

The position of handicrafts in the tourism development of Metkazin village (Mazandaran province)

Atefeh Shabani¹, Hamidreza Mohammadi^{2*}, Masoud Mahdavi Hajiloui³

1- PhD student in Geography and Rural Planning, Research Sciences Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2- Associate Professor of Human Geography and Land Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

3- Professor and retired faculty of Tehran University, Tehran, Iran.

Received: 14 Jun 2021

Accepted: 09 September 2022

Extended Abstract

Introduction

Handicrafts value chain is an economic system that includes a set of actors and commercial activities whose business along each other leads to the evolution and trade of the product, from the primary producers to the final consumers, and for each of the actors in the network, economic value. creates On the other hand, the tourism industry is also the closest industry to handicrafts, which can play a vital role in creating and expanding the handicrafts market. Because buying souvenirs is one of the most important and popular activities of tourists, and about 33% of the total travel time is spent on shopping, and on the other hand, souvenirs in the form of handicrafts are very popular among tourists, especially tourists with high income levels. Therefore, the purpose of this research is to create situations and opportunities for local people and enable them to participate in the tourism sector and help local producers in providing the necessary goods and services and reducing the import of those products.

Methodology

This applied research has analyzed the value chain structure of handicrafts in Metkazin village with documentary and field methods in 2019. Data processing and analysis were done using SPSS V.23 and Smart PLS V.3 software.

Results and Discussion

This study is divided into 4 general sections;

- 1- Preparing a questionnaire to determine the value chain of handicrafts on rural tourism.
- 2- Completing the questionnaire by experts (professors, experts from related organizations, craftsmen).
- 3- Data analysis
- 4- Identification of the most effective factors on the development of rural tourism; Done.

Findings: The hypothesis of the effect of handicrafts value chain on the development of rural tourism was confirmed with a regression coefficient of 0.749. The results show that the two actors of this chain, namely the producer and the government facilitator, had the highest direct and positive impact on the development of rural tourism, and the two activities of supplying raw materials and finishing (packaging) had negative and inverse effects on the development of the tourism economy.

Conclusion

*. Corresponding Author (Email: hamiidrezamohammadi@gmail.com)

Copyright © 2022 Journal of Geography. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution- noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages provided the original work is properly cited.

According to the results, the influence coefficient of the two levels of wholesalers and retailers is small and insignificant, and in reality, the physical presence of merchants and physical and virtual stores, permanent and local markets, and distribution networks in the region are weak and the sale of these Products have been limited to seasonal exhibitions and partial orders, and the need to use new technologies and e-commerce for market development is obvious and necessary.

Keywords: Value chain; Handicrafts, Tourism, Tourist, Rural areas, Mazandaran



جایگاه صنایع دستی در توسعه گردشگری روستای متکازین (استان مازندران)*

عاطفه شعبانی - دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
حمیدرضا محمدی^۱ - دانشیار جغرافیای انسانی و آمایش سرزمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
مسعود مهدوی حاجی لویی - استاد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۵

چکیده

زنجیره ارزش صنایع دستی، یک سیستم اقتصادی شامل مجموعه‌ای از فعالین و فعالیت‌های تجاری است که کسب و کار آن‌ها در امتداد یکدیگر، موجب تکامل و تجارت محصول، از تولید کنندگان ابتدایی به مصرف‌کنندگان نهایی می‌شود و برای هر یک از فعالان شبکه، ارزش اقتصادی خلق می‌کند. از طرفی، صنعت گردشگری نیز به عنوان نزدیکترین صنعت به صنایع دستی است که می‌تواند در جهت ایجاد و گسترش بازار صنایع دستی، نقش حیاتی ایفا کند. زیرا که خرید سوغات از مهمترین و محبوبترین فعالیت‌های گردشگران محسوب می‌شود لذا، هدف این پژوهش ایجاد موقعیت‌ها و فرصت‌هایی برای مردم محلی و قادر ساختن آن‌ها به مشارکت در بخش گردشگری و کمک به تولید کنندگان محلی در فراهم آوردن کالاها و خدمات لازم و کاهش مقادیر واردات آن محصولات می‌باشد. این تحقیق کاربردی، ساختار زنجیره ارزش صنایع دستی را در روستای متکازین با روش اسنادی و میدانی در سال ۱۳۹۹ تحلیل نموده است. پردازش و تحلیل اطلاعات با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS V.23 و Smart PLS V.3 صورت گرفت. این مطالعه مجموعاً در ۴ بخش کلی؛ ۱- تهیه پرسشنامه تعیین زنجیره ارزش صنایع دستی بر گردشگری روستایی. ۲- تکمیل پرسشنامه توسط خبرگان (اساتید، کارشناسان سازمان‌های مرتبط، صنعتگران). ۳- تحلیل و آنالیز داده‌ها و ۴- شناسایی موثرترین عوامل بر توسعه گردشگری روستایی؛ انجام شد. فرضیه تأثیر زنجیره ارزش صنایع دستی در توسعه گردشگری روستایی با ضریب رگرسیون ۰,۷۴۹، تأیید گردید. نتایج نشان می‌دهد دو فعال این زنجیره یعنی تولید کننده و تسهیلگر دولتی بالاترین تأثیر مستقیم و مثبت را در توسعه گردشگری روستایی داشته و دو فعالیت تأمین مواد اولیه و تکمیل (بسته بندی) اثرات منفی و معکوس بر توسعه اقتصاد گردشگری داشته است. طبق نتایج، ضریب تأثیر دو سطح فعالین عمده فروش و خرده فروش مقدار اندک و کم ارزشی بوده که در واقعیت نیز حضور فیزیکی بازرگانان و فروشگاه‌های فیزیکی و مجازی، بازارچه‌های دائمی و محلی و شبکه‌های توزیع و پخش در منطقه کم‌رنگ می‌باشند و فروش این محصولات محدود به نمایشگاه‌های فصلی و سفارشات جزئی بوده است و لزوم بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و تجارت الکترونیک جهت توسعه بازار مشهود و ضروری است.

واژگان کلیدی: زنجیره ارزش، صنایع دستی، گردشگری، توریست، مناطق روستایی، مازندران

* مقاله برگرفته از رساله دکترای خانم عاطفه شعبانی به راهنمایی نویسنده دوم از دانشگاه شهید بهشتی و مشاور نویسنده سوم از دانشگاه تهران می‌باشد.
نویسنده مسئول

مقدمه

یکی از بخش‌های مهم کارآفرینی که کشور ما برای توسعه آن پتانسیل بالقوه‌ای دارد، صنایع دستی است (Yavar 2011:84) مزیتی ارزشمند و کارآمد آن در مبارزه با معضلات اجتماعی و دستیابی به توسعه اقتصادی است؛ (Hemmati, 2014:102).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ناآشنایی گردشگران با صنایع دستی از چالش‌های توسعه گردشگری مناطقی است که صنایع دستی و هنری چشمگیری دارد (Bendixen et al., 2004; John 2014:76). صنعت گردشگری به‌عنوان نزدیک‌ترین صنعت به صنایع دستی است که می‌تواند در جهت ایجاد و گسترش بازار صنایع دستی، نقش حیاتی ایفا کند؛ زیرا که خرید سوغات از مهم‌ترین و محبوب‌ترین فعالیت‌های گردشگران محسوب می‌شود و حدود ۳۳ درصد کل زمان سفر، صرف خرید کردن می‌شود و از طرف دیگر، سوغات به شکل صنایع دستی، بسیار مورد علاقه گردشگران، به‌خصوص گردشگران با سطح درآمد بالا است (Roostika et al., 2015:36). توسعه گردشگری در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری است (HasanNejad and Hakim Dust, 2014:23). این امر به‌ویژه در مبحث توسعه گردشگری مناطق روستایی حائز اهمیت است (Mousavi et al, 2019:89). اگرچه ارتباط گردشگری طرفدار قشر کم‌درآمد با تولید صنایع دستی محلی، موقعیت‌های خوبی را برای مردم کم‌درآمد فراهم می‌آورد، اما هنوز هم در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، بازارهای صنایع دستی مملو از محصولات وارداتی می‌باشند که این موضوع در کشور ما نیز به‌وضوح قابل مشاهده است.

مازندران یکی از استان‌های شمالی کشور است که دارای مواهب الهی بسیار است. از این‌رو، میزبان تعداد زیادی از گردشگران و مسافران بوده و در عین حال، مواد اولیه بسیاری از رشته‌های صنایع دستی در طبیعت، در دسترس صنعتگران و هنرمندان قرار دارد (Ebrahimi Dehkordi, 2019; Taherpourmansour and Salehi, 125: 2020). منطقه مورد مطالعه روستای متکازین (یکی از روستاهای ییلاقی در شمال ایران) که قدمتی حدود ۶۰۰۰ سال دارد. میراث هنری و صنایع دستی این روستا، نوعی نساجی سنتی به نام گلیمچه متکازین و نیز چوتاشی است (Metkazin Village, 2021: 206). سؤال اصلی پژوهش این است که ۱- ساختار زنجیره ارزش صنایع دستی چگونه است؟ ۲- زنجیره ارزش صنایع دستی چه تأثیری بر گردشگری روستایی داشته است؟ فرضیه اصلی در این تحقیق عبارت است از؛ زنجیره ارزش صنایع دستی در توسعه گردشگری روستایی تأثیر داشته است. بنابراین، هدف این پژوهش آسیب‌شناسی و شناسایی و ایجاد موقعیت‌ها و فرصت‌هایی برای مردم محلی و قادر ساختن آن‌ها به مشارکت در بخش گردشگری و کمک به تولیدکنندگان محلی در فراهم آوردن کالاها و خدمات لازم و کاهش مقادیر واردات آن محصولات می‌باشد.

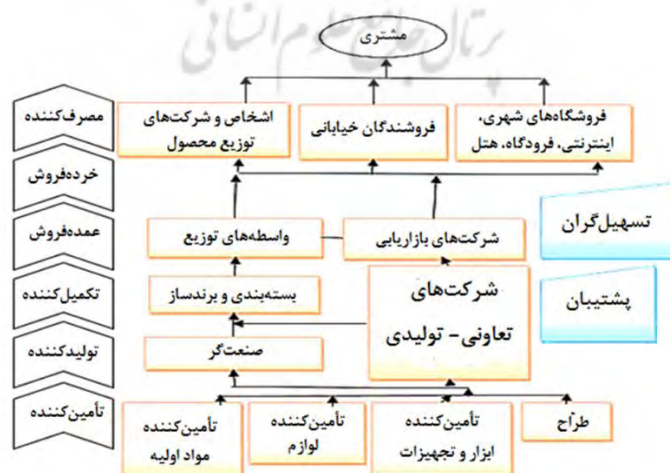
از تحقیق فاطمه مرشدی زاده و همکاران (۱۳۹۲) که به جایگاه صنایع دستی در جذب گردشگری پرداختند این نتایج حاصل گردید که استراتژی توسعه این صنعت را، در آموزش صحیح، رفع مشکلات سرمایه‌ای و سیاست‌های حمایتی و تشویقی و سیاست بهبود و ارتقاء و توسعه توریسم و تبلیغات مناسب می‌توان برشمرد. از نتایج پژوهش سمیرا احمدی و سید علی اصغر موسوی (۱۳۹۳) این مورد حاصل شده است که توسعه صنایع دستی و صنعت گردشگری در روستاهای بخش کجور می‌تواند تأثیرات مثبت اقتصادی را برای این روستاها به همراه داشته و باعث افزایش اشتغال روستائیان گردد. اسداله دیوسالار (۱۳۹۵) به این نتیجه درپوهش خود رسید که اقتصاد گردشگری در نواحی روستایی شهرستان بهشهر بردرآمدزایی، اشتغالزایی توسعه صنایع دستی بومی - محلی، اثرگذار بوده است. همچنین رشد گسترش صنایع دستی نقش موثری

دراقتصاد گردشگری روستایی برجای نهاده و در بین روستاها کیاسر بیشترین تاثیر پذیری از رشد اقتصادی صنایع دستی درجذب گردشگری را به خود اختصاص داده است. نتایج تحقیق میرزایی (۱۳۸۸) نشان داده است که گردشگری روستایی زمینه اشتغال فصلی در منطقه اورامانات را به ویژه در بهار فراهم ساخته وشاغلان دیگر بخش های اقتصادی وبه ویژه کشاورزی را به سوی خود جذب کرده است. میرکتولی و مصدق (۱۳۸۹) دریافته اند که گردشگری در توسعه صنایع دستی دهستان استرآباد جنوبی شهرستان گرگان نقش نسبتاً زیادی داشته است. از نتیجه مطالعه منوچهری (۱۳۹۰) این بوده است که رابطه ای مستقیم بین صنایع دستی روستاها و جذب توریسم و کارآفرینی وجود دارد. زینب فرنام وهمکاران (۱۳۹۷) مهمترین شاخص های در گردشگری صنایع دستی را به ترتیب وام وتاخیر در بازپرداخت آن برگزاری نمایشگاه های بین المللی و کارآفرینی دانست.

مبانی نظری

زنجیره ارزش صنایع دستی توسط مرکز تجارت جهانی به صورت یک سیستم اقتصادی تعریف می گردد که اولاً؛ مجموعه ای از فعالیت های تجاری مرتبط با یک محصول خاص از مرحله تولید اولیه، تغییر و بازاریابی تا فروش نهایی به مصرف کننده است و ثانیاً؛ مجموعه ای از مؤسسات که کسب و کار آنها در این سیستم اقتصادی بر پایه استراتژی منطقه برنامه ریزی شده و اصول مشترکی توسط مجریان و شبکه فروش آن دنبال می شود که نقطه اشتراک این زنجیره ارزش به شمار می رود. هدف گذاری این زنجیره، خلق ارزش فرهنگی برای مشتری به موازات خلق ارزش اقتصادی برای مؤسسات فعال در شبکه تولید تا فروش است. کل ارزش اقتصادی ایجاد شده در یک زنجیره، عبارت از قیمت فروش نهایی محصولات ضربدر مقادیر فروخته شده می باشد. معمولاً در هر سطح از زنجیره ارزش، برای گرداننده ها در زنجیره ارزش یا برای فراهم آورندگان خدمات خارج از زنجیره، ارزش اقتصادی ایجاد می شود (Low, 2000; Norman and Ramirez, 1993:78).

سطوح مختلف و زنجیره کسب و کارهای مکمل صنایع دستی توسط سازمان تجارت جهانی در (شکل ۱) تعریف و ترسیم شده است (The International Trade center, 2010:180).



شکل ۱. زنجیره ارزش صنایع دستی

منبع: (ترسیم نگارندگان)

برنامه‌ریزی این سیستم اقتصادی مدل‌های تجاری جامع و گسترده‌ای را به‌وجود می‌آورد که بستر مشارکت سهام‌داران و ایفای نقش مردم محلی و بومی و شمول مردم محلی بیشتر در زنجیره‌ی تولید و فراهم آوردن کالاهای صنایع دستی و بخش‌های مربوط به گردشگری را افزایش می‌دهد. همچنین این برنامه ضمن ظرفیت‌سازی برای فعالیت‌های متنوع و مکمل و زنجیره‌وار، برای مردم بومی و بازرگانان و فعالان غیربومی ارتباطات افقی و عمودی اثربخشی ایجاد نموده و دسترسی به بازارها را تسهیل می‌سازد. این ارتباطات افقی در سطوح مختلف، فضای فعالیت مکمل برای تعداد زیادی از کسب‌وکارها را به‌وجود می‌آورد، به‌طوری‌که خلأ هر یک، بازدهی کل زنجیره را کاهش داده و با کاهش کیفیت، تنوع، کاربرد و حجم فروش ارزش افزوده کمتری برای شبکه ایجاد خواهد نمود. به‌طور مثال، ارتباطات افقی در سطح اول زنجیره ارزش شامل تأمین‌کنندگان عبارت است از؛ تحقیقات بازار، پژوهش هنر و نقوش بومی، طراحی صنعتی محصول، تأمین مواد اولیه، فرآوری و آماده‌سازی مواد اولیه، رنگرزی و... در حالی‌که در کشور ما، بیشتر رشته‌های صنایع دستی از هم‌افزایی این کسب‌وکارهای مکمل، بی‌بهره هستند. تأثیر ارتباطات عمودی کسب‌وکارها در سطوح مختلف، به مراتب اهمیت بیشتری داشته و خلأ هر یک از فعالیت‌های تأمین مواد اولیه، تجهیز و تولید، تکمیل و بسته‌بندی، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، حلقه ارتباط شبکه را با مشتری، دچار اختلال یا قطع خواهد نمود. عملکرد فعالین و فعالیت‌های مکمل در سطوح مختلف زنجیره ارزش در (جدول ۱) شرح داده شده است (The International Trade center, 2010:155).

جدول ۱. عملکرد فعالین و فعالیت‌های مکمل در سطوح مختلف زنجیره ارزش صنایع دستی

عملکرد	فعالیت‌ها و فعالین
مواد اولیه محلی و منحصربه‌فرد درجه‌بندی مواد اولیه و تکنولوژی و تجهیزات نقوش بومی منحصربه‌فرد طراحی نوین بر اساس تحقیقات بازار کاربردی‌سازی محصولات فرآوری، رنگرزی و... آماده‌سازی مواد اولیه	تأمین مواد اولیه
دسترسی مناسب به مواد اولیه فرهنگ غنی و تنوع در تولید بستر قوی و صنعتگران ماهر و با انگیزه طیف گسترده‌ای از تولید سنتی مهارت‌های حاصل از دانش بومی هزینه‌های مناسب تولید دسترسی مناسب به اعتبارات و تسهیلات کم‌بهره برآورد مناسب و تقلیل هزینه‌های جانبی کارگاه؛ انرژی و... دستمزد مناسب و رقابتی	تولیدکننده
فینیشینگ و اصلاح و تکمیل محصول بسته‌بندی مناسب و مرغوب ارتقاء ارزش فرهنگی محصول با الصاق شناسنامه اثر قیمت مناسب بسته‌بندی	تکمیل‌کننده

عمده‌فروشی	شیوه‌های عادلانه تجارت قیمت‌گذاری پلکانی شبکه درجه‌بندی افزایش تقاضا در بازارهای ملی و بین‌المللی چتر قوی سازمان‌ها در شبکه توزیع توزیع و بازاریابی مناسب برندسازی و تبلیغات حجم سرمایه‌گذاری بالا
خرده‌فروشی	روابط عمومی بالا افزایش جذابیت محصول با ارائه توضیحات و اقلام تبلیغاتی روش‌های ارتقاء فروش و مشوق‌های مشتری بهره‌گیری از فرصت‌های تکنولوژی اطلاعات دریافت بازخورد مشتری و انعکاس به تولید قیمت رقابتی گارانتی و ضمانت کیفیت
مصرف‌کننده	افزایش ادراک مشتریان در کشورهای توسعه یافته انتشار اطلاعات هنری و تخصصی محصولات بازارهای نوظهور در آمریکا و اروپا افزایش جریان گردشگری و توسعه بازار افزایش درخواست کالا

منبع: (سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۸)

فضایی که فعالیت این کسب‌وکارهای مکمل را هموار و تسریع می‌کند، توسط تسهیل‌گران دولتی و پشتیبان فراهم می‌شود که پشتیبان با دانش و سرمایه خود و سازمان‌های دولتی، با ابزار حقوقی و قوانین و سیاست‌ها می‌توانند این فضای کسب-وکار را توسعه و بهبود بخشند. وظایف و عملکرد تسهیل‌گر دولتی در جدول ۲ درج گردیده است (The International Trade center, 2010).

جدول ۲. عملکرد تسهیلگری دولت به عنوان عامل خارجی موثر بر زنجیره ارزش صنایع دستی

فعالیت‌ها و فعالین	عملکرد
تسهیلگر دولتی	حمایت و حفظ میراث تاریخی مدیریت صنعت یکپارچه و ساختار منسجم تولید توانمندسازی زنان، جوانان، معلولان آموزش‌های مقدماتی و تخصصی رایگان اطلاعات کافی از روند صادرات، فرصت‌ها، قیمت‌ها سیاست‌گذاری آسان دریافت اعتبارات مالی برای سطوح مختلف افراد زنجیره ارزش حمایت از طرح‌های نو و فناوری‌های نوین حمایت از تحقیقات بازارهای جدید و تسهیل صادرات حمایت از نوآوری‌های کاربردی در طراحی و ساخت تجهیزات تولید

منبع: (سازمان تجارت جهانی)

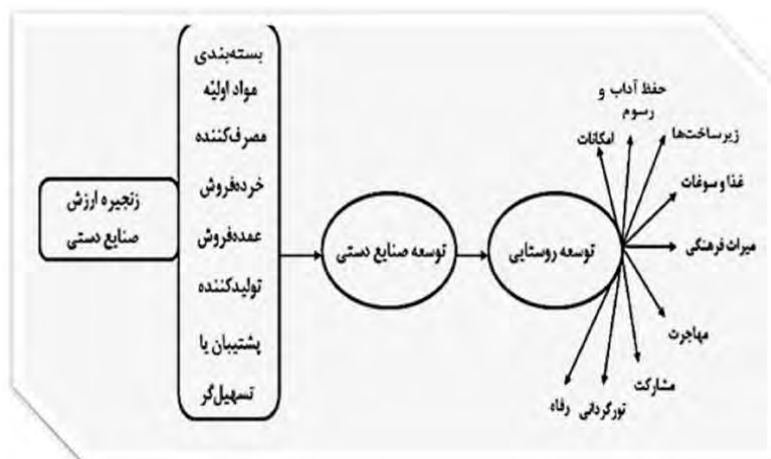
یکی از برجسته‌ترین وظایف تسهیل‌گر دولتی، حمایت از تحقیقات بازار است که در اولین سطح شبکه، فعالیت طراحی و تأمین مواد اولیه را مشخص می‌کند و نقش کلیدی در کل زنجیره ایفا نموده و بازدهی فعالیت کل زنجیره را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. تحقیقات بازار می‌تواند ذائقه مشتری را شناسایی و برنامه تولید را مشخص و طراحی طبق ذائقه مشتری، بازارهای جدید را توسعه دهد.

دانشمندان پیشرو، گردشگری روستایی را یک فرهنگ عامیانه یا فولکلور در جوامع روستایی زنده و بکر که متمایز از بستر فرهنگی همگون مناطق شهری، حفظ شده و با تداوم در طول زمان و مکان شکل گرفته است، به تصویر کشیده شده‌اند (Redfield, 1941:94). از آنجا که صنعت گردشگری بر پایه اقتصاد تجربه شکل گرفته است، تجارب بازدید گردشگران روستایی از سایت‌ها و همچنین ارتباط با روستائیان موجب درگیری عاطفی آنها با سبک زندگی و بوم روستا گردیده و گردشگر در این همزیستی نوع خاصی از ارتباط انسان با محیط طبیعی و تاریخی و هنر که منحصر به این روستا است را کشف و درک می‌کند. بازدیدکنندگان تمایل دارند شباهت‌های بین خانه‌های بومی موجود با معماری گذشته را ارزیابی کنند و هماهنگی بین طبیعت و فرهنگ آنها را به‌عنوان نمادهای بکر گذشته در چشم‌انداز روستا درک کنند (Urry & Larsen, 2011:140).

علاوه بر صادرات محتوای فرهنگی، تولید صنایع دستی یک بخش مهم از اقتصاد و اشتغال در گردشگری محسوب می‌شود و کشاورزان از طریق تولید صنایع دستی به‌صورت کسب‌وکار خانوادگی درآمد کسب می‌کنند و برای صنعتگران مناطق شهری تولید صنایع دستی یک گزینه در شرایطی است که موقعیت‌های شغلی کم و اندک می‌باشند. در برخی کشورها مانند ویتنام، گزارش شده است که درآمد استادکاران صنایع دستی بطور متوسط ۶۰ درصد بیشتر از درآمد جمعیت بقیه روستائیان می‌باشد. به‌علاوه در کشورهایی که دارای بازدیدکنندگان بین‌المللی زیادی می‌باشند، بخش گردشگری موقعیت‌های زیادی را برای صنعتگران در فروش صنایع دستی فراهم می‌آورند. در عین حال صنعتگران خلاق برای تأمین انتظارات و خواسته‌های مشتریان، با آزمایش طرح‌های جدید، به نمونه‌های خود تنوع بخشیده و به مشتریان گزینه‌های بیشتری برای انتخاب می‌دهند. گردشگری با صنایع دیگر تفاوت ندارد و نوآوری برای برانگیختن نیازها و تقاضاها لازم است. بنابراین بازخورد مشتریان برای تشخیص و شناسایی محصولات پرفروش و نیز طراحی محصولات آتی بسیار با اهمیت و کاربردی است. تولیدکنندگان ضمن حفظ هویت و نقوش محصولات خود، بدون شبیه‌سازی محصولات وارداتی، می‌توانند طرح‌های روزآمد یا کاربردهای جدید برای محصول خود خلق کنند و عملکرد آنها به‌صورت تولید محتوا و محصول فرهنگی در گردشگری روستایی مصرف می‌شود (Low, 2000; Norman & Ramirez, 1993:187).

گردشگری روستایی یک صنعت در حال رشد در بسیاری از مناطق جهان، به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته است و از سال ۱۹۷۰ از هر دو حیث تقاضا و عرضه به‌طور قابل توجهی رشد یافته است (Jamal and Robinson, 2009: 131). رشد گردشگری روستایی، هم نمایانگر گسترش کلی گردشگری و هم شاخه‌های گردشگری و ایجاد تنوع در تجارب گردشگری است (Woods, 2004:65) که هر دو با ظهور سبک زندگی و گرایش جامعه به اوقات فراغت، و نیز با بسیج گردشگری به‌عنوان یک استراتژی برای توسعه و بازآفرینی روستا ارتباط نزدیک دارد (Walmsley, 201: 2003). از دیدگاه عرضه گردشگری، پایه این حمایت کلی از گردشگری روستایی این فرضیه است که تعدادی از مزایای بالقوه را برای مناطق روستایی فراهم می‌کند (Roberts & Hall, 2001:55). با این حال، تحقیقات نشان داده است که، علی‌رغم تأثیرات مثبتی که در برخی موارد دارد، گردشگری، درمانی برای مشکلات روستایی نیست. همه‌ی روستاها

برای توسعه گردشگری مناسب نیستند؛ به طور مشابه، توسعه گردشگری اغلب نتوانسته محرک اقتصادی برای احیای اقتصاد پیش‌بینی شده روستا باشد (Walmsley, 2003:212).



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

مطالعه حاضر از نوع کاربردی و با روش اسنادی- میدانی صورت گرفته است، اطلاعات مورد نیاز به روش اسنادی و میدانی جمع‌آوری گردیده است. فرضیه اصلی مطالعه با هدف «تعیین جایگاه عناصر صنایع دستی در توسعه گردشگری روستایی» است تا میزان تأمین انتظارات گردشگران از خرید آن، برآورد گشته و نقاط ضعف و قوت آن مشخص گردد، در سال ۱۳۹۹ انجام شد. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و روش اسنادی- میدانی بوده و اطلاعات پژوهش به صورت اسنادی- میدانی جمع‌آوری شده است. نوع داده‌ها کیفی و منبع داده‌های کیفی اطلاعات میدانی و ابزار جمع‌آوری آن پرسشنامه‌هایی بوده که طبق شاخص‌های زنجیره ارزش مرکز تجارت جهانی تنظیم شده است و در جدول ۱ با عنوان عملکرد فعالین و فعالیت‌های مکمل در سطوح مختلف زنجیره ارزش درج شده است. نهایتاً با پردازش داده‌های کیفی از طریق نرم‌افزارهای SPSS V.23 و Smart PLS V.3 تحلیل اثرات زنجیره ارزش صنایع دستی بر گردشگری روستایی با روش استنباط استقرایی صورت گرفته است. از آنجایی که پرسشنامه مربوطه می‌بایست توسط کارشناسان خبره که با گردشگری روستایی آشنایی کافی دارند تکمیل می‌شد جامعه آماری با روش نمونه‌گیری غیراحتمالی گلوله برفی از طریق انتخاب گروهی از صنعتگران و کارشناسان خبره دستگاه‌های مرتبط با موضوع پژوهش مانند اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مازندران خصوصاً شرق استان و معرفی گروه‌های دیگر کارشناسان از طریق گروه اول و به همین ترتیب انتخاب شده است. جامعه آماری ۲۳۲ نفر از کارشناسان و صنعتگران و اساتید گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی بوده‌اند. پرسش‌های مربوط به زنجیره ارزش صنایع دستی در شاخص‌های مصرف‌کنندگان؛ تولیدکنندگان؛ تسهیل‌گران؛ عمده‌فروشان و... از خبرگان انجام شد شامل، مشتریان منطقه‌ای و بین‌المللی چه قدر نسبت به صنایع دستی روستای متکازین شناخت دارند؟ برای معرفی صنایع دستی روستای متکازین به مشتریان تا چه اندازه از ابزار روابط عمومی مناسب و مشوق‌های تبلیغاتی و توضیحات و شناسنامه محصول بهره‌برداری شده است؟ قیمت پلکانی شبکه فروش و شیوه‌های تجاری‌سازی صنایع دستی روستای متکازین تا چه میزان عادلانه است؟ بسته‌بندی باکیفیت و قیمت مناسب چه قدر ارزش محصول نزد مشتری را ارتقاء داده است؟ و... که پس از آن با نرم‌افزار مورد نظر تحلیل و آنالیز گردید.

تحقیق حاضر با تحلیل ساختار زنجیره ارزش صنایع دستی، حلقه‌های اقتصادی و کسب‌وکارهای مکمل آن را بررسی نموده است؛ مطالعه حاضر از مراحل زیر تشکیل شده است؛ ۱- تهیه پرسشنامه تعیین زنجیره ارزش صنایع دستی بر گردشگری روستایی، ۲- تکمیل پرسشنامه توسط خبرگان (اساتید، کارشناسان سازمان‌های مرتبط، صنعتگران)، ۳- تحلیل و آنالیز داده‌ها. ۴- شناسایی مؤثرترین عوامل بر توسعه گردشگری روستایی (Mousavi et al., 2019; Rezaei et al., 2018b). نویسندگان به منظور اطمینان از صحت پرسشنامه تأثیر زنجیره ارزش صنایع دستی بر توسعه اقتصادی، اقدام به اعتبارسازی این پرسشنامه از طریق کمک گرفتن از ۵ متخصص در حوزه مربوطه کردند و نیز به منظور تعیین پایایی آن، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده کردند که مقدار مربوطه باید بین ۰/۷۵ تا ۰/۹۵ باشد. برای این منظور (تعیین پایایی)، ابتدا و قبل از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط خبرگان (اساتید، صنعتگران و کارشناسان مربوطه)، از ۲۰ خبره به فاصله یک‌ماه استفاده شد که این خبرگان از مطالعه اصلی حذف شدند. سؤالات پرسشنامه‌ها از مقالات علمی و نیز مطالعات کتابخانه‌ای صورت گرفت. داده‌های مطالعه با نرم‌افزارهای SPSS V.23 (آزمون اسپیرمن) و Smart PLS V.3 تحلیل گردید (Norusis, 1991).

محدوده مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه روستای متکازین (یکی از روستاهای بیلاقی در شمال ایران)، طبق (شکل ۳) که موقعیت روستای متکازین در استان مازندران و شمال ایران نشان داده شده است که در طول ۴۷ دقیقه و ۵۳ درجه و عرض ۳۴ دقیقه و ۳۶ درجه، در جنوب دریای خزر و در منطقه کوهستانی شهرستان بهشهر در شرق مازندران قرار گرفته است. ساختار کالبدی روستا به صورت بیضوی با هسته مسجد، آب‌انبار و مدرسه طلاب علوم دینی است و کارکرد روستا، آموزشی، فرهنگی و کشاورزی است. مطالعات باستان‌شناسی در غار هوتو و کمریند بهشهر که در فاصله ۶۰ کیلومتری این روستا قرار دارد، نشان می‌دهد که دوک‌های نخریسی کشف شده در این غارها، از کهن‌ترین نشانه‌های نساجی سنتی و صنایع دستی جهان می‌باشد که قدمتی حدود ۶۰۰۰ سال دارد. میراث هنری و صنایع دستی این روستا، نساجی سنتی و چوتاشی است و سالیان متمادی، تولید و به نسل‌های بعد، منتقل شده است؛ اما متأسفانه طی دو دهه‌ی اخیر، با رکود و فراموشی مواجه شده است (Metkazin Village, 2021:145).



شکل ۳. موقعیت روستای متکازین در استان مازندران و شمال ایران

بحث و یافته‌ها یافته‌های توصیفی

از کل نمونه مورد بررسی، ۷۸ درصد خبرگان مرد و بقیه زن بودند. ۳۸ درصد خبرگان دارای مدرک کارشناسی و ۲۲ درصد دارای مدرک دکترا بودند. ۲۲ درصد خبرگان سابقه کاری بین ۱۰ تا ۲۰ سال داشتند و ۱۲ درصد سابقه کاری بین ۳۰ تا ۴۰ سال داشتند. ۲۸ درصد خبرگان دارای سنی بین ۵۰ تا ۶۰ سال داشتند و ۲۲ درصد آن‌ها دارای سنی بین ۶۰ تا ۷۰ سال داشتند.

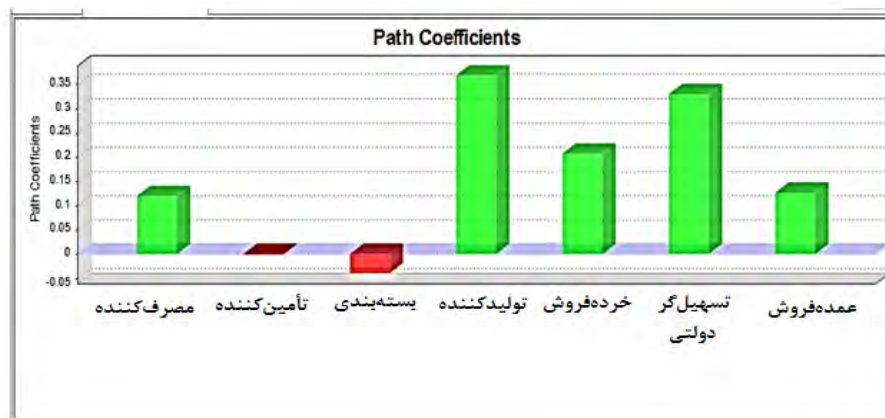
جدول ۳. مشخصات دموگرافیک خبرگان (n=232)

مقیاس				مشخصات	ردیف
زن		مرد		جنسیت	۱
۲۲٪		۷۸٪			
سال ۶۰ تا ۷۰	سال ۵۰ تا ۶۰	سال ۴۰ تا ۵۰	سال ۳۰ تا ۴۰	سن	۲
۲۲٪	۲۸٪	۲۲٪	۲۸٪		
دکتری	کارشناسی ارشد	کارشناسی	دیپلم	تحصیلات	۳
۲۲٪	۲۷٪	۳۸٪	۱۱٪		
-	صنعتگر	اساتید	کارشناس اداری مرتبط	شغل	۴
	۵٪	۵۰٪	۴۵٪		
سال ۳۰ تا ۴۰	سال ۲۰ تا ۳۰	سال ۱۰ تا ۲۰	سال ۵ تا ۱۰	سابقه کار	۵
۱۲٪	۴۴٪	۲۲٪	۲۲٪		

منبع: (محاسبات نگارندگان)

یافته‌های استنباطی

فرضیه اصلی تحقیق عبارت است از: زنجیره ارزش صنایع دستی بر گردشگری روستایی تأثیر داشته است. پس از تأیید روایی پرسشنامه توسط متخصصین حوزه مربوطه، نتایج آزمون آلفا کرونباخ داده‌ها در نرم افزار SPSS V.23، مقدار ۰/۹۴۴ (مقداری بسیار بالا و مطلوب)، به دست آمد. نتایج آزمون اسپیرمن که مربوط به آنالیز داده‌های کیفی است، نشان می‌دهد که متغیر مستقل (زنجیره ارزش صنایع دستی) بر متغیر وابسته (توسعه گردشگری روستایی) تأثیر داشته است. میزان این تأثیر با مقدار ۰/۷۴۹، تأثیری نسبتاً قوی را نشان می‌دهد ($r=0.749$, $sig<0.01$). نتایج تحلیل داده‌ها با نرم افزار Smart PLS V.3 در (شکل ۴) و نیز (جدول ۴) نشان داده شده است. ضرایب رگرسیون نشان می‌دهد، دو حلقه این زنجیره یعنی «تأمین مواد اولیه و تکمیل و بسته‌بندی»، اثرات نامطلوب و منفی بر توسعه اقتصاد گردشگری داشته و فقدان کسب و کارهای محلی در این دو حوزه، ضعف بزرگی به شمار می‌رود.



شکل ۴. میزان تأثیر فعالیت‌های زنجیره ارزش صنایع دستی بر توسعه گردشگری روستایی
منبع: (ترسیم نگارندگان)

آزمون مورد استفاده در نرم‌افزار Smart PLS V.3 تحلیل مسیر بوده است. تحلیل مسیر تکنیکی آماری است که با استفاده از معادلات رگرسیون خطی استاندارد به میزان انطباق یک مدل علی نظری با واقعیت (داده‌ها) می‌پردازد. مدل علی نظری مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل (علت) و متغیر وابسته (معلول) و روابط بین آن‌هاست که بر اساس چارچوب نظری و استدلال نظری ساخته می‌شود و نمودار مسیر متغیرها را برحسب نظم و ترتیب و توالی علی نظری نشان می‌دهد. در این روش با طی سه مرحله؛ مرحله اول واریس مفروضات با استفاده از آزمون همبستگی؛ مرحله دوم تحلیل رگرسیون خطی و مرحله سوم نتیجه‌گیری درباره برازندگی مدل بحث می‌شود. در صورتی که ضرایب رگرسیون تمام رگرسیون‌های خطی مقتضی معنی‌دار بود (سطح معناداری آنها مساوی ۰/۵ یا کمتر بود) و همبستگی متغیرهایی که در نمودار مسیر رابطه‌ای با هم ندارند صفر شد. نمودار مسیر با واقعیت (داده‌های جمعیتی) انطباق دارد. هر چه مقدار ضریب تعیین به عدد یک نزدیک‌تر باشد برازندگی مدل علی نظری بیشتر است. ضرایب رگرسیون نشان می‌دهد دو حلقه‌ی این زنجیره یعنی تأمین مواد اولیه و تکمیل (بسته‌بندی) اثرات نامطلوب و منفی بر توسعه اقتصاد گردشگری دارد و این موضوع با واقعیت موجود در منطقه نیز تطبیق دارد و فقدان کسب‌وکارهای محلی را در این دو حوزه ضعف بزرگی برمی‌شمارد اما چون سطح معنی‌داری رابطه بین زنجیره ارزش صنایع دستی و سه فعالیت ۱- عمده فروشی ۲- تأمین مواد اولیه ۳- تکمیل و بسته‌بندی قابل قبول نمی‌باشد، بنابراین در برازش مدل این سه متغیر وابسته حذف می‌گردد.

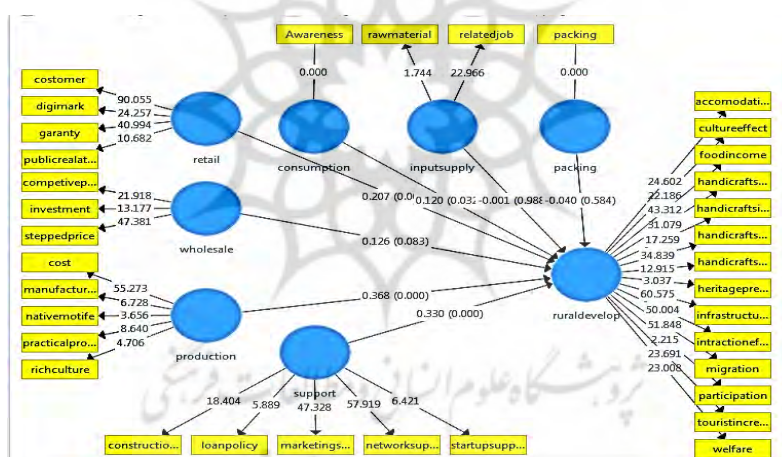
از آنجا که مقادیر عددی ضرایب رگرسیون، در بازه بین (-۱) تا (+۱) قرار دارند، هرچه قدر به عدد (+۱) نزدیک‌تر باشد، میزان تأثیر بیشتر است؛ و هرچه قدر به صفر نزدیک‌تر شود، تأثیر کمتر است. (-۱) تأثیر قوی و معکوس دارد، همان‌طور که در جدول ۴ نشان داده شده است، زنجیره تولیدکننده صنایع دستی با ضریب ۰/۳۶ بیشترین تأثیر و تسهیل‌گری دولت با ضریب ۰/۳۳ دومین عامل مؤثر در زنجیره ارزش صنایع دستی است. همان‌طور که در شکل ۲ نیز توضیح داده شد، دو عامل تأمین‌کننده مواد اولیه و تکمیل و بسته‌بندی دارای اثرات منفی بر توسعه اقتصاد گردشگری هستند.

جدول ۴. ضرایب رگرسیون و سطح معنی داری آثار فعالیت‌های زنجیره ارزش صنایع دستی در توسعه گردشگری روستایی

نام متغیر	ضرایب رگرسیون	سطح معنی داری
مصرف کننده	۰/۱۲۰	۰/۰۳۲
خرده‌فروشی	۰/۲۹۷	۰/۰۱
عمده‌فروشی و پخش	۰/۱۲۶	۰/۰۸۳
تکمیل و بسته‌بندی	-۰/۰۴۰	۰/۰۵۸۴
تولیدکننده صنایع دستی	۰/۳۶۰	۰/۰۰
تامین کننده مواد اولیه	-۰/۰۰۱	۰/۹۸
تسهیل‌گری دولت	۰/۳۳۰	۰/۰۰

منبع: (محاسبات نگارندگان)

ساختار تأثیر زنجیره ارزش صنایع دستی در توسعه گردشگری روستایی در (شکل ۵) نشان داده شده است. بارهای عاملی یا ضرایبی که در کنار هر کدام از گویه‌ها یا عملکردهای فعالین درج شده باید مقادیر بیشتر از ۰/۴ باشد، در غیر این صورت می‌توان نتیجه گرفت آن عملکرد با بقیه ارتباط مناسبی ندارد و بهتر است حذف شود. مقادیر منفی تأثیر معکوس را نشان می‌دهد. از بین آماره‌های درج شده، تقریباً همه بار عاملی بیش از ۰/۴ دارند و سؤالات، گویا و مرتبط با فرضیه است.



شکل ۵. تحلیل ساختاری آثار زنجیره ارزش صنایع دستی در توسعه گردشگری روستایی

منبع: (ترسیم نگارندگان)

نتیجه گیری

پژوهش حاضر در رابطه با جایگاه زنجیره ارزش صنایع دستی در توسعه گردشگری روستایی بوده است که با توجه به اینکه صنایع دستی ایران، نماد فرهنگ اصیل ایران و هنر استادان آن است که با تغییر موقعیت‌های جغرافیایی، طیف متنوعی از آن در ایران تولید می‌گردد و این محصولات در گذشته جزء نیازهای اولیه زندگی انسانی بوده‌اند که با گذشت زمان و صنعتی شدن جوامع و برداشتن مرزها در دهکده جهانی، امروز جای خود را به محصولات صنعتی داده‌اند و متأسفانه در ایران با وجود قدمت و تنوع صنایع دستی، عدم سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، عاملی شده است که نه تنها صنایع دستی ایران در بازارهای بین‌المللی جایگاه واقعی خود را از دست بدهد، بلکه بازارهای داخلی نیز توسط محصولات و صنایع دستی چین و هند لبریز بگردد. از این‌رو بازنگری و تحقیقات کلی صنایع دستی و تجزیه زنجیره ارزش، یکی از کوتاه‌ترین راه‌های

شناخت محصولات تولیدی صنعتگران و فاصله‌ای که با خواست‌های خریداران دارند، خواهد بود، تا بستر اطلاعاتی لازم برای مدیران و فعالان فراهم گشته و فاصله بین عرضه و تقاضای مشتری کاهش یافته و بازارهای داخلی و خارجی محصولات صنایع دستی توسعه یابد.

از آنجا که زنجیره ارزش صنایع دستی یک سیستم اقتصادی از فعالین و فعالیت‌ها است که کسب‌وکارهای مختلف در جهات افقی و عمودی به‌صورت شبکه در آن ایفای نقش می‌کنند، لذا ضعف یا قوت در هر یک از سطوح فعالین یا فعالیت‌ها، تأثیر مستقیم بر عملکرد کل زنجیره داشته و ارزش اقتصادی شبکه را کاهش یا افزایش می‌دهد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که از ۶ سطح عمودی فعالین شبکه شامل، تأمین‌کننده مواد اولیه، تولیدکننده، تکمیل‌کننده، عمده‌فروش، خرده‌فروش، مصرف‌کننده، سطح دوم یعنی تولیدکننده این زنجیره بالاترین تأثیر را در توسعه گردشگری روستایی داشته است. ذکر این نکته ضروری است، از آنجا که صنعتگران صنایع دستی این روستا در بازه سنی ۵۰ تا ۷۰ سال قرار دارند؛ اگرچه میراث دار نقوش و دانش بومی تولید صنایع دستی منطقه می‌باشند، اما عدم انتقال این دانش بومی به نسل جوان و مستعد می‌تواند به زودی کمیّت و کیفیت تولید را کاهش دهد.

در عین حال یکی از عوامل اثربخش خارجی به نام تسهیل‌گر دولتی نیز به همین میزان در توسعه گردشگری روستایی نقش مثبت و مؤثر داشته است. عملکرد تسهیل‌گری سازمان‌های دولتی مرتبط در سیاست‌گذاری، حمایت، حفظ، مدیریت یکپارچه، توانمندسازی، ایجاد مشوق‌ها، رفع موانع و... می‌تواند نقش بسزایی در توسعه ایفا نماید. برخی از این عملکردها مانند تحقیقات بازار می‌تواند در یک سطح فعالیت اجرا شود اما در کل شبکه، مؤثر و مفید واقع شود. تحقیقات بازار می‌تواند ذائقه مشتری را شناسایی و برنامه تولید را مشخص و طراحی طبق ذائقه مشتری، بازارهای جدید را توسعه دهد. از این‌رو کشورهای پیشرو مانند چین برای توسعه بازارهای صادراتی خود سالانه مبالغ قابل توجهی صرف تحقیقات بازار می‌کنند. براساس نتایج پژوهش دو سطح فعالین این زنجیره یعنی تأمین‌کننده مواد اولیه و تکمیل‌کننده (بسته‌بندی) اثرات نامطلوب و منفی بر توسعه اقتصاد گردشگری داشته و فقدان کسب‌وکارهای محلی در این دو حوزه ضعف بزرگی در شبکه به‌شمار می‌رود. ارتباطات افقی در سطح اول زنجیره ارزش یعنی تأمین‌کنندگان شامل؛ فعالیت‌های تحقیقات بازار، پژوهش هنر و نقوش بومی، طراحی صنعتی محصول، تأمین مواد اولیه، فرآوری و آماده‌سازی مواد اولیه، رنگرزی و... می‌باشد که در این روستا محصولات صنایع دستی از هم‌افزایی این کسب‌وکارهای مکمل بی‌بهره هستند.

به‌علاوه طبق نتایج، ضریب تأثیر دو سطح فعالین عمده‌فروش و خرده‌فروش مقدار اندک و کم‌ارزشی بوده که در واقعیت نیز حضور فیزیکی بازرگانان و فروشگاه‌های فیزیکی و مجازی، بازارچه‌های دائمی و محلی و شبکه‌های توزیع و پخش در منطقه کم‌رنگ می‌باشند و فروش این محصولات محدود به نمایشگاه‌های فصلی و سفارشات جزیی بوده است و لزوم بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و تجارت الکترونیک جهت توسعه بازار مشهود و ضروری است.

طبق گفته گرداننده‌های تورها، خرید صنایع دستی منحصر به فرد، معادل کشف فرهنگ طبیعی و هویت بومی بوده و هرگونه محدودیت در آن جذابیت تجارب گردشگری را کاهش می‌دهد. در روستای متکازین، گردش و سرگرمی گردشگران از طریق خرید صنایع دستی و نیز تنوع مغازه‌های صنایع دستی، به‌خوبی توسعه نیافته است و گردشگران با قیمت‌های بالا و بازارهای کوچک مواجه می‌شوند. از این‌رو حجم فروش و ارزش اقتصادی آن، برای شبکه فعالین قابل ملاحظه نیست. بنابراین تحلیل ساختار زنجیره ارزش صنایع دستی بومی و تدوین استراتژی برای شبکه فعالان و برنامه‌ریزی برای مشارکت کسب و کارهای مکمل بومی، به فعالیت شبکه جهت می‌بخشد و تنها گردشگری و صنایع دستی برنامه‌ریزی شده، اهداف توسعه را محقق می‌سازد.

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله که برگرفته از رساله دکتری هست، حامی مالی نداشته است.

منابع

- ۱) احمدی، سمیرا و موسوی، سید علی اصغر (۱۳۹۳). توسعه صنایع دستی و گردشگری روستایی و تاثیر آن بر اقتصاد روستاها مطالعه موردی روستاهای بخش کجور شهرستان نوشهر، کنفرانس بین المللی راهکارها و چالش‌ها با محوریت منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری، ۶-۸ اسفند، تبریز.
- ۲) افتخاری، عبدالرضا و اسماعیل قادری (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی نقد و تحلیل چارچوبهای نظریه ای، فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۶، شماره ۲، صص. ۴۰-۲۳.
- ۳) دانش، پایه نسا؛ حبیب، فرح و طغیانی، شیرین (۱۳۹۶). تبیین فرآیند شکل گیری حس مکان در توسعه جدید شهر، مطالعات ملی، دوره ۷۲، شماره ۴، صص. ۱۵۵-۱۳۷.
- ۴) دیوسالار، اسداله (۱۳۹۵). نقش صنایع دستی در اقتصاد گردشگری روستایی مورد روستاهای کوهپایه ای شهرستان بهشهر، فصلنامه فضا و توسعه روستایی، دوره ۵، شماره ۲، صص. ۱۷۴-۱۶۱.
- ۵) شعبانی، عاطفه (۱۳۹۲). نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری روستایی، مطالعه موردی دهستان عشرستاق بهشهر، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی ساری، صص. ۱۵۰-۸۵.
- ۶) شعبانی، فاطمه؛ سجادی، ژیل و توکلی نیا، جمیله (۱۳۹۹). زوال هویت در گسترش و پراکنده روستای شهر، مطالعات ملی، شماره ۸۳، صص. ۱۲۲-۱۰۶.
- ۷) فرجام، زینب؛ صادقی پور، احمد و ارسطو، بهروز (۱۳۹۷). تحلیل صنایع دستی بومی در توسعه گردشگری روستایی، دو فصلنامه علمی پژوهشی هنر، دانشگاه هنر اصفهان، دوره ۸، شماره ۱۶، صص. ۶۲-۵۳.
- ۸) کریمیان، حسن و عبدالکریم عطارزاده (۱۳۹۰). نقش انقلاب صنعتی در تحولات صنایع دستی ایران، مطالعات تاریخ اسلام، دوره ۳، شماره ۱۲، صص. ۱۱۸-۱۰۰.
- ۹) مرشدی، فاطمه و خواجه منصوری، حسن و سارانی، مجید (۱۳۹۲). جایگاه و نقش صنایع دستی در جذب گردشگری، اولین همایش ملی گردشگری و جغرافیا و محیط زیست پایدار، ۳۰ آبان همدان.
- ۱۰) میرزایی، رحمت (۱۳۸۸). تاثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه، فصلنامه روستا و توسعه، دوره ۱۲، شماره ۴۲، صص. ۷۶-۴۹.
- ۱۱) میرکتولی، جعفر و راضیه مصدق (۱۳۸۹). بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی مورد دهستان استرآباد جنوبی شهرستان گرگان، مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، دوره ۲، شماره ۷، صص. ۱۵۴-۱۳۷.
- 12) Ahmadi, S. & Mousavi, A. (2013). development of handicrafts and rural tourism and its impact on rural economy, a case study of villages in Kajor district of Nowshahr city, international conference on solutions and challenges focusing on natural resources, environment and tourism, 6-8 March. [persian].
- 13) Bendixen, M., Bukasa, K.A. & Abratt, R. (2004). Brand equity in the business-to-business market. Ind. Mark. Manag. N0.33, pp. 371-380.
- 14) Castañeda, Q.E., (1998).. In the Museum of Maya Culture: Touring Chichén Itzá, reviewed by Andrew Sackett. Hisp. Am. Hist. Rev.No. 78, pp. 348-349.
- 15) Commission, U.N.W.T. (2007). Tourism Highlights. Edition.

- 16) Eftekhari, A and Qadri, I. (2012). The role of rural tourism in rural development, criticism and analysis of theoretical frameworks, *Fasnameh Modares Humanities*, 6th period, Vol. 13, No. 2, pp. 23-40. [persian].
- 17) Danesh, Paye N, Habib, F; Taghiani, Sh (2016). Explaining the process of forming a sense of place in the new development of the city, *National Studies*, Vol. 9, No. 72, pp. 137-155. [persian].
- 18) Devsalar, E, (2016). Handicrafts in the economy of rural tourism in the case of the foothill villages of Behshahr city, *Space and Rural Development Quarterly*, Vol. 5, No 2, pp. 161-174. [persian].
- 19) Dahdahjani, J. (2019). The role of training in the development of Iranian craftsmanship entrepreneurship. *Islam. Art Stud.* No. 15, pp. 148-163.
- 20) Deller, S. (2010). Rural poverty, tourism and spatial heterogeneity. *Ann. Tour. Res.* No. 37, pp. 180-205.
- 21) Ebrahimi Dehkordi, A. (2019). Evaluation of tourism economy in Mazandaran villages (Case study: Upper Natelkenar Olia village in the central part of Noor city). *Geogr. J. Tour. Sp.* No. 8, pp. 19-31.
- 22) Farjam, Z., Sadeghipour, A. & Varasto, B. (2017). Analysis of local handicrafts in the development of rural tourism, *Bi-Quarterly Scientific Research Journal of Art*, Isfahan University of Arts, Vol. 8, No. 16, pp. 53-62. [persian].
- 23) Ghadiri Masoum, M., HatamiFar, P. & SeyedMahdi, T. (2016). Rural tourism supply chain evaluation, *Mesr rural. Tour. Manag. Stud. J.* No. 11, pp. 41-62.
- 24) HasanNejad, M. & HakimDust, S. (2014). Strategies for the development of nature tourism in the Javaherdeh area. *J. Geogr. Educ. Growth* 10, pp. 24-36.
- 25) Hemmati, M. (2014). Economic effects of tourism development on the flourishing of Iranian handicrafts. Allameh Tabataba'i University.
- 26) Jamal, T., Robinson, M., 2009. *The SAGE handbook of tourism studies*. Sage Publications.
- 27) John, S. (2014). A Study on the Role of Tourism in Promoting Arts and Crafts-A Case Study on Channapatna Toys, in: *Proceedings of the Second International Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences*. pp. 11-13.
- 28) Low, J., (2000). The value creation index. *J. Intellect. Cap.*
- 29) Mahdian Brujeni, M. & Ahmadvand, M. (2012). Investigating the capabilities and bottlenecks of rural tourism development using the SWOT model: a case study of Dena region, in: *National Conference on Rural Development*. civilica, Rasht.
- 30) Karimian, H. & Abdul, K. (2013). The role of the industrial revolution in the evolution of handicrafts in Iran, *Islamic history studies*, Vol. 9, No. 3, pp. 118-100. [persian].
- 31) Morshidi, F., Khajeh Mansouri, H. & Vesarani, M. (2012). The position and role of handicrafts in attracting tourism, the first national conference on tourism, geography and sustainable environment, Vol. 1, No. 3, pp. 25-39. [persian].
- 32) Mirzaei, R, (2008) The impact of rural tourism development on employment in Oramanat region of Kermanshah, *Village and Development Quarterly* Vol 12, No3, pp. 76-49. [persian].
- 33) Mirkkoli, J. & Razieh, M. (2009). Investigating the situation of rural tourism and its role in the development of handicrafts in the case of Southern Estrabad district of Gorgan city, *Urban and regional studies and researches*, Vol. 2, No. 7, pp. 137-154. [persian].
- 34) Medina, L.K. (2003). Commoditizing culture: Tourism and Maya identity. *Ann. Tour. Res.* No. 30, pp. 353-368.
- 35) Metkazin Village [WWW Document] (2021). Broadcast. Iran. URL http://mazandaran.irib.ir/~metkazin_village.
- 36) Mousavi, M., Aftab, A., Majnuni, A. & Nirumande Shishvan, S. (2019). Rural tourism

- development with emphasis on infrastructure investment priorities. Case study: East Azarbaijan province. *Geogr. Plan. Sp. Q. J.* No. 9, pp. 39–54.
- 37) Normann, R. & Ramirez, R. (1993). From value chain to value constellation: Designing interactive strategy. *Harv. Bus. Rev.* No. 71, pp. 65–77.
- 38) Norušis, M.J., 1991. *The SPSS guide to data analysis for SPSS/PC+*. SPSS Inc.
- 39) Rahmatnia, E., Shirani, S. & Ahmadi, Z. (2013). Evaluation of tourism capabilities and potentials of Bazman region of Sistan and Baluchestan province using strategic model (SOWT), in: *Fourth Regional Conference on Challenges and Strategies for Development in Deprived Areas*. Islamic Azad University, Kahnuj.
- 40) Redfield, R. (1941). *The folk culture of Yucatan*.
- 41) Rezaei, M., Ghanbari, S., Doostomogadam, H. & Poesh, Z., (2018a). Investigating and assessing the capabilities and bottlenecks of rural tourism development (case study: Khashan city). *Geogr. Hum. Relationships*, No.1, pp. 1178–1202.
- 42) Rezaei, M., Ghanbari, S., Dusti Moghadam, H., Puyesh, Z. & Dusti Moghadam, M. (2018b). Investigating and evaluating the capabilities and bottlenecks of rural tourism development (Case study: Khash city). *J. Geogr. Hum. Relations*, No.1, pp. 1178–1202.
- 43) Roberts, L. & Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation: Principles to practice*. CABI.
- 44) Roostika, R., Wahyuningsih, T. & Haryono, S. (2015). The impacts of external competitiveness factors in the handicrafts industry. *Polish J. Manag. Stud.* 12, pp.166–176.
- 45) Shabani, A. (2012). *The role of handicrafts in the development of rural tourism, a case study of Asherstaq Behshahr village*, Sari Islamic Azad University master's thesis, pp. 150-85. [persian].
- 46) Shabani, F., Sajjadi, J. & Tavakolnia, J. (2019). Deterioration of identity in the expansion and dispersion of the city, *National Studies*, Vol. 15, No. 83, pp. 106-122. [persian]
- 47) Taherpourmansour, M. & Salehi, S. (2020). Analysis of social reasons for the destruction of rural water resources (Case study: rural areas of Mazandaran). *Hum. Geogr. Res.*
- 48) The International Trade center, (2010). *Inclusive Tourism: Linking the Handifraft Sector to Tourim Market* [WWW Document]. ITC. URL <https://www.intracen.org/>
- 49) Urry, J., Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Sage.
- 50) Walmsley, D.J. (2003). Rural tourism: A case of lifestyle-led opportunities. *Aust. Geogr.* No. 34, pp. 61–72.
- 51) Woods, M. (2004). *Rural geography: Processes, responses and experiences in rural restructuring*. Sage.
- 52) Yang, S., Huang, G.Q., Song, H., & Liang, L. (2009). Game-theoretic approach to competition dynamics in tourism supply chains. *J. Travel Res.* No. 47, pp. 425–439
- 53) Yavari, H. (2011). *Recognition of Iranian handicrafts*. Mehkame, Tehran.
- 54) Yavari, H. & NoorMah, F. (2005). *An Attitude Towards World Craft Developments*, 2nd ed. Sureh Mehr, Tehran.
- 55) Zhang, X., Song, H. & Huang, G.Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tour. Manag.* No.30, PP. 345–358.
- 56) Ziaee, M., Mahmoudzade, S.M. & Shahi, T. (2017). Prioritization of factors influencing on implementing green supply chain management in tourism industry. *Geogr. Dev. Iran.* No. 15, pp. 19–34.