

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..

صنایع دستی و ارتباط آنها با جهانگردی - صنعتگران نیز سرمایه های شما هستند

بخش دوم - صنایع دستی و ارتباط آن با جهانگردی / صنعتگران نیز سرمایه های شما هستند

آقای دیوید اوکانر

ریاست بخش یاری به صنعتگران

ایالات متحده آمریکا^۱

gluzberg@aidtoartisans.org



معرفی:

بسیار خوشحالم که فرصتی برای صحبت پیش از این اجلاس برجسته که بر پیوند طبیعی بین صنایع دستی و گردشگری تاکید دارد، به دست آورده‌ام. شکی نیست که این دو به طرز ناگشودنی به یکدیگر متصل شده‌اند- با مزیت‌های دو جانبه در ساختار که ترفیع یکی حمایت از دیگری است.

پیوند بنیادین این دو به خوبی در این زادگاه تجارت، تمدن بشری و فرهنگ غنی قابل مشاهده است. از بخت‌یاری ما است که در مکانی گرد هم آییم که الهام‌بخش مقولاتی مانند تجارت صنعت و سفر، پیوند بین تجارت و گردشگری است که ملزومات اصلی تجارت را در بطن زندگی ارایه می‌دهد.

سفر می‌کنیم تا یاد بگیریم، تا تجربه کنیم با دست‌ها و چشمانمان. در خلال این جریان درونی دریافت، آشنا می‌شویم و یاد می‌گیریم به مردمان، اماکن و اشیایی که تا به حال برایمان غریبه و عجیب بودند احترام بگذاریم.

^۱“Handicrafts and Their Linkage with Tourism”, Mr. David O’Connor, President of Aid to Artisans, USA

ما صنایع دستی را سوغات می‌بریم تا خاطرات خود را از ایجاد ارتباط و مشارکت در فرهنگ‌های جدید نمایش دهیم. در خلال خرید ایشیا بومی، گردشگران راهکاری برای توسعه اقتصادی، بهبود زندگی صنعتگران و ترفیع زنان و بخش‌های آسیب‌پذیر جامعه که سایر راهکارها برای آنها غیرقابل دسترس است، را خلق کرده و ترویج می‌دهند. در کمترین حد، هر مسافر با خرید سوغات، آنچه آموخته را با دوستان و خانواده‌اش سهیم می‌شود.

ممکن است متوجه شده باشید که من لغت Handcrafts را به جای Handicrafts استفاده می‌کنم. در بخش یاری به صنعتگران، ما دریافتیم که کلمه Handicrafts به خوبی Handcrafts بر تجارت و امکانات تجاری مهم دلالت ندارد. ما تجربه کردیم که لغت Handicrafts بیشتر به محصولات سطح پایین و غیر خلاق اشاره می‌کند، در حالی که کلمه Handcrafts مفهومی از دست‌ساز و نوعی غنای صنعت بی‌نظیر سازندگان را القا می‌کند.

رشد جهانی شدن و توسعه تجارت آزاد به این معنا است که تاثیر گردشگری برای کاهش میزان فقر در میان کشورهای در حال توسعه امری حیاتی است. اگر چه، جوامع بومی به طور خودکار سودی از رشد صنعت گردشگری نمی‌برند. سرمایه‌گذاری‌های دولتی، وقفی و سازمان‌های غیر دولتی به همراه بخش خصوصی می‌توانند به درک و دریافت پتانسیل موجود در این صنعت حیاتی برای بهبود سطح کیفی زندگی جوامع بومی مجاور پایگاه‌های توریستی کمک فراوانی نمایند.

در سال ۲۰۰۵، UNWTO گزارشی ارائه داد که بر مبنای آن تعداد جهانگردان در سراسر جهان رشدی بالغ بر ۵/۵٪ داشته و برای اولین بار از مرز ۸۰۰ میلیون نفر عبور کرده است. ۱۰٪ این میزان رشد در آفریقا و آسیا برآورد شده، خاور میانه و منطقه اقیانوس آرام تقریباً ۷٪ این رشد را در اختیار داشته و اروپا با کمترین میزان رشد یعنی ۴٪ روبرو بوده است.

این میزان ورود گردشگران امکان خرید محصولات بومی و جایگزین شدن با واردات محصول را در پی داشته است. گردشگران مایل به خرید محصولی هستند که جالب توجه و معتبر است. چنانچه موفقیت مطالعه و تورهای فرهنگی و تورهایی که صنایع دستی به عنوان مرکز توجه آنها است نشان می‌دهند، یادگیری و مشارکت به عنصری بزرگ در سفر تبدیل شده است. خرید دیگر شکلی از یک تفریح ساده نیست، بلکه نقطه ارتباطی است با یک فرهنگ جدید که به خوبی تجربه سفر را پرمایه‌تر می‌سازد.

روستاهای محل زندگی سازندگان، مراکز عرضه صنایع دستی، بازارهای روباز و سایر فعالیت‌های مرتبط با صنایع دستی می‌توانند میانگین مدت اقامت گردشگران را با افزودن یک روز یا بیشتر به برنامه سفر آنها افزایش داده و بنابراین سود بیشتری برای تورگردانان، هتل‌داران و صاحبان رستوران‌ها برسانند.

در بعضی موارد، صنایع دستی عمده‌ترین عامل جذب گردشگران هستند. مراکش یکی از مشهورترین پایگاه‌های توریستی به سبب زیبایی طبیعی، فرهنگ غنی و شاهکارهای دستی آن به شمار می‌آید که خریداران و مجموعه‌داران را فریفته خود می‌کند. صنایع دستی به بازگشت گردشگران به هائیتی نیز کمک فراوان خواهد کرد به این علت که آنها از اهمیت فوق العاده‌ای در زندگی مردم بومی برخوردارند و قدرت درونی و ارزش ذاتی کارهای دستی نقش بنیادی در فرهنگ هائیتی دارند.

نمایشگاه‌های سالیانه و جشنواره‌ها که فرهنگ، آداب و رسوم بومی و صنایع دستی را با یکدیگر پیوند می‌دهند نیز به نوبه خود امری مهم در جذب تعداد زیادی از گردشگران بین‌المللی است. نمایشگاه پوشکار در راجستان و نمونه‌های دیگر در هند، نوعی کارناوال

دلپذیر از هنرهای دستی است که مکمل بازارهای سنتی قرار گرفته است. جشنواره فرهنگ و هنر جراثش که سالانه در مهمترین مرکز باستان شناسی اردن برگزار می‌شود، نمایش تمامی اشکال هنر و از جمله احیای صنعت در حال رشد صنایع دستی به شمار می‌آید.

صنایع وابسته به سفر نیز با استفاده از صنایع دستی برای تزئینات داخلی اتاق‌ها و لابی‌های هتل‌ها، مسافرخانه‌ها، بارها و رستوران‌ها به تصدیق اهمیت ارتباط صنایع دستی و گردشگری پرداخته‌اند. لذت بردن از فضای سنتی به وسیله زیبایی‌های بصری مانند صنایع دستی افزایش می‌یابد، که اطلاعات تاریخی درباره مراکز مهم را نیز باید به آن اضافه کرد.

مزایایی برای حفاظت از میراث فرهنگی

بسیاری از جاذبه‌های عظیم جهان که به دست هنرمندان مستعد خلق شده، مانند ماچو پیچو، تاج محل، آنگکور وات و پترا، تجارت را به استفاده از سازندگی امروز تهییج می‌کنند. سازندگانی که آثار مشهور و افسانه‌ای جهان را به وجود آورده‌اند به ارابه نقش مهم خود در تجدید و نگهداری آنها که برای صنعت گردشگری اموری حیاتی هستند، می‌پردازند. یک سازنده ماهر و برجسته سرمایه اصلی و عنصر مهم شهرت و بقای یک منطقه است. سازندگان ماهرانه خلق و به موقع احیا می‌کنند، و به طور طبیعی با شناساندن سنت و فرهنگ به حفظ و نگهداری از آنها می‌پردازند.

بازگرداندن جوامع تاریخی سازندگان در مجاورت اماکن مهم باستان شناسی به زنده کردن این جوامع کمک فراوانی می‌کند. افزایش برآیند رضایت گردشگران تاثیرات اساسی بر صنعت گردشگری دارد.

مدرسه موزاییک مادابا در اردن که در سال ۱۹۹۲ برای مرمت و نگهداری از موزاییک‌کاری بیزانسی قدیمی منطقه تاسیس شد، به ابزاری سودمند در کشف بسیاری از اماکن تاریخی و ایجاد علاقه‌ای دوباره نسبت به این هنر تبدیل گردید.

حمایت گردشگران از راه خرید می‌تواند به بقای چنین مهارت‌هایی کمک کند. بدون بازار فروش، بسیاری از مهارت‌های سنتی به سبب کمبود تقاضا به تدریج از بین می‌روند. گردشگری فرصتی است برای نگهداری از سنت‌ها که اساس میراث فرهنگی را در بر می‌گیرند؛ احیای آنها همچنین باعث ایجاد شغل شده و بازارها باید آنها را محفوظ دارند.

مزایایی برای اقتصاد

بخش صنایع دستی از طریق دستیابی به ارزش خارجی، ایجاد شغل و رشد اقتصادی پایدار می‌تواند تاثیر اساسی بر اقتصاد ملی داشته باشد. پولی که برای صنایع دستی خرج می‌شود بلافاصله و مستقیم در جامعه محلی گسترده می‌گردد. این فرصتی است برای جایگزین کردن واردات از کشورهای دیگر که بازار را احاطه کرده اما نماینده فرهنگ بومی آن کشور نیست و عموماً کمکی به اقتصاد آن نمی‌کند.

به عنوان مثال در هند، صنایع دستی حدود ۵/۶ میلیارد دلار به اقتصاد ملی کمک کرده و نزدیک به ۲۰ میلیون نفر را به صورت تمام وقت به کار مشغول داشته است. در مراکش تولیدات صنایع دستی در سال ۲۰۰۴ فروشی در حدود ۱/۵ میلیارد دلار داشته که به یک

سوم جمعیت سازندگان - حدود ۵۰۰۰۰۰ نفر - سود رسانیده است. هتل‌ها در مراکش به طور میانگین هر ۷ سال یک بار تعمیر و بازسازی می‌شوند، این روند فرصت مناسبی را برای استفاده از صنایع دستی در تزئین اماکن عمومی، رستوران‌ها و اتاق‌ها در اختیار آنها قرار می‌دهد. در سه سال آینده، ۵۷۰۰۰ اتاق بازسازی خواهد شد و این به معنای تقاضا برای ۲/۲۹ میلیارد متر انواع پارچه است با فروشی در حدود ۳۲ میلیون دلار.

توسعه بخش صنایع دستی همچنین می‌تواند در کاهش مهاجرت از روستاها به شهرها که با انفجار جمعیت، کمبود فرصت شغلی و رکود اقتصادی جوامع روستایی آسیب اساسی به بسیاری از کشورهای جهان می‌زند، تاثیر داشته باشد.

انتظارات جهانگردان

برای برخوردار شدن از کمک‌های موثر بخش صنایع دستی به صنعت گردشگری و اقتصاد ملی، شناخت انتظارات گردشگران و راه‌های برآوردن این انتظارات مورد نیاز است.

گردشگران مایلند از تجربه خرید لذت ببرند. آنها به مکانی راحت، رفتاری دوستانه و احساس امنیت نیاز دارند. آنها می‌خواهند محصولی را خریداری کنند که بیشترین ارتباط را با سفرشان، شاید با یک مکان خاص داشته باشد و یا نشان‌دهنده فرهنگی باشد که دیده و تجربه کرده‌اند. دریافت رسید و پول خرد و همچنین امکان استفاده از کارت‌های اعتباری نیز از دیگر انتظارات آنها است.

آنها باید باور کنند که بهترین انتخاب را داشته، سلیقه خوبی دارند، و محصول به خوبی نشان‌دهنده این سلیقه است. آنها به دنبال کیفیت مناسبند و می‌خواهند دوستانشان سلیقه آنها را بستانند.

گردشگران انتخاب کردن را دوست دارند. روند انتخاب و جستجو برای چیزی که آنها را به هیجان بیاورد.

آنها می‌خواهند یقین داشته باشند که بهترین انتخاب را کرده‌اند. آنها همچنین درباره سرگذشت هر شیء کنجکاوند و دوست دارند از زبان خود سازنده و یا به وسیله برچسبی ضمیمه محصول، آن را دریابند.

اندازه، وزن، شکنندگی و چگونگی قرارگیری در چمدان از جمله وسواس‌های گردشگران است. آنها ممکن است بخواهند درباره ارسال محصولات بدانند، این که چه مقدار هزینه دارد، آیا مغازه‌داران محصولات را به خارج از کشور ارسال می‌کنند و یا این که آیا خرید آنها هرگز به دستشان می‌رسد.

یاری به صنعتگران برای ایجاد ارتباط با بازارهای گردشگری

برای دستیابی به بازار تقاضا، فروشندگان باید مشتری‌های خود را بشناسند. باید سلیقه آنها را دانسته و با زمینه‌های فرهنگی و خواستگاه‌های کالاهای خود آشنا باشند و بتوانند ارتباطی موثر با خریداران خارجی برقرار نمایند. ارایه خدمات امری بنیادی در فروش اجناس

است. فروشگاه‌ها و مراکز خرید باید به خوبی مدیریت شوند. کالاها باید متنوع بوده و خلاقیت سازنده را نمایش دهند. فروشندگان لایق می‌توانند مرکزی برای ایجاد تقاضا به وجود آورند که در واقع به معنای افزایش تولید و فروش صنایع دستی است.

حضور موسسات تجاری برای تقویت میزان رشد در حوزه‌های صنعتگری امری حیاتی است و این موسسات بر پایه دانش خود از میزان تقاضا و عرضه به بازار نقش مهمی در گسترش تولید محصولات جدید دارند. سازمانی که من آن را معرفی می‌کنم، سازمان یاری به سازندگان، به ریشه‌های این همکاری بین سازندگان و موسسات کارآزموده برای کمک به توسعه بازار تقاضا و افزایش فضای رقابتی در حوزه سازندگی دست یافته است. این موسسات، که معمولاً نمایندگی‌ها یا عمده‌فروشان هستند، می‌توانند با ایجاد خریدار برای سازندگان و اطلاعات مهم در رابطه با بازار، قیمت‌ها و زمان را کاهش داده و عملیات‌های اجرایی را ساده کنند.

برای سازندگان، دانش درباره بازار و مهارت‌های تجاری ساده، امور پایه‌ای برای تسهیل برقراری ارتباط با تقاضاها و رشد و پیشرفت سرمایه‌های آنان می‌باشد. اغلب کیفیت محصولات پایین یا قیمت آنها بسیار بالا است به طوری که به راحتی با محصولات وارداتی رقابت می‌نماید. به عنوان مثال گزارش‌های اخیر نشان می‌دهند که در جمهوری دومینیکن، بیش از ۸۵٪ کالاهایی که به عنوان سوغات به گردشگران فروخته می‌شوند از خارج به کشور وارد شده‌اند، که زیان این امر به اقتصاد این کشور بیش از یک میلیارد دلار برآورد شده است. مشکلاتی که موجب به وجود آمدن این پدیده گردیده عبارت است از: کیفیت نامطلوب، تولید کم، قیمت بالا، کمبود اعتبار و سیستم‌های توزیع نادرست.

نخستین قدم در راه کاهش این قبیل پدیده‌ها درک صحیح سازندگان و نمایندگان آنها از ساختار بازارهای متنوع جهانگردی است. این امر باعث طراحی و توزیع اجناس قابل عرضه در بازار بوده که طیف گسترده جهانگرد را از گردشگران متمول یا معمولی، تعداد رو به رشد مسافران امور زیست محیطی، شرکت کنندگان امور تجاری، زائران و گردشگران داخلی را راضی نگاه دارد.

در ابتداء طراحی محصول و توسعه آن باید مورد تقاضا باشد. کارپردازان باید دقیقاً ذوق و سلیقه بازار را پیش‌بینی کنند - رنگ‌ها، اندازه‌ها، موادی که بهترین فروش را داشته‌اند. آنها باید بتوانند بدنه فروش را تجزیه و تحلیل کرده و اطلاعات حاصله را به محصول نهایی تبدیل نمایند. پیشرفت خوب در ساخت محصول با تغییر سنت‌های طراحی و خلق آن حاصل نمی‌شود، بلکه با کار بر روی آن و بر پایه فرهنگ ساخت آن، عناصر امروزی را که سبب جلب مصرف‌کننده امروزی می‌گردد، اضافه می‌نماید. تم اصلی برداشته شده از یک کلیسا در بوداپست، پایه طراحی یک گلدان جذاب می‌شود که می‌تواند زینت‌بخش میزهای شام رسمی قرار گیرد. بازار می‌داند چگونه می‌توان پوتین‌های زمخت مخصوص نواحی کوهستانی آسیای مرکزی را بردارد و آنها را به کفش‌هایی با رنگ روشن و با تزئینات ساده قابل حمل برای مصارف توریستی تبدیل کند.

سازندگان برای موفقیت باید مهارت‌های ساده تجاری خود، مثل حسابداری، ارزش و قیمت‌گذاری، را نشان دهند. آنها باید بدانند اشیاء خود را چگونه بسته‌بندی کرده که به راحتی حمل شده و نشکنند. آنها باید یاد بگیرند که بسته‌بندی و دسته‌بندی اشیاء، میزان تقاضا را برای آنها افزایش می‌دهند.

شاید شما به دانستن درباره تجربه طبقه‌بندی اجتماعی در مقیاس عظیم در فروشگاه‌های نیویورک علاقه‌مند باشید. محققان طبقه‌بندی را با و بدون توجه به استانداردها آزمایش کردند و دریافتند که مصرف‌کنندگان مایلند برای محصولاتی که می‌توانند ساخت آنها را در

شرایط خوب تشخیص دهند بیشتر از آنهایی پول پرداخت کنند که در کارگاه‌های بی نام و نشان ساخته شده‌اند. در اصل آنها دریافتند که طبقه‌بندی اجتماعی می‌تواند در سلیقه عمومی هم مفید و هم موثر واقع شود.

سازندگان به دسترسی مستمر به مواد خام با کیفیت سازگار نیاز دارند. سازندگان ماهر باید به آسانی در دسترس باشند. ظرفیت تولید باید با بازار تقاضا همساز شود. و سازندگان باید سیستم نقل و انتقال قابل اطمینانی برای تماس مستمر با این بازار در اختیار داشته باشند.

دستیابی به اعتبار برای مواد خام و سرمایه کار دو عنصر حیاتی برای ساخت یک تشکیلات صنعتگری قابل قبول به شمار می‌آید. در کشورهای در حال توسعه تعداد زیادی موسسه خرده سرمایه‌گذاری وجود دارد که می‌توانند خدمات اقتصادی را گسترش دهند. سازندگان باید بدانند که کجا و چگونه می‌توانند از این خدمات استفاده کنند و بانک‌ها نیز باید به سازندگان به عنوان خرده سرمایه‌دار نگاه کنند.

تولید باید بر پایین نگاه داشتن قیمت‌ها تاثیر داشته باشد. سازندگان می‌توانند با ابزار جدید، دستگاه‌های بافندگی یا چرخ‌های سفالگری مدرن، مهارت‌های فنی خود را بارورتر کرده که بنابراین تولیدات آنها هم در حوزه کیفیت و هم در قیمت با یکدیگر رقابت نمایند.

و البته، آنها باید به خریداران خود، به رابطه خود با بازار خرید، به توزیع کنندگان و خرده‌فروشان که تولیدات آنها را به درآمد و شغل تبدیل می‌کنند، اطمینان حاصل نمایند.

نقش بخش خصوصی

چگونه سازندگان می‌توانند دامنه دسترسی خود را به بازار گردشگری در حال رشد گسترش دهند؟ بخش خصوصی باید نقش هدایت را بر عهده گیرد.

یک کشتی تفریحی آمریکایی تشخیص داد که آمار فروش فروشگاهش را کم مانده زیرا مسافران در جستجوی محصولات هستند که بیشتر برخاسته از فرهنگ کشورهای باشد که در حال سفر به آنها هستند. برای افزایش فروش این فروشگاه و جلب رضایت مسافران، کمپانی مربوط به این کشتی با سازمان یاری به صنعتگران قراردادی امضا کرد تا میزان درخواست صنایع دستی را تخمین زده و جذابیت‌های فروشگاه را افزایش دهد. به علاوه کمپانی یک پروژه سازندگی در جزایر گالاپاگوس به راه انداخت که به سازندگان کمک می‌کرد مصنوعات قابل فروش خود را توسعه داده، دستمزد بیشتری دریافت داشته و سطح زندگی خود را بهبود دهند.

یک شرکت آلمانی، که در جمهوری دومینیکن فعالیت می‌کند، خواهان برنامه‌ای است تا ساخت صنایع دستی را در این منطقه گسترش داده و با جایگزین کردن آن با واردات به کاهش میزان فقر کمک کند.

در مراکش، یک انجمن طراحان داخلی به نام UNIDEA نیز به میزان درخواست گردشگران برای مصنوعات بومی معتبر و با کیفیت پی برده و از طریق گسترش ساخت صنایع دستی سنتی و بازارپسند که باعث ایجاد شغل برای بومیان نیز می‌شود، به این نیاز پاسخ داده است.

در اردن دهکده‌های صنایع دستی در حال احداث بوده و شامل بناهای تاریخی مربوط به قرون پیش می‌باشد که دارای تریا، خرده‌فروشی، موزه، نمایشگاه و غیره است. اردن دریافته که گردشگر امروزی به دنبال تجربه‌ای همه جانبه در یک فرهنگ است.

در هند نیز تعداد بی‌شماری از این دهکده‌ها در طول زمان‌های مختلف به وجود آمده‌اند. سانگانر، نزدیک به جیپور، مرکز باسمه‌کاری به شمار می‌آید. لودیاری و باج در کوچ به خاطر کارهای چوبی، چاپ روی چوب و رنگرزی مشهورند. چاپ‌های دستی و قلمکاری‌های چاپی نیز در کالاهاستی در آندراپرادش دیده می‌شوند.

در نپال صاحبان هتل دواریکا، برنده جایزه حفظ میراث، دریافته‌اند که اجناس لوکس می‌توانند به شکلی عالی با چوب‌های کنده‌کاری شده قدیمی و پر نقش و نگار و ساخته‌های سفالین ترکیب شوند. تماشاگران هم از هنر بی‌نظیر سازندگان لذت می‌برند و هم از چیدمان امروزی. در نتیجه این هتل مکانی است یادآور یک بارگاه باستانی و از طرفی منبع الهام سازندگان امروزی و گردشگرانی که به دنبال نمونه‌ای ناب، عالی و مدرن از پیوند بین عناصر فرهنگی و رضایت مشتری هستند.

چگونه بخش خصوصی می‌تواند هر چه بیشتر مفید واقع شود؟

توزیع‌کنندگان مواد خام در تولیدات نساجی می‌توانند با تهیه نخ و الیاف با کیفیت بالا و رنگ‌پذیری ثابت و سریع برای تولیدکنندگان خود، سبب جلب رضایت مشتری شوند. گردشگران به دنبال اطلاعات هستند: کتاب‌های راهنما با بخشی درباره خرید محلی، نقشه‌ها، مجله‌ها و وب سایت‌های پر از اطلاعات، ساده و قابل دسترس. مجله‌های هواپیمایی می‌توانند به گردشگران در حال پرواز اطلاعات داده و آنها را راهنمایی نمایند. فروشگاه‌های فرودگاه‌ها، مهم‌ترین پایگاه‌های فروش صنایع دستی اغلب نامید کننده‌اند. این فروشگاه‌ها به گردشگران فرصت می‌دهند تا هدیه‌هایی که فراموش کرده‌اند یا آخرین یادبودهای سفر خود را خریداری کنند. مدیریت خوب، قدرت انتخاب بالا و کیفیت خوب از ویژگی‌هایی است که آنها باید داشته باشند. فروشگاه فرودگاه بین‌المللی ژوهانسبورگ به عنوان یک بازار فروش صنایع دستی با مدیریت خوب و کاملاً در معرض دید، نمونه‌ای عالی است از یک تجارت زنده و پرهیجان که خریداران را با طیف وسیعی از کالاهای مورد مصرفشان سرگرم ساخته و تأثیری مثبت و ماندگار در ذهن گردشگران بر جای می‌گذارد.

نقش سرمایه‌گذاران شخصی

در بسیاری موارد بخش خصوصی در زمینه تفحص در تجربه تولید، بازاریابی یا تجارت جدید با محدودیت‌هایی روبرو است. اکثریت قریب به اتفاق تهیه‌کنندگان صنایع دستی در زمینه رقابت با دست‌اندرکاران خارجی مشکلاتی دارند، اگر چه بازار در اصل بسیار به آنها نزدیک است.

حجم خالص تقاضا با توجه به تغییرات فصلی، رقابت شدید قیمتی در اماکن مختلف توریستی، محدودیت قلمرو محصولات بومی و آسیب رساندن به سیستم از طریق یک بخش تولید نالایق و نامنظم سبب به وجود آمدن تجارت‌هایی با گرایش به منابع ارزان، انبوه و در دسترس خارج از کشور شده است.

درک این نکته که بخش خصوصی برای بهره‌برداری از امکانات احتیاج به حمایت دارد، سرمایه‌گذاران شخصی بسیاری را تشویق می‌کند تا از طریق برنامه‌های مشارکتی که به انتقال ایده‌ها، امکانات و منابع دولتی، تجاری و اجتماعی می‌انجامد و با اتحاد عمومی - خصوصی به برانگیختن رشد اقتصادی و توسعه تجارت‌ها و نیروهای کار می‌پردازد، کمک نمایند. در جزایر کاراییب چنین همکاری بین بخش‌های خصوصی، نهادهای غیر دولتی و سرمایه‌گذاران خصوصی بازار گردشگری برای صنایع دستی بومی ایجاد کرده که باعث گسترش ارتباط بین تجارت تولید صنایع دستی و بازار فروش آن شده است. این طرح پیشنهادی کانال‌های توزیع جدید و انگیزه‌های بازاریابی جدید ارائه کرده و به افزایش گنجایش مورد نیاز تولید برای برقراری ارتباطات تجاری موفق کمک خواهد نمود.

طیف وسیعی از تجارت‌های بر پایه سفر در شبکه نوسازی تجاری شامل اماکن تفریحی، تورگردانان، خطوط هوایی، حمل و نقل دریایی، آژانس‌های صادراتی و بازار صنایع دستی مشغول به فعالیت خواهند شد. نتیجه ترکیب تجربه و تصمیم این همکاران در توسعه بخش صنایع دستی برای سودرسانی دو جانبه ایجاد منابع جدید، پیوستگی و دورنمایی بازارگرا خواهد بود.

در بسیاری موارد تولیدات بومی نمی‌توانند با محصولات ارزان قیمت وارداتی مستقیماً رقابت کنند. نهادهای غیر دولتی می‌توانند در افزایش تقاضا به وسیله بازاریابی صحیح مفید واقع شوند. آنها همچنین از گسترش تکنولوژی جدید با استفاده از تحقیقات و آزمایش‌ها که سطح تولید را افزایش داده، قیمت‌ها را پائین می‌آورد و استانداردهای تولید را بهبود می‌بخشد، حمایت می‌کنند.

نهادهای غیر دولتی می‌توانند امکانات لازم برای زنان، به خصوص زنانی که برای امور تولیدی با محدودیت‌هایی روبرو هستند، را فراهم آورند. در بعضی موارد، زنان ممکن است به دلیل مقولات فرهنگی نتوانند تماس مستقیمی با بازار برقرار کنند. آنها همچنین ممکن است با فقدان پویایی لازم برای انتخاب مواد و مصالح خوب و مورد نیاز مهارت‌های تولیدیشان روبرو باشند.

نهادهای غیر دولتی می‌توانند با کم کردن میزان وابستگی آنها با کسانی که در زنجیره بازار نیستند و جبران کمبود مهارت‌های لازم برای تجارت و امور مربوط به بازار به کمک آنها بیابند. در مراکش نهادهای غیر دولتی بومی و بین‌المللی از انجمن طراحان داخلی در امر اکتساب مهارت‌های تجاری لازم برای وارد کردن تولیدات به چرخه بازارهای گردشگری حمایت بسیار می‌کنند. سازمان یاری به صنعتگران دریافته است که دوره‌های آموزشی که به وسیله آنها طراحان بومی آموزش دیده و با مشاوران بین‌المللی کار می‌کنند، راهکاری موفق در افزایش گنجایش طراحی بومی است.

سرمایه‌گذاران شخصی همچنین می‌توانند سرمایه‌هایی فراهم کنند تا از مریدان بومی سازندگان در مهارت‌های تولید مثل کنترل کیفی و اجرای طرح‌های نو و بازارپسند و در مهارت‌های تجاری مثل حسابداری، مدیریت مالی، قیمت‌گذاری، تحویل به موقع و به طور عموم برآوردن انتظارات گردشگران خریدار حمایت‌های لازم را به عمل آورند. آنها می‌توانند با ایجاد پیوند بین بازار و زنجیره تولید حجم استفاده از منابع را کنترل کرده و سپس با آموزش تولیدکنندگان در امر بر طرف کردن نیازهای بازار به آنها کمک نمایند.

سرمایه‌گذاران شخصی در چرخه تولید ابداعاتی انجام می‌دهند که هم حیاتی است و هم اشکال مختلف تجارت شامل خرده و ریز سرمایه‌گذاری‌ها را توسعه بخشند. آنها می‌توانند به ایجاد روابط لازم بین تهیه‌کننده و خریدار کمک نمایند. در مراکش، صنایع دستی مناطق روستایی به طور متوسط هفت بار تغییر مکان می‌دهند، با تقریباً ۶۰٪ افزایش نرخ، از تولیدکننده تا کمترین خرده‌فروش. این پروسه بازار می‌تواند بسیار ساده‌تر باشد و لایه‌های چندگانه واسطه‌گری در آن کاهش یابد. سرمایه‌گذاران شخصی با توسعه تجارت بین

شبکه گسترده‌تری از خریداران، به آزادی ارتباطات انحصارگرایانه تجارت که برخی خریداران عمده بر آن حکومت می‌کنند کمک می‌نمایند.

نهادهای غیر دولتی می‌توانند از انجام بازرسی‌هایی بر خرده‌فروشان و نوع تقاضای گردشگران و همچنین از نقل و انتقال اطلاعات به دست آمده به تولیدکنندگان حمایت کنند. آنها می‌توانند تولیدکنندگان منزوی را به بازار معرفی نمایند. در کنیا و موزامبیک، نهادهای غیر دولتی و اجتماعات صنعتگری در حال احداث یک بانک چوب با همکاری یکدیگر هستند تا چوب جنگلی را که بخش صنایع دستی به آن نیاز بسیار دارد، ذخیره کنند. بانک‌های مواد و مصالح نیز می‌توانند در کاهش کمبود و قیمت آنها موثر باشند.

سازمان یاری به صنعتگران هر ساله حدود ۵۰ کمک هزینه به ارگان‌های وابسته به صنایع دستی در سراسر جهان پرداخت می‌کند. میزان این کمک هزینه بین ۵۰۰ تا ۱۵۰۰ دلار آمریکا است و برای خرید تجهیزات و مصالح مورد نیاز بهبود و توسعه تولید استفاده می‌شود. این کمک‌های کوچک توسط ابداعات خلاقانه صنعتگران با موفقیتی چشمگیر روبرو شده است. در بسیاری موارد این کمک‌ها به نوعی تشویق در امر تولید هرچه بیشتر تبدیل می‌شود.

نقش دولت

در کنار بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران شخصی، دولت‌ها نیز با بهبود جو توانایی که جریان موفق تولید از همه منابع به پایگاه‌های توریستی را فراهم می‌آورد، نقش بسیار مهمی بازی می‌کنند. نقل و انتقال و پل‌های ارتباطی لایق در توسعه زنجیره تولید اموری حیاتی هستند. دولت‌ها برای گسترش صنایع دستی به عنوان نماینده میراث فرهنگی یک کشور امکاناتی نظیر نمایشگاه‌های مسافرتی و امکانات چاپی مسافرتی در اختیار دارند. کتاب‌های راهنمای صنایع دستی، نقشه‌های اماکن فروش آنها، مراکز فروش و تولید، نشریات ماهانه با تصاویر صنایع دستی و پوسترها همگی منابع اطلاعاتی هستند که گردشگران به آنها نیاز دارند.

فضایی در مراکز گردشگری عمومی، حتی اگر توسط بخش خصوصی ارایه می‌شود، در کاهش میزان خرده‌فروشان صنایع دستی نقش دارند. دولت‌ها با حمایت از جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های سالانه می‌توانند صنایع دستی کشورشان را ارایه داده و بر جذابیت آنها بیافزایند. دولت‌ها می‌توانند مقررات مربوط به برنامه‌های آموزشی نگهداری تور را افزایش داده و بر میزان مبلغی که تورداران و مسئولین حمل و نقل گردشگران از فروشندگان دریافت می‌دارند، نظارت داشته باشد. بالا بودن این مبلغ، قیمت‌ها را با تورم مواجه می‌کند و به امری بازدارنده در میان فروشندگان تبدیل می‌شود. شاید مهمترین کار این باشد که دولت‌ها به توسعه مراکز آموزشی که صنایع دستی را حمایت کرده و آموزش می‌دهد اهمیت فراوان دهند. این امر به اجتماعات صنایع دستی اجازه می‌دهد که بازارهای ملی را توسعه داده و با تضمین اعتبار و کیفیت و حمایت از طراحی بکر باعث رشد بیشتر تولیدات بومی نسبت به واردات شوند.

خطری که امروزه صنعت ابریشم و ارناسی را تهدید کرده، واردات انواع مشابه خارجی است که مستقیماً به مسائل گفته شده ارتباط پیدا می‌کند.

انجمن‌های صنایع دستی نیز نمایشگاه‌های عمده‌ای برگزار می‌کنند، که نمایندگی صنایع دستی را در نمایشگاه‌های مسافرتی بین‌المللی ایجاد می‌نمایند و از جانب سازمان‌های ملی وابسته، به وضع قوانین و مقررات مهم می‌پردازند. آنها هماهنگی بهتری بین اعضای مختلف مرتبط با صنایع دستی برقرار نموده و نقش محوری در برآوردن نیاز سازندگان و سرمایه‌گذاران بخش صنایع دستی برای به حداکثر رساندن حضور آنها را در بازار گردشگری بازی می‌کنند. انجمن جادپور سال گذشته صنایع فرهنگی را به عنوان بخش اقتصادی به سرعت در حال رشد، با تاکید خاص بر نقش گردشگری بسیار با اهمیت ارزیابی کرد. در ماه نوامبر جاری سازمان صنایع دستی هند، یونسکو و دولت هند در پاسخ به تقاضای گردشگران برای بقا و حمایت از دانش سنتی و بومی، به سازماندهی یک کنوانسیون بین‌المللی در زمینه رنگ‌های طبیعی در حیدرآباد دست می‌زنند.

نقش اجتماعات آموزشی

مراکز آموزشی می‌توانند با اضافه کردن بخش صنایع دستی به برنامه‌های تحصیلی نقش خود را به خوبی ایفا نمایند. کالج‌های هنرهای بصری و طراحی می‌توانند از برنامه‌های آموزشی عملی در زمینه توسعه تولیدات قابل فروش در بازار تقاضا که باعث بقای ابداع نیز می‌شود حمایت کنند. مراکز آموزشی تجاری می‌توانند در گسترش برنامه‌های تجاری و نمونه‌های پاسخگو به نیاز صنایع دستی مفید واقع شوند. آموزشگاه‌های فنی نیز می‌توانند به توسعه تکنولوژی جدید که کارایی را افزایش و قیمت را کاهش دهند بپردازند.

نتیجه

در کل ارتباط مستقیم بین صنایع دستی و گردشگری غیرقابل انکار است. یک راهکار ملی گردشگری بدون یک راهکار موازی صنایع دستی شکست خورده است و می‌تواند ضرری میلیون یا حتی میلیارد دلاری به اقتصاد ملی وارد کند. گردشگری علاوه بر بهبود سطح کیفی زندگی سازندگان و خانواده‌هایشان، به ایجاد شغل، رشد اقتصادی و کاهش میزان فقر کمک می‌کند. زنجیره ارزشی صنایع دستی، تهیه‌کنندگان مواد خام، توزیع‌کنندگان، عاملان انتقال و فروشندگان را که همگی از رشد صنعت توریسم بهره‌مند می‌گردند در بر می‌گیرد. بخش خصوصی، سرمایه‌گذاران شخصی، دولت و مراکز آموزشی به کمک خود سازندگان برای درک کامل نیروهایشان به مشارکت و همکاری یکدیگر نیازمندند. اگر هر یک از شما کاشیکاری‌های آبی تبریز و اصفهان، اهرام شهرهای مایایی و قصرهای سنگی جیبور را ارج می‌نهدید، در ذهن داشته باشید که سازندگان نیز گنجینه‌های شما هستند.