

# Analyzing the role of handicrafts in the development of Iranian tourism and the challenges it faces

Hojat sadeghi<sup>✉1</sup>, Ali Shamsoddini<sup>2</sup>

1- Department of Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

2- Department of Geography, Shi.C., Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

| Article Info                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Abstract                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Article type:</b><br/>Research Paper</p> <p><b>Keywords:</b><br/>Handicrafts,<br/>sustainable<br/>development,<br/>tourism,</p> <p><b>Received:</b><br/>15 Mar 2025</p> <p><b>Received in revised form:</b><br/>4 Apr 2025</p> <p><b>Accepted:</b><br/>8 May 2024</p> <p>pp.193-203</p> | <p>Handicrafts, with their long history and unique diversity, are considered to be prominent cultural attractions of Iranian tourism. As a rich cultural and artistic resource, these industries not only constitute an important part of the Iranian national identity, but can also act as a main driver in the development of tourism and the local economy. The aim of this research is to examine the role of handicrafts in the development of Iran tourism and the challenges facing its development. The descriptive-analytical research method is applied in terms of its purpose and based on the collection of survey data. The statistical population of the research is made up of experts in the field of handicrafts and tourism, who identified 54 people using the snowball method and completed the questionnaire. The analyses were conducted in SPSS software. The results of the research show that handicrafts have a significant impact (0.000) on the development of Iranian tourism. Indicators such as increasing income generation and maintaining and strengthening cultural identity have the highest impact. Also, handicrafts can help expand the tourism market and attract foreign tourists. However, challenges such as weak marketing and advertising, financial problems of handicrafts activists, and lack of government support are considered obstacles to the growth of this sector. The results of the Friedman test showed that "weak marketing and advertising" was identified as the most important challenge. Finally, handicrafts have great potential for tourism development but need to address existing challenges. In fact, paying attention to handicrafts can help the sustainable development of Iran tourism, provided that the existing challenges are addressed.</p> |

**Citation:** sadeghi, Hojat, Shamsoddini, Ali. (2025). Analyzing the role of handicrafts in the development of Iranian tourism and the challenges it faces, Journal of Tourism Management Studies of the Smart Era, 2 (1), 193-203.

**Publisher:** Vali-e-Asr University of Rafsanjan

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2055993.1027>

The Author(s) ©



1. h.sadeghi@geo.ui.ac.ir

2. ali.shamsoddini@yahoo.com

---

## Extended Abstract

### Introduction

Iran's handicrafts, with their diversity and historical depth, are considered one of the most important pillars of the country's culture and identity. These crafts not only symbolize the art and creativity of Iranians over the centuries but also have the potential to play a key role in the development of the country's tourism industry. With a wide range of authentic and traditional handicrafts, such as carpets, rugs, pottery, enameling, and stone carving, Iran possesses immense potential to attract both domestic and international tourists. These handicrafts provide not only visual and cultural appeal for tourists but can also be a significant source of income for local communities.

However, the development of handicrafts as a tool for promoting tourism faces many challenges. Various issues, such as inadequate marketing, lack of necessary infrastructure, the absence of coordination between government institutions and the private sector, and problems related to the preservation and revitalization of traditional crafts, are among the obstacles that complicate the development of this sector. To fully harness these potentials, a cohesive plan and cooperation among all stakeholders involved in tourism and handicrafts are essential. The main goal of this research is to analyze the role of handicrafts in the development of Iran's tourism industry and identify the challenges it faces, in order to propose suitable strategies for maximizing the benefits of these potentials in the tourism sector.

### Methodology

The research method is descriptive-analytical, with an applied objective and based on the collection of survey data. The statistical population of the study consists of experts in the fields of handicrafts and tourism, from which 54 individuals were identified using the snowball sampling method and participated in completing the questionnaire. The analyses were conducted using SPSS software.

### Results

The results of the one-sample t-test regarding the role of handicrafts in the development of

tourism in Iran indicate that all the examined indicators have a significant test statistic and a p-value less than 0.05, which reflects the positive and significant impact of handicrafts on the development of tourism. The average scores above 4 for most of the indicators also suggest the high importance of these factors in the tourism development process. Particularly, indicators such as "increased revenue generation" (16.3) and "preservation and strengthening of cultural identity" (12.7) with means of 4.48 and 4.40 respectively, show the highest impact on tourism development. Other indicators, such as "attracting foreign tourists" (3.96) and "strengthening tourism infrastructure" (4.07), with high means and very low significance levels, further confirm the positive and significant impact of handicrafts in this area. Finally, the overall average of the indicators (4.15) emphasizes the key role of handicrafts in promoting Iran's tourism industry.

Therefore, it can be concluded that the most significant role and impact of handicrafts in the development of tourism in Iran will be through expanding the tourism market and increasing revenue generation, as the average of these two indicators is higher compared to others. In fact, handicrafts can help expand Iran's tourism market and increase income in this sector.

The results of the Friedman test for identifying and determining the importance of the challenges facing the development of handicrafts in tourism in Iran show that all challenges have a chi-square statistic of 72.16, with a significance level less than 0.05, calculated as 0.000. Therefore, a significant difference was observed among the challenges reviewed regarding the development of handicrafts, and not all challenges have the same importance. In this table, the mean rank of each challenge has been calculated to determine their priorities. According to the results, "weakness in marketing and advertising" with a mean rank of 9.12 holds the highest priority and is identified as the most significant challenge. Next, the challenge of "financial problems of handicraft producers" with a mean rank of 7.62 ranks second. "Lack of training and skill

development" with a mean of 7.23 and "lack of government support" with a mean rank of 6.97 rank third and fourth, indicating their importance in the handicrafts development process. Additionally, "lack of appropriate target markets for exports" with a mean rank of 5.14 is ranked last (12th), suggesting that this challenge is relatively less important in the development of this industry.

### **Discussion and Conclusion**

It can be concluded that handicrafts play a very important role in the development of tourism in Iran. These crafts not only help preserve and strengthen the country's cultural identity but are also recognized as an effective source of income for local communities and the country as a whole. Given that all the indicators examined in this study have a positive and significant impact on tourism development, particularly in terms of increasing revenue generation and attracting foreign tourists, it can be emphasized that focusing on this sector can be a key factor in the growth and enhancement of the tourism industry. However, challenges such as weaknesses in marketing and advertising, financial issues faced by artisans, and lack of government support remain as obstacles to the growth of this sector and should be prioritized in policymakers' plans. To better harness the potential of handicrafts in tourism, more effective collaboration and synergy between the public and private sectors, especially in advertising and marketing, are needed. Addressing these challenges can also help accelerate the development of tourism based on handicrafts in the country.



## تحلیل نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران و چالش‌های پیش روی آن

حجت صادقی<sup>۱</sup> ✉، علی شمس‌الدینی<sup>۲</sup>

۱- گروه جغرافیا، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۲- گروه جغرافیا، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

## اطلاعات مقاله چکیده

## نوع مقاله:

پژوهشی

## تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۱۲/۲۵

## تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۰۱/۱۵

## تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۲/۱۸

صص. ۱۹۳-۲۰۳

## کلید واژه‌ها:

توسعه پایدار، صنایع دستی، گردشگری

صنایع دستی با تاریخچه‌ای طولانی و تنوع بی‌نظیر خود، از جاذبه‌های فرهنگی برجسته گردشگری ایران محسوب می‌شود. این صنایع به عنوان یک منبع غنی فرهنگی و هنری، نه تنها بخش مهمی از هویت ملی ایرانیان را تشکیل می‌دهند، بلکه می‌توانند به عنوان محرک اصلی در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی عمل کنند. هدف این پژوهش بررسی نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران و چالش‌های پیش‌روی توسعه آن است. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی، از لحاظ هدف کاربردی و مبتنی بر گردآوری داده‌های میدانی است. جامعه آماری تحقیق را کارشناسان حوزه صنایع دستی و گردشگری تشکیل داده‌اند که با استفاده از روش گلوله برفی، تعداد ۵۴ نفر شناسایی و به تکمیل پرسش‌نامه اقدام نمودند. تحلیل‌ها در نرم افزار SPSS انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد صنایع دستی، تأثیر معناداری (۰/۰۰۰) بر توسعه گردشگری ایران دارند که در این زمینه افزایش درآمدزایی، تقویت هویت فرهنگی، گسترش بازار و جذب گردشگران از مهمترین تأثیرات آن محسوب می‌شود. با این حال، ضعف در بازاریابی و تبلیغات، کمبود حمایت‌های دولتی، مشکلات مالی، از مهمترین موانع پیش روی نقش آفرینی صنایع دستی شناخته شده‌اند. نتایج آزمون فریدمن نشان داد که ضعف در بازاریابی و تبلیغات به عنوان مهم‌ترین چالش شناخته شد. در نهایت، صنایع دستی پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری دارند اما نیازمند رفع چالش‌های موجود هستند. در واقع توجه به صنایع دستی می‌تواند به توسعه پایدار گردشگری ایران کمک کند، مشروط بر اینکه چالش‌های موجود برطرف شوند. در راستای رفع این چالش‌ها پیشنهاد می‌شود که فعالیت‌های بین بخشی (بخش خصوصی و دولتی) تقویت شود.

**استناد:** صادقی، حجت، شمس‌الدینی، علی. (۱۴۰۴). تحلیل نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران و چالش‌های پیش روی آن، دو فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، ۲ (۱)، ۱۹۳-۲۰۳.

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2055993.1027>



© نویسنده‌گان

ناشر: دانشگاه ولی عصر رفسنجان

## مقدمه

گردشگری به عنوان یک بخش مهم اقتصادی (صادقی، ۱۴۰۲: ۱) و به عنوان یک صنعت پویا و چندوجهی، تأثیرات گسترده‌ای بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع دارد (Buhalis et al, 2023: 296). این صنعت به دلیل ظرفیت‌های بالای خود در جذب سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال و رونق اقتصادی، یکی از ارکان اساسی توسعه پایدار در بسیاری از کشورها به‌شمار می‌آید (Go & Kang, 2023: 385). ایران با برخورداری از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی منحصر به فرد، می‌تواند مقصدی جذاب برای گردشگران داخلی و خارجی باشد. در حالی که جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بخش عمده‌ای از گردشگری ایران را تشکیل می‌دهند، توجه به جاذبه‌های فرهنگی نظیر صنایع‌دستی می‌تواند به عنوان ابزاری مؤثر برای تکمیل این پازل و توسعه پایدار صنعت گردشگری (Gossling & Peeters, 2015: 643) در کشور ایفای نقش کند.

صنایع‌دستی به عنوان یکی از ارکان هویت فرهنگی هر کشور، در توسعه گردشگری نقش بسزایی دارد (Ara et al, 2022: 349). این صنایع به واسطه منعطف بودن، تنوع و اصالت‌شان، می‌توانند به عنوان جاذبه فرهنگی، جذابیت‌های خاص خود را به گردشگران ارائه دهد. صنایع‌دستی نه تنها به عنوان نمادهای فرهنگی شناخته می‌شود، بلکه قابلیت ایجاد ارزش افزوده اقتصادی و اشتغال‌زایی در جوامع محلی را دارد (Wondirad et al, 2022: 309). از سوی دیگر، این صنایع می‌تواند به عنوان سوغات فرهنگی و یادگارهایی از سفر، در فرآیند گردشگری قرار گرفته و گردشگران را به خود جذب کنند (Koli & George, 2022: 3). بنابراین، صنایع‌دستی در حوزه بازاریابی و توسعه گردشگری تأثیر غیرقابل انکاری دارد و می‌تواند به طور مستقیم در ارتقای تجربه گردشگری و جذب مخاطبان جدید نقش آفرینی کند.

ایران با برخورداری از تاریخ و تمدن غنی، توانمندی‌های فراوانی در تولید صنایع‌دستی دارد. قالی‌بافی، سفالگری، خاتم‌کاری و هنرهای دستی دیگر، نمایانگر هنر و ذوق ایرانیان هستند که در سطح جهانی شناخته شده‌اند. این صنایع به عنوان بخشی از سرمایه فرهنگی (Jamal & Higham, 2021: 146) کشور، ظرفیت‌های بسیاری برای جذب گردشگر و تقویت اقتصاد محلی دارند. با این حال، با وجود این توانمندی‌ها، به‌ویژه در سال‌های اخیر، صنایع‌دستی در گردشگری ایران به‌طور جدی مورد توجه قرار نگرفته است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۲۶). عدم توجه کافی به بازاریابی و معرفی محصولات صنایع‌دستی به بازارهای جهانی، همچنین مشکلاتی نظیر نبود حمایت‌های دولتی کافی و نبود هماهنگی در سیاست‌گذاری‌های گردشگری، مانع از بهره‌برداری بهینه از این پتانسیل‌ها در صنعت گردشگری کشور شده است. در نتیجه، ضروری است که برای بهره‌مندی بیشتر از این ظرفیت‌ها، برنامه‌ریزی‌های دقیق و کارآمد انجام شود.

با توجه به اهمیت صنایع‌دستی در توسعه گردشگری، بررسی چالش‌ها و موانع موجود برای بهره‌برداری مؤثر از این بخش ضروری به نظر می‌رسد (khan et al, 2019: 724). صنایع‌دستی اهمیت زیادی برای توسعه بخش گردشگری دارند؛ چرا که به عنوان یک مجموعه فعالیت نه تنها خود می‌تواند سبب گردشگری شوند، بلکه می‌تواند یک فعالیت مکمل برای ارتقای بخش گردشگری محسوب شوند. در واقع رابطه صنایع‌دستی و گردشگری می‌تواند یک رابطه دوسویه باشد؛ چرا که گردشگری می‌تواند به رونق صنایع‌دستی و گسترش بازار فروش آنها منجر شود و از سوی دیگر، صنایع‌دستی نیز یک عامل جاذبه برای جذب گردشگر و توسعه گردشگری می‌باشد. نقش صنایع‌دستی در گردشگری ایران نیز غیرقابل انکار است؛ زیرا فرهنگ ایران غنی از صنایع‌دستی است که هر کدام از آنها می‌تواند به تولید یک بخش مهم کمک نماید. مرور تنوع صنایع‌دستی در مناطق مختلف ایران اهمیت توجه به چنین موضوعی را نشان می‌دهد. علاوه بر این چالش‌هایی در زمینه صنایع‌دستی، به‌طور مستقیم بر رشد و توسعه گردشگری مبتنی بر صنایع‌دستی تأثیر می‌گذارند که ضروری است که موضوع مطالعه و موانع پیش رو شناسایی گردد. پژوهش حاضر در نظر دارد با تحلیل دقیق نقش صنایع‌دستی در صنعت گردشگری ایران، موانع و مشکلات موجود را شناسایی کرده و با ارائه راهکارهای عملی، به‌طور مؤثر از پتانسیل‌های این بخش در توسعه گردشگری بهره‌برداری کند. این تحقیق می‌تواند به تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران کمک کند تا استراتژی‌های مؤثری برای بهره‌برداری از صنایع‌دستی در گردشگری تدوین کرده و از این طریق، صنعت گردشگری ایران را به سمت رشد و توسعه پایدار هدایت کنند.



هدف اصلی این پژوهش، تحلیل نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران و شناسایی چالش‌های پیش روی آن است تا راهکارهای مناسب برای بهره‌برداری بیشتر از این پتانسیل‌ها در صنعت گردشگری پیشنهاد گردد.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

امروزه بسیاری از کشورها به دنبال تنوع بخشیدن به ساختار اقتصادی خود هستند تا از وابستگی به منابع و صنایع خاص رهایی یابند و به جای تکیه بر اقتصاد تک‌محصولی، به سمت توسعه چندجانبه حرکت کنند. این تلاش‌ها اغلب با هدف دستیابی به توسعه پایدار در سطوح مختلف ملی، منطقه‌ای و محلی صورت می‌گیرد (Militz et al, 2021: 48). در این راستا، شناسایی فرصت‌ها و حوزه‌هایی که می‌توانند به توسعه پایدار کمک کنند، به‌ویژه در نواحی کمتر توسعه‌یافته، ضروری است. گردشگری یکی از این بخش‌های مهم جهت تنوع بخشیدن به اقتصاد است. گردشگری شامل کاوش و تجزیه و تحلیل شرایط و فرصت‌های بالقوه یک منطقه است که می‌تواند بر توسعه سطح و آرایش فضایی آن تأثیر زیادی بگذارد (Sadeghi et al, 2024: 2). از گردشگری به عنوان محرک توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه ساکن در مقاصد گردشگری یاد شده است (جمینی و همکاران، ۱۴۰۳: ۲۲۰). در زمینه گردشگری، صنایع دستی نیز نقش مهمی دارند.

صنایع دستی و گردشگری، به عنوان دو بخش کلیدی در این فرآیند، می‌توانند نقش مکملی ایفا کنند. صنایع دستی نه تنها به عنوان بخشی از میراث فرهنگی و هنری یک کشور محسوب می‌شوند، بلکه به دلیل پتانسیل بالای اقتصادی خود، می‌توانند در جذب گردشگر و ایجاد اشتغال مؤثر باشند. این دو حوزه ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند، چرا که صنایع دستی به عنوان جاذبه‌ای فرهنگی می‌تواند گردشگران را به مناطقی با تاریخ و فرهنگ غنی جذب کند، در حالی که گردشگری نیز زمینه‌ساز معرفی و گسترش صنایع دستی در بازارهای جهانی خواهد بود (سالاری و سالاری، ۱۳۸۹: ۱).

صنایع دستی به عنوان یکی از منابع ارزشمند در صنعت گردشگری فرهنگی، نمایانگر آثاری از تاریخ و فرهنگ بشر هستند که به طور مستقیم با سبک زندگی اقوام مختلف در ارتباط می‌باشند. این محصولات که در طی سال‌ها و با استفاده از تجربیات گذشتگان ایجاد شده‌اند، قادرند فرهنگ هر منطقه را به طور ملموس و شفاف به نمایش بگذارند (Bilgicli, 2021: 573). بنابراین، صنایع دستی نه تنها نقش مهمی در حفظ و انتقال میراث فرهنگی ایفا می‌کنند، بلکه می‌توانند به عنوان یکی از اجزای مهم صنعت گردشگری فرهنگی شناخته شوند. نمایش و عرضه این صنایع در بازارهای گردشگری به دو هدف اصلی می‌پردازد: نخست، معرفی و شناساندن فرهنگ و هویت هر منطقه به بازدیدکنندگان، و دوم، کمک به رونق اقتصادی از طریق درآمدزایی برای جوامع محلی (Bogale & Tiruneh, 2022: 249). این صنایع به دلیل ویژگی‌هایی که دارند، نقش چشمگیری در اقتصاد محلی و منطقه‌ای ایفا می‌کنند. برخی از این ویژگی‌ها شامل این است که صنایع دستی ملی بوده و وابستگی کمتری به سایر صنایع دارند، همچنین قابلیت تولید و توسعه آن‌ها در مناطق مختلف، چه شهری، روستایی و عشایری، وجود دارد (Keskitalo et al, 2021: 19). علاوه بر این، تولید این صنایع به طور معمول نیازمند مهارت‌های تخصصی بالا یا تجهیزات گران‌قیمت نیست و می‌تواند با مواد اولیه ساده و ابزار کم‌هزینه تولید شوند (Pramono et al, 2021: 603). صنایع دستی همچنین به دلیل ایجاد ارزش افزوده بالا، قدرت اشتغال‌زایی و درآمدزایی زیاد، می‌توانند به توسعه اقتصادی کمک کنند و به‌ویژه در مناطق کم‌توسعه و دورافتاده به عنوان یک منبع اقتصادی پایدار عمل کنند (El-Sayed et al, 2022: 68).

در ارتباط با پژوهش تحقیقات کمی انجام شده یا اینکه تحقیقات جامعه و مرتبط نبوده است. در ادامه به چند مورد از آنها اشاره می‌شود. مرشدی زاد و همکاران (۱۳۹۳) در بررسی نقش صنایع دستی در جذب گردشگری تأکید می‌نمایند که آموزش صحیح، رفع مشکلات سرمایه‌ای، سیاست‌های حمایتی-تشویقی و تبلیغات مناسب، بسیار مهم هستند. شجاع‌نوری (۱۳۹۳) نشان داد که بین گردشگری و صنایع دستی رابطه وجود دارد؛ چرا که جاذبه‌ها و کارگاه‌های سنتی صنایع دستی برای جذب گردشگران مؤثر هستند و رشد صنایع دستی نیز می‌تواند در توسعه گردشگری مؤثر واقع شود. کیانپور و کوراوند (۱۳۹۷) به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه صنایع دستی و بازاریابی آن‌ها از راهکارهای مطلوب توسعه منطقه محسوب می‌شود و توسعه بخش صنایع دستی علاوه بر اینکه سبب تولید می‌شود به توسعه گردشگری و بازاریابی آن نیز منجر می‌شود. کیاچهارباغی (۱۴۰۱) نتیجه گرفتند صنایع دستی می‌تواند، با ایجاد رابطه پویا و خلاق بین طبیعت، انسان، فرهنگ یک منطقه با گردشگران، جریان جدیدی را در آینده برای ارتقای گردشگری و اشاعه ارزش‌های فرهنگی

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ۲، شماره ۱، ۲۰۳-۱۹۳، بهار و تابستان ۱۴۰۴

ایجاد کند. همچنین گرتزل<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) نتیجه گرفت که صنایع‌دستی می‌تواند به گردشگری کمک کند. با تبلیغات و بازاریابی مناسب، صنایع‌دستی می‌تواند به عنوان جاذبه‌های گردشگری در مناطق مختلف شناخته شوند و گردشگران را به خود جذب کنند. نتیجه پژوهش کارکویی<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) نشان داد صنایع‌دستی یکی از بخش‌های مهم از حوزه گردشگری یا هم راستا با آن است که می‌تواند به اشتغال زایی، افزایش درآمد و پایداری بخش گردشگری کمک نماید. کوپر و باکلی<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) نشان دادند که در زمینه بازاریابی گردشگری، عوامل انسانی و جاذبه‌های مقصد نقش مهمی دارند که اقدامات مبتنی بر برندسازی مقصد می‌تواند روند و میزان رشد گردشگری را دو چندان نماید. لیو<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۲۴) به نقش مهم نوآوری و مدیریت در بازاریابی و توسعه صنایع‌دستی اشاره دارند. تفاوت پژوهش حاضر با تحقیقات گذشته این است که پژوهش‌های گذشته پراکنده بوده و به صورت جامعه به بررسی نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری تاکید ننموده‌اند، در حالی که پژوهش حاضر سعی نموده این موضوع را بررسی و تحلیل نماید.

## مواد و روش‌ها

روش تحقیق در این مطالعه از نوع توصیفی-تحلیلی و از لحاظ هدف، کاربردی می‌باشد. ماهیت پژوهشی، کمی و گردآوری داده‌ها به روش میدانی است. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان متخصص در حوزه صنایع‌دستی و گردشگری است که شامل افرادی از بخش‌های دولتی و خصوصی می‌شوند. به دلیل اینکه آمار دقیقی از تعداد کل این کارشناسان در دسترس نبوده، از روش گلوله برفی برای جمع‌آوری داده‌ها و تعیین حجم نمونه استفاده شده است. در این روش، شرکت‌کنندگان اولیه به معرفی سایر افراد مرتبط با موضوع پرداخته و به تکمیل پرسش‌نامه کمک کرده‌اند. در ابتدا، تعداد ۶۵ نفر به عنوان نمونه اولیه شناسایی و پرسش‌نامه‌ها در اختیار آنها قرار گرفت. پس از انجام مراجعه، ۵۴ نفر از آنها پرسش‌نامه‌ها را تکمیل کردند و باقی‌مانده یا پرسش‌نامه‌ها را تکمیل نکرده یا به تمامی سوالات پاسخ ندادند. بنابراین، حجم نمونه نهایی برای این تحقیق برابر با ۵۴ نفر تعیین شد. این ۵۴ نفر همان‌گونه که بیان شد بر اساس روش گلوله برفی انتخاب شده‌اند و بر همین اساس به این تعداد نمونه اکتفا شده است.

پرسش‌نامه‌ای که برای جمع‌آوری داده‌ها طراحی شده، یک پرسش‌نامه محقق‌ساخته است که روایی آن با تایید جامعه نخبگان و کارشناسان مربوطه به دست آمده و پایایی آن نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ تایید گردید که ضریب آن معادل ۰/۷۹۱ بوده است. این پرسش‌نامه مطابق با اهداف پژوهش تنظیم شده است. در واقع اعتبارسنجی آن در سطح ۳۰ نفر خارج از نمونه آماری انجام شده است. پرسش‌نامه شامل ۴ سوال مونوگرافی و ۲۶ سوال اصلی در زمینه نقش صنایع‌دستی و چالش‌های پیش رو بوده است. برای تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده، از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. در این تحقیق، برای تحلیل‌های آماری، از آزمون تی تک‌نمونه‌ای و فریدمن استفاده گردید. متغیرها و شاخص‌ها در بخش یافته‌ها اشاره شده‌اند.

## یافته‌های پژوهش

جدول (۱) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری پژوهش را نشان می‌دهد که شامل جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه فعالیت در گردشگری است. از نظر جنسیت، ۷۵/۹ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۲۴/۱ درصد زن هستند. در زمینه سن، بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان (۴۲/۶ درصد) در گروه سنی ۴۶ تا ۵۵ سال قرار دارند، به‌طوری‌که تنها ۱۱/۱ درصد از پاسخ‌دهندگان در گروه سنی ۲۸ تا ۳۵ سال حضور دارند. بیش از ۶۶/۷ درصد از نمونه آماری بین ۲۸ تا ۵۵ سال داشته‌اند. از نظر تحصیلات، ۲۹/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک لیسانس، ۵۰ درصد فوق‌لیسانس و ۲۰/۴ درصد دکتری هستند. همچنین، از لحاظ سابقه فعالیت در گردشگری، بیشترین پاسخ‌دهندگان (۴۴/۴ درصد) تجربه‌ای بین ۱۱ تا ۱۵ سال دارند و ۱۶/۷ درصد از آنها تجربه‌ای بین ۳ تا ۵ سال در این حوزه دارند. این ویژگی‌ها نشان‌دهنده توزیع جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان است که می‌تواند تأثیرات خاصی بر تحلیل‌ها و نتایج پژوهش داشته باشد (جدول ۱).

1. Gretzel
2. Curkovic
3. Cooper & Buckley
4. Liu

جدول ۱. ویژگی‌های نمونه آماری پژوهش

| متغیر                         | گزینه      | فراوانی | درصد | درصد تجمعی |
|-------------------------------|------------|---------|------|------------|
| جنس                           | مرد        | ۴۱      | ۷۵/۹ | ***        |
|                               | زن         | ۱۳      | ۲۴/۱ | ***        |
| سن (سال)                      | ۲۸ تا ۳۵   | ۶       | ۱۱/۱ | ۱۱/۱       |
|                               | ۳۶ تا ۴۵   | ۷       | ۱۳   | ۲۴/۱       |
|                               | ۴۶ تا ۵۵   | ۲۳      | ۴۲/۶ | ۶۶/۷       |
|                               | ۵۶ تا ۶۲   | ۱۸      | ۳۳/۳ | ۱۰۰        |
| تحصیلات                       | لیسانس     | ۱۶      | ۲۹/۷ | ۲۹/۶       |
|                               | فوق لیسانس | ۲۷      | ۵۰   | ۷۹/۶       |
|                               | دکتری      | ۱۱      | ۲۰/۴ | ۱۰۰        |
| سابقه فعالیت در گردشگری (سال) | ۳ تا ۵     | ۹       | ۱۶/۷ | ۱۶/۷       |
|                               | ۶ تا ۱۰    | ۱۴      | ۲۵/۹ | ۴۲/۶       |
|                               | ۱۱ تا ۱۵   | ۲۴      | ۴۴/۴ | ۸۷         |
|                               | ۱۶ تا ۲۰   | ۷       | ۱۳   | ۱۰۰        |

منبع: نویسندگان، ۱۴۰۳

## تحلیل نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران

جدول (۲) نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای را برای بررسی نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران نشان می‌دهد. نتیجه آزمون نشان داد همه شاخص‌های در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده‌اند. مقدار معناداری کمتری از ۰/۰۵، نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار صنایع دستی در توسعه گردشگری است. میانگین بالای ۴ برای اکثر شاخص‌ها نیز حاکی از اهمیت بالای این عوامل در فرآیند توسعه گردشگری است. به‌ویژه، شاخص‌هایی همچون افزایش درآمدزایی (۱۶/۳) و حفظ و تقویت هویت فرهنگی (۱۲/۷) با میانگین‌های ۴/۴۸ و ۴/۴۰ بالاترین تأثیر را در توسعه گردشگری دارند. سایر شاخص‌ها نیز از جمله جذب گردشگران خارجی (۳/۹۶) و تقویت زیرساخت‌های گردشگری (۴/۰۷) با میانگین بالا و سطح معناداری بسیار پایین نشان‌دهنده تأثیرات مثبت و معنادار صنایع دستی در این حوزه هستند. در نهایت، میانگین کلی شاخص‌ها (۴/۱۵) نیز تأکید بر نقش کلیدی صنایع دستی در ارتقاء صنعت گردشگری ایران دارد. از چرایی تأثیرگذار در چنین نتایجی می‌توان به نقش مهم صنایع دستی و ارتباط آن با بخش گردشگری اشاره نمود. صنایع دستی با توجه به جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی می‌تواند به عنوان یک بخش متحول‌گرا عمل نماید و نتایج این بخش اعم از نقش صنایع دستی در تقویت فرهنگی، افزایش درآمدزایی و جذب گردشگر به همین نکته اشاره دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مهمترین نقش و تأثیر صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران از طریق گسترش بازار گردشگری و همچنین افزایش درآمدزایی خواهد بود؛ چرا که میانگین این دو شاخص به نسبت دیگر شاخص‌ها بالاتر بوده‌اند.

جدول ۲. نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران (آزمون تی)

| شاخص                                    | آماره t | سطح معناداری | میانگین |
|-----------------------------------------|---------|--------------|---------|
| ایجاد اشتغال در جوامع محلی              | ۱۱/۰۱   | ۰/۰۰۰        | ۴/۱۲    |
| جذب گردشگران خارجی                      | ۵/۶۲    | ۰/۰۰۰        | ۳/۹۶    |
| حفظ و تقویت هویت فرهنگی                 | ۱۲/۷    | ۰/۰۰۰        | ۴/۴۰    |
| افزایش درآمدزایی                        | ۱۶/۳    | ۰/۰۰۰        | ۴/۴۸    |
| افزایش مدت اقامت گردشگران               | ۱۰/۳    | ۰/۰۰۰        | ۴/۲۹    |
| ارتقای کیفیت تجربیات گردشگران           | ۴/۸۱    | ۰/۰۰۰        | ۳/۹۲    |
| ایجاد برندینگ و شهرت برای مقاصد گردشگری | ۳/۸۰    | ۰/۰۰۰        | ۳/۷۷    |



مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ۲، شماره ۱، ۲۰۳-۱۹۳، بهار و تابستان ۱۴۰۴

|      |       |      |                                               |
|------|-------|------|-----------------------------------------------|
| ۳/۶۶ | ۰/۰۰۱ | ۳/۴۰ | تشویق دولت به حمایت از گردشگری                |
| ۴/۰۷ | ۰/۰۰۰ | ۷/۵۶ | تقویت زیرساخت‌های گردشگری                     |
| ۴/۲۹ | ۰/۰۰۰ | ۱۱/۶ | آموزش و آگاهی بخشی به گردشگران                |
| ۴/۲۵ | ۰/۰۰۰ | ۱۰/۱ | ایجاد رویدادهای مرتبط با صنایع دستی و گردشگری |
| ۴/۴۸ | ۰/۰۰۰ | ۱۵/۱ | گسترش بازار گردشگری                           |
| ۴/۲۴ | ۰/۰۰۰ | ۸/۱۷ | پایداری گردشگری                               |
| ۴/۱۵ | ۰/۰۰۰ | ۱۷/۷ | مجموع شاخص‌ها                                 |

منبع: نویسنده‌گان، ۱۴۰۳

## تحلیل چالش‌های پیش روی توسعه صنایع دستی در گردشگری ایران

جدول (۳) نتایج آزمون فریدمن جهت شناسایی و تعیین چالش‌های پیش روی توسعه صنایع دستی در گردشگری ایران را نشان می‌دهد. تمامی چالش‌ها دارای مقدار آماره کای اسکور برابر با ۷۲/۰۱۶ بوده و سطح معناداری نیز کمتر از ۰/۰۵ و برابر با ۰/۰۰۰ محاسبه شده است. لذا تفاوت معناداری میان چالش‌های بررسی شده در زمینه توسعه صنایع دستی مشاهده شده در این جدول، میانگین رتبه هر چالش به منظور تعیین اولویت آن‌ها محاسبه شده است. بر اساس نتایج، ضعف در بازاریابی و تبلیغات با میانگین رتبه ۹/۱۲ بالاترین اولویت را دارد و به عنوان مهم‌ترین چالش شناسایی شده است. علت این موضوع آن می‌تواند باشد که تبلیغات و بازاریابی حتی در بخش گردشگری نیز مورد توجه نبوده و این موضوع در حوزه صنایع دستی نیز بسیار مهم جلوه می‌کند. پس از آن، چالش مشکلات مالی فعالان صنایع دستی با میانگین رتبه ۷/۶۲ در جایگاه دوم قرار دارد. کمبود آموزش و مهارت‌افزایی با میانگین ۷/۲۳ و همچنین کمبود حمایت‌های دولتی با میانگین رتبه ۶/۹۷ در سوم و چهارم قرار دارند که نشان‌دهنده اهمیت آن‌ها در فرآیند توسعه صنایع دستی است. همچنین، نبود بازارهای هدف مناسب برای صادرات با میانگین رتبه ۵/۱۴ در آخرین رتبه (۱۲) قرار گرفته است، که نشان‌دهنده این است که این چالش به طور نسبی اهمیت کمتری در توسعه این صنعت دارد.

جدول ۳. شناخت و تعیین اهمیت چالش‌های پیش روی توسعه صنایع دستی در گردشگری ایران (آزمون فریدمن)

| Sig   | Chi square | اولویت | میانگین رتبه | چالش‌ها                                     |
|-------|------------|--------|--------------|---------------------------------------------|
| ۰/۰۰۰ | ۷۲/۰۱۶     | ۴      | ۶/۹۷         | کمبود حمایت‌های دولتی                       |
|       |            | ۵      | ۶/۴۴         | کمبود آگاهی گردشگران                        |
|       |            | ۱      | ۹/۱۲         | ضعف در بازاریابی و تبلیغات                  |
|       |            | ۳      | ۷/۲۳         | کمبود آموزش و مهارت‌افزایی                  |
|       |            | ۲      | ۷/۶۲         | مشکلات مالی فعالان صنایع دستی               |
|       |            | ۶      | ۶/۳۱         | رقابت با محصولات مشابه خارجی                |
|       |            | ۱۰     | ۵/۴۹         | نبود استراتژی و برنامه مشخص برای صنایع دستی |
|       |            | ۹      | ۵/۹۷         | عدم اتصال مناسب صنایع دستی با گردشگری       |
|       |            | ۱۲     | ۵/۱۴         | نبود بازارهای هدف مناسب برای صادرات         |
|       |            | ۷      | ۶/۲۵         | عدم همکاری بین بخش دولتی و خصوصی            |
|       |            | ۱۱     | ۵/۲۹         | ناپایداری در تامین مواد اولیه               |
|       |            | ۸      | ۶/۱۶         | افزایش هزینه و قیمت صنایع دستی              |

### سنجش معناداری تفاوت دیدگاه متخصصین نسبت به نقش صنایع دستی در گردشگری

نتایج آزمون آنووا برای سنجش معناداری تفاوت دیدگاه نمونه نسبت به نقش صنایع دستی در گردشگری ایران بر اساس متغیر سابقه فعالیت در حوزه گردشگری نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین گروه‌ها وجود ندارد. مقدار F برابر با ۰/۴۷۹ و سطح معناداری برابر با ۰/۶۹۸ و بیشتر از ۰/۰ است که نشان‌دهنده این است که تفاوت مشاهده شده در دیدگاه‌ها تصادفی و غیرمعنادار هستند. به عبارت دیگر، سابقه فعالیت در حوزه گردشگری تأثیر معناداری بر دیدگاه افراد نسبت به نقش صنایع دستی در گردشگری ایران ندارد و همه افراد با سوابق فعالیتی مختلف در حوزه گردشگری، نسبت به نقش صنایع دستی در گردشگری، دیدگاه مشترک و یکسانی دارند.

جدول ۴. سنجش معناداری تفاوت دیدگاه نمونه نسبت به نقش صنایع دستی در گردشگری بر اساس متغیر سابقه فعالیت در حوزه گردشگری

| شاخص                            | جمع مربعات | درجه آزادی | میانگین مربع | مقدار F | سطح معناداری |
|---------------------------------|------------|------------|--------------|---------|--------------|
| نقش صنایع دستی در گردشگری ایران | ۰/۳۳۸      | ۳          | ۰/۱۱۳        | ۰/۴۷۹   | ۰/۶۹۸        |
|                                 | ۱۱/۷       | ۵۰         | ۰/۲۳۵        |         |              |
|                                 | ۱۲/۰۹      | ۵۳         | ***          |         |              |

جدول (۵) نشان‌دهنده مقایسه دیدگاه‌های نمونه آماری در مورد نقش صنایع دستی در گردشگری ایران بر اساس متغیر سابقه فعالیت در حوزه گردشگری است. طبق این جدول، میانگین دیدگاه افراد در گروه‌های مختلف سابقه فعالیت به شرح زیر است: افراد با سابقه ۳ تا ۵ سال فعالیت میانگینی برابر با ۴/۳۱۶ دارند، افرادی که سابقه ۶ تا ۱۰ سال دارند، میانگینی برابر با ۴/۱۴۸، افراد با سابقه ۱۱ تا ۱۵ سال میانگینی معادل ۴/۱۲۸ و افراد با سابقه ۱۶ تا ۱۸ سال میانگینی برابر با ۴/۰۴۴ دارند. این نتایج نشان می‌دهند که تفاوت‌های موجود در دیدگاه‌های گروه‌های مختلف به‌طور کلی کم است و هیچ گروهی تفاوت معناداری از نظر دیدگاه نسبت به نقش صنایع دستی در گردشگری ایران ندارد.

جدول ۵. تعیین عدم تفاوت دیدگاه متخصصین نسبت به نقش صنایع دستی در گردشگری

| شاخص                            | سابقه فعالیت در حوزه گردشگری | میانگین در سطح آلفا ۰/۰۵ |
|---------------------------------|------------------------------|--------------------------|
| نقش صنایع دستی در گردشگری ایران | ۳ تا ۵ سال                   | ۴/۳۱۶                    |
|                                 | ۶ تا ۱۰ سال                  | ۴/۱۴۸                    |
|                                 | ۱۱ تا ۱۵ سال                 | ۴/۱۲۸                    |
|                                 | ۱۶ تا ۱۸ سال                 | ۴/۰۴۴                    |

### بحث

با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان صنایع دستی را به‌عنوان عامل محرک توسعه گردشگری دانست. صنایع دستی یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های فرهنگی-اقتصادی ایران به‌شمار می‌رود که توانسته است با تکیه بر ریشه‌های تاریخی، بومی و هنری، جایگاهی ویژه در حوزه گردشگری کسب کند. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای نشان داد که تمامی شاخص‌های مربوط به نقش صنایع دستی در گردشگری، دارای سطح معناداری کمتر از ۰۰۰۵ هستند که نشان‌دهنده تأثیر مثبت و قابل توجه این بخش در ارتقاء گردشگری کشور است. میانگین‌های به‌دست‌آمده که اکثراً بالاتر از ۴ هستند، حاکی از آن است که پاسخ‌دهندگان به‌وضوح صنایع دستی را به‌عنوان یک نیروی مؤثر در پویایی گردشگری تلقی کرده‌اند. شاخص‌هایی مانند افزایش درآمدزایی (میانگین ۴/۴۸) و حفظ و تقویت هویت فرهنگی (میانگین ۴/۴۰) از بالاترین امتیازها برخوردار بودند که به‌روشنی نشان می‌دهد صنایع دستی هم از منظر اقتصادی و هم از منظر فرهنگی تأثیرگذار است.

ارتباط دوسویه فرهنگ و اقتصاد در بستر گردشگری یکی دیگر از مواردی است که می‌توان به آن پرداخت. صنایع دستی در ایران برخلاف بسیاری از کشورها صرفاً کالای مصرفی یا تزیینی نیست، بلکه بازتابی از هویت ملی، باورهای محلی، و سبک زندگی اقوام مختلف است. از این‌رو، گردشگرانی که به ایران سفر می‌کنند، از طریق تجربه صنایع دستی با لایه‌های عمیق‌تری از فرهنگ ایران آشنا می‌شوند. همچنین، از منظر اقتصادی، صنایع دستی باعث ایجاد اشتغال (میانگین ۴/۱۲) جذب گردشگران خارجی (۳/۹۶) و افزایش مدت

اقامت (۴/۲۹) می‌شود؛ عواملی که به صورت مستقیم درآمدهای حاصل از گردشگری را افزایش داده و باعث پایداری فعالیت‌های اقتصادی محلی می‌گردد.

چالش‌های ساختاری پیش‌روی توسعه صنایع دستی در گردشگری نیز قابل تحلیل است. تحلیل آزمون فریدمن نشان داد که مهم‌ترین چالش موجود، ضعف در بازاریابی و تبلیغات (میانگین رتبه ۹/۱۲) است. در بسیاری از موارد، محصولات صنایع دستی ایرانی با وجود کیفیت و اصالت بالا، به دلیل نبود بازاریابی مؤثر، نتوانسته‌اند در بازارهای بین‌المللی گردشگری دیده شوند. این ضعف، از یک سو ناشی از کم‌توجهی به برندینگ فرهنگی است و از سوی دیگر به عدم تخصص‌گرایی در حوزه بازاریابی فرهنگی بازمی‌گردد. مشکلات مالی فعالان این حوزه (رتبه دوم) نیز توسعه را با موانع جدی روبه‌رو کرده است. نبود تسهیلات، دسترسی دشوار به مواد اولیه و نوسانات بازار، از جمله عوامل فشارزای مالی بر فعالان این صنعت هستند. چالش‌های دیگر از جمله کمبود آموزش، حمایت‌های دولتی و نبود استراتژی ملی برای توسعه صنایع دستی نیز نشان‌دهنده ناهماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی و بخش خصوصی است.

همگرایی دیدگاه متخصصان با سوابق مختلف در حوزه گردشگری مورد دیگری است که باید به آن اشاره نمود. یافته‌های حاصل از آزمون آنووا نشان می‌دهد که سابقه فعالیت در حوزه گردشگری تأثیری معنادار بر دیدگاه افراد نسبت به نقش صنایع دستی ندارد. این نتیجه (سطح معناداری ۰/۶۹۸) نشان می‌دهد که نگاه تخصصی به صنایع دستی در بین فعالان این حوزه از انسجام و یکپارچگی نسبی برخوردار است و متخصصان با سابقه‌های مختلف، همگی بر نقش کلیدی صنایع دستی در توسعه گردشگری اتفاق نظر دارند. این انسجام نظری می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری سیاست‌های کلان و برنامه‌ریزی‌های مؤثر در سطوح مختلف محلی و ملی باشد، چرا که تفاوت در دیدگاه‌ها گاه می‌تواند منجر به تعارض در اولویت‌گذاری‌ها و تخصیص منابع شود.

## نتیجه‌گیری

صنایع دستی به عنوان یکی از ارکان مهم فرهنگ و اقتصاد کشور، در توسعه گردشگری، نقشی حیاتی ایفا می‌کند. این پژوهش با هدف بررسی تأثیر صنایع دستی بر توسعه گردشگری ایران و شناسایی چالش‌های پیش‌روی آن انجام شده است. نتایج نشان می‌دهند که صنایع دستی تأثیرات مثبتی در توسعه گردشگری ایران دارند. شاخص‌های مختلف، به‌ویژه افزایش درآمدزایی و حفظ و تقویت هویت فرهنگی، بیشترین تأثیر را در این زمینه دارند. این نتایج تأکید بر این دارد که صنایع دستی می‌تواند به گسترش بازار گردشگری و افزایش درآمد در این بخش کمک کند. نتایج پژوهش با تحقیقات شجاع‌نوری (۱۳۹۱) و کارکویی (۲۰۲۱) که به نقش مهم صنایع دستی بر توسعه بخش گردشگری اشاره دارد، همخوانی دارد. همچنین تحقیق تحقیق مرشدی زاد و همکاران (۱۳۹۱) که بر تأثیر صنایع دستی در جذب گردشگر اشاره دارد نیز نتایج این بخش از پژوهش را حمایت می‌نماید. همچنین، در شناسایی چالش‌های پیش‌روی توسعه صنایع دستی در گردشگری، ضعف در بازاریابی و تبلیغات به عنوان مهم‌ترین چالش شناخته شد. سایر چالش‌ها مانند مشکلات مالی فعالان صنایع دستی و کمبود آموزش نیز از اهمیت بالایی برخوردارند.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که صنایع دستی نقش بسیار مهمی در توسعه گردشگری ایران ایفا می‌کنند. این صنایع نه تنها به حفظ و تقویت هویت فرهنگی کشور کمک می‌کنند، بلکه به عنوان یک منبع درآمدزایی مؤثر برای جامعه محلی و کشور به طور کلی شناخته می‌شوند. با توجه به اینکه همه شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه گردشگری دارند، به‌ویژه در زمینه افزایش درآمدزایی و جذب گردشگران خارجی، می‌توان اشاره نمود که توجه به این بخش می‌تواند عامل مهمی در رشد و ارتقای صنعت گردشگری باشد. با این حال، چالش‌هایی مانند ضعف در بازاریابی و تبلیغات، مشکلات مالی فعالان صنایع دستی و کمبود حمایت‌های دولتی همچنان به عنوان موانعی برای رشد این بخش باقی مانده‌اند که باید در اولویت برنامه‌ریزی‌های سیاست‌گذاران قرار گیرد. برای بهره‌برداری بهتر از پتانسیل‌های صنایع دستی در گردشگری، نیاز به هم‌افزایی و همکاری مؤثرتر بین بخش‌های دولتی و خصوصی، به‌ویژه در زمینه تبلیغات و بازاریابی، وجود دارد. همچنین توجه به رفع چالش‌های موجود می‌تواند به تسریع فرآیند توسعه گردشگری مبتنی بر صنایع دستی در کشور کمک کند.

در نهایت، می‌توان نتیجه گرفت که نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران بسیار حائز اهمیت است و باید در راستای رفع چالش‌های موجود و تقویت این بخش، برنامه‌ریزی‌های مناسبی صورت گیرد. با توجه به نتایج پژوهش چند پیشنهاد ارائه می‌شود. ۱- تقویت بازاریابی و تبلیغات صنایع دستی. ۲- حمایت‌های مالی و تسهیل دسترسی به منابع مالی برای فعالان صنایع دستی. ۳- تقویت

بررسی نقش صنایع دستی در توسعه گردشگری ایران و ... / کصادقی و شمس الدینی

آموزش و مهارت آموزی در صنایع دستی. ۴-افزایش همکاری های بین بخشی (دولت و بخش خصوصی). ۵-برنامه ریزی برای توسعه بازارهای صادراتی صنایع دستی.

## حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

## سهم نویسندگان در پژوهش

سهم نویسندگان یکسان است.

## تضاد منافع

هیچگونه تضاد منافع وجود ندارد

## منابع

- جمینی، داود، جوان، فرهاد و حیدریان، بیتا. (۱۴۰۳). شناسایی چالش ها و راهکارهای توسعه ژئوتوریسم در سکونتگاه های روستایی منتخب در استان های کردستان، کرمانشاه و همدان. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۳(۵۱)، ۲۳۷-۲۱۵.  
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.28159.3943>
- سالاری، ممد و سالاری، سامرند. (۱۳۸۹). ارزیابی (معرفی و شناسایی) صنایع دستی استان کردستان از منظر توسعه توریسم و توسعه پایدار، دومین همایش علمی سراسری دانشجویی جغرافیا، تهران.  
<https://civilica.com/doc/161006>
- شجاع نوری، نیکو. (۱۳۹۳). بررسی رابطه گردشگری و صنایع دستی در استان کردستان، *مجله هنرهای کاربردی*، ۳(۵)، ۷۸-۶۷.  
[10.22075/aa.2015.2586](https://doi.org/10.22075/aa.2015.2586)
- صادقی، حجت الله. (۱۴۰۲). ارزیابی تطبیقی مدل های هم پوشانی فازی جهت تعیین پهنه های مستعد ایجاد اماکن اقامتی-گردشگری در منطقه دزپارت با مدل های Sum، Gamma، برنامه ریزی فضایی، ۱۳(۴)، ۲۲-۱.  
[10.22108/sppl.2023.138669.1759](https://doi.org/10.22108/sppl.2023.138669.1759)
- کیاچهارباغی، بهنام. (۱۴۰۱). نقش صنایع دستی در رونق و بهبود صنعت گردشگری، همایش بین المللی کارآفرینی با شعار توسعه استعداد کارآفرینی: راهی به سوی تحول.  
<https://civilica.com/doc/1504581>
- کیان پور، مهتاب و کوراوند، حسین. (۱۳۹۷). بررسی اثر بازاریابی صنایع دستی بر توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی شهرستان ایذه)، دوازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران.  
<https://civilica.com/doc/845019>
- مرشدی زاد، فاطمه و خواجه منصوری، حسن و سارانی، مجید. (۱۳۹۲). جایگاه و نقش صنایع دستی در جذب گردشگری، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.  
<https://civilica.com/doc/248123>
- موسوی، نجم الدین، غفوریان، امیر، سرشومی، علی و سپهوند، رضا. (۱۳۹۷). توسعه صنعت گردشگری از طریق برندسازی صنایع دستی (مورد مطالعه: صنایع دستی استان اصفهان). *گردشگری و توسعه*، ۷(۴)، ۲۴۰-۲۲۶.  
<https://www.sid.ir/paper/227739/fa>
- Jamini, D., Javan, F., & Heydarian, B. (2024). Identification of Challenges and Solutions for The Development of Geotourism in Selected Rural Settlements in Kurdistan, Kermanshah and Hamedan Provinces. *Journal of Tourism Planning and Development*, 13(51), 215-237. [In Persian]  
[10.22080/jtpd.2024.28159.3943](https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.28159.3943)
- Salari, M., & Salari, S. (2010). Evaluation (Introduction and Identification) of Handicrafts in Kurdistan Province from the Perspective of Tourism and Sustainable Development. 2nd National Student Scientific Conference on Geography, Tehran. [In Persian].  
<https://civilica.com/doc/161006>
- Shoja Noori, N. (2014). Investigating the Relationship between Tourism and Handicrafts in Kurdistan Province. *Journal of Applied Arts*, 3(5), 67-78. [In Persian]

- <https://doi.org/10.22075/aaj.2015.2586>  
Sadeghi, H. (2024). Comparative Evaluation of Fuzzy Overlay Models for Identifying Potential Sites for Tourist Accommodation in Dezpart Region Using Gamma and Sum Models. *Spatial Planning*, 13(4), 1-22. [In Persian]  
[10.22108/sppl.2023.138669.1759](https://doi.org/10.22108/sppl.2023.138669.1759)
- Kia Chaharbaghi, B. (2022). The role of handicrafts in the growth and improvement of the tourism industry. International Conference on Entrepreneurship with the Motto of Developing Entrepreneurial Talent: A Path to Transformation. [In Persian]  
<https://civilica.com/doc/1504581>
- Kianpour, M., & Koravand, H. (2018). Investigating the effect of handicraft marketing on the development of the tourism industry (Case study: Izeh County). 12th National Congress of Pioneers of Progress, Tehran. [In Persian]  
<https://civilica.com/doc/845019>
- Morshedizad, F., Khajeh Mansouri, H., & Sarani, M. (2013). The status and role of handicrafts in attracting tourism. 1st National Conference on Tourism, Geography and Sustainable Environment, Hamedan. [In Persian]  
<https://civilica.com/doc/248123>
- Ara, E., Tucker, H., & Coetzee, W. J. (2022). Handicrafts-enacted: Emplacing non-human agency in ethnic tourism. *Journal of hospitality and tourism management*, 50, 345-354.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677022000080>
- Bilgiçli, İ. (2021). Digitalization and evaluation of accessibility in the tourism use of handicrafts: Tarakli example. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 4(2), 569-585.  
<https://doi.org/10.22108/jgh.2021.355755090>
- Bogale, D., & Tiruneh, N. (2022). Practices and challenges of linking the handicraft sector to sustainable tourism development: evidence from Gamo and Konso zones, southern Ethiopia. *International Journal of Tourism Policy*, 12(3), 245-272.  
<https://doi.org/10.1504/IJTP.2022.126625>
- Buhalis, D., Leung, X. Y., Fan, D., Darcy, S., Chen, G., Xu, F., ... & Farmaki, A. (2023). Tourism 2030 and the contribution to the sustainable development goals: the tourism review viewpoint. *Tourism review*, 78(2), 293-313.  
<https://doi.org/10.1108/TR-04-2023-620>
- Cooper, M. A., & Buckley, R. (2022). Tourist mental health drives destination choice, marketing, and matching. *Journal of Travel Research*, 61(4), 786-799.  
<https://doi.org/10.1177/0047287521101154>
- Curkovic, M. D. (2021). The role of the traditional crafts as intangible heritage on the global tourist market. In SHS Web of Conferences .92, 06005, EDP Sciences.  
<https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2021/03>
- El-Sayed, S. F., El-Shaer, N. S., Salim, A. A. E., El-hamed, A., & Saleh, A. (2022). Using the Traditional handicrafts in Applying Sustainability in Hotels, The case of Siwa Oasis. *Journal of Tourism, Hotels and Heritage*, 5(3), 65-86.  
[10.21608/sis.2022.176557.1116](https://doi.org/10.21608/sis.2022.176557.1116)
- Go, H., & Kang, M. (2023). Metaverse tourism for sustainable tourism development: Tourism agenda 2030. *Tourism Review*, 78(2), 381-394.  
[10.1108/tr-02-2022-0102/full/html](https://doi.org/10.1108/tr-02-2022-0102/full/html)
- Gössling, S. and Peeters, P. (2015), "Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050", *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 639-659.  
[10.1080/09669582.2015.1008500](https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1008500)
- Gretzel, U. (2018). Influencer marketing in travel and tourism. *Advances in social media for travel, tourism and hospitality: new perspectives, practice and cases*, 34(2), 147-156.  
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324>
- Jamal, T. and Higham, J. (2021), "Justice and ethics: towards a new platform for tourism and sustainability", *Journal of Sustainable Tourism*, 29(3), 143-157.  
<https://www.tandfonline.com/toc/rsus20/29/2-3>



- Keskitalo, E. C. H., Schilar, H., Heldt Cassel, S., & Pashkevich, A. (2021). Deconstructing the indigenous in tourism. The production of indigeneity in tourism-oriented labelling and handicraft/souvenir development in Northern Europe. *Current Issues in Tourism*, 24(1), 16-32.  
[doi/full/10.1080/13683500.2019.1696285](https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1696285)
- Khan, M.J., Chelliah, S., Khan, F. and Amin, S. (2019), "Perceived risks, travel constraints and visit intention of young women travelers: the moderating role of travel motivation", *Tourism Review*, 74(3), 721-738.  
[10.1108/TR-08-2018-0116](https://doi.org/10.1108/TR-08-2018-0116).
- Koli, A. K., & George, B. (2022). Sustaining Handicrafts Through Governmental and Community Support: Implications for Handicrafts Tourism. *Revista Latino-Americana de Turismologia*, 8(1), 1-7.  
<https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/36936>
- Liu, H., Alli, H., & Yusoff, I. S. M. (2024). A thematic review on traditional handicraft from design perspective publications from 2002–2022: analysis of trends for future studies. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1), 1-19.  
<https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2298084>
- Militz, T. A., Kershler, D. A., & Southgate, P. C. (2021). Informing artisanal pearl and pearl-shell handicraft production for the cruise tourism market through analysis of intended purchase behavior. *Tourism in Marine Environments*, 16(1), 45-58.  
[doi.org/10.3727/154427320X15958571868603](https://doi.org/10.3727/154427320X15958571868603)
- Pramono, R., Hidayat, J., & Cherry Dharmawan, J. (2021). Hybrid bamboo and batik handicraft development as creative tourism product. *Journal homepage*, 16(5), 601-607.  
[publication/357354151](https://doi.org/10.3727/154427320X15958571868603)
- Sadeghi, H., Jafarpour Ghalehtimouri, K., & Seidiy, S. S. (2024). Assessment of tourism development services in peri-urban villages using the VIKOR model and spatial statistics algorithms in GIS for mapping spatial interactions. *SN Social Sciences*, 4(12), 1-24.  
[10.1007/s43545-024-01018-0](https://doi.org/10.1007/s43545-024-01018-0)
- Wondirad, A., Bogale, D., & Li, Y. (2022). Practices and challenges of developing handicrafts as a core tourism product in Chench and Konso, southern Ethiopia. *International Journal of Cultural Policy*, 28(3), 306-326.  
[doi/abs/10.1080/10286632.2021.1938560](https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1938560)