

مقاله پژوهشی

استراتژی، راهبردها، چالش‌ها و پیامدهای صنایع دستی مبتنی بر توسعه گردشگری با استفاده از روش داده‌بنیاد*

عباس قنبری^۱، فاطمه عزیزآبادی فراهانی^{۲*}، علی اکبر رضایی^۳، سید رضا صالحی امیری^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

۲. استادیار، گروه مدیریت امور فرهنگی، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

۳. استادیار، گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

۴. استادیار، گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۵ تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۴۰۲/۰۸/۰۱

چکیده هنر صنایع دستی دارای ارزش‌های معنوی و مادی بسیار زیادی است که یکی از مؤلفه‌های مهم گردشگری فرهنگی است. در جامعه‌ای که هنر یکی از راه‌های گسترش توسعه فرهنگی و اقتصادی است به یقین آن جامعه در مسیر رشد و بالندگی قرار دارد. کشور ما با داشتن صنایع دستی متنوع و با کیفیت می‌تواند در زمره کشورهای پیشستاز صنعت گردشگری قرار گیرد که البته با چالش‌هایی نیز مواجه است. این مقاله با هدف شناخت استراتژی‌ها و پیامدهای صنایع دستی در گسترش صنعت گردشگری فرهنگی با روش داده‌بنیاد و با تکنیک مصاحبه باز و عمیق و مطالعه مقالات و اسناد مرتبط انجام شده است. پژوهش طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و انتخابی با استفاده از نرم افزار تحلیل داده‌ها (MAXQDA) به تحلیل پرداخته است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد تنوع محصولات فرهنگی و هنری در کشور می‌تواند کمک شایانی به اقتصاد بدون نفت باشد. اگر صادرات صنایع دستی در دستور کار قرار گیرد پرسود خواهد بود و نکته حائز اهمیت اینجاست که این صنعت با گردشگری رابطه دیالکتیکی دارد و صنایع دستی بخش مهمی از صنعت گردشگری بوده و ارتباط تنگاتنگی با آن دارد. خروجی مدل نشان داد که مشارکت روستائیان، هنرمندان و صنعت کاران فرهنگی تا حدود زیادی به حمایت دولت وابسته است. مثلاً واردات تجهیزات کارگاهی جدید و متنوع، نیازمند تسهیلات بانکی و پولی است که حمایت سازمان‌های فرهنگی دولتی و نیمه‌دولتی را می‌طلبد. همچنین وجود یک سامانه جامع و تارنمای تخصصی حوزه صنایع دستی از نیازهای مهم این حوزه است که موجب تولید ثروت فرهنگی و رشد اقتصاد هنر و رفع بیکاری در کشور خواهد بود. پیامدهای توسعه صنایع دستی موجب توسعه اقتصاد فرهنگ، تقویت غرور ملی و رشد ناخالص ملی خواهد بود.

واژگان کلیدی فرهنگ، صنایع فرهنگی، گردشگری فرهنگی، گراند تئوری.

و فرهنگ یک ملت است و آمیختگی زیادی با تاریخ، سنت، محیط جغرافیایی و نیازهای مصرفی مردم دارد (ثربایی و عطف، ۱۳۹۳، ۲۰). صنایع دستی یعنی ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، یعنی ارزآوری (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵، ۱۲۳). امروزه برای ارتقای سطح زندگی مردم و تحرک اقتصاد پیدا کردن یک جایگزین برای استفاده از منابع بومی و محلی امری اجتناب‌ناپذیر است (Black & Cobbinah, 2018, 81) صنایع دستی یکی از عوامل مهم در تولید ناخالص داخلی و ایجاد

مقدمه دانش صنایع دستی نقطه قوت هنر است (Niedderer & Townsend, 2015). صنایع دستی فرصتی عالی برای غنای فرهنگ و حفظ میراث فرهنگی است (Csapo, 2012) و یکی از کهن‌ترین و پرسابقه‌ترین دستاوردها (مرادزاده، یعقوبی، ژیل، ۱۴۰۰) و بیانگر هنر، ذوق

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری «عباس قنبری» با عنوان «نقش محصولات حوزه دانش‌بنیان صنایع دستی در گسترش صنعت توریسم با روش داده‌بنیاد» است که با راهنمایی دکتر «فاطمه فراهانی و علی اکبر رضایی» و مشاوره دکتر «سید رضا صالحی امیری» در دانشکده «اقتصاد و مدیریت» دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات در حال انجام است.

* نویسنده مسئول: ۰۹۱۲۲۷۰۳۰۵۷، f_farahany@yahoo.com

رشد و توسعه آن باید اهتمام ورزید. شهریار، اطهری و امینی (۱۴۰۱) بررسی تأثیر برجام بر توسعه صنایع دستی معاصر به نقش تحولات بین‌المللی و اثر آن بر صنایع دستی پرداخته‌اند. شعبانی و همکاران (۱۴۰۱) جایگاه صنایع دستی در توسعه گردشگری مازندران را بررسی کرده‌اند و لزوم فناوری‌های نوین را در بازار خاطر نشان می‌کنند. انصاری و کوپال (۱۴۰۱) معتقدند بررسی عوامل مؤثر بر حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه جهانی می‌تواند به همبستگی میان صنعتگران و نیز اشاعه فرهنگی انجامد. رضایی، کریمی و ابراهیم‌پور (۱۴۰۰) راهبردها و علل و چالش‌های توسعه فرهنگی با رویکرد توسعه گردشگری را بررسی کرده و به نقش توسعه فرهنگی و کمک به توسعه اقتصادی و فرهنگی پرداخته و ادعا می‌کنند که با شناخت ظرفیت‌ها و تدوین استراتژی دقیق و شناخت چالش‌های آن می‌توان در توسعه فرهنگی و توسعه گردشگری پیشگام بود. بهرامی (۱۳۹۹) با بررسی نقش صنایع روستایی بر توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی جامعه روستایی بین توسعه صنایع روستایی و توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی خانوارهای روستایی رابطه معناداری قائل می‌شود و توسعه صنایع دستی را موجب افزایش سطح درآمد، اشتغال‌زایی و کاهش سطح بیکاری در روستاهای مورد نظر می‌داند (بهرامی، ۱۳۹۹، ۸۲). امینی و مزروعی (۱۳۹۸) مفهوم‌سازی مدل کسب و کار گردشگری در صنایع دستی اصفهان را پتانسیل بالای کشور در زمینه صنایع دستی می‌دانند و معتقدند شهر اصفهان در جذب توریست موفق بوده و جایگاه مهم این شهر همچنین نیروهای متخصص و ماهر ضرورت توجه به این بخش را یادآور می‌شوند و مزیت آن را با فروش در بازارهای داخلی و خارجی ضروری می‌دانند. وزین و زمانی (۱۳۹۸) به عوامل مؤثر بر رفتار صنایع دستی بین گردشگران خارجی و داخلی و اهمیت خرید سوغاتی می‌پردازند و دو عامل مهم کیفیت و اصالت را عوامل مؤثر بر خرید گردشگران می‌دانند که البته حمل آسان و ارزش کابردی برای گردشگران خارجی مهم‌تر بوده است (وزین و زمانی، ۱۳۹۸، ۷۳). موسوی، غفوریان، سرشومی و سپهوند (۱۳۹۷) به توسعه صنایع دستی از طریق برندسازی در شهر اصفهان پرداخته و به پتانسیل بالای اصفهان در صنایع دستی اشاره دارند و سال ۱۳۹۴ انتخاب این شهر به عنوان شهر صنایع دستی گواه این مسئله است و دو عامل کیفیت و قیمت را از ویژگی‌های تعیین‌کننده خرید صنایع دستی شهر اصفهان عنوان می‌کنند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۷، ۲۲۷). طغریایی و رضوانی، (۱۳۹۵) به مطالعه نهادی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری که به توسعه فرهنگی و اقتصادی و نقش آن در معماری و شهرسازی اشاره دارند که این امر موجب سرمایه‌گذاری و سودآوری اقتصادی می‌شود و در پایان یک تصور کلی از وضعیت نهادهای مربوط به

اشتغال کشور است (وظیفه‌دوست، ۱۳۹۳) و تأثیر بسزایی در اقتصاد کشور دارد (انصاری و کوپال، ۱۴۰۱، ۵۲). برای حضور در بازارهای جهانی صرفاً کیفیت صنایع دستی نباید مدنظر باشد باید به نام (Bendixen, Bukasa & Abratt, 2004) و همچنین برند آن توجه داشت تا جایگاه اقتصادی صنایع دستی ارتقا پیدا کند (John, 2014). برند و نام امروزه جزئی از موفقیت در تجارت است (Kotler, 2012) و فرهنگ‌سازی در صنایع دستی می‌تواند پیشرفت‌های چشمگیر اقتصادی به همراه داشته باشد (انصاری و خلیلی، ۱۴۰۰، ۵۳). آنچه امروزه در صنایع دستی در دسترس است یادگار گذشتگان در قالب گنجینه‌های ارزشمند تاریخی است که شایسته زنده نگه داشتن می‌باشیم (شایسته‌فر، ۱۳۹۳، ۹۳). کشور ایران به دلیل مأنوس بودن با هنر صنایع دستی، جزو چند کشور دارای بیشترین تنوع محصولات صنایع دستی و پتانسیل بالای گردشگری در جهان است که می‌تواند نقش بسزایی را در حوزه اقتصاد فرهنگ، صنعت گردشگری و جذب توریسم ایفا کند (همان، ۱۰۶). عدم آشنایی گردشگران با صنایع دستی مناطق مختلف از چالش‌های توسعه گردشگری (شعبانی، محمدی و مهدوی حاجی‌لویی، ۱۴۰۱، ۱۵۶) بوده و ترویج و توسعه صنایع دستی باعث ارتقاء سطح زندگی (John, 2014) می‌شود و گزینه‌های توسعه اقتصادی نباید محدود باشد (Nair & Whitelaw, 2015). صنایع دستی ایران دارای تنوع و کثرت (یاوری، ۱۴۰۱، ۱۴) و در زمره کشورهای پیش‌تاز در جهان قرار دارد که عامل مهمی در جذب گردشگران به شمار می‌رود (همان، ۶۴-۶۶). تولید صنایع دستی، رونق اقتصادی، گسترش جذب صنعت توریسم و اشاعه فرهنگی را به دنبال خواهد داشت و توسعه گردشگری به عنوان یک پدیده فرهنگی موجب می‌شود که فرصت کافی برای تبادل و اشاعه فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان به وجود آید (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۲، ۸۸). علاوه بر صادرات کالاها، فرهنگی، صنایع دستی نقش مهمی در اقتصاد گردشگری بازی می‌کند که منجر به کسب‌وکار خانوادگی در مناطق مختلف کشور می‌شود (شعبانی و همکاران، ۱۴۰۱، ۱۶۰). بر همین اساس هدف این مقاله بررسی اهمیت صنایع دستی در صنعت گردشگری و اثرات آن بر این حوزه است و به تحلیل استراتژی و پیامدهای صنایع دستی و صنایع فرهنگی در صنعت گردشگری پرداخته که با مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته با ۲۸ نفر از متخصصان و ذی‌نفعان این حوزه با روش داده‌بنیاد انجام گرفت است.

پیشینه پژوهش

هوشیار (۱۴۰۱) با بازتعریف صنایع دستی معاصر ایران با رویکرد آینده‌پژوهی معتقد است که صنایع دستی برای حفظ و تداوم زیست بشری همواره در خدمت انسان بوده و برای

وزارت‌خانه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری تحت عنوان توریسم و صنایع دستی ترسیم می‌کنند.

مبانی نظری

• صنایع دستی و دست‌آفریده‌ها

صنایع دستی یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد جهانی است و ریشه عمیقی در اعتقادات و رسوم و فرهنگ جامعه دارد (گندمانی، صادقی و باصری ۱۴۰۰، ۷-۸). فراورده‌های هنری و خلاق دست‌ساخته با مواد اولیه طبیعی و مرغوب که ریشه در آداب و سنن آن منطقه داشته باشد (تقی‌بیگی، موسوی مطلوب و میرک‌زاده، ۱۳۹۱). هر استان و هر منطقه به اقتضای ذخایر طبیعی و خصیصه‌های جغرافیایی و استعدادهای صنعتی و ذوق هنری دارای دست‌آفریده‌ها و فراورده‌هایی است که در مواردی شهرت آن منطقه یا استان به آنهاست و بخشی از هویت آن منطقه را شکل می‌دهد. البته باید به این نکته توجه داشت که تکنولوژی مدرن و صنایع ماشینی جدید و تولید انبوه خواه ناخواه رونق صنایع دستی را به‌عنوان کالای تجاری از بین می‌برد. تولید انبوه کارخانه‌ای در یک روز بیش از تولید سالانه صنایع دستی در یک منطقه دیگر در کشور است که بدون شک بازار مصرف روزمره مردم را قبضه می‌کند. دیگر بازرگانان زمان سعدی نیستند که گوگرد پارسی را به چین و کاسه چینی را به روم و دیبای رومی را به هند و پولاد هندی را به حلب و آبگینه حلبی را به یمن و برد (سنگ) یمانی را به پارس ببرند زیرا به خوبی می‌دانند که قیمت زیادی ندارد (روح الامینی، ۱۴۰۰، ۱۵۴-۱۵۵).

• تعریف صنایع دستی

به مجموعه‌ای از تولیدات محصولات و هنرهای کاربردی و معیشتی تاریخ، فرهنگ و تمدن بشری می‌گویند که علاوه بر رفع نیازهای اقتصادی بخشی از باورها، آداب، رسوم و فرهنگ بومی آن منطقه را به همراه داشته باشد (هوشیار، ۱۴۰۱). صنایع دستی از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی هر منطقه است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۷، ۲۲۷) و به تمامی هنرهای تزیینی و کاربردی اطلاق (گندمانی و همکاران، ۱۴۰۱، ۹) می‌شود و از شاخص‌های هویتی و فرهنگی هر جامعه به شمار می‌رود (آرمان، آل علی و ذاکرین، ۱۴۰۰، ۱۵۰). صنایع دستی هم جنبه کاربردی دارد و هم جنبه زیبایی‌شناسانه (میرنسل، ۱۳۸۸). از نظر یونسکو مصنوعات صنایع دستی تلقی می‌شوند که کاملاً با دست یا به کمک ابزار دستی ساخته شده باشند. دخالت ابزارهای ماشینی در تولید مصنوعات دستی تا آنجا پذیرفته است که حضور مستقیم دست یا نیروی انسانی را در تولیدات مربوطه نفی نکند. در صنایع دستی باید از مواد اولیه طبیعی استفاده شود و به تعداد نامحدود قابلیت تولید داشته باشد. این قبیل مصنوعات باید زیبا، ابتکاری، هنری یا مصرفی

بوده و ضمن توصیف مفاهیم فرهنگی-هنری دارای جنبه‌های تزیینی، سنتی، مذهبی، اجتماعی یا سمبل‌های معنی‌دارو پرمفهوم باشند (حاجی‌پور شوشتری، ۱۳۸۶، ۱۶۵)؛ (جدول ۱).

• اهمیت صنایع دستی در گردشگری

در دوران کنونی جامعه ما باید در مسیری حرکت کند که توسعه پایدار و توسعه پایدار همه‌جانبه، در رأس همه سیاست‌ها و برنامه‌هایش باشد (غفاری، یونسی و رفیعی، ۱۳۹۵). دستیابی به این اهداف متعالی و خط‌مشی توسعه، در گرو بهره‌گیری، یادگیری و استفاده از علوم، فنون و تکنولوژی‌های جدید و فناوری‌های نوین است (پورعزت، کیانی و پورعزت، ۱۳۹۴). فعالیت‌های هنری، به‌مثابه یکی از پرجاذبه‌ترین پدیده‌های زندگی و متعالی‌ترین و کامل‌ترین شیوه بیان می‌تواند آنان را به سوی فضیلت و کمال سوق دهد که با دو مقوله مهم و اساسی یعنی صنعت فرهنگی و اقتصاد هنر پیوند و ارتباط دارد (ایمانی خوشخو، ۱۳۸۸، ۷۸). صنعت گردشگری امروزه در زمره پرسودترین تجارت‌ها در دنیا به شمار می‌رود و تجارت، صنعت فرهنگی و اقتصاد هنر بخش قابل توجهی از این تجارت پرسود به حساب می‌آید. از آنجاکه هر استان در کشور صنایع دستی مخصوص خود را دارد، این تکثر فرهنگی و هنری با حمایت دولت می‌تواند نقش بسزایی را در رفع بیکاری و توسعه ناخالص داخلی ایفا کند. از دلایل مهم در توجیه جنبه‌های مثبت صنایع دستی اهمیت این هنرها در رفع بیکاری است که این منابع درآمدی از گردشگری پایدار بر سه حوزه اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی اثر مستقیم دارد (انصاری و خلیلی، ۱۴۰۰). امروزه با امکانات گسترده‌ای که در زمینه فروش داخلی و صدور صنایع دستی به کشورهای خارجی وجود دارد، می‌توان برای نیروی مازاد در بخش کشاورزی، شغل و درآمد ایجاد و از مهاجرت بی‌رویه به شهرها جلوگیری کرد. از آنجاکه تولید صنایع دستی اساساً متکی به صنایع داخلی است، از این رو به طور معمول بیش از ۹۰ درصد ارزش داده‌ها در این رشته که به‌طور عمده شامل نیروی کار، مواد اولیه مصرفی و ابزار و وسایل کار، در داخل کشور قابل فراهم‌شدن است و طبعاً هرگونه افزایش در میزان تولید و فروش فراورده‌های دستی اثر مستقیمی در رشد تولید ناخالص ملی (G. N. P) دارد (هاتفی، ۱۳۸۸، ۷۶-۷۷).

• نقش صنایع فرهنگی در توسعه عمومی

موضوع فرهنگ و صنایع فرهنگی نیازمند برنامه‌ریزی بلند مدت است (شادالویی، ۱۳۹۸). تبیین نقش صنایع فرهنگی، مستلزم درکی جامع و کامل از اهمیت فرهنگ است (تصویر ۱)؛ (صالحی امیری، ۱۳۹۶). در توسعه عمومی کشور به خصوص در میان نخبگان موضوعاتی مانند فرهنگ و صنایع فرهنگی یک راهبرد به شمار می‌رود (کروبی، ۱۳۹۵). در دنیای واقعی وقتی صنایع فرهنگی شکل می‌گیرد که یک بازاری برای کالای فرهنگی وجود

مؤلفه‌ها	ابعاد
ارزش افزوده فعالیت‌های اقتصادی در GDP اشتغال بخش فرهنگی بودجه و هزینه‌های انجام‌شده فرهنگی	اقتصادی
آموزش فراگیر برای همگان تنوع و خلاقیت فرهنگی در دو سال اول دبیرستان تعلیم افراد متخصص در حوزه فرهنگ	آموزش
حفظ و نگهداری از میراث فرهنگی، ارزش میراث فرهنگی	میراث فرهنگی
آزادی بیان دسترسی و استفاده از اینترنت و تنوع رسانه‌ها	ارتباطات
چارچوب‌های استاندارد شده برای فرهنگ چارچوب‌های نهادی و سیاسی برای فرهنگ توزیع فراساختارهای فرهنگی مشارکت اجتماعی مدنی در حاکمیت فرهنگی	حاکمیت و نهادها
مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی اعتماد آزادی تعیین سرنوشت	مشارکت اجتماعی
سطوح برابری جنسیتی درک از برابری جنسیتی	برابری جنسیتی

وضعیت کنونی فرهنگ ما را متأثر از سه فرهنگ ملی یا ایرانی، غربی و دینی یا اسلامی می‌داند و معتقد است که ضمن حفظ هویت ملی و دینی، هویت سوم ما در شناخت و ارتباط با فرهنگ غربی است. از نظر او ما با فرهنگ غربی بیش از یک قرن و نیم است که آشنا شده ایم؛ علم و فلسفه و ارزش‌های غربی به همراه نهادهای سیاسی، تکنولوژی و ... آنها در میان ما راه پیدا کرده و به خانه‌های ما نیز رسیده و در ذهن و عین ما نیز اثر گذاشته است (رضایی، کریمی و ابراهیم‌پور، ۱۴۰۰، ۵۲).

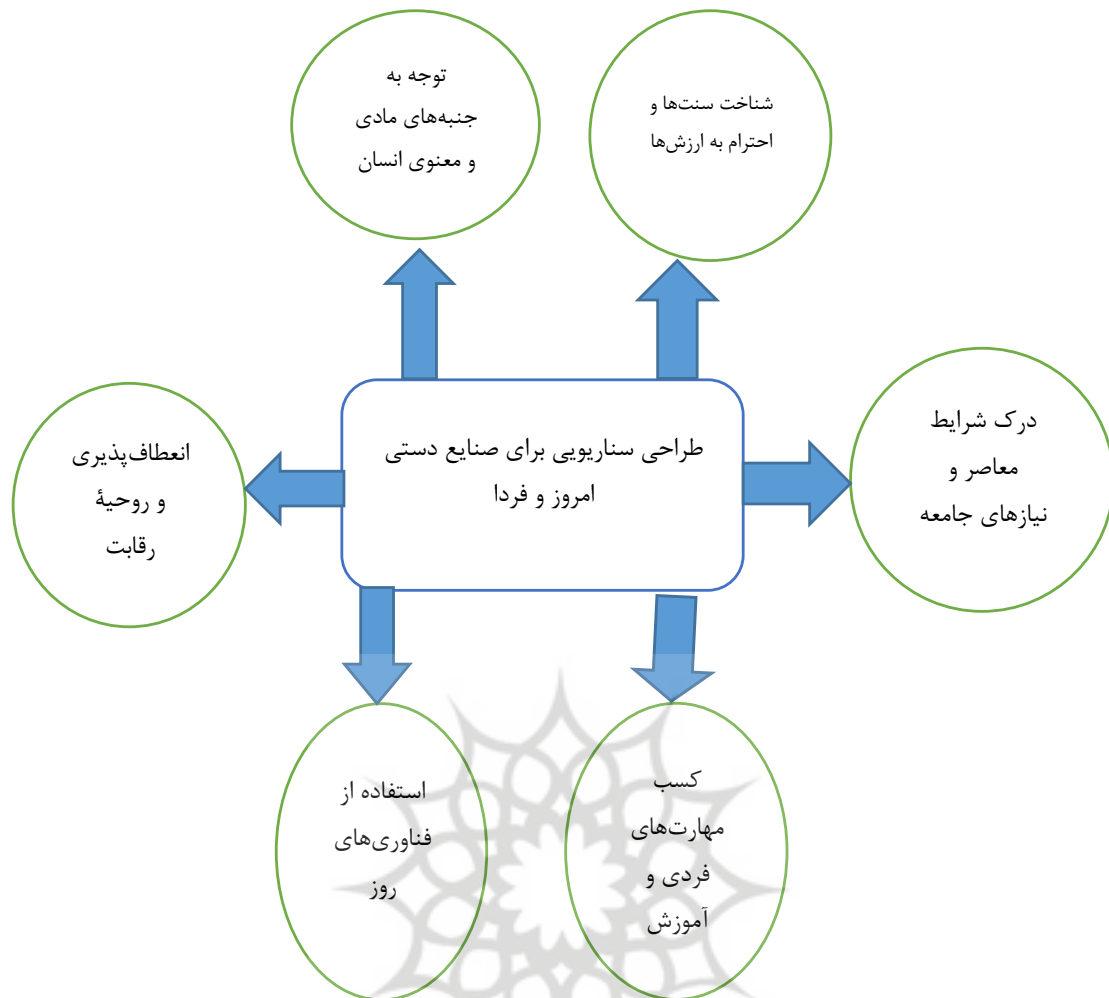
• لزوم رونق اقتصادی در صنایع دستی و گردشگری

گردشگری محرک حیاتی اقتصاد (وحیدزادگان و زنگی‌آبادی، ۱۳۹۹) و مزیت رقابتی بالایی را در مناطق هدف و مقاصد خود دارد (Isa, Ariyanto & Kiumarsi, 2020) صنایع دستی به صاحبان سرمایه‌گذاری خصوصی نیازمند است (شایسته‌فر، ۱۳۹۳) و باید ظرفیت پذیرش و آفرینش آثاری متفاوت را داشته باشد که بتواند روی هر یک از این آثار سرمایه‌گذاری کرده و تولید و بازاریابی و صادرات آن را فراهم کند (دلیر، ۱۳۸۳). هنر صنایع دستی بخش مهمی از اقتصاد گردشگری را به خود اختصاص می‌دهد. سازمان‌های تجاری و سیاست‌گذاران تجارت ملی می‌توانند با اقداماتی، هنرمندان را شناسایی و واحدهای کوچک تولیدکننده (دانش بنیان) را به آنها بسپارند تا این شیوه به خصوصی‌سازی صنایع دستی بینجامد (شایسته‌فر، ۱۳۹۳، ۱۱۷). البته در کشور ما تولیدات صنایع دستی علی‌رغم تنوع و کیفیت بالای استانداردهای جهانی با چالش‌های جدی مواجه است (کریمی، چپچیان و کلانتری، ۱۳۹۰) که بسیاری از مؤلفه‌های موجود در

داشته باشد (کمال‌آبادی، ۱۳۸۸). این بازار باید تقاضایش معطوف به داخل باشد. تقاضا وقتی معطوف به داخل باشد تحولی در درون فرهنگ خانواده‌ها ایجاد می‌شود. این اتفاق زمانی رخ می‌دهد که نهادهای اصلی فرهنگ‌ساز (صداوسیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، آموزش و پرورش، آموزش عالی، شهرداری‌ها و ...) به رسالت خود عمل کنند و ارتباط معناداری بین مردم و صنایع فرهنگی شکل بگیرد. در آن زمان می‌توان گفت جامعه پتانسل آن را دارد که بتواند صنایع فرهنگی (صنایع دستی) خود را در بازارهای بین‌المللی نیز عرضه نماید که خروجی آن به اضافه درآمد اقتصادی به اشاعه فرهنگی نیز ختم می‌شود. در اینجا است که نقش دولت‌ها مهم می‌شود تا به تقاضاها پاسخ بدهند (بنیانیان، ۱۳۸۸، ۴-۶).

• صنعت فرهنگ

اصطلاح صنعت فرهنگ را نخستین بار آدرنو و هورکهایمر دو نفر از مشهورترین و مهم‌ترین افراد مکتب فرانکفورت به کار گرفتند. به نظر آنان خصوصیات فرهنگ آن روزگاران، جنبه صنعتی آن است که از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود. این فرهنگ در کشورهای صنعتی شکل گرفت و سپس به دیگر قاره‌ها و جهان تسری پیدا کرد. به قول آگوستین ژیزار محقق فرانسوی در طول سی سال گذشته، گویی بیش از صد سال گذشته و سیمای زندگی فرهنگی مردم جهان دچار دگرگونی بنیادی شده است. توسعه صنعت توریسم و جهانگردی را به نوعی می‌توان تحمیل صنعت فرهنگی نامید. این صنعت عمدتاً در اختیار کشورهای پیشرفته صنعتی و غربی است. عبدالکریم سروش در ارتباط با فرهنگ غرب



تصویر ۱. عوامل مورد نظر در طراحی سناریوی صنایع دستی معاصر ایران. مأخذ: هوشیار، ۱۴۰۱، ۲۷.

فراهم می‌نماید (نوربخش و اکبری‌پور سراسکانرود، ۱۳۸۹، ۲۶-۲۷). ویژگی‌های گردشگری و شغل‌های مرتبط با آن موجب شده است گردشگری در اقتصاد محلی، نقش حمایت‌کننده‌ای داشته باشد و نقش اصلی را در اقتصاد محلی بازی کند (همان، ۲۸).

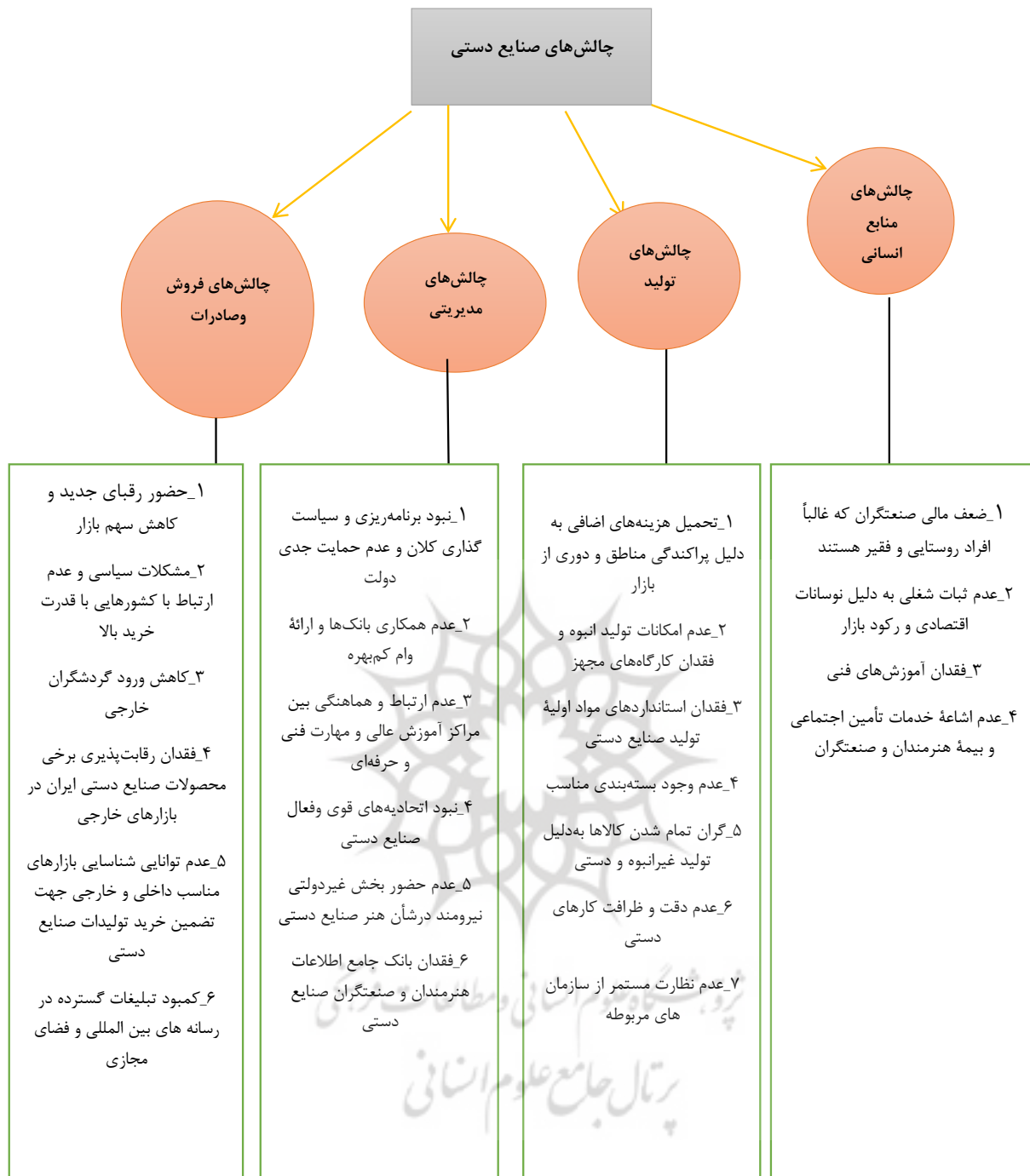
روش پژوهش

این پژوهش کیفی بوده و با روش گراند تئوری استراوس و کوربین انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش، ذی‌نفعان، عوامل اجرایی، مدیران، صاحب‌نظران در رشته‌های صنایع دستی و میراث فرهنگی و متخصصان حوزه‌های مختلف هنری است. از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی تا رسیدن به اشباع نظری در مصاحبه‌ها استفاده شد. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و عمیق از ۲۸ نفر گرفته شد (جدول ۲). در کدگذاری باز تعداد ۳۸۴ مفهوم استخراج شد که سطر به سطر جدا شدند. در مرحله کدگذاری محوری این مفاهیم دسته‌بندی شدند و بر اساس شباهت معنایی به صورت مقولات محوری کدبندی شدند که از نرم‌افزار تحلیل کیفی داده‌ها (MAXQDA) استفاده شد.

تصویر ۲ توسط مصاحبه‌شوندگان هم تکرار شد و بسیار تأکید داشتند که چالش‌های موجود باعث کندي در صنایع دستی به معنای عام شده است.

• ویژگی‌های مثبت مشاغل مستقیم در حوزه گردشگری

گردشگری موجب رونق اقتصاد، فرهنگ و محصولات کاربردی و معیشتی می‌شود و علاوه بر رفع نیازهای مادی فرهنگ را هم تحت تأثیر قرار می‌دهد (هوشیار، ۱۴۰۱، ۲۰). یکی از راهبردهای مهم در میان کشورها گسترش توریسم در مناطق کم‌برخوردار است که پتانسیل‌های زیادی برای گسترش توریسم دارند که موجب اشتغال در میان خانوارها می‌شود (معمدی فخار، زرین و مافی، ۱۴۰۰، ۷۴). اکثر مشاغل مربوط به حوزه گردشگری به نسبت آسان هستند، این مشاغل به مهارت و آموزش زیادی نیاز ندارند (مهدوی، ۱۳۸۵) و بیش از سرمایه، نیازمند نیروی انسانی هستند (Richards & Wilson, 2007). شغل‌های وابسته به گردشگری نیاز به سرمایه اولیه زیادی نسبت به دیگر بخش‌های اقتصادی ندارند و فرصت‌های جدیدی را برای افراد جوان، افراد بدون مهارت و کسانی که دنبال افزایش درآمد خود هستند



تصویر ۲. چالش‌های صنایع دستی. مأخذ: ثریایی و عطف، ۱۳۹۳، ۲۶.

یافته‌های پژوهش

و نوین/ تشویق به سرمایه‌گذاری/ اهمیت فضای مجازی/ رفع بیکاری/ کاهش بزه‌کاری
 - شرایط علی: ایجاد آگاهی در هنرمندان صنایع دستی، مخصوصاً در شهرهای کوچک و روستاها/ تناسب محصولات فرهنگی با توسعه نیازها/ تأمین خواست گردشگران فرهنگی و هنردوست/ برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های داخلی و خارجی/ آموزش نیروهای انسانی ماهر (هنرمندان)
 - موانع و چالش‌ها (مداخله‌گر): عدم نظارت کافی وزارتخانه‌های مربوطه/ عدم وجود مواد اولیه مرغوب/ عدم حمایت از مشاغل

با مطالعه مقالات مرتبط، کتاب‌ها، مصاحبه‌ها، سخنرانی‌ها و اسناد مرتبط با صنایع دستی و صنعت گردشگری، روش گراند تئوری مدل استراوس و کوربین انجام گرفت. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و عمیق با ۲۸ نفر از ذی‌نفعان حوزه صنایع دستی، هنرمندان، استادان دانشگاه، کارآفرینان صنایع دستی و گردشگران فرهنگی ... انجام شد که کدهای جدول ۳ استخراج، کدبندی و دسته‌بندی شدند.
 - استراتژی: مشارکت مردم (روستاییان، هنرمندان، صنعت‌کاران فرهنگی)/ نوآوری تجهیزات/ بازاریابی و تبلیغات/ ایجاد الگوهای بومی

شماره	سن	جنسیت	تخصص
۱	۳۰	زن	کارشناسی ارشد، قالیباف
۲	۳۰	زن	فوق دیپلم، مشاغل خانگی
۳	۵۱	زن	مدرس دانشگاه، حوزه فرهنگ و هنر
۴	۳۲	زن	لیسانس معماری فعال در حوزه گردشگری
۵	۲۷	زن	لیسانس فرهنگی
۶	۳۷	زن	لیسانس ادبیات فعال در حوزه صنایع فرهنگ
۷	۴۰	زن	مدرس دانشگاه گروه گردشگری
۸	۴۰	زن	کارشناسی ارشد، هنرمند
۹	۴۷	زن	کارشناسی ارشد، کارآفرین
۱۰	۳۱	زن	لیسانس، خانه‌دار، کارآفرین صنایع دستی
۱۱	۳۶	زن	لیسانس صنایع دستی
۱۲	۴۳	زن	لیسانس، مشغول در کارگاه هنری
۱۳	۸۰	مرد	استاد دانشگاه
۱۴	۳۶	مرد	لیسانس گردشگری
۱۵	۴۹	مرد	کارشناسی ارشد، نویسنده و فعال فرهنگی
۱۶	۴۱	مرد	لیسانس گردشگری راهنمای تور
۱۷	۶۲	مرد	کارشناسی ارشد، نقاش
۱۸	۵۰	مرد	کارشناسی ارشد، کارگردان سینما
۱۹	۳۳	مرد	دانشجوی کارشناسی ارشد گردشگری
۲۰	۲۵	مرد	لیسانس نقاشی
۲۱	۳۷	مرد	لیسانس عمران، علاقمند حوزه صنایع دستی
۲۲	۵۵	مرد	پژوهشگر و مدرس دانشگاه در حوزه فرهنگ
۲۳	۴۰	مرد	مدرس دانشگاه، رشته گردشگری
۲۴	۵۹	مرد	کارشناسی ارشد، کارآفرین
۲۵	۴۵	مرد	کارشناسی ارشد، بازنشسته، مغازه‌دار صنایع دستی
۲۶	۶۰	مرد	مدرس دانشگاه، پژوهشگر هنر
۲۷	۲۹	مرد	دانشجوی کارشناسی گردشگری
۲۸	۳۲	مرد	لیسانس مدیریت فرهنگی و پژوهشگر گردشگری

پیامدها: توسعه فرهنگی و اقتصادی / احساس غرور ملی / رشد ناخالص ملی / هویت فرهنگی / توسعه هنرهای محلی و بومی.

نتیجه‌گیری و تفسیر داده‌ها

براساس داده‌های جمع‌آوری‌شده مشخص شده است که مشارکت روستاییان، هنرمندان و صنعت‌کاران فرهنگی تا حدود زیادی به حمایت دولت وابسته است، زیرا واردات تجهیزات

کوچک خانگی / مشکلات جدی ساختاری در حوزه صنایع دستی / عدم تارنمای یکپارچه / عدم ورود گردشگران خارجی / عدم توان خرید گردشگران داخلی / هزینه بالای انرژی در کارگاه‌های کوچک و بزرگ / عدم وجود نمایشگاه‌های تخصصی / عدم آموزش و آشنایی مردم با صنایع دستی.

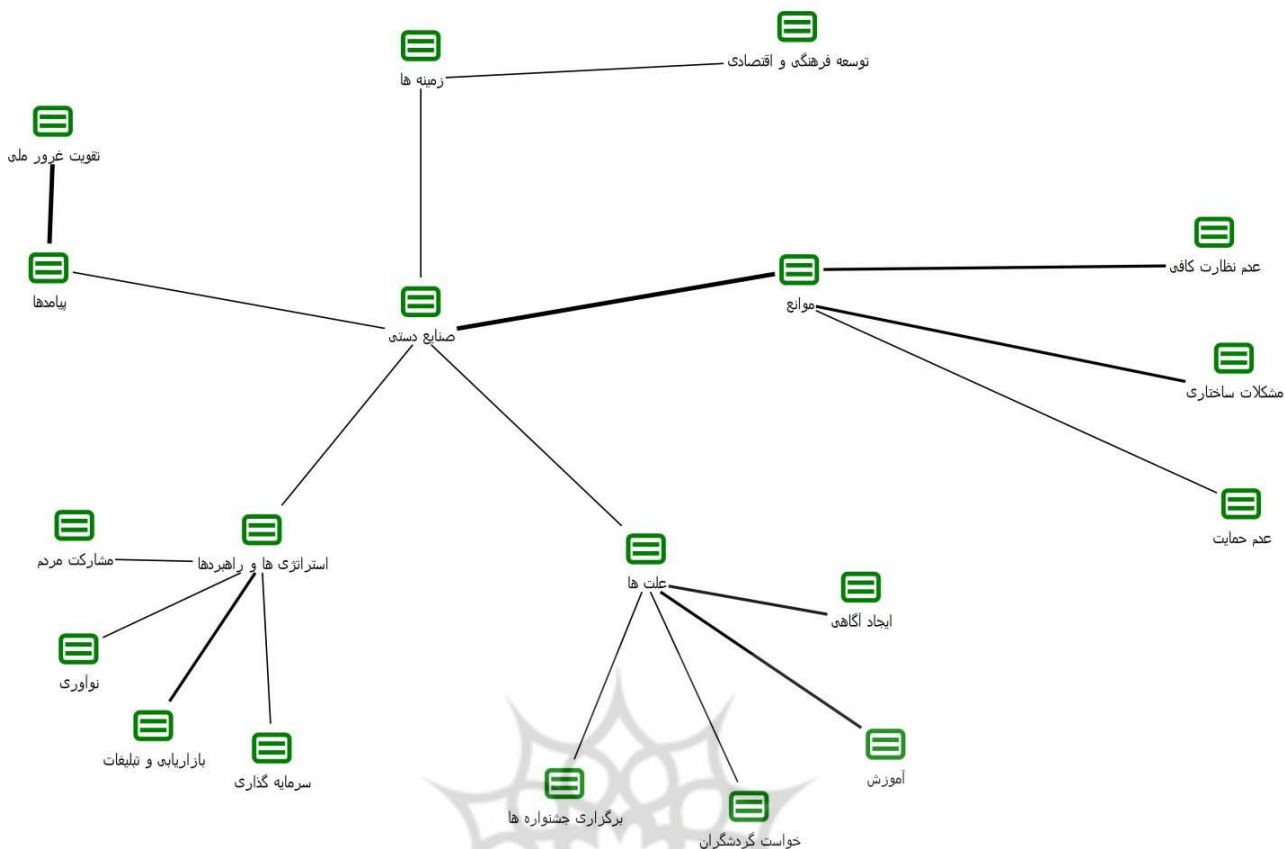
زمینه‌ها: شناخت ظرفیت‌های فرهنگی و هنری / تاکید بر آموزش تخصصی پایدار / رشد فهم هنری و فهم ارزش‌ها /

نشانه‌ها	کدها	کدگذاری محوری
مشارکت روستاییان، هنرمندان و صنعت کاران فرهنگی واردات تجهیزات کارگاهی جدید و متنوع و الگوهای جدید	مشارکت مردم نوآوری تسهیلات لازم برای واردکردن تجهیزات و تأسیسات	
وضعیت بازاریابی و تبلیغات ضعیف صنایع دستی و گردشگری فرهنگی نبود تارنمای یکپارچه اهمیت فضای مجازی ثروت فرهنگی، اقتصاد هنر	بازاریابی و تبلیغات سرمایه‌گذاری غنای فرهنگی رفع بیکاری کاهش بزهکاری	استراتژی (راهبردها)
ایجاد آگاهی بیشتر در جامعه، هنرمندان صنایع دستی مخصوصاً در شهرهای کوچک و روستاها	ایجاد آگاهی	
جذب گردشگران فرهنگی و هنردوست آشنایی گردشگران داخلی هنردوست برد تبلیغاتی در دنیا و وبگاه‌های مرتبط آشنایی با ارزش‌های نهفته در آثار صنایع دستی	برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها نبود یک برنامه جامع و استراتژیک مشخص نبودن هدف‌ها و سیاست‌های گردشگری عدم وجود دید راهبردی در مدیران	تأمین خواست گردشگران فرهنگی و هنردوست استفاده آموزشی از مکان‌های تاریخی و فرهنگی عدم اطلاع‌رسانی کافی از جاذبه‌های گردشگری علتها
تأمین نیازهای حسی و ارضای ذهنی هنرمندان و هنردوستان تناسب محصولات فرهنگی با توسعه نیازها آموزش نیروهای متخصص عملگرا آموزش نیروهای متخصص و مدرس کارگاه‌های هنری	آموزش فقدان نیروی انسانی کارآموده و متخصص عدم آشنایی مردم با صنایع دستی عدم آشنایی مردم با ارزش معنوی نهفته در کار دست	خواست گردشگران پرتال جامع علوم انسانی پروژه‌های پژوهشی و علمی پرتال جامع علوم انسانی
عدم نظارت کافی و کمبود تسهیلات لازم در زمینه ترویج صنایع دستی	عدم نظارت کافی	
عدم وجود برنامه برای وزارخانه‌های مرتبط عدم وجود مواد اولیه مرغوب عدم ورود گردشگران خارجی عدم توان خرید گردشگران داخلی وجود سازمان‌های موازی متعدد	مشکلات ساختاری	موانع
عدم همکاری بانک‌ها جهت وام‌های کم‌بهره هزینه بالای انرژی در کارگاه‌های کوچک و بزرگ عدم حمایت از مشاغل کوچک خانگی	عدم حمایت	

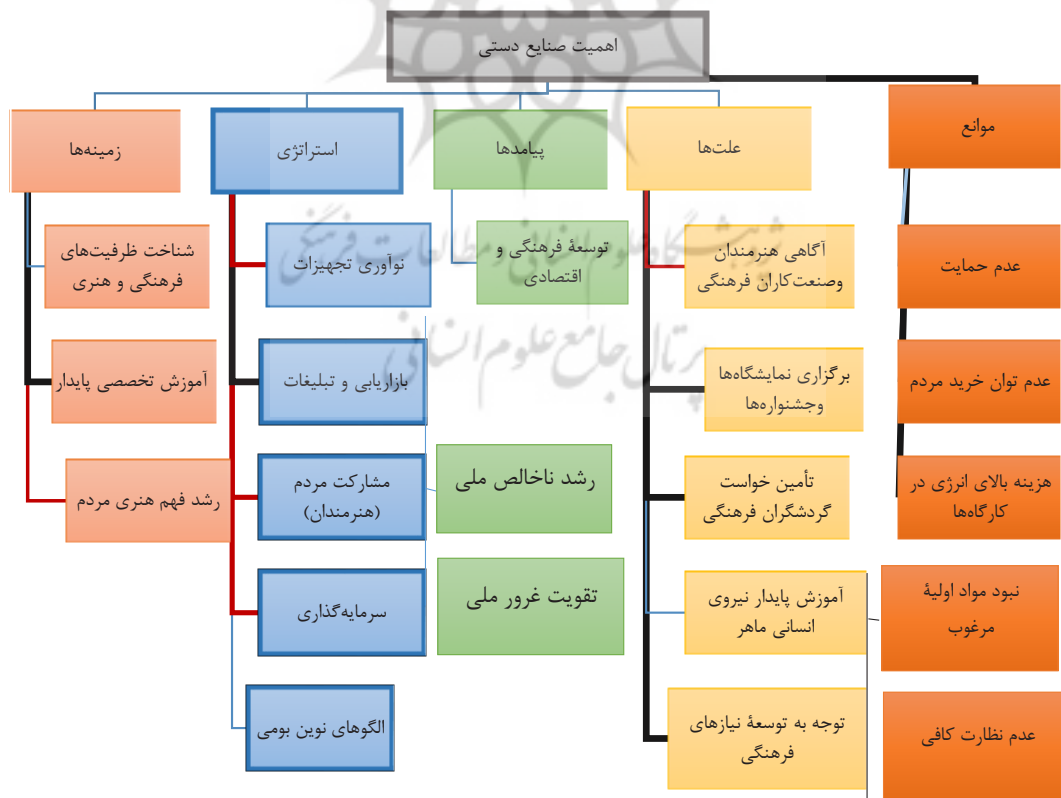
نشانه‌ها	کدها	کدگذاری محوری
پتانسیل‌های بالقوه فرهنگی، هنری، تاریخی، طبیعی در کشور / تأکید بر آموزش تخصصی پایدار در مراکز دولتی، نیمه‌دولتی و خصوصی	شناخت ظرفیت‌های فرهنگی و هنری	زمینه‌ها شناخت ظرفیت‌ها
رشد فهم هنری و فهم ارزش‌های نهفته در هنر و صنایع دستی	رشد	
فاصله گرفتن از صنعت نفت فهم اقتصاد هنر توسط مردم فرهنگی و هنری شدن جامعه تغییر نگرش مردم حرکت به سمت فناوری‌های نوین	رشد ناخالص ملی	توسعه فرهنگی اقتصادی پیامدها
احساسی بودن از بین بردن نقاط ضعف آشنایی کودکان با هنر قدما و گذشتگان خود سلامت روح و روان	تقویت غرور ملی	

و رشد ناخالص ملی خواهد بود. هنرهای بومی کاربردی در طول تاریخ زندگی انسان، نقشی تعیین کننده در رشد اقتصادی داشته و فرهنگ دادوستد در بازار با این کالاها انجام می‌گرفت که در مبانی نظری به آن اشاره شد. هنر صنایع دستی بدون شک انعکاسی از فرهنگ، هنر، تاریخ، و ارزش‌های یک ملت است و یکی از مؤلفه‌های مهم گردشگری فرهنگی نیز به شمار می‌رود. اکنون که تحریم‌ها از هر زمانی بیشتر به ما فشار می‌آورد باید بدانیم که میزان کاهش وابستگی به نفت بسیار مهم است زیرا به هر میزان که دولت از اقتصاد نفت فاصله بگیرد به همان اندازه به سمت اقتصاد بدون نفت نزدیک‌تر می‌شود. افزایش صادرات غیرنفتی از جمله خصوصی‌سازی، صنایع فرهنگی، صنایع دستی و صنعت گردشگری می‌تواند جایگزینی برای نفت باشد. تنوع محصولات فرهنگی و هنری در کشور می‌تواند کمک شایانی به اقتصاد بدون نفت باشد. با در نظر گرفتن موقعیت جغرافیایی و ژئوپولیتیک ایران در جهان و پتانسیل‌های جذاب تاریخی، فرهنگی، جاذبه‌های طبیعی، گردشگری فرهنگی، گردشگری پزشکی و صنایع دستی، گام مهمی را در سیاست اقتصاد بدون نفت بردارد. صنایع دستی با آنکه صنعتی ساده و به هزینه کمی نیازمند است، اما اگر صادرات آن در دستور کار قرار گیرد پرسود خواهد بود و نکته حائز اهمیت اینجاست که این صنعت با گردشگری رابطه دیالکتیکی دارد و صنایع دستی بخش مهمی از صنعت گردشگری است. صنعت گردشگری، گسترش صادرات صنایع دستی را به همراه دارد. صنایع دستی به اقتصاد کشور کمک می‌کند اما نباید این نکته بسیار مهم را فراموش کرد که صادرات صنایع دستی در واقع به اشاعه فرهنگی کمک می‌کند و فروش هر قلم از صنایع دستی چه کوچک، چه بزرگ بخشی از هویت و ارزش‌های ما را در خود نهفته دارد که به همراه گردشگر به سراسر جهان منتقل می‌شود و ارزش

کارگاهی جدید و متنوع و الگوهای جدید که به نوآوری ختم می‌شود، نیازمند تسهیلات بانکی و حمایت سازمان‌های فرهنگی دولتی و نیمه‌دولتی است. یکی از مدرسان حوزه صنایع دستی معتقد است که این امر موجب «آموزش نیروهای متخصص و مدرس در کارگاه‌های هنری و آموزش نیرهای متخصص عملگرا» خواهد شد. به‌عنوان نمونه کمیته امداد امام خمینی از تولیدکنندگان صنایع دستی در حد توان حمایت و برای گرفتن تسهیلات لازم آنها را به بانک‌های عامل معرفی می‌کند. البته مشکلات ساختاری بسیاری در این حوزه وجود دارد که می‌توان به وجود سازمان‌های متعدد موازی «عدم وجود دید راهبردی در مدیران و مشخص نبودن هدف‌ها و سیاست‌های گردشگری و نیازهای حسی و ارضای ذهنی هنرمندان و هنردوستان و تناسب محصولات فرهنگی با توسعه نیازها اشاره کرد». یکی از ذی‌نفعان این حوزه معتقد است «صنعت فرهنگ و گردشگری نیازمند طرح حمایت بیشتر و مؤثرتری از سوی دولت است» زیرا حمایت‌های فعلی از صنایع دستی و گردشگری یا وجود ندارد و یا پاسخ‌گوی نیازهای تولیدکنندگان و ذی‌نفعان حوزه گردشگری نیست. زیرا توسعه و رشد صنایع فرهنگی از جمله صنایع دستی و گردشگری نیازمند هزینه و سرمایه‌گذاری مستمر و جدی است. «وضعیت بازاریابی و تبلیغات ضعیف صنایع دستی و گردشگری فرهنگی و نبود تارنمای یکپارچه» نیز از ضروریات و کمبودهای موجود در کشور است. وجود یک سامانه جامع و تارنماهای تخصصی حوزه صنایع دستی از نیازهای مهم این حوزه است که موجب ثروت فرهنگی و رشد اقتصاد هنر، غنای فرهنگی، کاهش بزهکاری و رفع بیکاری به خصوص در بین جوانان و بانوان هنرمند و هنردوست خواهد شد. پیامدهای توسعه گردشگری و صنایع دستی موجب توسعه اقتصاد فرهنگ، تقویت غرور ملی



تصویر ۳. نقشه روابط بین متغیرها. مأخذ: نگارندگان.



تصویر ۴. تحلیل داده ها با نرم افزار (MAXQDA). مأخذ: نگارندگان.

-امکانات و تسهیلات بانکی لازم در اختیار بانوان و روستاییان برای رشد و تولید بیشتر صنایع دستی قرار گیرد.
 - آموزش نیروهای متخصص در قالب کارگاه‌های آموزشی در مناطق مختلف و روستاها توسط سازمان‌های مربوطه انجام گیرد.
 - ایجاد یک شبکه بازاریابی برای فروش محصولات تولیدشده مخصوصاً در روستاها.
 - ایجاد یک برنامه (اپلیکیشن) محلی و بومی برای فضای مجازی و بستر اینترنت مخصوص تولیدات صنایع فرهنگی بالاخص صنایع دستی.

فرهنگی آن قابل قیاس با ارزش اقتصادی آن نیست، اینجاست که اهمیت صادرات صنایع دستی به صورت چندوجهی کاملاً پیداست که هم اهمیت اقتصادی دارد و هم اهمیت فرهنگی.

پیشنهادها

- سیال بودن و جذاب بودن پژوهش‌های فرهنگی همت همگی را هم طلب می‌کند. استادان دانشگاه، پژوهشگران و دانشجویان پژوهش در حوزه صنایع دستی را در اولویت کاری خود قرار دهند.

فهرست منابع

- امینی، علیرضا و مزروعی، هاجر. (۱۳۹۸). مفهوم کسب‌وکار گردشگری در صنایع دستی. گردشگری و توسعه، ۹ (۳)، ۱۲۰-۱۳۵.
- انصاری، علی و کویال، عطالله. (۱۴۰۱). بررسی عوامل مؤثر بر حضور صنایع دستی در نمایشگاه‌های جهانی. شبک، ۸ (۶۹)، ۵۱-۶۲.
- انصاری، منوچهر و خلیلی، اکبر. (۱۴۰۰). طراحی بسته خط مشی برای نیل به توسعه توریسم پایدار در ایران. مدیریت دولتی، ۱۳ (۴)، ۷۳۸-۷۶۵.
- ایمانی خوشخو، محمد حسین. (۱۳۸۸). اقتصاد هنر و فعالیت‌های هنری و نقش آنها در توسعه صنایع فرهنگی. کتاب ماه علوم اجتماعی، ۲۴ (۸۱-۸۷).
- آرمان، احسان؛ آل علی، فرهاد و ذاکرین، میترا. (۱۴۰۰). صنایع دستی حلقه اتصال و برند در صنعت بسته‌بندی. هنر صنایع ایران، ۴ (۱)، ۱۳۹-۱۴۸.
- بنیانیان، حسن. (۱۳۸۸). تبیین نقش صنایع فرهنگی در توسعه عمومی کشور، چالش‌ها و فرصت‌ها. کتاب ماه علوم اجتماعی، ۲۴ (۴)، ۱۱-۴.
- بهرامی، رحمت‌الله. (۱۳۹۹). اثرات اقتصادی-اجتماعی صنایع دستی بر توسعه روستاهای سمنج. جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۴ (۷۲)، ۸۱-۱۰۳.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی. (۱۳۹۲). گردشگری، ماهیت و مفاهیم. تهران: سمت.
- پورعزت، علی‌اصغر؛ کیانی، پاک‌نوش و پورعزت، زینب. (۱۳۹۴). خط‌مشی‌گذاری مالی در حکمرانی متعالی از منظر نهج البلاغه. پژوهش‌های نهج‌البلاغه، ۱۳ (۴۶)، ۷۴-۵۱.
- تقی‌بیگی، معصومه؛ موسوی مطلوب، سارا و میرک‌زاده، علی‌اصغر. (۱۳۹۱). توسعه صنایع دستی ضامن توسعه روستایی. همایش ملی توسعه روستایی، تهران.
- ثریایی، علی و عطف، زهرا. (۱۳۹۳). شناسایی چالش‌های صنایع دستی و ارائه راهکارهای لازم صنایع دستی مازندان. پژوهش‌های مدیریت و حسابداری، ۲۳ (۱۷-۳۸).
- حاجی‌پور شوشتری، عبدالحمید. (۱۳۸۶). مهر اصالت یونسکو برای صنایع دستی. انجمن علمی فرش ایران، ۶۷ (۱۵۵-۱۷۴).
- دلیر، اسماعیل. (۱۳۸۳). روش‌های نوین توسعه صادرات صنایع دستی اصفهان. تعاون، ۱۵۸ (۵۰-۶۵).
- رضایی، ابذر؛ کریمی، محمدرضا و ابراهیم‌پور، علیرضا. (۱۴۰۰). راهبردها، علل و چالش‌های توسعه فرهنگی با رویکرد توسعه گردشگری با استفاده از روش داده‌بنیاد. گردشگری فرهنگ، ۲ (۶)، ۴۹-۵۶.
- روح‌الامینی، محمود. (۱۴۰۰). زمینه فرهنگ‌شناسی. تهران: عطار.
- شادالویی، نوریه. (۱۳۹۸). برنامه‌ریزی فرهنگی. تهران: ساکو.
- شایسته‌فر، مهناز. (۱۳۹۳). اهمیت و لزوم پشتیبانی از صنایع دستی با تأکید بر ارائه راهکارها در رونق اقتصادی آن. مطالعات هنر اسلامی، ۲۰ (۱۰۶-۱۱۴).
- شعبانی، عاطفه؛ محمدی، حمیدرضا و مهدوی حاجی‌لویی، مسعود. (۱۴۰۱). جایگاه صنایع دستی در توسعه گردشگری روستای متکازین مازندران. جغرافیا، ۳۰ (۷۳)، ۱۷۱-۱۵۳.
- شهریاری، علیرضا؛ اطهری، سیداسدالله و امینی، علی‌اکبر. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر برجام بر توسعه اقتصادی ایران با تأکید بر صنایع دستی معاصر ایران. مطالعات هنر اسلامی، ۴۵ (۱۹)، ۴۰۸-۴۲۸.
- صالحی امیری، رضا. (۱۳۹۶). مبانی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی. تهران: ققنوس.
- طغرای، محمدتقی و رضوانی، مهرا. (۱۳۹۵). شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی فرهنگی در صنایع دستی عشایری. اقتصاد و توسعه روستایی، ۱۹ (۱۷)، ۳۶-۱۹.
- غفاری، هادی؛ یونسی، علی و رفیعی، مجتبی. (۱۳۹۵). تحلیل نقش سرمایه‌گذاری در آموزش جهت تحقق توسعه پایدار با تأکید ویژه بر آموزش محیط زیست. آموزش محیط زیست و توسعه پایدار، ۵ (۱)، ۷۹-۱۰۰.
- کاووسی، اسماعیل؛ عبدی، مصطفی و اعتباریان، اکبر. (۱۳۹۳). طراحی و ارائه الگوی سنجش توسعه فرهنگی در کشور ایران با استفاده از نظریه داده‌بنیاد. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۷ (۱)، ۹۳-۱۱۷.
- کرمی، مهرداد؛ چپچیان، شهلا و کلانتری، خلیل. (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی به منظور مکان‌یابی بازارچه‌های صنایع دستی خراسان جنوبی. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۴ (۱۵)، ۱۳-۳۰.
- کروی، مهدی. (۱۳۹۵). فرهنگ گردشگری. فصلنامه مطالعات جهانگردی، ۲ (۲)، ۲۰-۴۷.
- کمال‌آبادی، سمانه. (۱۳۸۸). صنایع فرهنگی و چالش‌های آن در ایران. علوم

بین‌المللی صدا و سیما، تهران.

- هاتفی، محمد حسین. (۱۳۸۸). هنرهای سنتی و صنایع دستی، محور توسعه فرهنگی و صادرات. کتاب ماه علوم اجتماعی، (۲۳)، ۷۶-۹۰.
- هوشیار، مهرا. (۱۴۰۱). بازتعریف صنایع دستی معاصر ایران با رویکرد آینده‌پژوهی. هنرهای صناعی ایران، (۵)۱، ۱۹-۳۳.
- باوری، حسین. (۱۴۰۱). شناخت صنایع دستی ایران. تهران: مهکامه.
- Bendixen, M., Bukasa, K. A. & Abratt, R. A. (2004). Brand equity in the business-tobusiness market. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 371-380.
- Black, R. & Cobbinah, P. B. (2018). Local attitudes towards tourism and conservation in rural Botswana and Rwanda. *Journal of Ecotourism*, 17 (1), 79- 105.
- Csapo, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. *Strategies for tourism industry-micro and macro perspectives*, (10), 201-212.
- Isa, S. M., Ariyanto, H. H. & Kiumarsi, S. (2020). The effect of place attachment on visitors' revisit intentions: evidence from Batam. *Tourism Geographies*, (221), 51-82.
- John, S. (2014). *A study on the role of tourism in promoting art and crafts*. 2nd Int. conf. on global business, economics, finance and social sciences. Chennai, India.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. NY: Simon and Schuster.
- Nair, V. & Whitelaw, A. P. (2015). Redefining Rural Tourism in Malaysia: A Conceptual Perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20 (3), 314- 337.
- Niedderer, K. & Townsend, N. (2015). *The Design Journal Craft Research: Joining Emotion and Knowledge: University of Wolverhampton, Wolverhampto*. Nottingham Trent: Nottingham Trent University.
- Richards, G. & Wilson, J. (2007). *Tourism development trajectories: From culture to creativity?*. In *Tourism, creativity and development*. London: Routledge.

اجتماعی، (۲۴)، ۱۶-۲۲.

- گندمانی، ایوب؛ صادقی، محمد و باصری، بابک. (۱۴۰۰). مستندات دینی اصول اقتصادی قانون اساسی با تأکید بر برنامه‌ریزی اقتصاد صنایع دستی. *مطالعات هنر اسلامی*، ۱۸(۴۴)، ۷-۲۱.
- مرادزاده، عبدالباسط؛ یعقوبی، نورمحمد و ژبلا، صفورا. (۱۴۰۰). ارائه الگوی بازاریابی کارآفرینانه در صنایع دستی با رویکرد خلق محصولات مشتری‌محور. *مطالعات رفتار مصرف‌کننده دانشگاه کردستان*، (۲)۸، ۷۴-۹۱.
- معتمدی، مهرا؛ فخار، زرین و مافی، فرزاد. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل راهبردی توسعه گردشگری شهر سقز. *گردشگری شهری*، (۴)۸، ۷۳-۸۶.
- موسوی، سیدنجم‌الدین؛ غفوریان شاگردی، امیر؛ سرشومی، علی و سپهوند، رضا. (۱۳۹۷). توسعه صنعت گردشگری از طریق برندسازی صنایع دستی (مورد مطالعه: صنایع دستی استان اصفهان). *گردشگری و توسعه*، (۴)۷، ۲۲۶-۲۴۰.
- مهدوی، مسعود. (۱۳۸۵). مکان‌یابی و پهنه‌بندی شهرستان ورزقان با استفاده از GIS. *پژوهش‌های جغرافیایی*، (۵۵)، ۲۰۳-۲۲۴.
- میرنسل، الف. (۱۳۸۸). تأثیر فرهنگ آذربایجان در شکل‌گیری فرم رنگ و نقوش صنایع دستی. *همایش راهکارهای توسعه صنایع دستی ایران*، تبریز.
- نوربخش، مرتضی و اکبرپور سراسکانرود، محمد. (۱۳۸۹). نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلانشهرها. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ویژه‌نامه اقتصاد گردشگری شهری.
- الوانی، سیدمهدی و پیروزبخت، معصومه. (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- وحیدزادگان، فریبا و زنگی‌آبادی، علی. (۱۳۹۹). بررسی نقش تصویر برند گردشگری اصفهان از دیدگاه گردشگران خارجی. *گردشگری و توسعه*، (۴)۱۰، ۶۳-۷۴.
- وزین، نرگس و زمانی، فاطمه. (۱۳۹۸). مقایسه عوامل مؤثر بر رفتار خرید صنایع دستی بین گردشگران داخلی و خارجی شهر اصفهان. *برنامه‌ریزی توسعه گردشگری*، (۴)۸، ۷۵-۹۷.
- وظیفه‌دوست، حسین. (۱۳۹۳). بررسی مشکلات صادرات صنایع دستی و ارائه راهکارهای مناسب. کنفرانس بین‌المللی قرن بیست و یکم مرکز همایش‌های

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله
قنبری، عباس؛ عزیزآبادی فراهانی، فاطمه؛ رضایی، علی‌اکبر و صالحی امیری، سیدرضا. (۱۴۰۲). استراتژی راهبردها، چالش‌ها و پیامدهای صنایع دستی مبتنی بر توسعه گردشگری با استفاده از روش داده‌بنیاد. *گردشگری فرهنگ*، ۴(۱۴)، ۱۸-۲۹.



DOI: 10.22034/TOC.2023.387024.1111

URL: https://www.toc-sj.com/article_180298.html