

# مجموعه مقالات و گزارش‌های نهایی

## اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و صنایع دستی

### تهران – اردیبهشت ۸۵

پژوهشکده هنرهای سنتی، پژوهشگاه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

اداره کل توسعه و ترویج، معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی

معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان

خرداد ماه ۱۳۸۷

به مناسبت روز جهانی صنایع دستی

مترجمان:

ساسان قاسمی (معاون هنرهای سنتی و صنایع دستی استان گیلان)

آزاده فرامرزیها

مقدمه

در اردیبهشت ماه ۱۳۸۵/اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و صنایع دستی از طرف سازمان گردشگری سازمان ملل متحد، و با همت پژوهشکده هنرهای سنتی و معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در تهران برگزار شد که حاصل این برنامه انتشار مجموعه مقالات ارزشمند و بیانیه ای جهانی بود. متأسفانه مباحث این کنفرانس به صورت رسمی منتشر نشد؛ در این مجال سعی شده سخنرانی های آن کنفرانس به صورت چکیده و خلاصه شده در چند نوبت منتشر شود..

<https://somak.ir/post/tourism-and-handicraft-1-۲۷.html>

## پیشگفتار

سازمان جهانی جهانگردی مراتب ارادت خود را نسبت به خوانندگان این متون اعلام داشته و مفتخر است که به پیوست گزارش کنفرانس بین المللی جهانگردی و صنایع دستی را که در تاریخ ۱۳ تا ۱۵ ماه می ۲۰۰۶ (۲۳ تا ۲۵ اردیبهشت ماه ۸۵) در تهران برگزار گردیده، ارایه نماید.

این نشست احتمالا اولین کنفرانس بین المللی بود که مشخصا بر موضوع ارتباط بین جهانگردی و صنایع دستی تمرکز داشت. برگزاری این جلسه محصول همکاری سازمان گردشگری سازمان ملل متحد (UNWTO) و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران (ICHTO) و با حمایت یونسکو به شمار می آید. اعتقاد بر این است که این کنفرانس تنها یک موفقیت کوتاه مدت نبوده و گشودن راهی است برای توسعه هرچه بیشتر ایجاد ارتباط بین صنایع دستی و گردشگری.

این گزارش نهایی چکیده‌ای از روند اجرا و نتایج کسب شده از کنفرانس را ارایه می‌دهد. سازمان جهانی گردشگری از فرصت به دست آمده در این نوشته استفاده نموده تا بار دیگر مخاطبان را نسبت به حد بالای توجه خود به این مهم مطمئن نماید.

## ۱. معرفی

کنفرانس بین المللی جهانگردی و صنایع دستی که در تاریخ ۱۳ تا ۱۵ ماه می ۲۰۰۶ (۲۳ تا ۲۵ اردیبهشت ماه ۸۵) در تهران برگزار شد، اولین کنفرانس سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل متحد (UNWTO) و احتمالا اولین نشست بین المللی بود که مستقیما و مشخصا به مسئله پیوند بین جهانگردی و صنایع دستی می‌پرداخت.

جهانگردی صنعت شماره یک در قرن بیست و یکم و صنایع دستی یکی از مهمترین فعالیت‌های به سرعت در حال رشد است. این دو در کنار هم ترکیبی قدرتمند و منطقی می‌سازند. این کنفرانس تاریخی و جهانی و اهمیت برنامه‌های متعاقب آن، انگیزشی برای آمیزش طیف گسترده‌ای از اهداف UNWTO شامل کاهش میزان فقر، ایجاد شغل و مسائل زنان ایجاد نمود. کنفرانس از طرف یونسکو مورد حمایت قرار گرفت، نهادی که مسئول پیشرفت نقش فرهنگی و اجتماعی-اقتصادی صنایع دستی به طور عام و شناخت ارزش افزوده آن در روند گسترش جهانگردی به طور خاص می‌باشد.

این جلسه همچنین با حمایت بی‌دریغ هوایمایی ایران (ایران ایر) و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران همراه بود که میهمان‌نوازی گرم و برنامه‌ریزی عالی و دقیق آنها سهم مهمی در موفقیت این برنامه داشت. مدیریت میراث فرهنگی را معاون رئیس جمهوری ایران آقای اسفندیار رحیم مشاعی بر عهده دارند که حضور ایشان در کنفرانس مایه افتخار ما بود.

برگزاری اولین نشست UNWTO با چنین موضوعی در جمهوری اسلامی ایران بسیار مناسب به نظر می‌رسید. این کشور دارای یکی از غنی‌ترین، قدیمی‌ترین و متنوع‌ترین سنن صنایع دستی در جهان است. مهارت‌هایی که در طول نسل‌ها جریان یافته، به شهادت مصنوعات که از هزاره پنجم پیش از میلاد به دست آمده، به دوران پارسیان باستان باز می‌گردد. صنعتگران و هنرمندان ایرانی در

تمامی زمینه‌ها شامل سرامیک، فلز، شیشه، چوب، معماری، فرش، قالیچه و غیره مشهورند. همچنانکه یکی از سخنرانان اصلی ما، آقای دیوید اوکانر مدیر بخش حمایت از صنعتگران به روشنی بیان نمود: "ارتباط بنیادین بین صنایع دستی و گردشگری به خوبی در این زادگاه باستانی بازرگانی، تمدن انسانی و فرهنگ غنی قابل مشاهده است. گردهم‌آیی در این مکان و گفتگو درباره تجارت صنایع دستی و سفر، پیوند بین تجارت و گردشگری که ضرورت‌های اصلی تجارت را در زیر متن زندگی بومی نشان می‌دهد، از اقبال خوب ماست".

## ۲. مقاصد

صنایع دستی بخش عمده تجربه جهانگردی برای گردشگران بین‌المللی است. بردن یک اثر هنری زیبا و ماندگار از یک سفر لذتبخش، خاطرات شیرین آن سفر را زنده نگه می‌دارد، و البته توجه اطرافیان را جلب کرده و آنها را به تجربه آن سفر تشویق می‌کند. اما با در نظر گرفتن برآیند بازده ارزشمند و ایجاد فرصت‌های شغلی، پیوند بین سفر و صنایع دستی هنوز به طور کامل کشف و درک نشده و توسعه کافی نیافته است.

در پاسخ به این مسئله، UNWTO نتیجه گرفت که با وجود کنفرانس‌های متعدد در زمینه جهانگردی و صنایع دستی هر کدام به طور مجزا، نیاز مبرم به برگزاری جلسه‌ای احساس می‌شود که بر موضوع گسترش همکاری بین این دو و افزایش آگاهی‌ها درباره اهمیت صنایع دستی برای گردشگری و بالعکس متمرکز شود. UNWTO معتقد است که فروش صنایع دستی به جهانگردان می‌تواند به بقای این سنت‌های بومی کمک کرده و با ایجاد شغل، فرصت‌های اجتماعی-اقتصادی و افزایش سطح کیفی زندگی در جوامع بومی، باعث کاهش میزان فقر شود.

بدین ترتیب موضوع کنفرانس مستقیماً با ستون اصلی برنامه کاری UNWTO که همانا دستیابی به بالاترین حد کاهش میزان فقر است، ارتباط داشت. کاهش میزان فقر یکی از مهمترین مقولات دوران ما در کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید، مقوله‌ای که نه تنها توجه همه جانبه رهبران کشورها و دولت‌هایشان، بلکه تمرکز جامعه مدنی را طلب می‌کند. UNWTO به عنوان یک نهاد متخصص در سازمان ملل، برای کمک به جامعه بین‌المللی در زمینه تحقق اهداف توسعه هزاره سازمان ملل متحد ایجاد گردیده که در این مورد خاص به کاهش میزان فقر در جهان می‌پردازد. در سال ۲۰۰۴، UNWTO یک نشست اداری در زمینه گردشگری فرهنگی و کاهش میزان فقر برگزار کرد که چالش‌ها و فرصت‌هایی که توسط جهانگردان ارایه شده و در بیانیه تاریخی Hue به اوج می‌رسد را مد نظر قرار داده بود. به علاوه UNWTO بنیاد ST-EP خود را نیز تاسیس نموده که با استفاده از گردشگری به حذف فقر در کشورهای در حال توسعه بپردازد.

## ۳. اهداف

چهار هدف عمده این کنفرانس شامل موارد زیر است:

- آزمایش خلق فرصت‌های شغلی، افزایش حقوق و کاهش میزان فقر از طریق گسترش پیوند بین گردشگری و صنایع دستی و بررسی راه‌های به حداکثر رساندن این عوامل، توجه بیشتر و دقیقتر به بخش آسیب‌پذیر جامعه مانند زنان، جوانان و معلولان

- شناخت اهمیت صنایع دستی بومی برای توسعه جهانگردی و بالعکس، اهمیت جهانگردی به عنوان عاملی برای حمایت و حراست از مصنوعات دستی، روش‌های ساخت آنها و فرهنگ سنتی

- آزمایش مبحث مطالعاتی در زمینه تولید و بازاریابی صنایع دستی مرتبط با گردشگری و طرح دروسی در این زمینه با توجه به عواملی مانند:

- تکنولوژی تولید و انواع گوناگون طراحی

- موارد مختلف اقتصادی و مدیریتی تولید

- راه‌های بازاریابی و روش‌های افزایش فروش مصنوعات دستی به گردشگران

- تعریف راهکارها و ابزارهای عملی برای دولتمردان و دست‌اندرکاران بخش خصوصی به منظور توسعه بخشیدن به ارتباط بین تولید صنایع دستی و گردشگری، شناسایی نقش ارتباط بین دستگاه‌های دولتی، ساکنان بومی و صنعت گردشگری وارد شده به محل و بالاخره منابع بیرونی اقتصادی و مساعدت‌های فنی

لازم به ذکر است که اهداف این کنفرانس که در بالا ذکر شد همگی کاملاً عملی هستند. با مساعدت طیف وسیعی از کارشناسان و متخصصان ماهر می‌توان پاسخ‌های مناسبی برای سوالات کلیدی زیر پیدا کرد:

- چگونه فرصت‌های ایجاد شده می‌تواند مزایای اقتصادی را در جوامع بومی افزایش داده و همچنین کسب درآمد ارز خارجی از فروش صنایع دستی به گردشگران را به حداکثر برساند؟

- چگونه کیفیت و اعتبار مصنوعات دستی بومی می‌تواند به افزایش تولید آن کمک نموده و آن را از خطر تولید ماشینی با کیفیت پایین حفظ نماید؟

- چگونه بخش‌های جهانگردی و صنایع دستی می‌توانند با همکاری با یکدیگر دارایی‌های فرهنگی کشور میزبان را افزایش داده و به حمایت از سازندگان بپردازد؟

- چگونه اقتصاد منفی و برخورد فرهنگی جهانگردی می‌تواند بر تولیدکنندگان آسیب‌پذیر بومی و اجتماعشان تاثیر گذارد؟

در این کنفرانس مهم دورنمای یک همکاری قابل توجه بین جهانگردی و صنایع دستی در چارچوب کاهش میزان فقر مورد بررسی قرار گرفت، و نخستین قدم موثر در زمینه روند تعریف راهکارها و ابزار عملی مربوط به بخش‌های دولتی و خصوصی برداشته شده و نقش ارتباط بین دستگاه‌های دولتی، ساکنان محلی و گردشگران خارجی، منابع بیرونی اقتصادی و مساعدت‌های تخصصی شناسایی شد.

در ادامه بحث مقاصد و اهداف، UNWTO، ICHTO و یونسکو یک تیم قوی از سخنرانان و نمایندگان بین المللی حرفه‌ای از میان کارشناسان ارشد دولتی، صاحبان مشهور صنایع، دانشگاهیان و نمایندگان بخش خصوصی تشکیل دادند. برای آغاز برنامه سخنرانی جامعی از طرف نماینده مدیر عامل UNWTO ایراد شده و سپس پیامد خوشامدگویی از طرف معاون ریاست جمهوری اسلامی ایران قرائت شد.

برنامه تخصصی کار که توسط آقای دکتر حسن شفتی برنامه‌ریزی شده بود با دو سخنرانی کلیدی آغاز شد. نخستین آنها را رئیس پشتیبانی و توسعه جهانگردی UNWTO آقای یوجینو یونس ایراد کردند. گفتار ایشان بیشتر بر پتانسیل موجود در ترکیب گردشگری- صنایع دستی در همکاری با اهداف پایه‌ای UNWTO در کاهش میزان فقر متمرکز بود، و سه چالش/فرصت کلیدی زیر را معرفی نمود:

- کیفیت و طراحی
  - راهکارهای بازاریابی
  - مسئولیت‌پذیری اجتماعی صنعت گردشگری در استفاده از صنایع دستی بومی
- دومین سخنرانی توسط آقای دیوید اوکانر مدیر بخش «حمایت از صنعتگران» انجام شد که اصرار داشتند مخاطبانشان به جای استفاده از واژه بدآهنگ Handicrafts از واژه Handcrafts استفاده نمایند، ایشان به روشنی فوایدی را که صنایع دستی برای اقتصاد و حفاظت از میراث فرهنگی دربردارد، طرح‌ریزی کردند. سپس به دادن اطلاعات ارزشمندی در زمینه انتظارات از گردشگران، توصیه‌هایی درباره چگونگی کمک به تولیدکنندگان برای همساز شدن با بازار گردشگری و شناسایی کلید نقش‌های بخش خصوصی، سرمایه‌گذاران شخصی، دولتمردان و جوامع دانشگاهی پرداختند.

سه جلسه مهم تخصصی به شرح زیر است:

جلسه اول: نقش جهانگردی و پتانسیل آن در برانگیزش تولید صنایع دستی

جلسه دوم: فرصت‌های همکاری و اهداف وسیعتر در خصوص کمک صنایع دستی به کاهش میزان فقر و گردشگری فرهنگی

جلسه سوم: ملاحظات عملی کلیدی: چگونگی دستیابی به بازار موفق صنایع دستی و توزیع آن

طیف بسیار گسترده‌ای از عناوین مختلف درون این سه جلسه تخصصی به چشم می‌خورد، برای مثال:

- طبقه‌بندی کیفی، سیستم نشان کیفیت که در کشورهای ASEAN آغاز شده و توسط یونسکو برای استفاده در سراسر جهان برگزیده شده است
- شاخص صحیح گردشگری صنایع دستی (Crafts Tourism) که این نیز توسط یونسکو آغاز شد
- مسابقه سالانه صنایع دستی در جمهوری کره و وب سایت صنایع دستی
- پروژه یک دهکده، یک محصول (One Tambon One Product) کشور تایلند
- جشن یک ماهه صنایع دستی در کشورهای آسه‌آن

- موزه Theme در چین و موزه Ecomuseum در کانادا
  - جایزه Inventpreneurial و وام‌های کم بهره در سیشل
  - جهانی‌سازی و تغییردهی
  - بهترین تمرین بازاریابی و توزیع
  - احیای دوباره یک جریان طراحی در بوسنی و هرزگوین
- همچنین کارشناسان ایرانی چهار نمونه جالب ارائه کردند که بیش‌تر همه جنبه درباره تکنیک‌های صنایع دستی بومی و تاریخی آنها در ایران به شرکت کنندگان در کنفرانس می‌داد.

## ۵. نتایج

- توافق روشنی در زمینه منافع گسترده بازار صنایع دستی برای گردشگران وجود داشت که مهم‌ترین آنها به شرح زیر است:
- مشارکت برای توسعه اجتماعی-اقتصادی و کاهش میزان فقر در جوامع بومی
  - افزایش میزان استخدامات و دستمزدها برای افرادی که اغلب در حاشیه اقتصاد بومی قرار می‌گیرند، مثل زنان، افراد معلول و سایر بخش‌های ضعیف جامعه
  - ایجاد فرصت شغلی برای طبقه کشاورز جامعه که در زمان تعطیلات فصلی مکمل درآمد آنها قرار گیرد
  - کاهش مهاجرت روستائینان به شهرها
  - توانایی متعهد ساختن جوامع نسبت به یکدیگر و تلاش در راه ماندگاری سنت‌های بومی در نتیجه حفظ میراث فرهنگی و گونه‌های مختلف آن
  - نقش صنایع دستی معتبر و مرغوب در کاهش میزان صادرات غیر قانونی عتیقه
  - تهدیداتی نیز علیه گسترش فروش صنایع دستی به گردشگران برشمرده شد، شامل:
    - ضعف همکاری و آموزش
    - نبود دانش کافی در زمینه چگونگی موفقیت اقتصادی
    - کمبود اطلاعات
    - توزیع، ارائه و بازاریابی ضعیف
    - طراحی نادرست محصول
    - محصولات غیرتخصصی فرهنگی (مثل کلاه مکزیکی در بارسلون)
    - جایگزین شدن محصولات بی کیفیت ماشینی و تقلبی

بیانیه تهران درباره صنایع دستی، گردشگری و کاهش میزان فقر

در نتیجه بررسی‌های انجام شده در کنفرانس و با توجه به تحقیقات بیشتر کارشناسان پروژه، UNWTO بیانیه تهران در مورد صنایع دستی، گردشگری و کاهش میزان فقر را صادر کرد. این بیانیه در پایان جلسه به عنوان بخشی از اساسنامه پذیرفته شد. بیانیه بر فعالیت‌های دولتی، خصوصی، جوامع بومی و سایر دست اندر کاران که می‌توانند و باید فرصت‌های موجود در مشارکت بین صنایع دستی و گردشگری را به حداکثر برسانند، تمرکز دارد. این فعالیت‌ها شامل موارد زیر هستند:

- تحقیق در زمینه سود اقتصادی شامل خرج کردن غیر مستقیم
  - پژوهش‌های برانگیزاننده
  - همکاری، برنامه‌ریزی و مشارکت
  - حمایت‌های مالی و غیره
  - آموزش و پرورش
  - بازاریابی، توزیع و توسعه محصول
  - کنترل کیفی، اعتبار و طبقه‌بندی
- متن کامل بیانیه به شرح زیر است:

### بیانیه تهران در خصوص موضوع صنایع دستی، گردشگری و فقرزدایی

ما، شرکت‌کنندگان در کنفرانس جهانی گردشگری و صنایع دستی که در تهران، جمهوری اسلامی ایران در روزهای ۲۳ تا ۲۵ اردیبهشت ماه ۱۳۸۵ (۱۳ تا ۱۵ ماه می ۲۰۰۶ میلادی) برگزار گردید،

با توجه به موارد زیر:

- کنوانسیون حفاظت از میراث‌های فرهنگی و طبیعی جهان، سال ۱۹۷۲؛
  - توصیه‌های یونسکو در خصوص حفاظت از فرهنگ سنتی و عمومی، سال ۱۹۸۹؛
  - بیانیه جهانی یونسکو در خصوص تنوع فرهنگی، سال ۲۰۰۱؛
  - بیانیه گردشگری فرهنگی و فقرزدایی، سال ۲۰۰۴؛
  - بیانیه نیویورک در خصوص تجهیز گردشگری برای اهداف توسعه هزاره، سال ۲۰۰۵؛
  - خواهان تاکید بیشتر در انجام بیانیه یوگیاکارتا در خصوص فرهنگ‌های ملی و گردشگری جهانی سال ۱۹۹۲، نکته‌های اخلاق جهانی برای گردشگری در سال ۱۹۹۹ سازمان جهانی گردشگری، و اهداف توسعه هزاره سازمان ملل؛
- با توجه به اینکه پتانسیل شگرف بازاریابی صنایع دستی بر توریسم:

- یاریگر مسایلی چون توسعه اجتماعی اقتصادی پایدار و فقرزدایی در جوامع محلی است؛
- منجر به اشتغال‌زایی و ایجاد فرصت‌های شغلی برای تمامی اقشار حتی آنان که در لبه‌های اقتصاد محلی قرار گرفته‌اند می‌شود، همچون زنان، معلولین و دیگر بخش‌هایی از اجتماع که تا کنون فرصت رشد نیافته‌اند؛
- باعث کم شدن حجم مهاجرت‌های از روستا به شهر می‌شود؛

- منجر به پیوستگی اجتماعات به یکدیگر شده و به تداوم سنت‌های محلی کمک می‌کند؛
- و تنوع و موارث فرهنگی را محافظت می‌نماید؛

با آگاهی از این موضوع که بسیاری از بازارهای محلی صنایع دستی به صورتی پراکنده و محتاج به راهنمایی و وساطت هستند، و این مورد زمانی پیش می‌آید که این صنایع دستی به فراموشی سپرده شده، به سمت کلیشه‌های بی‌معنا سوق داده شده، یا در مورد جایگزین‌های بی‌ارزشی که ساخت مکان‌های دیگری است غفلت صورت گرفته است، و تاثیر آن می‌تواند فرهنگ عمومی را بی‌ارزش نموده، منجر به ایجاد نارضایتی در صنعت گردشگری شده و زندگی مردمان محلی را دستخوش تغییر نماید؛

با علم بر:

- اینکه در عصر جهانی شدن بازدیدکنندگان بیشتر مشتاق برای کسب تجربیات اشتراکی و موثق هستند؛
- اینکه صنایع دستی برای گردشگران، پیوندی است به یک فرهنگ خارجی که شدیداً تجربه سفر آنان را بالا می‌برد؛
- اینکه خرید آنان از صنایع دستی به گونه‌ای تزییدی انعکاس‌دهنده ارزش‌های اجتماعی است و برای همین آنان در جستجوی کیفیت صنایع دستی هستند؛

با تاکید بر مشاهدات نمونه‌های حقیقی منافع دو جانبه تشریک مساعی میان صنایع دستی و گردشگری در بسیاری از کشورها، و خصوصاً در جمهوری اسلامی ایران با سنت‌های غنی هنری خود؛

شدیداً توصیه می‌کنیم:

دولت‌ها را به:

- ایجاد تعامل و تشویق در شرکت کردن تمامی دست‌اندرکاران همچون تشکل‌های محلی، انجمن‌های داخلی، سازمان‌های غیردولتی و بخش خصوصی، در تمامی مقاطع توسعه گردشگری صنایع دستی، دقیقاً از مرحله طرح و برنامه، تا تکمیل و اجرا، نظارت، سنجش، و توزیع منافع و سودها؛
- در نظر داشتن تمامی سطوح اهمیت اقتصادی بخش صنایع به انضمام سودها و منافع محرک یا غیر مستقیم؛
- تشخیص نقش موثر بر قیمت‌های صنایع دستی محلی در ارتقاء افق دید، که شدیداً آنها را در فعالیتهای بازاریابی گردشگری جهانی معرفی نموده، و فروش این صنایع در خروجی‌های دولتی (همچون دفاتر گردشگری، موزه‌ها)؛
- تخصیص منابع مالی و انسانی کافی برای حفاظت، طراحی، تولید، بازاریابی و تبلیغات صنایع دستی محلی؛
- تحقیقات کامل در مورد تعدد و تنوع‌شناسی صنایع محلی، نتایج بازاریابی صنایع دستی بر گردشگران، و از همه مهمتر، تحریکات، ایجاد انگیزش و سنجش گردشگران به منظور حصول اطمینان از اینکه طراحی محصول و توسعه، به همان سو و به همان اندازه مورد نظر بوده است؛
- پذیرش مسئولیت برای کیفیت و صحت محصول صنایع دستی محلی، و برای توسعه برچسب‌زنی مناسب برای جلب اطمینان گردشگران؛
- ایجاد فرصت‌های تحصیلاتی و آموزشی برای هنرمندان، عمده‌فروشان، خرده‌فروشان، بخش‌های گردشگری و تشکل‌های محلی برای ارتقاء سطح مهارت‌ها و ظرفیتهای آنان در تولید و بازاریابی صنایع دستی محلی و بالا بردن سطح آگاهی آنان برای شناخت پتانسیل فروش صنایع دستی برای یاری‌رسانی به حل مسئله فقرزدایی و اشتغال‌زایی؛

- بسط یک استراتژی روشن برای توسعه فروش صنایع دستی در تمامی سطوح که به عنوان یک افق مناسب با مشورت تمامی دست اندر کاران طراحی شده باشد؛
- ایجاد رشدی دلخواه برای تولید و بازاریابی صنایع دستی با مواردی همچون برچسب‌های مجوز، کنترل کیفی، قالب حقوقی و غیره، و نیز بسط و توسعه موسسات پشتیبانی؛
- ترغیب به بازسازی تشکلهای هنری تاریخی در نزدیکی سایت‌های تاریخی و باستانی مهم؛
- ایجاد و گردآوری اطلاعات تکنیکی، مالی، بازاریابی و پشتیبانی موثر بر بخش‌هایی از تشکلهای محلی که هنوز علاقه‌ای به همکاری نشان نمی‌دهند، برای تشویق آنان به هماهنگ کردن خود با صنایع دستی به صورتی پایدار و مرتبط با تجارت و منافع عمومی موجود در جریان حضور گردشگران؛
- کمک به تهیه‌کنندگان صنایع دستی و مجریان تورهای گردشگران خارجی در داخل کشور برای انتخاب بازاریابی و کانال‌های پخش به قصد حصول اطمینان از تقسیم عادلانه منافع میان تهیه‌کنندگان داخلی و مجریان خارجی؛
- ارائه تسهیلات و اعتبارات خاص به هنرمندان برای تهیه مواد خام و لوازم اولیه، سرمایه‌گذاری و وام‌های خرد؛  
بخش خصوصی را به:
- تاکید بیشتر بر بسط دسترسی هنرمندان به بازار رو به رشد گردشگری؛
- ترویج مشارکت با تشکلهای محلی در توسعه تولید و فروش صنایع دستی برای حداکثر رشد منافع اقتصاد محلی؛
- در نظر گرفتن اولویت اول برای تشکلهای محلی به قصد تقویت منابع انسانی مورد نیاز تولید و فروش صنایع دستی با تاکید بر آموزش آماده‌سازی محصول به این منظور که فرصتی را برای افراد محلی جهت ورود به بخشی از اقتصاد گردشگری ایجاد کرده باشند، که خود باعث اشتغال‌زایی و تقویت ماندگاری هنرها و صنایع دستی خواهد شد؛
- اهمیت‌دهی به برجسته‌ترین و شناخته‌شده‌ترین آثار صنایع دستی محلی به طوری که کیفیت و شخصیت راستین آنها حفظ شود؛
- تقویت پیوند میان صنایع و گردشگری به وسیله به کارگیری صنایع دستی محلی در مبلمان و دکوراسیون هتل‌ها، چشمه‌های آب معدنی و رستوران‌ها؛  
تشکلهای محلی را به:
- نقشی موثر و سازمان داده شده در روند طراحی و نظارت را به دست گیرند؛
- از طریق ایجاد ابتکارات در خصوص به وجود آوردن ظرفیت‌های اجتماع‌محور، سطح دانش و مهارت‌ها را به منظور حصول اطمینان از شراکت موثر در روند تولید و بازاریابی صنایع دستی ارتقاء دهند؛
- ارزش‌های فرهنگی و سنت‌های جاری را از طریق برنامه‌های آموزشی، و فعالیت‌های تحقیقاتی و حفاظتی بازسازی نمایند؛
- به منظور حصول اطمینان از توزیع عادلانه منافع حاصل از گردشگری صنایع دستی، از خلاقیت‌های مبتکرانه اجتماع‌محوری همچون تعاونی‌ها، و همکاری‌های توسعه‌ای استفاده نمایند؛
- جهت یافتن جایگاهی مناسب برای پتانسیل فروش صنایع دستی جوامع خود، از جشنواره‌ها و مانند آنها بهره برند؛
- با بخش خصوصی برای حصول اطمینان از توسعه مسئولیت‌پذیر که برای تمامی مردم و شرکت‌های محلی دارای منافع باشد، همکاری مجدانه داشته باشند؛  
و دیگر دست اندر کاران:

- سازمان‌های غیر دولتی باید با تشکل‌های محلی از طریق یاری‌رسانی به آنان برای دستیابی به اهداف اقتصادی و فرهنگی خودشان، همکاری نمایند؛
- آژانس‌های توسعه‌ای باید پتانسیل فروش صنایع دستی به گردشگران را به عنوان ابزار اصلی فقرزدایی دریابند و برنامه‌های کمک‌رسانی خود را برای پشتیبانی بخش پر اهمیت فعالیت‌های توسعه‌ای، طراحی نمایند؛
- موسسات آکادمیک باید تحقیقات و فعالیت‌های آموزشی مرتبط با تولید محصولات صنایع دستی و فقرزدایی را به فعالیت‌های پیشین خود اضافه نمایند؛
- رسانه‌های ملی و بین‌المللی باید تصویری مثبت و قابل درک از اینکه صنایع دستی محلی می‌تواند به عنوان یکی از مقاصد گردشگری موفق بوده و غنی‌سازی راه، چه فرهنگی و چه اقتصادی، برای جامعه محلی به همراه داشته باشد، ارائه دهند.

تهران، ۲۵ اردیبهشت ۱۳۸۵

(۱۵ ماه می ۲۰۰۶ میلادی)

#### ۶. پیشنهادات

پیشنهادات ارائه شده در کنفرانس را می‌بایست در زیر متن آن مشاهده کرد، که بسیاری از سخنرانان به آنها اشاره کردند: تغییر شکل سیستم گردشگری از مفعول به فاعل. گردشگران دیگر تنها به از دور نگاه کردن و عکس برداشتن بسنده نمی‌کنند، آنها می‌خواهند هرچه بیشتر با فرهنگ بومی درگیر شده و با افراد بومی معاشرت کنند. زمان، زمان علایق خاص است. گردشگران به دنبال مشارکت بیشتر و تجربیات عجیب هستند و خرید صنایع دستی برای آنها پیوندی با یک فرهنگ خارجی محسوب می‌شود که تجربه سفر آنها را شیرین‌تر می‌کند. خریداری این مصنوعات، ارزش‌های اجتماعی و تقاضای کیفیت را بازتاب می‌دهد و تغییری جالب توجه است از الگوی قبلی گردشگران که صنایع دستی را فقط برای سوغات یا تزئین منزلشان خریداری می‌کردند به الگوی امروز که آنها را به عنوان یادگاری از یک سفر به خانه می‌برند. صنعت گردشگری که خود را در جایگاه حمایت از شیوه‌های زندگی مختلف در برابر این مخاطب جهانی قرار می‌دهد موفقتر بوده، بازار بزرگتری برای سهمیدن با اکثریت گردشگران دارد و با خرید هر گردشگر سود بالاتری به دست می‌آورد.

در این زمینه مشارکت بین گردشگری و صنایع دستی معنای دقیقتری می‌یابد. این ایده‌ای است که ارائه شده و این کنفرانس به سادگی قدم اول اما بسیار مهمی در راه به حداکثر رساندن پتانسیل فروش صنایع دستی به گردشگران است.

اما مثل همیشه وقتی یک موضوع پیچیده مد نظر قرار می‌گیرد، کارهای بسیار زیادی که هنوز باید در راه آن انجام شود آشکار می‌گردند

...

کنفرانس سال ۲۰۰۷

اولین پیشنهاد ارایه شده در کنفرانس، با توافق جمعی این بود که نباید اجازه داد این نشست تنها یک موفقیت کوتاه مدت باشد؛ بلکه باید به یک رویداد سالانه تبدیل شود، به شرکت کنندگان فرصت دهد تا ضمن ملاقات دوباره یکدیگر راجع به برنامه‌های خود بحث و تبادل نظر کنند و برای برداشتن قدم‌های بعدی تصمیم‌گیری نمایند. در جریان کنفرانس کشور تایلند داوطلب شد تا میزبان جلسه بعدی قرار گیرد.

### گروه حرفه‌ای بین‌المللی

پیشنهاد فوری بعدی که از طرف نماینده مدیر عامل UNWTO ارایه شده و توسط تمامی شرکت کنندگان به امضا رسید، تشکیل یک گروه حرفه‌ای بین‌المللی بود که با تکیه بر پیشنهادات ارایه شده در کنفرانس به فرآوردن جزئیات و چالش‌های برنامه پرداخته، اهداف روشن و قابل‌اجرایی داشته باشد. از این گروه درخواست خواهد شد گزارش عملکرد خود را در دومین کنفرانس گردشگری و صنایع دستی سال بعد تسلیم نماید.

توافق شد که کشور ایران ریاست این گروه را بر عهده داشته باشد. سایر اعضا باید از بخش خصوصی، تئو چند از سخنرانان کنفرانس و نمایندگان جوانان انتخاب گردند- یکی از شگفت‌آورترین رویدادهای کنفرانس، مشارکت جمع‌بی‌شماری از دانشجویان جوان ایرانی بود، در پاسخ به این عمل، سازمان جهانی گردشگری فرصتی به برنامه UNWTO-Iran Memorandum of Understanding and the Tourism Master Plan (اساسنامه ادراک و برنامه کلان گردشگری ایران- سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل متحد) داد تا به خصوص در بخش‌های آموزشی به سنجش و ارزیابی در ایران بپردازد.

مضامین عمده مورد توجه گروه بین‌المللی

### الف) پژوهش

بر طبق توافق جمعی در کنفرانس، یکی از عمده‌ترین دلایل کم‌اهمیت جلوه دادن ترکیب گردشگری- صنایع دستی، کمبود پژوهش- های قوی در این زمینه معرفی گردید. تعداد اندکی از کشورها دارای اطلاعات لازم برای ارزیابی اهمیت فروش صنایع دستی به گردشگران هستند. کمبود اطلاعات کمی و کافی برای توجیه پروژه‌های صنایع دستی- گردشگری، ایجاد اهداف یا ارزیابی نتایج مشکل اساسی است.

فهرست صنایع دستی- گردشگری یونسکو

کارشناسان حاضر در کنفرانس موافقت کردند که برای جمع نمودن برآمد اطلاعات و برآورد میزان جمعیت صنایع دستی، بهترین نقطه آغاز فهرست صنایع دستی- گردشگری یونسکو است که توسط ایندراسن ونکاتاچلوم از یونسکو و دومینیک بوچارت مشاور توسعه صنایع

دستی در کنفرانس ارایه گردید. پرسشنامه مقدماتی در سال ۲۰۰۱ به اعضای یونسکو تسلیم شده، در سال ۲۰۰۲ در یک کارگاه آموزشی بین المللی با موضوع جمع آوری اطلاعات در زمینه صنایع دستی و گردشگری مورد سنجش قرار گرفت. در سال ۲۰۰۳ پرسشنامه، به منبع اصلی یونسکو از برآمد هزینه صنایع دستی گردشگران تبدیل شد.

کنفرانس این فهرست را پذیرفت و بر سر اهمیت تشویق جهانی گسترده تر برای شرکت در آن توافق نمود. از آنجا که گردشگری و صنایع دستی هر یک معمولاً توسط نهادهای مختلف اداره می شوند، این فهرست از نظر اعضای کنفرانس ابزاری عالی برای تشویق برقراری رابطه هر چه پربارتر بین مسئولان مربوط به هر دو بخش به شمار می آید. فهرست به وضوح دارای نقش مهمی در ترویج راهکارهای برنامه ریزی، طرح های آموزشی، تامین مواد خام و همکاری های تخصصی است. همچنین می تواند در جهت ارزیابی مساعدت های مالی به بخش صنایع دستی کمک فراوانی به بخش های اقتصادی کرده و راهنمایی های ارزشمندی به مسئولان فرهنگی ارایه نماید.

پرسشنامه الگویی از سادگی بوده و بر انتشار نتایج آن به صورت منظم تاکید فراوان شده است. همچنین این پرسشنامه نقش مهمی در ترغیب کشورهای شرکت کننده، نه تنها برای پر کردن فرمها و ارسال آنها به یونسکو بلکه برای به جریان انداختن آنها در وهله اول دارد.

به علاوه پیشنهاد شد که پژوهش های بیشتری برای سنجش وجوه مختلف اقتصاد در بخش صنایع دستی انجام گیرد.

#### پژوهش های برانگیزاننده

سخنرانان متعددی بر نیاز درک انگیزه ها و سلايق مشتریان تاکید کردند. در صورت پذیرش ضرورت حمایت فرهنگی همه جانبه، اهمیت این نکته واضح است که طراحی و توسعه باید الزاما مورد تقاضا باشد. اغلب ماهیت اصلی تقاضا با تاکید بیش از حد بر ارزانی محصول از بین رفته است. اشتباهات ساده ای نیز البته وجود داشته – مثل بازاریابی برای اجناس حجیم که برای حمل با هواپیما مناسب نیستند.

#### (ب) همکاری، برنامه ریزی و مشارکت

موضوع اصلی این بحث کمبود همکاری بین ادارات یا نهادهای مسئول گردشگری، صنایع دستی، بخش اقتصادی و فرهنگی بود. به منظور به اوج رساندن مزایای هنرهای دستی – گردشگری، راهکاری متمرکز، مکمل و جامع، حیاتی به نظر می رسد: تشویق شرکت کنندگان از تمامی اقشار شامل جوامع بومی و صنعتگران آنها، جامعه مدنی، نهادهای غیر دولتی و بخش خصوصی در تمامی مراحل توسعه صنایع دستی گردشگری از برنامه ریزی و طراحی تا ارزیابی و توزیع. برای دستیابی به این راهکار، همکاری فعالانه دولت ها امری ضروری به نظر می رسد.

## پ) حمایت‌های مالی و غیره

دولت‌ها باید در زمینه آماده کردن فضایی مساعد که در آن هر بازار صنایع دستی کوچکی پیشرفت نماید، کوشا باشند، مثلاً به وسیله گسترش موسسات حمایتی و ارایه پروانه‌های مجاز و ایجاد چارچوب‌های قانونی کاری.

از آنجا که در کنفرانس بحث معین کردن حمایت‌های مالی و انسانی از طرف دولت در تمامی زمینه‌های توسعه صنایع دستی بومی از نگهداری، طراحی و تولید تا بازاریابی و تأویل مورد تأیید اعضا قرار گرفت، وجود منابع مالی کمتر مورد استفاده قرار گرفته بین المللی لازم به نظر می‌رسید. نقش نهادهای غیر دولتی (NGO) و آژانس‌های توسعه و همچنین موسسات مالی کوچک که به صنعتگران اجازه می‌دهند به سرمایه و مواد خام لازم دسترسی یابند، در اینجا مشخص می‌شود. کنفرانس به این نتیجه رسید که معضل اساسی آموزش هر یک از صنعتگران به منظور چگونه دست یافتن به منابع حمایتی گوناگون است. روش‌های موثر بسیاری در زمینه تقابل و ارتباط باید به کار گرفته شوند - یک وب سایت و مجموعه‌ای از کارگاه‌های آموزشی منطقه‌ای از میان موارد مختلف پیشنهاد شده، برگزیده شدند.

## ت) آموزش و پرورش

آموزش و پرورش محدوده‌ای است که نیاز به مداخله دولت در آن به روشنی قابل مشاهده است. طیف گسترده‌ای از موارد مختلف از مهارت‌های تولید، آموزش‌های تخصصی، طراحی، بازاریابی، آموزه‌هایی درباره حمایت‌های موجود و زبان‌های خارجی برای صنعتگران گرفته تا نیاز عمومی برای آموزش ایده‌پردازان جوامع بومی درباره نیروی درونی موجود در فروش صنایع دستی برای کمک به کاهش میزان فقر، ایجاد شغل و نگهداری از ارزش‌های فرهنگی و سنت‌های زندگی در کنفرانس مورد بحث قرار گرفتند.

فراهم آوردن اطلاعات فنی، مالی، تجاری و حمایت‌های فزاینده باید در بخش‌های نامساعد جوامع بومی هدف قرار گیرد، به این بخش‌ها کمک شود تا بتوانند بازار صنایع دستی خود را دایر کرده و از مزایای جریان ورود گردشگران بهره‌مند شوند. تمرکز بومی نکته‌ای اساسی است.

## ث) بازاریابی و توزیع

طبق توافق اعضا، این حوزه محدوده‌ای دیگر است که در آن سازندگان نیاز مبرمی به حمایت و بهره‌مندی از اطلاعات و آموزش دارند. دستیابی به پتانسیل کامل فروش مصنوعات از آنچه اکنون وجود دارد دورتر است، با توجه به ابراز علاقه گردشگران به محصولات کم نظیر با قیمت معقول، فضای پس‌زمینه به نظر مثبت می‌آید. از آنجا که گردشگران علاقه‌ای نوظهور به خرید در سفر پیدا کرده‌اند، به رویای بازاریابان تبدیل گشته‌اند. و هربار پس از بازگشت به خانه برای شگفت‌زده کردن دوستان و خویشان خود، اشیاء خریداری شده خود را نشان می‌دهند.

چندین پیشنهاد کاملاً عملی در کنفرانس ارایه شد:

- وارد کردن صنایع دستی به راهکارهای گردشگری ملی
- نمایش صنایع دستی در فعالیتهای بازاریابی گردشگری بین المللی، مثل برگزاری نمایشگاه از آثاری با بهترین کیفیت در بازارها
- برگزاری مسابقات رقابتی صنایع دستی در بازارها
- فروش صنایع دستی در بازارهای رسمی (مثل دفاتر گردشگری، موزه ها)
- برانگیختن بخش خصوصی برای ترویج مفهوم صنایع دستی بومی و در عین حال حمایت از اعتبار و کیفیت آنها
- مهم ساختن صنایع دستی توسط رسانهها
- استفاده بهینه از فستیوالها و رویدادهای مشابه در جوامع بومی برای فروش صنایع دستی

### ج) توسعه محصول

این بخش جایگاه ویژه‌ای در دایره بازخورد بازاریابی دارد و با بخش پژوهش برانگیزاننده مرتبط است. حوزه‌های مختلف توسعه محصول به شرح زیر است:

- نگهداری جوامع صنعتگری تاریخی در کنار مراکز مهم باستان شناسی و تاریخی
- گسترش اماکنی که سازندگان در حال کار قابل رویت باشند (مانند موزه Theme در استان گوئیژو چین و موزه Ecnomuseum در کانادا)
- تشویق دارندگان تورهای مسافرتی به استفاده بیشتر از صنایع دستی در بسته‌های مسافرتی خود
- گسترش خط سیر صنایع دستی خاص و تبلیغ آنها
- برانگیختن صنعت گردشگری به تقویت ارتباط بین صنایع دستی و گردشگری با استفاده از صنایع دستی بومی در دکوراسیون هتل‌ها، بارها و رستوران‌ها
- تشویق هتلداران به برپایی بازارهای منظم و نمایش دادن سازندگان بومی در آن مکان
- برای ایجاد فضای خریدی مطمئن و امن برای گردشگران، باز هم مسئولان محلی باید فروشندگان غیر رسمی سیار را تحت پوشش خود قرار دهند، آنها را تشویق کنند تا محصولاتشان را در مکانی مشخص و طراحی شده به نمایش گذارند

### چ) کنترل کیفی، اعتبار و طبقه‌بندی

بحث گسترده‌ای درباره برخورد بین اعتبار (سندیت) محصول و آرایه آنچه مشتری خواهان آن است در جلسه وجود داشت، اما تجربه نشان داده است که این دو تضاد آشکار، به راحتی می‌توانند در کنار یکدیگر قرار گیرند. باید بین صنایع دستی که برای مصرف محلی تولید شده و آنها که برای استفاده گردشگران ساخته می‌شوند، فاصله‌ای روشن ایجاد کرد. «اعتبار در چشمان بیننده است» عبارتی است که بیش از یک بار در طول کنفرانس شنیده شد. آنچه مورد توافق قرار گرفت این بود که برای مطمئن ساختن گردشگر و ایجاد حس اعتماد، مسئولان بین المللی، ملی و محلی باید راه‌هایی برای القای مسئولیت در برابر کیفیت و اعتبار تولید صنایع دستی و گسترش

دسته‌بندی مناسب آن کشف نمایند. طرح دسته‌بندی کیفی محلی (مثل نمونه‌ای که در مورد سیشل گفته شد) می‌تواند بسیار موثر باشد. بر فروش «بیوگرافی» هر اثر به پیوست خود آن بسیار تاکید شده زیرا گردشگران مشتاق دانستن این قبیل اطلاعات هستند.

#### سیستم نشان کیفیت یونسکو/ آسه‌آن

در سطح بین‌المللی اعضای کنفرانس به شدت علاقه داشتند تا در زمینه سیستم نشان کیفیت، پروژه‌ای که در کشورهای آسه‌آن با موفقیت انجام شده و اکنون توسط یونسکو در سراسر جهان مورد استفاده قرار گرفته، بدانند. نشان کیفیت یک مکانیزم کنترلی کیفی و ابزاری برای بازاریابی است. معیار سنجش آن بر پایه اعتبار، سندیت، انحصار، محیط و مسئولیت‌پذیری اجتماعی قرار دارد. کنفرانس این پروژه را مورد تایید قرار داده و از استفاده آن در تمام کشورهای عضو حمایت کرد.

#### ح) مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توان حمایتی

پس از پرداختن به تمامی اهداف کنفرانس باید گفت همه پیشنهادات ارایه شده در بالا باید در زیر متن مسئولیت‌پذیری اجتماعی قرار گیرند. UNWTO در صدد دستیابی به توان حمایتی و اخلاق گردشگری است.

عوامل استخدامی و آموزشی در زمینه تولید و فروش صنایع دستی باید در دسترس همه جوامع بومی و به خصوص بخش‌های آسیب‌پذیر آن - زنان، جوانان و معلولان - قرار داده شود. توزیع مزایای اقتصادی باید بین دست‌اندرکاران بومی و خارجی منصفانه تقسیم شود. حقوق و سنت‌های گروه‌های اقلیت باید مورد احترام قرار گیرد، به همان نسبت نهادها و سازمان‌های بزرگ اجتماعی نیز باید به میزان لازم حمایت شوند. نمونه جالب این مورد «انجمن گردشگری دهکده» در چین است که کار آن تقسیم عادلانه سرمایه می‌باشد. بالاخره این که سنت استفاده از منابع قابل تجدید بومی باید پرورش یافته و حمایت شود.

#### ۷. پیش‌نویس برنامه فعالیت گروه بین‌المللی

آنچه در این بخش می‌آید گزیده‌ای از پیشنهاداتی است که توسط سخنرانان، نمایندگان و مدیران در طول کنفرانس برای فعالیت‌های گروه حرفه‌ای بین‌المللی ارایه شد:

- توزیع گسترده گزارش کنفرانس به مسئولان ذیربط
- تشویق تمامی اعضا به وارد کردن صنایع دستی به راهکارهای گردشگری ملی و فعالیت‌های بازاریابی
- طراحی و توزیع یک پرسشنامه به تمامی اعضا برای یافتن بهترین عملکرد، حاوی سوالاتی در حوزه‌های زیر:
  - مشارکت عملی بین بخش‌های عمومی و خصوصی و بین بدنه منطقه‌ای، ملی و بومی جامعه
  - پروانه‌دهی، حق چاپ و مساعدت‌های قانونی

- حمایت‌های ملی

- آموزش و پرورش

- بازاریابی

- توزیع

- کنترل کیفی و دسته‌بندی

- مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل استخدام، تقسیم عادلانه منافع و حمایت از برنامه‌های ابتکاری

- انتشار نشریه‌ای حاوی تجربیات جدیدی که از هر پروژه به دست می‌آید
- تاسیس پایگاه اینترنتی حاوی اطلاعات مربوط به کنفرانس و پروژه مد نظر برای تسهیل برقراری رابطه بین دست اندر کاران مختلف
- تشویق همه اعضا به تشکیل یک هیئت ممیزی ملی بر پایه پرسشنامه فهرست هنرهای دستی/گردشگری یونسکو برای جمع‌آوری نتایج به دست آمده و ذخیره اطلاعات در UNWTO و یونسکو
- درخواست حمایت همه جانبه از سیستم نشان کیفیتی یونسکو و تفهیم برنامه‌های آن به همه اعضا
- درخواست حمایت موسسات آموزشی برای پژوهش در زمینه تاثیرات فروش صنایع دستی و تحلیل نیازهای گردشگران و انگیزه‌های آنان هنگام خرید این صنایع
- تشکیل مجموعه‌ای از کارگاه‌های آموزشی منطقه‌ای برای صنعتگران که بتوانند در آنها با سایر همکاران خود در مناطق دیگر آشنا شده و راه‌های بهتر دستیابی به مواد خام، سرمایه کار، کمک هزینه‌ها و سایر مساعدت‌ها را آموزش ببینند
- برگزاری رقابت‌هایی در حوزه صنایع دستی در یکی از مهمترین بازارهای بین‌المللی
- تهیه گزارش عملکرد سالیانه خود و تسلیم آن به کنفرانس سال ۲۰۰۷ در تایلند

پی‌گفتار

به نظر می‌رسد برای پایان کلام نقل قولی از یکی از برجسته‌ترین سخنرانان جلسه، پروفیسور نلسون گرابرن از دانشگاه برکلی کالیفرنیا مناسب باشد:

«احترام و ارزش‌گذاری به صنایع دستی هویت ملی را تحکیم بخشیده و مردم را تشویق می‌کند تا از سنت‌های خود حمایت کنند، میراث فرهنگی خود را جاودانه سازند و کیفیت محصولات خود را در حد عالی نگه دارند. چشم‌پوشی از ارزش صنایع دستی، تعویض آنها با نمونه‌های بی‌معنای تقلبی یا نمونه‌های ارزان قیمت ماشینی، تاثیر اساسی بر بی‌ارزش کردن فرهنگ مردمان داشته، آنها را نسبت به صنعت گردشگری و حتی شیوه زندگی خویش بدبین می‌کند.

صنایع دستی به عنوان منبعی برای معیشت ارزشی بسیار بیشتر از سوغات دارد، صنایع دستی زبان ناطق فرهنگ بومی و منطقه‌ای است و به عنوان شاخصی برای میزان ارتباط و پلی برای رسانیدن پیام فرهنگی بین میزبان و میهمان است.»

صنایع دستی طنین به خصوصی برای گردشگران امروزی دارد و چنانکه قصد این کنفرانس نیز بر آن بود، پیوند بین گردشگری و صنایع دستی به خوبی آشکار شد. چالش اصلی اکنون در همکاری‌های گسترده برای بقای این موفقیت به دست آمده مستتر است.