به تولید سفال اشتغال دارند. سوزن دوزی، نخ دوزی یا گل دوزی یکی از روشهای آرایش جامه است که یکی از رودوزی‌های منحصر به فرد محسوب می‌گردد. تمامی زنان بلوچ از سوزن دوزی برای تزئین لباسهاشان استفاده می‌نمایند و درحال حاضر در کل بلوچستان زنان سوزن دوز بدین حرفه اشتغال دارند. از مشهورترین و مرغوبترین نمونه‌های سوزن دوزی می‌توان به تولیدات مناطق قاسم آباد و نکوچ ایرانشهر و چانف در نیک شهر اشاره کرد. زیورآلات سنتی در بلوچستان شامل زینت آلات سنتی شهری، روستایی و مردم چادر نشین بلوچستان است که درحال حاضر برای تهیه آن از کارگاه‌های کوچک محلی استفاده می‌شود. امروزه تولید جواهرات نقره‌ای در بلوچستان متوقف شده و نقره کارانی که امروزه به کار مشغولند، به مرمت و تعمیر اشتغال دارند.

پیشینه تحقیق

پژوهشهای فراوانی در داخل کشور در زمینه صنایع دستی و مشکلات آن انجام شده است که در ادامه به مهمترین این تحقیقات اشاره می‌شود.

۱. تا آغاز قرن چهاردهم هجری (بیستم میلادی) بافته شده است.

۲. از اواخر قرن سیزدهم هجری (نوزدهم میلادی) بافته شده و هنوز هم بافته می‌شود.

میرکتولی و مصدقی (۱۳۸۹) وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی شهرستان گرگان را بررسی کردند. روش تحقیق آنها توصیفی-تحلیلی و از نوع پیمایشی بود. نتایج حاصل از این بررسی نشان داد که ۷۶/۶٪ نمونه نقش گردشگری را در توسعه صنایع دستی در حد زیاد و خیلی زیاد، ۱۹/۷٪ کم و ۵/۷٪ درصد بی تأثیر دانسته‌اند.

قراآنی و همکارانش (۱۳۸۹) عوامل مؤثر بر صادرات فرش دستباف را با استفاده از ماتریس نقاط قوت و ضعف بررسی کردند. این تحقیق از نظر ماهیت و اهداف از نوع کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها برای آزمون فرضیات از نوع توصیفی و پیمایشی بوده است. نتایج نشان داد که تبلیغات، سفارش پذیری، توجه به نیاز بازار و مدیریت هزینه توسط تعاونیهای فرش در افزایش صادرات مؤثرند به گونه‌ای که سفارش پذیری فرش کمترین و مدیریت هزینه در فرش دستی بیشترین تأثیرپذیری را از خصوصیات اجتماعی پاسخگویان دارند.

حق شناس و همکارانش (۱۳۸۹) برنامه‌ای راهبردی برای صنعت فرش کشور تعیین کردند. در این مقاله با استفاده از ماتریس نقاط قوت و ضعف، وضعیت صنعت فرش ایران تحلیل شد. نتایج تحقیق نشان داد افزایش تبلیغات و تحقیقات بازاریابی، بهترین راه حل برای بقا در عرصه بین‌المللی است. همچنین دستیابی به صلح جهانی و از بین رفتن تحریمهای مختلف علیه ایران نیز می‌تواند به استمرار حضور این صنعت در جایگاه بهترین تولیدکنندگان کمک قابل توجهی کند.

عصاری و قلی‌زاده (۱۳۸۸) سیاستهای حمایتی در تولید فرش دستباف را بررسی کردند. در این تحقیق با استفاده از شاخص هزینه منابع داخلی (DRC)، مزیت نسبی در تولید فرش دستباف ۶۵ رج ابریشمی محاسبه شد. نتایج نشان داد مزیت نسبی تولید در هر ۳ استان وجود دارد و در هر ۳ استان، یارانه غیرمستقیم به تولید تعلق گرفته است. به علاوه تولیدکنندگان در استفاده از این نهاده‌ها مالیات غیرمستقیم پرداخت می‌کنند. همچنین ضریب حمایت مؤثر

نشان داد برآیند حمایت دولت از محصول و مالیات غیرمستقیم دولت روی نهاده‌های قابل مبادله مثبت است و در مجموع سیاستهای دولت از فرآیند تولید حمایت می‌کند.

یزدان پناه و صمدیان (۱۳۸۸) عوامل مؤثر بر موفقیت شرکتهای تعاونی صنایع دستی استان کرمان را بررسی کردند. این تحقیق از نوع پیمایشی بوده و جامعه آماری آن را ۱۰ شرکت تعاونی فعال موجود در شهر کرمان در سال ۱۳۸۶ تشکیل داده است. نتایج این مطالعه نشان داد ۷۰٪ تعاونیها کاملاً موفق هستند.

جعفرنژاد و همکارانش (۱۳۸۸) موانع به کارگیری تجارت الکترونیک را در زمینه توسعه صادرات فرش دستباف بررسی کردند. این مطالعه با بررسی مدل‌های مختلف تجارت الکترونیکی، نحوه به کارگیری و مزایای استفاده از سیستمهای مبتنی بر آن، مدلی برای موانع تجارت الکترونیکی در زمینه صادرات فرش دستباف ایران پیشنهاد و موانع موجود در سر راه تجارت الکترونیکی در زمینه صادرات فرش دستباف ایران را مشخص کرد. در نهایت موانع تجارت الکترونیکی در زمینه صادرات فرش دستباف ایران به ترتیب اولویت به این شرح تعیین شدند: مشکلات و موانع مربوط به زیرساختار اطلاعی، مشکلات مربوط به زیرساختارهای قانونی و حقوقی و امنیتی، مشکلات و موانع زیرساختار انسانی و آموزشی و فرهنگی و رفتاری، مشکلات مربوط به زیرساختارهای گمرکی و بازرگانی و مالیاتی، مشکل اینترنت، مشکلات مربوط به زیرساختارهای فنی و سخت افزاری و مشکلات مربوط به زیرساختارهای مالی و نرم افزاری.

رحمتی (۱۳۸۷) طراحی فرشهای رایج و نوآوری در آنها را آسیب شناسی کرد. در این راستا خصوصیات اصلی و ثابت نقشه های اصیل به کمک اصول و مبانی هنرهای تجسمی شناسایی شد. این بررسی نشان داد عیوب فرشهای ناموفق جدید ناشی از نارسایی فرهنگی، ضعف طراحی، ترکیب و پیکربندی آنهاست.

فرقان دوست و عبدی گلزار (۱۳۸۷) به ارائه الگوی مناسب بهای تمام شده در صنعت فرش دستباف پرداختند. گردآوری اطلاعات از طریق کتابخانه ای و میدانی صورت گرفت و جهت ارزیابی الگوی پیشنهادی از روش دلفی استفاده شد.

نजारزاده و همکارانش (۱۳۸۶) آثار آزادسازی تجاری بر صنعت فرش دستباف ایران را تحلیل کردند. در این راستا از ماتریس تحلیل سیاستی استفاده شد. نتایج نشان داد که شاخص توان رقابت صادراتی برابر با ۰/۹۳ است و فرش دستباف ابریشمی استان قم در بازارهای جهانی دارای توان رقابت می‌باشد. همچنین شاخص مزیت نسبی بر اساس هزینه واحد، ۰/۸۴ به دست آمد که نشان داد استان قم در تولید فرش مذکور مزیت نسبی دارد.

گل محمدی (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به بررسی و شناخت مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه روستایی پرداخت. در این تحقیق به نقش صنایع کوچک روستایی در این فرایند، گردشگری و توسعه روستایی، فناوریهای مناسب برای نواحی روستایی کشورهای جهان سوم پرداخته شده و دلایل توجه و رویکرد به صنایع کوچک و فناوری متوسط در کشورهای در حال توسعه، دلایل توجه به دانش و فناوری بومی در فرایند توسعه روستایی بیان شده و در نهایت نقش توسعه فناوریهای متوسط و صنایع کوچک در روستاها در توسعه فعالیتهای اقتصادی و نقش گردشگری در توسعه روستایی و بیان مزایا و محدودیتهای آن تحلیل شده است.

شعبان علی فمی و همکارانش (۱۳۸۵) به تحلیل شناخت سازه‌های موفقیت شرکتهای تعاونی زنان در ایران پرداختند. این پژوهش جهت شناسایی سازه‌های مؤثر بر موفقیت تعاونیهای زنان در ایران و به شیوه توصیفی - پیمایشی انجام شد. تحلیل عاملی دیدگاه کارشناسان و اعضای هیئت مدیره نشان داد که چهار سازه بر روی هم ۶۶/۵ درصد از واریانس موفقیت تعاونیها را تبیین می‌کنند که عبارتند از: بهبود محیط روان شناختی و انگیزش تعاونیها، برخورداری از محیط توانمندساز و پشتیبان بیرونی، افزایش توانمندیهای مدیریتی و سازمانی شرکتهای و بهبود توانمندیهای بازاریابی و بازرسانی.

شم‌آبادی و بریم‌نژاد (۱۳۸۴) آثار آموزشها بر کارایی فنی صنعت فرش دستباف را بررسی کردند. داده‌های این تحقیق از طریق عملیات میدانی از ۳۳۹ بافنده در استانهای خراسان و مازندران به دست آمد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد کارایی بافندگانی که در دوره‌های آموزشی کار و دانش شرکت کردند کمتر از کارایی بافندگان سنتی بود.

مهدوی حاجیلویی و قدیری (۱۳۸۴) طی پژوهشی، صنایع دستی روستایی (قالیافی) در حاشیه غربی دشت کویر را بررسی کردند. نتایج این تحقیق بیان کرد که قالیافی در ناحیه مورد مطالعه (روستاهای شرقی کاشان) در ۳۰ سال گذشته توسعه بیشتری یافته و قالیهای بافته شده در این ناحیه از کیفیت و مرغوبیت خاصی برخوردار است. میانگین ضریب قابلیت افزایش تولید در سال ۲۰۰۳ حدود ۲۷/۲ درصد محاسبه گردید. در انتها نیز دلایلی برای عدم افزایش ضریب قابلیت تولید بیان شده است.

حسینی و پرمه (۱۳۸۳) ساختار صادرات فرش ایران و بازارهای هدف آن را با استفاده از رابطه مبادله تحلیل کردند. نتایج نشان داد ساختار تجارت جهانی فرش دستباف از انحصار چند جانبه با نوساناتی طی دوره ۱۹۷۵-۲۰۰۰ مواجه بوده و ساختار انحصار چندجانبه صادرات متحول و از قدرت انحصاری صادرکنندگان آن کاسته شده است.

رستمی (۱۳۸۳) وضعیت اشتغال زنان استان مازندران را در بخش صنایع دستی بررسی کرد. در این راستا نقش و جایگاه جمعیت زنان شاغل در بخش صنایع دستی و وضعیت کیفی و کمی اشتغال آنان در مقایسه با مردان ارزیابی و به منظور سیاستگذاری کلان توسعه پیشنهادهایی ارائه شد.

فرح‌بخش (۱۳۸۱) به بررسی عوامل موثر بر صادرات فرش پرداخت. بدین منظور عوامل مرتبط با صادرات فرش و اثر آنها بر صادرات فرش بررسی شد. نتایج نشان داد تمامی متغیرها به خصوص قیمت‌های نسبی، بیشترین اثر را بر صادرات دارند.

مطیعی لنگرودی (۱۳۸۰) عوامل رکود صنایع دستی در نواحی روستایی شهرستان مشهد را بررسی کرد. تحلیلها نشان داد که توان اشتغال‌زایی صنایع دستی در این نواحی بسیار

بالاست، ولی مشکلات بسیاری برای به فعالیت رساندن این توان وجود دارد. مهمترین این مشکلات که سبب ایجاد رکود در کارایی صنایع دستی در این نواحی شده است کمبود سرمایه، ضعف بازار و بازاریابی برای تولید صنایع دستی، ضعف مهارت و آموزش شاغلان در صنایع دستی و مشکلات مربوط به محیط کار از نظر فنی و بهداشتی ذکر شده است.

مهدوی حاجیلویی (۱۳۸۰) طی مطالعه‌ای، به بررسی و شناخت صنایع دستی در روستاهای استان سمنان پرداخت. در این تحقیق ضمن شناخت محیط طبیعی، انسانی و اقتصادی ناحیه مورد مطالعه، راهکارهایی به منظور تعالی و توسعه صنایع روستایی به خصوص قالیبافی، در روستاهای مورد نظر ارائه گردید.

نواب اکبر و همکارانش (۱۳۷۹) به بررسی عوامل مؤثر بر کمیت و کیفیت تولید صنایع دستی مرندافزر پرداختند. این پژوهش به روش پیمایشی و در دو بخش مشاهده ای و میدانی انجام گرفت. متغیرهای مستقل این پژوهش مشخصات پاسخگویان و صنایع دستی بوده که آثار این متغیرها بر متغیر وابسته درآمد، هزینه و ارزش افزوده مربوط به صنایع دستی سنجیده شده است. نتایج نشان داد $۸۷/۷\%$ خلاقیت طرح و رنگ از «ذهنیات و تجارب شخصی» خود بافندگان برخاسته است؛ $۸۴/۲\%$ پاسخگویان معتقدند که «اسکان» برای بافندگی آنها بهتر است؛ محصولات $۸۲/۵\%$ بافندگان از نوع «درجه یک» است؛ $۷۸/۹\%$ بافندگان از مهارت در حد «بالایی» برخوردارند؛ $۷۵/۴\%$ «گلیم» می‌بافند و سرانجام $۵۰/۹\%$ علت بافندگی را «نیاز اقتصادی» اعلام کردند. همچنین «گلیم بافی» با وجود نداشتن هزینه چندانی برای بافندگان در «ارزش افزوده»، «درآمد ناخالص خانوار در سال» و «مجموع کل درآمدها» مؤثر بوده است. از پژوهشهای خارجی جدید می‌توان به مطالعه بیلجین و همکارانش (Bilgin & et al., 2011) اشاره کرد که به بررسی وضعیت فرش دستباف ترکیه و مقایسه آن با سایر کشورهای آسیایی پرداختند. همچنین کومارجنا (Kumar Jena, 2010) آثار جهانی‌سازی را بر صنایع دستی هند بررسی کرد. کوتزیل (Quetzil, 1997) نیز مطالعه‌ای تحت عنوان استراتژیها برای آموزش صحیح در بخش بازار صنایع دستی منطقه انز چچن انجام داد. رینا و همکارانش (Raina & et al., 1990)

به آسیب شناسی وضعیت سلامت دختران نوجوان مشغول به کار در مراکز مختلف صنایع دستی شهر سریناگا پرداختند. کرچ (Krich, 1985) نیز پژوهشی در زمینه بازخوردهای اجتماعی در بازار صنایع دستی در تونگا در منطقه غرب پلییزی انجام داد.

مواد و روشها

روش مورد استفاده در این تحقیق کاربردی است و گردآوری داده‌ها با استفاده از نظرسنجی از جامعه آماری تعاونیهای صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان انجام شد. تعاونیهای به ثبت رسیده در شهرستانهای ایرانشهر، خاش، زاهدان، سراوان و نیک‌شهر قرار دارند. گفتنی است از ابتدای زمان ثبت تعاونیها تا انتهای سال ۱۳۸۸ تعداد ۱۰۷ تعاونی به ثبت رسیده است که ۱۰۲ مورد آن فعال می‌باشند. با توجه به حجم جامعه، برای کسب اطلاعات پایه و مورد نیاز، سرشماری صورت گرفت و از ۱۰۲ تعاونی فعال تعداد ۷۸ پرسشنامه برگشت داده شد. در ادامه، جهت تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. پرسشنامه‌ها به طور معمول با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی تحلیل می‌شوند. در آمار توصیفی برای بیان داده‌های جمع‌آوری شده، از شاخصهای تمایل مرکزی و شاخصهای پراکندگی استفاده می‌گردد. در آمار استنباطی نیز نتایج بر اساس آزمونها و احتمالات بیان می‌شوند. در این تحقیق با توجه به وجود متغیرهای رتبه‌ای و نامشخص بودن جامعه آماری نرمال، از آمار غیرفراسنجشی (ناپارامتریک) استفاده شد به طوری که برای آزمون فرضیات، آزمون کای‌دو به کار رفت. همچنین برای رتبه‌بندی فرضیات، آزمون فریدمن مورد استفاده قرار گرفت. در نهایت، وضعیت همبستگی متغیرهای تحقیق با استفاده از ماتریس همبستگی اسپیرمن مشخص گردید.

نتایج و بحث

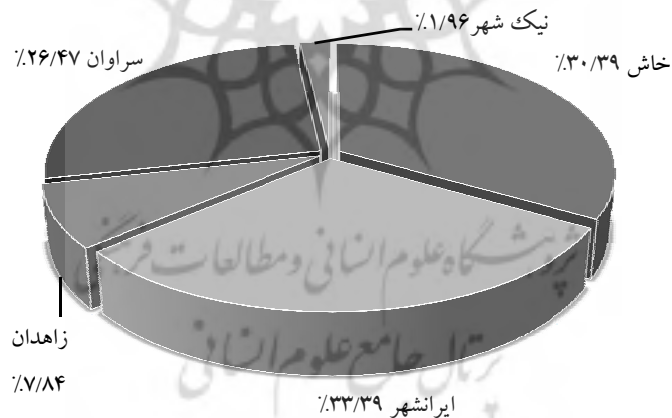
بیشترین تعاونیهای به ثبت رسیده در تمام شهرستانهای استان سیستان و بلوچستان تعاونیهای صنایع دستی سوزن دوزی بوده است. ایرانشهر و خاش و سراوان به ترتیب با ۳۴، ۳۱ و ۲۷ تعاونی فعال بیشترین تعاونیهای به ثبت رسیده و نیک شهر و زاهدان به ترتیب با ۲ و ۸ تعاونی کمترین تعاونی را شامل می شوند. تعاونیهای به ثبت رسیده فعال به تفکیک شهرستان و سهم هر شهرستان از این تعاونیها در جدول ۲ و نمودار ۱ نشان داده شده است.

جدول ۲. کل تعاونیهای صنایع دستی به ثبت رسیده استان تا ابتدای سال ۸۸ به

تفکیک شهرستان

شهرستان	ایرانشهر	خاش	زاهدان	سراوان	نیک شهر
تعداد تعاونی فعال ثبت شده	۳۴	۳۱	۸	۲۷	۲

منبع: یافته‌های پژوهش



نمودار ۱. سهم هر شهرستان از تعاونیهای ثبت شده فعال

ویژگیهای حرفه‌ای و فردی افراد نمونه مورد بررسی (مدیران تعاونیها) در جدول ۳ ثبت

شده است.

جدول ۳. ویژگیهای حرفه‌ای و فردی افراد نمونه مورد بررسی (n=۷۸)

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
استفاده از واسطه‌ها	بلی	۴۸	۶۱/۵	-	-	-	-
	خیر	۰	۳۸/۵	-	-	-	-
محصولات دارای شناسنامه	بلی	۰	۰	-	-	-	-
	خیر	۷۸	۱۰۰	-	-	-	-
شرکت در کلاسهای آموزشی	بلی	۳۲	۴۱	-	-	-	-
	خیر	۴۶	۵۹/۰	-	-	-	-
تحصیلات متناسب با رشته کاری	بلی	۱۶	۲۰/۵	-	-	-	-
	خیر	۶۲	۷۹/۵	-	-	-	-
تماس مستقیم با بازار فروش	بلی	۶۸	۸۷/۲	-	-	-	-
	خیر	۱۰	۱۲/۸	-	-	-	-
دارای دو شغل	بلی	۴۵	۵۷/۷	-	-	-	-
	خیر	۳۳	۴۲/۳	-	-	-	-
بهره‌گیری از ابزار و فناوری روز	بلی	۱۰	۱۲/۸	-	-	-	-
	خیر	۶۸	۸۷/۲	-	-	-	-
سطح سواد	بی سواد	۱۰	۱۲/۸	۲/۳۶	۰/۷۰	۱/۱۷	۳/۶۱
	ابتدایی	۱۹	۲۴/۴				
	سیکل	۱۶	۲۰/۵				
	دیپلم	۱۹	۲۴/۴				
	دانشگاهی	۱۴	۱۷/۹				

منبع: یافته‌های تحقیق

مطابق جدول ۳، حدود ۶۱٪ افراد نمونه مورد بررسی برای فروش کالاهای خود از واسطه‌ها استفاده می‌کنند. همچنین محصولات هیچ یک از افراد دارای شناسنامه نیست. به‌علاوه ۴۱٪ افراد در کلاسهای آموزشی شرکت کرده‌اند. تنها حدود ۲۰٪ تحصیلاتی متناسب با رشته کاری خود دارند. بیش از نیمی از افراد مشغول به کار دیگری نیز هستند. تنها حدود

۱۳٪ افراد در کارگاه‌های خود از ابزار و تجهیزات روز استفاده می‌کنند. در نهایت حدود ۱۸٪ افراد دارای تحصیلات دانشگاهی و کمتر از ۱۳٪ آنها بی‌سوادند، اما بیشترین قشر فعال تحصیلات ابتدایی، سیکل یا دیپلم دارند.

تحلیل نگرشها نسبت به واردات بی‌رویه صنایع دستی (فرضیه اول)

جدول ۴ گویه‌های مورد استفاده در فرضیه اول تحقیق را نشان می‌دهد. مطابق این جدول، گویه "با توجه به ارزانی کالاهای مشابه خارجی، استفاده از مواد مرغوب اولیه در فرایند تولید در جذب مشتری تأثیر چندانی ندارد" با میانگین ۴/۲۱ بیشترین توافق را کسب کرده و بعد از آن نظارت ناکافی سازمانهای دولتی با میانگین ۴/۱۲ در رتبه بعد قرار دارد.

جدول ۴. اولویت‌بندی نگرش نسبت به واردات بی‌رویه صنایع دستی (n=۷۸)

رتبه	انحراف معیار	میانگین *	گویه‌ها
۱	/	/	با توجه به ارزانی کالاهای مشابه خارجی، استفاده از مواد مرغوب اولیه در فرایند تولید در جذب مشتری تأثیر چندانی ندارد.
۲	/	/	نظارت دولت بر روی بازار صنایع دستی به خصوص واردات کافی است.**
۳	۰/۱۱۲	۳/۸۷	اعمال تعرفه‌های جدید گمرکی در بخش صنایع دستی در بهبود بازار مؤثر است.
۴	۰/۱۱۰	۳/۸۵	قیمت مواد اولیه متناسب با قیمت فروش است.**
۵	۰/۱۱۷	۳/۶۴	عدم مرغوبیت کالای داخلی نسبت به کالای خارجی موجب تقاضا برای بازار خارج شده است.**
-	۰/۰۹۷	۳/۹۳۸	کل

منبع: یافته‌های پژوهشی

** طیف معکوس

* ۱: کاملاً مخالفم، ۲: مخالفم، ۳: بی‌نظم، ۴: موافقم، ۵: کاملاً موافقم

تحلیل نگرشها نسبت به وجود واسطه‌ها (فرضیه دوم)

جدول ۵ گویه‌های به کار رفته در فرضیه دوم تحقیق را نشان می‌دهد. مطابق این جدول، گویه "خرید آثار تولید شده صنعتگر باید توسط سازمانهای مسئول صورت پذیرد" با میانگین ۴/۳۵ بیشترین توافق را کسب کرده و بعد از آن ناکافی بودن مسیرهای بازار جهت رساندن محصول به صورت مستقیم به دست مشتری با میانگین ۳/۹۶ در رتبه بعد قرار دارد.

جدول ۵. اولویت بندی نگرش نسبت به وجود واسطه‌ها (n=۷۸)

رتبه	انحراف معیار	میانگین *	گویه‌ها
۱	۰/۰۶۸	۴/۳۵	خرید آثار تولید شده صنعتگر باید توسط سازمانهای مسئول صورت پذیرد.
۲	۰/۱۱۳	۳/۹۶	مسیرهای بازار جهت رساندن محصول به صورت مستقیم به دست مشتری کافی است.*
۳	۰/۱۰۷	۳/۹۱	حمایت دولت در جهت حذف و یا کاهش واسطه‌ها جهت کاهش حاشیه فروش مناسب است.**
۴	۰/۱۰۷	۳/۶۹	کاهش یا حذف واسطه‌ها به انتقال شفافتر اطلاعات بازار کمک می‌کند.
۵	۰/۱۲۷	۳/۶۰	کاهش یا حذف واسطه‌ها در افزایش تنوع و بهبود کیفیت نهایی کالا مؤثر است.
-	۰/۱۰۴۴	۳/۹۰۲	کل

منبع: یافته‌های پژوهشی

* ۱: کاملاً مخالفم، ۲: مخالفم، ۳: بی‌نظرم، ۴: موافقم، ۵: کاملاً موافقم ** طیف معکوس

تحلیل نگرشها نسبت به تبلیغات (فرضیه سوم)

جدول ۶ گویه‌های به کار رفته در فرضیه سوم تحقیق را نشان می‌دهد. مطابق این جدول، گویه "استفاده از انواع شیوه‌های تبلیغ و اطلاع‌رسانی از جمله تبلیغ شفاهی، بروشور، تبلیغ رسانه‌ای یا تبلیغ اینترنتی جهت معرفی محصولات تأثیر شگرفی در تقاضای بازار داخل و

خارج گذاشته و می‌تواند بخش عرضه را از رکود خارج کند" با میانگین ۴/۲۱ بیشترین توافق را کسب کرده و بعد از آن "نمایشگاه‌های صنایع دستی در سطح استانی یا کشوری به کاهش رکود بخش تقاضای داخلی کمک کرده است" با میانگین ۳/۹۹ در رتبه بعد قرار دارد.

جدول ۶. اولویت‌بندی نگرش نسبت به تبلیغات (n=۷۸)

رتبه	انحراف معیار	میانگین *	گویه‌ها
۱	۰/۱۱۷	۴/۲۱	استفاده از انواع شیوه‌های تبلیغ و اطلاع‌رسانی از جمله تبلیغ شفاهی، بروشور، تبلیغ رسانه‌ای یا تبلیغ اینترنتی جهت معرفی محصولات تأثیر شگرفی در تقاضای بازار داخل و خارج گذاشته و می‌تواند بخش عرضه را از رکود خارج کند.
۲	۰/۱۳۲	۳/۹۹	نمایشگاه‌های صنایع دستی در سطح استانی یا کشوری به کاهش رکود بخش تقاضای داخلی کمک کرده است.
۳	۰/۱۳۶	۳/۸۷	صنایع دستی در ایران به عنوان کالای لوکس تلقی می‌شود و خرید آن منحصر به قشر خاصی است.
۴	۰/۱۴۹	۳/۷۴	سیستم بازاریابی مناسبی جهت آشنایی با محصولات و کاربردهای آن وجود دارد.**
۵	۰/۱۳۲	۳/۳۷	عدم اطلاع عموم مردم از تنوع صنایع دستی و استفاده از آنها نقش مهمتری از قیمت یا کیفیت کالا در فروش آن دارد.
-	۰/۱۳۳۲	۳/۸۳۶	کل

منبع: یافته‌های پژوهشی

** طیف معکوس

* ۱: کاملاً مخالفم، ۲: مخالفم، ۳: بی‌نظرم، ۴: موافقم، ۵: کاملاً موافقم

تحلیل نگرشها نسبت به مسائل فرهنگی و اقتصادی (فرضیه چهارم)

جدول ۷ گویه‌های به کار رفته در فرضیه چهارم تحقیق را نشان می‌دهد. مطابق این جدول، گویه "عدم تنوع محصولات صنایع دستی و عدم تطابق آن با نیازهای روز موجب رکود بازار صنایع دستی شده است" با میانگین ۳/۸۲ بیشترین توافق را کسب کرده و بعد از آن

" افزایش صنایع دستی شناسنامه‌دار به گسترش بازار تقاضای خارجی کمک خواهد کرد" با میانگین ۳/۷۹ در رتبه بعد قرار دارد.

جدول ۷. اولویت‌بندی نگرش نسبت به مسائل فرهنگی و اقتصادی (n=۷۸)

رتبه	انحراف معیار	میانگین *	گویه‌ها
۱	۰/۱۱۸	۳/۸۲	عدم تنوع محصولات صنایع دستی و عدم تطابق آن با نیازهای روز موجب رکود بازار صنایع دستی شده است.
۲	۰/۱۲۲	۳/۷۹	افزایش صنایع دستی شناسنامه‌دار به گسترش بازار تقاضای خارجی کمک خواهد کرد.
۳	۰/۱۲۷	۳/۶۸	رونق گردشگری و توریسم خارجی در معرفی کالاهای داخلی به گردشگران خارجی و در نتیجه بازار بسیار تأثیرگذار است.
۴	۰/۱۱۶	۳/۶۲	وضعیت اقتصادی نامناسب خریداران در سال‌های اخیر موجب رکود در بازار صنایع دستی شده است.
۵	۰/۱۲۸	۳/۳۱	صنایع دستی با کاربرد مصرفی، بازار بهتری از کالاهای صنایع دستی صرفاً زینتی و لوکس دارد.
-	۰/۱۲۲	۳/۶۴۴	کل

منبع: یافته‌های پژوهشی

* ۱: کاملاً مخالفم، ۲: مخالفم، ۳: بی‌نظرم، ۴: موافقم، ۵: کاملاً موافقم ** طیف معکوس

جدول ۸ و ۹ نتایج آزمون فرضیات مطالعه را نشان می‌دهد. جهت آزمون فرضیه از آماره کای اسکور استفاده شد. فرض یک در تمام فرضیات نشان‌دهنده وجود مشکل در بازار صنایع دستی است.

جدول ۸. نتایج آزمون آماری χ^2 فرضیه‌های تحقیق

فرضیات	آماره χ^2	درجه آزادی (df)	سطح معنی دار (1- α)	نتیجه گیری
فرضیه اول	۲۹/۹۴۹	۹	۰/۰۰۰	رد فرضیه صفر
فرضیه دوم	۲۸/۴۱۰	۹	۰/۰۰۱	رد فرضیه صفر
فرضیه سوم	۳۹/۵۳۸	۱۱	۰/۰۰۰	رد فرضیه صفر
فرضیه چهارم	۳۳/۹۷۴	۱۰	۰/۰۰۰	رد فرضیه صفر

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۹. میانگین گویه‌های فرضیه‌های تحقیق

فرضیات	آمار	گویه ۱	گویه ۲	گویه ۳	گویه ۴	گویه ۵
فرضیه اول	تعداد مشاهدات	۷۸	۷۸	۷۸	۷۸	۷۸
	داده گم شده	۰	۰	۰	۰	۰
	میانگین	۳/۸۵	۴/۲۱	۳/۸۷	۳/۶۴	۴/۱۲
	انحراف معیار	۰/۹۶۸	۰/۶۱۱	۰/۹۸۵	۱/۰۳۲	۰/۶۸۳
فرضیه دوم	تعداد مشاهدات	۷۸	۷۸	۷۸	۷۸	۷۸
	داده گم شده	۰	۰	۰	۰	۰
	میانگین	۴/۴۳	۳/۶۹	۳/۶۰	۳/۹۶	۳/۹۱
	انحراف معیار	۰/۵۹۹	۰/۹۴۴	۱/۱۲۱	۰/۹۹۹	۰/۹۴۲
فرضیه سوم	تعداد مشاهدات	۷۸	۷۸	۷۸	۷۸	۷۸
	داده گم شده	۰	۰	۰	۰	۰
	میانگین	۴/۲۱	۳/۳۷	۳/۸۷	۳/۷۴	۳/۹۹
	انحراف معیار	۱/۰۳۶	۱/۱۶۳	۱/۱۹۹	۱/۳۱۴	۱/۱۶۸
فرضیه چهارم	تعداد مشاهدات	۷۸	۷۸	۷۸	۷۸	۷۸
	داده گم شده	۰	۰	۰	۰	۰
	میانگین	۳/۶۸	۳/۳۱	۳/۶۲	۳/۸۲	۳/۷۹
	انحراف معیار	۱/۱۲۲	۱/۱۳۲	۱/۰۲۲	۱/۰۴۱	۱/۰۷۳

منبع: یافته‌های پژوهش

برای مثال فرض صفر در فرضیه اول مبین این است که واردات بی‌رویه صنایع دستی سایر کشورها موجب رکود بازار داخلی نشده است. مطابق جدول ۸ فرض صفر در تمامی فرضیه‌ها رد و فرض یک پذیرفته می‌شود. بنابراین، بازار صنایع دستی از تمام جنبه‌های مطرح شده در فرضیات با مشکل مواجه است. در ادامه برای تعیین اولویت فرضیه‌های تحقیق از آزمون فریدمن (۱۹۴۰) استفاده شد. نتایج این آزمون در جدولهای ۱۰ و ۱۱ مشاهده می‌شود:

جدول ۱۰. نتایج آزمون آماری χ^2 فرضیه‌های تحقیق جهت رتبه‌بندی عوامل رکود بازار صنایع دستی

استان سیستان و بلوچستان

نتیجه‌گیری	سطح معنی‌دار ($1-\alpha$)	درجه آزادی (df)	آماره χ^2	
رد فرضیه صفر	۰/۰۰۸	۴	۱۱/۸۲۷	آزمون رتبه‌بندی

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۱۱. نتایج رتبه‌بندی عوامل رکود بازار صنایع دستی

فرضیه اول	فرضیه دوم	فرضیه سوم	فرضیه چهارم	
۲/۸	۲/۶	۲/۴۶	۲/۱۴	میانگین رتبه‌ای
۲/۰۶۰۷۲	۲/۰۳۶۹۵	۲/۳۷۲۷۰	۲/۳۸۳۱۰	انحراف استاندارد

منبع: یافته‌های پژوهش

بنابراین، مهمترین مشکل بازار تعاونیهای صنایع دستی استان به واردات بی‌رویه سایر کشورها برمی‌گردد و سایر عوامل رکود در بازار به ترتیب وجود واسطه‌ها، تبلیغات ناکافی و مسائل فرهنگی-اقتصادی هستند.

در ادامه جهت بررسی رابطه همبستگی بین متغیرها (با توجه به کیفی بودن آنها) از آزمون همبستگی اسپیرمن، که ویژه آمار غیرفراسنجشی است، استفاده شد. جدول ۱۲ ماتریس همبستگی متغیرهای حرفه‌ای و شخصی افراد را نشان می‌دهد.

جدول ۱۲. ماتریس همبستگی اسپیرمن متغیرهای تحقیق (n=۷۸)

متغیر	میزان همبستگی متغیرها با یکدیگر / سطح معنی داری					
	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱. سطح سواد	۰/۴۲۵	۰/۰۲۸	-۰/۰۶۲	۰/۱۰۵	۰/۰۶۰	-
۲. دارای شغل دیگر	۰/۰۰۰	۰/۴۰۴	۰/۲۹۵	۰/۱۷۹	۰/۳۰۰	-
۳. سطح آموزش (بازاریابی و بازاریابی)	-	۱	۰/۰۱۸	۰/۰۶۰	-۰/۰۷۹	-۰/۰۶۰
۴. ارتباط کار با رشته تحصیلی	-	-	۰/۴۳۸	۰/۳۰۲	۰/۲۴۶	۰/۳۰۲
۵. تماس مستقیم با بازار	-	-	۱	۰/۰۸۲	۰/۱۸۵	۰/۱۹۷
۶. استفاده از واسطه‌ها	-	-	-	۰/۲۳۷	۰/۰۵۲	۰/۰۴۲
	-	-	-	۱	۰/۲۸۰	۰/۱۹۷
	-	-	-	-	۱	۰/۰۰۷
	-	-	-	-	-	۱
	-	-	-	-	-	-

منبع: یافته‌های پژوهشی

نتایج این جدول نشان می‌دهد که با افزایش سطح سواد، گرایش به شغل دیگر افزایش می‌یابد (معناداری در سطح ۹۹٪). همچنین کسانی که آموزشها و مهارتهای بازاریابی و بازاریابی را دیده‌اند، تماس مستقیم بیشتری با بازار فروش داشته‌اند (معناداری در سطح ۹۵٪). همچنین این افراد برای فروش محصولات خود کمتر از واسطه‌ها استفاده کرده‌اند (معناداری در سطح ۹۹٪). به علاوه کسانی که کارشان متناسب با رشته تحصیلی شان بوده است تماسهای مستقیم بیشتری با بازار داشته‌اند (معناداری در سطح ۹۹٪) و در نتیجه این افراد جهت فروش محصولات خود کمتر از واسطه‌ها استفاده کرده‌اند (معناداری در سطح ۹۹٪).

بخش انتهایی پرسشنامه به سؤالات باز که شامل "مهمترین موانع توسعه بازار صنایع دستی استان کدامند؟" و "مهمترین علل کاهش استقبال در تقاضای صنایع دستی استان کدام هستند؟" اختصاص یافت. به طور خلاصه دوری از بازار هدف و پراکنش محدوده‌های تولیدی، قاچاق برخی کالاهای صنایع دستی از مرز پاکستان، کمبود شدید ابزارها و کارگاه‌های پیشرفته، حضور ناکافی بخش خصوصی قدرتمند در این حوزه و در نهایت وضعیت نه چندان جالب اقتصادی افراد فعال در زمینه صنایع دستی مهمترین موانع توسعه بازار صنایع دستی شناخته شدند. مهمترین علل کاهش استقبال در تقاضای صنایع دستی نیز به شرح زیر اعلام شدند: تبلیغات بسیار اندک و ناکافی در جهت معرفی صنایع دستی، وجود واسطه‌ها، واردات شدید محصولات به ویژه چینی ارزان قیمت، عوامل تولید گران، کمبود نظارت و ناکافی بودن حمایت نهادهای دولتی، توانمندی بسیار ضعیف بخش خصوصی در زمینه ورود به بازار صنایع دستی، قیمت‌های تمام شده بالاتر نسبت به اجناس خارجی، ورود فرهنگ غربی و در نتیجه تغییر سلیقه و دیدگاه‌ها، کمبود شدید بازاریابان و بازاریاسازان در این عرصه، فقدان شناسنامه یا کد ملی برای آثار صنعتگران، تهاجم فناوری ماشینی به بازار صنایع دستی و در نهایت نبود برنامه‌ریزی‌های بلند مدت برای حضور مستمر و دائمی در بازارهای جهانی.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

این مطالعه به بررسی و نظرسنجی در مورد بازار صنایع دستی و مشکلات آن پرداخت. جامعه آماری مطالعه، تعاونی‌های صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان بودند که با توجه به تعداد آنها، برای جمع‌آوری اولیه اطلاعات تمام تعاونی‌ها سرشماری شدند و در نهایت ۷۸ پرسشنامه جمع‌آوری شد. در ادامه تحقیق و در راستای اهداف و سؤالات تحقیق، چهار فرضیه مطرح شد و سپس گویه‌های هر یک از این فرضیات رتبه‌بندی شدند. آزمون فرضیات نشان داد که بازار صنایع دستی از هر چهار جنبه واردات بی‌رویه، وجود واسطه‌ها، تبلیغات ناکافی و مسائل فرهنگی - اقتصادی دارای مشکل است. در ادامه با استفاده از آزمون فریدمن، فرضیات

تحقیق رتبه‌بندی شدند. در نهایت همبستگی متغیرهای حرفه‌ای و شخصی افراد نمونه با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن به دست آمد.

نتایج نشان داد واردات بی‌رویه صنایع دستی سایر کشورها مهمترین مشکل بازار داخلی است. با توجه به گویه‌های این فرضیه قیمت مواد اولیه متناسب با قیمت فروش آن نیست که یکی از دلایل بالاتر بودن قیمت محصولات نسبت به کالاهای خارجی است. در این راستا اعمال تعرفه‌های جدید گمرکی بر کالاهای وارداتی می‌تواند مؤثر باشد. علاوه بر این جهت جلوگیری از واردات غیرقانونی این کالاها از مرزها نظارت دولت می‌تواند بیشتر شود.

همچنین نتایج نشان داد که یکی دیگر از علل رکود در بازار صنایع دستی، وجود واسطه‌ها و به عبارت دیگر ناتوانی در فروش مستقیم آنها توسط تولیدکننده است. در راستای حل این مشکل می‌توان چند راه حل پیشنهاد کرد: اول اینکه سازمانهای مربوطه می‌توانند برای کاهش هزینه‌های تولید و توسعه پایدار این صنعت، در راستای منافع ملی و با هدفی بلند مدت کالاها را با شرایط مشروط خریداری کرده و با قیمتی کمتر در اختیار تقاضاکنندگان قرار دهند. در واقع کسانی از طرحهای تضمین خرید محصولات بهره‌مند گردند که دارای ویژگیهای برتر، خلاق و نوآورانه باشند. علاوه بر این، برپایی بیشتر نمایشگاه‌های دوره‌ای در خارج از استان پیشنهاد می‌شود که خود به انتقال شفاfter اطلاعات بازار کمک می‌کند. با توجه به اینکه بازارهای مخصوص صنایع دستی هر چند وقت یک بار تشکیل می‌شوند و نمایشگاه‌هایی در این راستا به صورت ماهانه یا هر دو ماه یک بار در سراسر کشور برپا می‌گردند، پیشنهاد می‌شود که با برنامه‌ریزی منسجمتر، تعداد برگزاری این نمایشگاه‌ها و بازارچه‌ها افزایش یابد و در صورت امکان این نمایشگاه‌ها خارج از استان و یا حتی خارج از کشور (در راستای ترویج فرهنگ ملی) نیز برپا گردند و جهت ترغیب صنعتگران برای حضور در این بازارچه‌ها و نمایشگاه‌ها از سیستمهای تشویقی استفاده شود.

یکی دیگر از عوامل مهم رکود در بازار صنایع دستی تبلیغات ناکافی بوده است. با توجه به نتایج، استفاده از انواع شیوه‌های تبلیغ و اطلاع‌رسانی از جمله تبلیغ شفاهی، بروشور،

تبلیغ رسانه‌ی یا تبلیغ اینترنتی جهت معرفی محصولات تأثیر زیادی در تقاضای بازار داخل و خارج گذاشته و می‌تواند بخش عرضه را از رکود خارج کند. تشکیل انجمن هنرمندان صنایع دستی در راستای تسهیل دسترسی به بازار نیز می‌تواند در ترویج صنایع دستی مؤثر باشد. با تشکیل این انجمن و برگزاری جلسات هدفمند با کمک کارشناسان حوزه صنایع دستی، می‌توان به طور تخصصی بر روی تقاضای بازار، راه‌های بازاریابی، بازاریابی و بازاریابی تمرکز کرد.

نتایج نشان داد که مسائل فرهنگی و اقتصادی مثل تغییر سلیقه از دیگر مشکلات بازار صنایع دستی است. در این راستا رونق گردشگری و جذب گردشگر خارجی در معرفی صنایع دستی و در نتیجه، فروش بیشتر آن تأثیر زیادی دارد. از دیگر مصادیق فرهنگی می‌توان به تنوع پایین محصولات و در نتیجه عدم تطابق با نیازهای روز اشاره کرد. بنابراین تقاضای بازار می‌تواند با تنوع بالاتر بیشتر شود. با توجه به نتایج تحقیق، هیچ یک از افراد نمونه کالای شناسنامه دار تولید نمی‌کردند. اهمیت شناسنامه در بازارهای جهانی روز به روز بیشتر می‌شود. بنابراین بهتر است نهادهای مربوطه گامهای محکمتری در این زمینه بردارند و زمینه‌های لازم جهت ثبت محصولات شناسنامه دار را افزایش دهند.

منابع

۱. پورتال مرکز ملی فرش ایران (۱۳۹۰)، آمار صادرات فرش دستباف / <http://www.incc.ir/fa/Information/export/default.aspx>
۲. جعفرنژاد، احمد و همکاران (۱۳۸۸)، بررسی موانع و ارزیابی راهکارهای بکارگیری تجارت الکترونیکی در زمینه توسعه صادرات فرش دستباف ایران، *پژوهشنامه بازرگانی*، ۱۳(۵۲): ۱-۳۴.
۳. حسینی، میرعبداله و پرمه زورار (۱۳۸۳)، ساختار بازار جهانی فرش دستباف و بازارهای هدف صادراتی ایران، *پژوهشنامه بازرگانی*، ۸(۳۰): ۸۵-۱۱۷.

۴. حق‌شناس کاشانی، فریده و همکاران (۱۳۸۹)، برنامه ریزی استراتژیک برای صنعت فرش کشور در آستانه عضویت در WTO با استفاده از ماتریس SWOT، بررسی‌های بازرگانی، ۸(۴۳): ۵۸-۶۸.
۵. رحمتی، سیدمحمدحسین (۱۳۸۷)، آسیب‌شناسی طراحی فرش‌های رایج و نوآوری در آنها، گلجام، ۱۰(۴۷): ۶۸.
۶. رستمی، مصطفی (۱۳۸۳)، بررسی وضعیت اشتغال زنان استان مازندران در بخش صنایع دستی (منطقه شاخص: شهرستان ساری)، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، ۴(۱۳) ویژه اقتصاد: ۳۹-۶۶.
۷. شعبان‌علی‌فمی، ح. و همکاران (۱۳۸۵)، شناخت و تحلیل سازه‌های موفقیت شرکت‌های تعاونی زنان در ایران، مطالعات زنان، ۴(۲) (پیاپی ۱۱): ۸۹-۱۰۹.
۸. شم‌آبادی، محمدعلی و ولی‌بریم نژاد (۱۳۸۴)، آثار آموزش‌های شاخه کار و دانش بر کارایی فنی صنعت فرش دستباف، اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۱۳(۵۱): ۴۹-۶۴.
۹. عصارای آرائی، عباس و مهدیه رضاقلی‌زاده (۱۳۸۸)، بررسی سیاست‌های حمایتی و مزیت نسبی در تولید فرش دستباف، دانش و توسعه، ۱۶(۲۸): ۴۵-۷۶.
۱۰. فرح‌بخش، ندا (۱۳۸۱)، بررسی عوامل مؤثر بر صادرات فرش، پژوهشنامه اقتصادی، ۲(۱) (پیاپی ۴): ۲۲۳-۲۳۶.
۱۱. فرقان‌دوست‌حقیقی، کامبیز و بهمن‌عبدی‌گلزار (۱۳۸۷)، آرایه الگوی مناسب بهای تمام شده در صنعت فرش (فرش دستباف)، گلجام، ۹(۹): ۱۲۱-۱۴۱.
۱۲. قزآنی‌قمصری، ایمان و همکاران (۱۳۸۹)، عوامل مؤثر بر صادرات فرش دستباف در قالب ماتریس سوات (SWOT): مطالعه موردی تعاونی‌های فرش در استان اصفهان، تعاون، شماره ۲۱، دوره جدید(۲): ۴۹-۶۱.
۱۳. گل‌محمدی، فرهود (۱۳۸۹)، توسعه صنایع دستی و فناوری متوسط با هدف گسترش توریسم و اشتغال پایدار روستایی، مسکن و محیط روستا، ۲۹(۱۳۱): ۷۳-۹۴.
۱۴. مطیعی‌لنگرودی، حسین (۱۳۸۰)، عوامل رکود صنایع دستی در نواحی روستایی شهرستان مشهد، مجله تخصصی زبان و ادبیات، ۳۴(۲-۱) (پی‌در پی ۱۳۳-۱۳۲): ۱۴۱-۱۶۸.

۱۵. مهدوی حاجیلویی، مسعود (۱۳۸۰)، بررسی و شناخت صنایع دستی (قالیافی) در روستاهای حاشیه غربی دشت کویر به منظور توسعه و احیای آن مطالعه موردی: روستاهای بخش ایوانکی استان سمنان، *پژوهش‌های جغرافیایی*، ۳۳(۴۱): ۱-۱۱.
۱۶. مهدوی حاجیلویی، مسعود و مجتبی قدیری معصوم (۱۳۸۴)، صنایع دستی روستایی (قالیافی) در حاشیه غربی دشت کویر، *پژوهش‌های جغرافیایی*، ۳۷(۵۱): ۱۰-۲۱.
۱۷. میرکتولی، جعفر و راضیه مصدقی (۱۳۸۹)، بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی مورد دهستان استرآباد جنوبی، شهرستان گرگان، *مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای*، ۲(۷): ۱۳۷-۱۵۴.
۱۸. نجارزاده، رضا و همکاران (۱۳۸۶)، ارزیابی اثرات آزادسازی تجاری بر صنعت فرش دستباف ایران با استفاده از ماتریس تحلیل سیاست (مطالعه موردی: استان قم)، *گلجام*، ۷۸(۸): ۵۷-۷۸.
۱۹. نواب اکبر فیروزه و همکاران (۱۳۷۹)، عوامل مؤثر بر کمیت و کیفیت تولید صنایع دستی: مطالعه موردی زنان عشایر نیمه اسکان یافته مرند افزر، *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، ۸(۳۱): ۲۳۵-۲۶۰.
۲۰. یزدان پناه، لیلا و فاطمه صمدیان (۱۳۸۸)، عوامل مؤثر بر میزان موفقیت شرکتهای تعاونی مطالعه موردی صنایع دستی استان کرمان، *تعاون*، ۲۰(۲۰۲-۲۰۳): ۱۹-۳۴.
21. Bilgin, M. H. & et al. (2011), The Turkish Handmade Carpet Industry: An Analysis In Comparison With Select Asian Countries, *Journal of the Textile Institute*, 102(6): 514 – 526.
22. Kirch, D. C. (1985), Tourism as Conflict in Polynesia: Status Degradation among Tongan Handicraft Sellers, *Dissertation Abstracts International*, A (Humanities and Social Sciences), 45(9):2913.
23. Kumar Jena, P. (2010), Indian Handicrafts in Globalization Times: An Analysis of Global-Local Dynamics, *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 8(2): 119-137.

24. Milton, F. (March 1940), A Comparison of Alternative Tests of Significance for the Problem of M Rankings, *The Annals of Mathematical Statistics*, 11 (1): 86-92.

25. Quetzil, E. C. (1997), On the Correct Training of Indios in the Handicraft Market at Chichén Itzá: Tactics and Tactility of Gender, Class, Race and State, *Journal of Latin American Anthropology*, 2(2):106-143.

26. Raina, V. & et al. (1990), Nutritional Status Of School Age Girls Working In Different Handicraft Centers Of Srinagar City, 47(7):502-504.

