

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 سخنرانی‌های آن کنفرانس به صورت چکیده و خلاصه شده در چند نوبت منتشر شود..

راهکارهای آسه‌آن در بازاریابی صنایع دستی

بخش ۱۱ - راهکارهای آسه‌آن در بازاریابی صنایع دستی

خانم راجا فوزیه بنت راجا تون آدا

دبیر سازمان رشد و توسعه صنایع دستی آسه‌آن

AHPADA

مالزی^۱

sariavu@po.jaring.my

۱. پیش‌زمینه

آسیای جنوب شرقی معدن گنجی برای گردشگران است. از زمان پیدایی، صنایع دستی ناحیه آسه‌آن پیوسته محصولاتی را که از ریشه‌های سنتی برگرفته شده به نمایش می‌گذارد تا نیازهای مردم و تقاضای زندگی به سبک جدید را برآورده نماید. از هر یک از نمایشگاه‌های بازرگانی منطقه‌ای مثل BIG (نمایشگاه کالاهای بین‌المللی بانکوک)، INGRAFT در جاکارتا، FAME در مانیل یا جشنواره نساجی لائو دیدن کنید. همه آنها با خلاقیت و نوآوری و تولید محصولاتی که در اثر تلاش پیشه‌وران و هنرمندان به وجود آمده، در حال رقابت با یکدیگر و تقویت محصولاتشان هستند. تماشاگر قطعا تحت تاثیر کاربردی بودن این محصولات و زیبایی آنها که در عین حال تک و شناساننده آن ناحیه نیز هستند قرار می‌گیرد.

به راستی که آسه‌آن وارث و متولی افتخارآمیز فرهنگ‌های غنی و متنوع قومی است که در این ناحیه ساخته می‌شوند، ناحیه جنوب شرقی آسیا که بین اقیانوس هند و آرام قرار دارد. ناحیه‌ای غنی از جنگل‌های گرمسیر، زندگی گیاهی و جانوری متنوع، با مرداب‌ها و سیستم آبرسانی که معاش میلیون‌ها نسل مردمان این ناحیه را فراهم کرده است. در این قسمت جهان که منابع طبیعی، چه زمینی و چه دریایی به فراوانی یافت می‌شود، هنرمندان جنوب شرقی آسیا از مواد طبیعی مانند بامبو، خیزران، چوب، درخت مو، الیاف، برگ‌های خرما و ریشه‌ها حداکثر استفاده را می‌برند.

هنرمندان ناحیه آسه‌آن صنایع دستی‌ای تولید کرده‌اند که با چهار تعریف معمول در بازار صنایع دستی همخوانی داشته باشد؛ شهرت، کالاهای کاربردی، هنر دستی، انتخاب درست طراحان کالاها و سوغاتی‌ها. آنها یاد گرفته‌اند که مواد اولیه بومی (طبیعی) را با دقت بسیار و آگاهی نسبت به سنت‌ها و هماهنگ کردن با توجه به نیازهای جدید بازار، استفاده کنند.

۲. تاسیس AHPADA

^۱“ASEAN Practices in Handicraft Marketing”, Mrs. Raja Fuziah binti, Raja Tun Uda, Director, AHPADA (ASEAN Handicraft Promotion and Development Association)

AHPADA (عضو وابسته به آسه‌آن) اتحادیه جنوب شرقی که وابسته به ملیت‌های آسیایی است در سال ۱۹۶۷ برای توسعه همکاری‌های بومی در جهت علائق مشترک در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، تکنیکی و اجرایی شکل گرفت. مدیران آسه‌آن بر این باورند که اتحاد و همکاری بومی می‌تواند ترقی و فواید مشترکی برای مردمانشان فراهم آورد. AHPADA به عنوان اجتماع محلی عضو آسه‌آن است با هدف پرداختن به موضوعاتی نظیر تجدید حیات، ترویج و توسعه کالاها. به عنوان عضوی مهم و بومی با آژانس‌های بین‌المللی و سازمان‌های غیر دولتی در جهت ایجاد آگاهی نسبت به محصولات جنوب شرقی آسیا، در ارتباط است.

فعالیت‌های AHPADA شامل سازمان‌ها، سمینارها و کارگاه‌های آموزشی است که موضوعاتی نظیر توسعه محصول، عملیات مالی جهت سرمایه‌گذاری محصول و ترویج بازار را پیگیری می‌کنند. اعضای موسس، مالزی، فیلیپین، و تایلند بودند. سنگاپور و برونئی دار السلام کمی بعد به این گروه پیوستند در حالی که کامبوج، لائو PDR، میانمار و ویتنام در سپتامبر ۱۹۹۹ عضو شدند.

AHPADA به وسیله هیئت مدیره‌ای که از کشورهای عضو آسه‌آن هستند گردانیده می‌شود. این گروه به وسیله یک رئیس اداره می‌شود که هر دو سال یک بار به طور چرخشی انتخاب می‌شود. AHPADA یک دبیرخانه بومی در بانکوک دارد که مسئول هماهنگ کردن Seal of Excellence Program و برای روابط کلی با بین الملل و سازمان‌های بومی است. برای هماهنگی پروژه و اجرای آن در سطح کشور AHPADA کانونی ملی (NFP یا National Focal Point) را ارایه کرده که می‌تواند نمایندگی یک سازمان دولتی یا دپارتمان و یا NGO مربوط به توسعه محصول باشد.

(۳) تعریف محصولات:

برای AHPADA تعریف هر محصول که به وسیله صنعتگر تولید می‌شود - چه به صورت کاملاً دستی، یا با کمک ابزارها و یا حتی به صورت کاملاً ماشینی - تازمانی که فعالیت‌های دستی مهم‌ترین جزو محصول تمام شده باقی بماند، قابل قبول است. این محصولات به شرط رعایت کیفیت و استفاده از مواد اولیه از منابع ماندگار، بدون محدودیت (ممنوعیت) تولید می‌شوند.

صنایع دستی بیان کننده آینده‌ای است که می‌تواند سودآور، زیبا، هنرمندانه، خلاقانه، نشان‌دهنده فرهنگ، تزیینی، کاربردی، سنتی، مذهبی، سمبلیک و خاص باشد. (این تعریف مطابق با تعریف ارایه شده در UNESCO/ITC International Symposium on “Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification” در مانیل فیلیپین در اکتبر ۱۹۹۷ مقابل عبارت crafts/artisanal products آمده است).

(۴) طرح عملی:

در توسعه طراحی عملی وجود دارد. AHPADA به توسعه و ترویج محصول به معنی جابدهی صنایع دستی در بازار به همان مقدار اهمیت می‌دهد که به توسعه صنایع دستی از طریق نمایشگاه‌ها و نمایشگاه‌های بازرگانی. بنابراین همکاری با سازمان‌های دیگر و عضوهای دیگر کشورها فعالیت‌هایی هستند که در این مناطق مورد توجه قرار دارند و سازماندهی می‌شوند.

تعدادی از محصولاتی که به بازار صنایع دستی مربوط می‌شود و مورد توجه تولیدکنندگان قرار گرفته است و در فروشگاه‌های محلی عرضه شده است در زیر آورده‌ایم:

- کارگاه سرمایه‌گذاری برای پروژه توسعه محصول در چیانگمای تایلند (۱۹۹۲)
- کارگاه بومی بازنمایی جایگاه مواد طبیعی در بازار امروز در کوالالامپور، مالزی (۱۹۹۴)
- فستیوال صنعتگران در حال کار، اسلام آباد، پاکستان (۱۹۹۴)
- مشاوره بومی، کیوچینگ در ساراواک مالزی (۱۹۹۹)
- توسعه محصول در زمان حال = به سوی استراتژی برای آسیا
- سمینار / کارگاه قلاب‌دوزی ناحیه اقیانوس – آسیا
- کارگاه آموزش بومی یونسکو AHPADA-ASEF
- از سنت تا نوآوری: نوآوری در طراحی با ایجاد زیبایی در فرم‌های سنتی. آیوتهایا، تایلند (۲۰۰۴)
- انجمن منطقه اقیانوسیه آسیا، کالاهای جهانی، گردهمایی و گفتگو. کوالالامپور، مالزی (۲۰۰۶)
- نگهداری و حراست از میراث پارچه: برای سازنده یا بازار
- (۵) نشان کیفیت ۲۰۰۵-۲۰۰۱:

با توجه به نیاز به تلاشی بیشتر در جهت ترویج و بازاریابی محصولات چه در داخل و چه بیرون از ناحیه آسه‌آن، AHPADA با اتحادی استراتژیک با یونسکو، اقدام به خلق جایزه‌ای کرد که محصولات با نام UESCO- AHPADA Seal of Excellence در جنوب شرق آسیا شناخته شده است. این طرح در سال ۲۰۰۱ اجرا شد. هدف از ایجاد این نشان کیفیت، برقراری استانداردهای کیفیتی و افزایش دانش و آگاهی در بازار بین‌المللی برای کشورهای شرکت‌کننده بود. این مهر (برچسب) به محصولات خاص و خطوط تولید اعطا می‌شد، نه به اشخاص و یا تکنیک‌ها. این با همکاری مشترک UNESCO، دفتر مشاوره فرهنگی در آسیا و اقیانوس آرام و به وسیله انجمن ملیت‌های جنوب شرقی (آسه‌آن) گردانیده می‌شود. دبیرخانه بومی در بانکوک، به عنوان هماهنگ‌کننده برنامه AHPADA، در حال حاضر ۴۸ تابع دارد که از این تعداد ۱۱ تابع، منتخب دریافت نشان شدند.

طی سال‌های بعد (۲۰۰۲ تا ۲۰۰۵) جوایز اهدا شده به توابع به شرح ذیل است:

جایزه	توابع	سال
۳۴	۶۱	۲۰۰۲
۳۹	۹۵	۲۰۰۳
۵۱	۷۸	۲۰۰۴
۳۰	۸۲	۲۰۰۵

و تا سال ۲۰۰۵ و قبل از ایجاد تغییرات توسط یونسکو، این برنامه به همین منوال اجرا می‌شد.

(۶) درخواست نشان

این شیوه کار به وضوح، شرایطی شایسته برای تولید محصول، مواد طبیعی قابل استفاده و ... برای توابع (عضوها) و چگونگی دسته‌بندی ورودی‌ها ایجاد کرد.

قابلیت (شایستگی):

تولیدکنندگان محصول (شخصی)، گروه‌ها (انجمن‌های گروهی)، تعاونی‌ها، شرکت‌های بازرگانی خصوصی و یا سازمان‌هایی که خطوط تولید تجاری دارند می‌توانند درخواست نشان کنند. متقاضی باید مقیم یکی از ۱۰ کشور آسه‌آن (برونئی، کامبوج، اندونزی، لائو PDR، میانمار، فیلیپین، سنگاپور، تایلند و یا ویتنام) باشد. یا باید به طور ثابت مقیم این کشورها باشد و یا شرکتش در این کشورها ثبت شده باشد (مخصوص فعالیت‌های بازرگانی).

مواد طبیعی:

نشان به صنایع دستی‌ای تعلق می‌گیرد که از یک یا ترکیبی از مواد طبیعی کشورهای آسه‌آن تولید شده باشند و یا رشد کرده، استخراج شده، تولید شده، ساخته شده (به عمل آمده)، در یکی از این کشورها باشند.

فهرست زیر شامل تعدادی محصول و مواد تشکیل‌دهنده آنها است. فهرست به عنوان راهنما و مثال برای تولیدکنندگان فراهم شده و به هیچ عنوان فراگیر نیست:

- سرامیک: (خاک رس، سفال، سفال سخت) (سرامیک)
 - الیاف طبیعی: (بامبو، علف خس خس^۲، خیزران)
 - سنگ‌ها: (سنگ‌های گرانبها و جواهرات، سنگ‌های نیمه قیمتی و....)
 - چوب: (کاغذ، بامبو، خیزران^۳، نارگیل)
 - پارچه: (کتان، ابریشم، لنین و ...)
 - آهن: (نقره، طلا، برنز، آهن، مفرغ، فلز)
- دسته‌بندی‌ها:

نشان به صورت سالیانه به یک یا بیشتر از گروه‌های زیر اعطا می‌شود:

- وسایل مربوط به خانه و تزئین منزل
- جواهرات و تزئینی‌ها
- پوشاک
- کالاهای کادویی
- لوازم جانبی

^۲Vietiver

^۳Rattan

• اسباب بازی

یونسکو و AHPADA در صورت نیاز حق تغییر یا اصلاح گروه‌بندی را دارند.

(۷) ضوابط و قضاوت:

برای انتخاب، یک هیئت منصفه برگزیده شد که تصمیم گرفتند براساس ۵ شرط جوایز را اهدا کنند. که عبارتند از:

- برتری و کیفیت استاندارد بالا اثبات شده در پیشه‌وری: این عامل می‌تواند با استفاده از مواد با کیفیت، استفاده از تکنیک با استانداردهای بالا یا توجه مخصوصی به جزئیات ساخت ایجاد شود.
- استفاده خلاقانه و موثر از مهارت‌های سنتی و نوآوری در مواد، شکل، و یا طرح: که به وسیله ایجاد هماهنگی و ارتباط بین روش‌های سنتی و معاصر و یا استفاده خلاقانه از رنگ در طراحی‌ها و لوگوها در تولید محصول میسر می‌شود.
- بیان هویت فرهنگی؛ ارزش‌دهی به زیبایی‌های سنتی: که با ترکیب تکنیک‌های خاص با طرح‌های محلی / سنتی، یا برنامه کاربردی موفق از یک تکنیک سنتی میسر می‌شود.
- احترام به محیط زیست در استفاده از مواد و تکنیک‌های تولید: این می‌تواند با استفاده از رنگ‌های طبیعی، الیاف طبیعی، مواد بازیافتی و استفاده مناسب از مواد و مراحل تولیدی که برای طبیعت مضر نباشد، ایجاد شود.
- قابل عرضه بودن محصول در بازار و همچنین داشتن پتانسیل ورود به بازار جهانی: که این می‌تواند با سودمندی محصول، در نظر گرفتن زیان در هزینه‌ای که برای خریداران بالقوه دارد و آرایه یک قیمت متعادل، مرتبط باشد.

(۸) کارگاه طراحی نشان

برای تکمیل برنامه نشان، AHPADA یک کارگاه برای ترویج محصول تاسیس کرده است:

از سنت تا نوآوری: نوآوری در طرح با شکل‌های زیبایی سنتی. این پیگیری نشان ۲۰۰۳ است که در آیتوهایای تایلند برگزار شد. در سال ۲۰۰۴ کارگاه تحت حمایت و رهبری مجمعی به نام مجمع دریافت‌کنندگان نشان کیفیت با هدف تبادل آرا و تجربیات ایجاد شد. موضوعات مشخصی در این مجمع مورد بحث قرار گرفت: طراحی، بسته‌بندی و فرصت‌های بازاریابی که همگی توسط کارشناسان حرفه‌ای آرایه شد. پیشنهادهای نیز درباره زمان‌بندی برنامه مطرح گردید تا به تولیدکنندگان زمان بیشتری برای ثبت نام در برنامه داده شود و همچنین حوزه اطلاع‌رسانی را در سطح ملی گسترده‌تر سازد.

(۹) نمایشگاه‌ها

نمایش دادن محصولات برنامه نشان کیفیت دارای اشکال متنوعی است از شرکت در نمایشگاه‌ها تا برگزاری مجالسی خاص این مورد. دست اندر کاران AHPADA تلاش کرده‌اند تا همه محصولات راه یافته به برنامه از پوشش خبری و رسانه‌ای خوب و کافی بهره‌مند باشند و انگیزه‌های لازم هم برای خریداران هم فروشندگان ایجاد شده باشد. اولین رویداد عمومی نمایشگاه بین المللی آسه‌آن (ATF) ۲۰۰۲ (ATF) در بانکوک بود. ATF اولین نمایشگاهی بود که در آن هر ۱۰ کشور جنوب شرقی آسیا دست به دست هم داده تا فرصتی بی‌نظیر در اختیار جهان قرار دهند و آنها را به دیدن بهترین و جدیدترین محصولات صنایع دستی خود ترغیب کنند. این رویداد همچنین فرصت خوبی برای AHPADA بود تا برنامه نشان کیفیت را به خصوص به بخش تجاری آسه‌آن معرفی نماید. سایر رویدادها عبارت بودند از: نمایشگاه جهانی و BIG ۲۰۰۵، بانکوک ۲۰۰۵ و بازار بین المللی هنرهای سنتی در سانتافه. محصولات انتخاب شده

همچنین در شورای هنرهای دستی یونسکو در دهلی نو ۲۰۰۵ با همکاری نمایشگاه ملی صنایع دستی، نمایشگاه آسه آن در کوالالامپور، INCRAFT ۲۰۰۶ و هشتمین نمایشگاه بین المللی صنایع دستی در جاکارتا نمایش داده شدند. AHPADA باور دارد که یک جشنواره خوب و برنامه ریزی شده می تواند در شناساندن بهترین صنایع دستی و همچنین صنعتگران آسه آن به بازدیدکنندگان داخلی و خارجی موثر باشد.

(۱۰) نمایشگاه دائمی

AHPADA در مرکز بین المللی هنرهای دستی تایلند (SACICT) در شهر بانگاسی، دارای یک فضای دائمی به نام گالری هنر و صنایع دستی آسه آن برای نمایشگاه است. این گالری علاوه بر جایگاه دائمی برای نمایش محصولات نشان کیفیت، پذیرای نمایشگاه-های دوره ای از کشورهای منطقه و خارج از منطقه است.

(۱۱) پرونده دریافت کنندگان نشان کیفیت

در اینجا ما می خواهیم به معرفی چهار مورد از دریافت کنندگان نشان کیفیت بپردازیم که بعقیده ما انگیزه خوبی برای برنامه ایجاد کرده اند. تعداد آنها البته بسیار بیشتر است و شما می توانید برای شناختن آنها به پایگاه اینترنتی AHPADA مراجعه کنید: www.ahpada.com. این چهار تولیدکننده صنایع دستی، از طریق بازارهای مشخصی به مدیریت سرمایه و بازاریابی محصولات خود می پردازند. من در اینجا به چند پروژه ای که توسط آنها انجام شده اشاره خواهم کرد:

مورد اول: صنایع بین المللی ابریشم لئا (لیدی) و پروژه ابریشم بان رنگ کاهی، شمال شرقی تایلند

مورد دوم: ادریک اونگ از EO DESIGN، ساراواک، مالزی و پروژه بافندگی روما گاری

مورد سوم: مرکز احیا صنایع دستی و هنر باتیک مادورس و پروژه هاسانا گاسیم، جاکارتا، اندونزی

مورد چهارم: رشید اسا از پلاتینیوم SB و پروژه کنده کاران بومی جزیره کاری، سلانگور، مالزی

(۱۲) مشکلات پیش رو

برنامه نشان کیفیت در راه خود با مشکلات مختلفی اعم از فنی و لجستیکی دست به گریبان بود. با این وجود این مشکلات در خلال جلسات و نشست های مختلف و پیشنهادات ارایه شده به تدریج در حال حل شدن هستند. بعضی از آنها به شرح زیرند:

- پس از انجام ثبت نام اولیه و ارسال محصولات به دفتر منطقه ای AHPADA، هیچ دایره حذف و اصلاحی وجود نداشت تا تولیداتی را که با ضوابط معین شده مغایرت داشت حذف یا اصلاح نماید.
- برای متاخرین در ثبت نام جایی در برنامه جلسات دآوری وجود نداشت.
- هزینه ورودی به برنامه با برخی فرم های ثبت نام همراه نبود.
- برگه های تقاضای مشتریان تکمیل نشده بودند و این قضیه مشکلات زیادی را در برنامه ریزی و پیگیری درخواست ها به وجود آورد. پس از آن مقرر شد تقاضاها مستقیما به دست تولیدکنندگان برسد.
- برخی برندگان تمایلی به شرکت در برنامه های جانبی نشان کیفیت مثل برگزاری نمایشگاه یا شرکت در جشنواره ها که باعث ارتباط آنها با خریداران می شد، نداشتند.

- ۵۰ دلار هزینه ثبت نام که توسط AHPADA تعیین شده بود به نظر برخی شرکت کنندگان زیاد می‌رسید (در برنامه سال ۲۰۰۶ میزان آن به ۲۰ دلار کاهش یافت)
(۱۳) مزایا

تجربه پنج ساله AHPADA در برگزاری برنامه نشان کیفیت نتایج مثبت و مزایای بسیاری برای تولیدکنندگان صنایع دستی به همراه داشته است. بسیاری از دریافت کنندگان جایزه تاکید کرده‌اند که این گواهی در افزایش میزان تولید و فروش آنها موثر بوده، به علاوه این که این نشان اشتیاق و انگیزه آنان را در مشارکت و تولید محصولات جدید افزون کرده است. داستان موفقیت‌های برندگان این مسابقه برای تبلیغات رسانه‌ای و افزایش آگاهی عمومی نسبت به این برنامه بسیار مفید بوده است. همچنین کشورهای بیشتری را به شرکت در برنامه ترغیب نموده است. در سطح بالاتر، این برنامه علاقه بسیاری در کشورهای عضو شورای جهانی صنایع دستی ایجاد کرده و از این رو یونسکو سطح برنامه را گسترده‌تر کرده و در سال ۲۰۰۴ کشورهای جنوب و مرکز آسیا را نیز تحت پوشش قرار داده است. برنامه نشان کیفیت برگزار شده توسط یونسکو در اولان باتور مغولستان نمونه مثبت این تجربه می‌باشد.