

# 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..

## بررسی نقش جهانگردی در حفظ، احیا و توسعه صنایع دستی

خلیل درودچی

پژوهشگر ارشد

جمهوری اسلامی ایران

<https://sமாக.ir/post/۲۶۶/tourism-and-handicraft-j-۱.html>

### بخش اول

#### صنایع دستی و توسعه صنعتی

طبقه‌بندی و نام‌گذاری گروهی از کالاهای تولیدی تحت عنوان "صنایع دستی" اصولاً باید پس از انقلاب صنعتی و به منظور متمایز کردن این گروه از تولیدات ماشینی انجام گرفته باشد. در تعاریفی که برای صنایع دستی ارایه شده، کاربرد ذوق و خلاقیت‌های فردی (وجه هنری) در تولید این قبیل کالاها، آنها را از تولیدات ماشینی و قابلیت تکثیر تولید (وجه صنعتی) آنها را از آثار هنری ناب متمایز می‌کند. بر اساس این تعاریف، صنایع دستی "هنر-صنعت" است. تا قبل از انقلاب صنعتی، وجود بازار باثبات برای صنایع دستی، بقا و استمرار تولید این قبیل تولیدات را میسر می‌ساخته است. این گونه تولیدات تقریباً بدون رقیب در زندگی روزمره مردم کاربرد داشته است. خرید مردم عادی قاعده هرم تقاضا (وجه صنعتی) و سفارشات اشراف و ثروتمندان و حکومت‌ها راس آن (وجه هنری) را شکل می‌داده است. جالب توجه این که این قبیل تولیدات در خارج از مرزها نیز مشتریان علاقمند و پرشماری داشته‌اند. به عنوان نمونه در قرون ۱۶ و ۱۷ میلادی پارچه‌های نفیس بافت ایران و هند گروهی از خریداران خود در کشورهای اروپایی را به شدت مسحور کرده بودند. استقبال اروپاییان از این قبیل پارچه‌ها تا به آن حد بود که در همان ایام در بعضی از کشورهای اروپایی (به عنوان نمونه فرانسه) کارگاهی برای تولید اقلام مشابه راه‌اندازی شدند.

اما پس از انقلاب صنعتی، تولیدات ماشینی از کشورهای تازه صنعتی شده، به مقیاس انبوه تولید، و روانه بازار شدند. کشورهای تازه صنعتی شده، برای فروش تولیدات ماشینی نیاز به بازار داشتند. بازارهای داخلی کوچک و محدود بودند. لذا بازار تولیدات سنتی در کشورهای دیگر، هدف قرار گرفته شدند. ضعف حکومت‌ها در جوامعی که در مسیر تحول قرار نداشتند، به اصطلاح عقب افتاده بودند، اعمال نفوذ و حمایت‌های گسترده دولت‌ها در کشورهای تازه صنعتی شده از کمپانی‌های وابسته به ایشان و فعالیت آنها در دیگر کشورها، راه را برای ورود و فروش تولیدات ماشینی این کمپانی‌ها در بازارهای دیگر، به ویژه بازار کشورهای پرجمعیت آسیایی هموار ساخت.

تولیدات سنتی، به ویژه صنایع دستی این کشورها در رقابت نابرابر با تولیدات ماشینی، بازارهای خود را از دست دادند و برای ادامه بقا با مشکل مواجه شدند. از این میان تنها آن گروه از صنایع دستی که مشابه ماشینی آنها تولید نمی‌شد، شانس و فرصتی برای ادامه بقا یافتند. به عنوان مثال به ذکر دو نمونه اکتفا می‌شود.

در قرون ۱۶ و ۱۷ میلادی، شهر کاشان در ایران مرکز عمده بافت منسوجات (پرچه‌های نفیس) بود. شهرت پارچه‌های این شهر تا به اروپا رسیده بود. بافندگان این نوع پارچه‌ها کسب و کار پررونقی داشتند و از این قیل کاشان شهری آباد و نمونه بود. اما پس از ورود پارچه‌های انگلیسی به ایران، با شرح و تفصیلی که گفته شد، پارچه‌بافی در کاشان بازار خود را از دست داد و از رونق افتاد. جهانگردی که در قرن ۱۹ میلادی از کاشان بازدید می‌کند این شهر را ویرانه‌ای بیش توصیف نمی‌کند.

نمونه قابل ذکر دیگر فرش دستبافت است که چون در این ایام از جانب تولید مشابه ماشینی تهدید نمی‌شد، نه تنها کم و بیش تولید آن استمرار داشت، بلکه بازارهایی رو به رشد را در کشورهای صنعتی اروپا و (در اواخر قرن ۱۹) در آمریکا به دست آورده بود. رشد تقاضا برای فرش دستبافت ایران شرکت‌های خارجی را به سرمایه‌گذاری در زمینه بافت آن در ایران (و شبه قاره هند و ...) ترغیب کرد. نکته جالب توجه این است که در همین ایام تعدادی از بافندگان انواع پارچه و شال در شهرهای کاشان و یزد و کرمان که کسب و کار خود را از دست داده بودند به قالیبافی روی آوردند.

در نیمه اول قرن ۲۰ تحولات عمده‌ای در جهان روی داد. از یک طرف جنبش‌های استقلال طلب در جوامع به اصطلاح توسعه نیافته قدرت گرفتند و از طرف دیگر کشورهای توسعه یافته صنعتی که در این نیمه از قرن در ۲ جنگ بزرگ بین‌المللی درگیر شده بودند، نفوذ و توان گذشته را از دست دادند. جوامع توسعه نیافته در سال‌های پس از خاتمه جنگ جهانی دوم به استقلال رسیدند. رهبران کشورهای استقلال یافته از ابتدا، بازسازی اقتصادی به شدت ویران و استثمار شده این جوامع و کم کردن فاصله با کشورهای توسعه یافته صنعتی را هدف گرفتند. لذا انتظار می‌رفت تا شرایط مساعدی برای احیا و توسعه مشاغل سنتی به ویژه صنایع دستی مهیا شود. اما این رهبران در عمل استراتژی دیگری را برای توسعه انتخاب کردند. از نظر اغلب این رهبران توسعه اقتصادی مترادف با صنعتی شدن بود، آرزویی که برای تحقق یافتن با موانع و مشکلات عمده مواجه بود: کمبود منابع مالی، ارزش خارجی و بازار فروش.

صادرات مواد خام (البته با کمک سرمایه خارجی) و تولیدات سنتی و به ویژه اقلامی از صنایع دستی که هنوز در بازارهای خارجی خریدارانی داشتند، منابع مالی و ارزش مورد نیاز احداث کارخانجات صنعتی را تا حدودی تامین می‌کرد، اما مشکل بازار فروش همچنان حل نشده باقی مانده بود. این بار تجربه کشورهای توسعه یافته صنعتی (که از فروش این کارخانجات سود فراوانی عاید آنها می‌شد) به کمک آمد: تولید برای فروش در بازار داخلی.

این بار صنایع دستی با رقیب قدری درگیر شده بود: کالاهایی که لقب "تولید ملی" گرفته بودند و از هر جهت توسط دولت‌های محلی حمایت می‌شدند. در این کارزار صنایع دستی توان ماندن و بقا نداشت، بازارهای فروش آن از دست رفته بود و اشتغال در این حرفه، دیگر معاش مردم را تامین نمی‌کرد.

از آن طرف هم ظاهراً راه درازی تا توسعه در پیش بود. صنایع تازه تاسیس، نه در سال‌های اول که پس از گذشت سال‌ها نیز، جز با حمایت‌های سنگین دولت‌ها قادر به ادامه حیات نبودند. تاسیس این صنایع ظرفیت‌های کافی برای اشتغال نیروی کار و تامین معاش

آنان را فراهم نکرده بود. برنامه‌ها و پروژه‌هایی که با هدف نیل به توسعه اقتصادی اجرا می‌شدند، چندان دست‌آورد مهمی نداشتند. جوامع توسعه نیافته این بار با مشکلات حادثتری مواجه شده بودند: گسترش بیکاری و فقر به ویژه در شهرهای کوچک و مناطق روستایی، مهاجرت مردم از این مناطق به شهرهای بزرگ، افزایش جمعیت در شهرهای بزرگ و رواج و گسترش پدیده حاشیه‌نشینی و پی‌آمدهای نامطلوب آن و البته معضلات دیگر. بعضی از صاحب‌نظران استمرار این وضعیت را به صلاح نمی‌دانند و در خصوص عواقب آن هشدار می‌دهند.

ارگان‌های وابسته به سازمان ملل متحد ضرورت توجه جهانیان به این شرایط بحرانی و تسریع در روند توسعه در جوامع توسعه نیافته را گوشزد می‌کنند. سازمان ملل متحد دو دهه متوالی را به عنوان "دهه توسعه اقتصادی" نام‌گذاری می‌کند.

گونار میردال<sup>۱</sup> اقتصاددان و نظریه‌پرداز معروف سوئدی و برنده جایزه نوبل در اقتصاد در کتاب ۳ جلدی خود به نام "درام آسیایی"<sup>۲</sup>؛ فصل کامل را به تشریح ضرورت توسعه صنایع کوچک اختصاص می‌دهد.

جیم اوپی<sup>۳</sup> پژوهشگر و صاحب‌نظر معروف آمریکایی در کتاب خود به نام "قالیچه‌های عشایری"<sup>۴</sup> که در اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی منتشر شده است، هشدار دیگری می‌دهد. او توضیح می‌دهد که در پی آمد یکجانشینی عشایر و دور افتادن آنها از سنت‌های عشایری و آمیختگی ایشان با جوامع روستایی و شهری، هنرهای عشایری و به ویژه فرش‌بافی آنان در شرف زوال و نابودی است. وی تلاش‌های گرانقدری در ثبت و ضبط این هنرها و معرفی آنها به آمریکاییان داشته است. اما حتی در آن جوامعی که گوش‌های شنوا این هشدارها را شنیدند، حفظ و احیا و توسعه صنایع دستی همچنان با مشکل مواجه شده است. در حالی که بعضی صاحب‌نظران اعتقاد دارند که صنایع دستی این ظرفیت و توان بالقوه را دارد که برای بخشی از جمعیت این جوامع، حداقل در مناطق روستایی غیر برخوردار که به علت فقدان امکانات زیربنایی، راه‌اندازی صنایع و فعالیت‌های دیگر مشکل است و صرفه اقتصادی ندارد، ایجاد اشتغال و درآمد کند (و البته به شرحی که خواهد آمد این قابلیت را در عمل نشان داده است) اما هستند صاحب‌نظران دیگر و کارشناسان ارشد و مدیران دولتی که توجه به صنایع دستی را "ضد توسعه" قلمداد می‌کنند. اتفاقاً این افراد نفوذ بیشتری در ارگان‌های برنامه‌ریزی دولت‌ها دارند و به هنگام توزیع اعتبارات دولتی، بدیهی است که سهم ناچیزی را به امر توسعه صنایع دستی اختصاص می‌دهند. گذشته از مشکل خانگی، حفظ و احیا و توسعه صنایع دستی با مانع عمده دیگری مواجه است: همچنان محدودیت بازار فروش. صنایع دستی نه در داخل که در بازارهای خارج از کشور هم مشکل فروش دارد. تولیدکنندگان صنایع دستی، در این سال‌های کارزار برای بقا، با خریداران کلاسیک و قدیمی فاصله گرفته‌اند، خریدارانی که با شیفتگی و اشتیاق بسیار، تولیدات آنان را به عنوان سوغات و تحفه‌ای از هنر، فرهنگ و تمدن شرق خریداری می‌کردند.

اکنون تولیدکنندگان صنایع دستی با خریداران بالقوه‌ای در بازارهای خارجی سر و کار دارند و البته آشنایی مختصری با هنر شرق و صنایع دستی آن. معرفی صنایع دستی به این قشر و بازاریابی برای فروش صنایع دستی به آنها مشکل مضاعف دیگری هم دارد. این

---

<sup>۱</sup>Gunnar Myrdal

<sup>۲</sup>Asian Drama

<sup>۳</sup>Gim Opie

<sup>۴</sup>Tribal Rugs

قشر تفکر و نگاه خاص خویش را دارد که شیفتگی و اشتیاق راهی به آن ندارد. از نظر وی صنایع دستی هم یک کالای مصرفی است و به مانند سایر کالاهای مصرفی، باید موافق طبع و پسند و سلیقه او تولید شود.

چالشی دیگر شکل می‌گیرد: حفظ هویت و اصالت‌ها یا استمرار بقا. تولیدکنندگان صنایع دستی بازاریابی نمی‌دانند. با شیوه‌های جدید و مرسوم تجارت، خرید و فروش کالا، دریافت و پرداخت پول، حمل و نقل و بیمه و ترخیص گمرکی و حتی بسته‌بندی مناسب صنایع دستی آشنایی ندارند. تغییر و تحولات را درک نمی‌کنند و توان مقابله با پی‌آمدهای آن را ندارند. آنان هنرمندانی هستند که تنها دغدغه تامین معاش و توسعه کسب و کار خود را دارند. آیا راهی برای حمایت از آنان وجود دارد؟

چند تجربه را مرور خواهیم کرد.

### صنایع دستی و توسعه جهانگردی

سفر به دیگر مناطق جهان به قصد تجارت، زیارت یا سیاحت از جمله کهن‌ترین علایق بشر به شمار می‌رود. جمعی از مردم، در همه اعصار، رنج دوری راه و دشواری‌های سفر را بر خود هموار می‌ساختند و تا دور دست‌ترین مناطق مسکون و غیر مسکون می‌رفتند. بخش مهمی از دانش بشری در گذشته و حال، از دیگر جوامع مدیون تلاش و کوشش همین جهانگردان، بازرگانان و زایرانی است که مشاهدات خود از سفر به این جوامع را ضبط و ثبت کرده‌اند. این مسافرین، در بازگشت به دیار خود مجموعه‌ای از تولیدات جوامع دیگر را به عنوان مال التجاره، و یا بر حسب عادت به رسم یادبود و تحفه و سوغات، به همراه می‌آوردند. از این طریق بود که جوامع مختلف بشری با توانمندی‌ها و مهارت‌های صنعتی و فرهنگ و تمدن و هنر یکدیگر آشنا می‌شدند.

با گذشت ایام و توسعه دانش و دست‌آوردهای فنی، راه سفر به دیگر جوامع برای بشر بسیار هموار شده است. گسترش ارتباطات، توسعه وسایل حمل و نقل مدرن، ایمن و راحت، افزایش اوقات فراغت در جوامع پیشرفته صنعتی و کنجکاوی و علاقه به سفر که همیشه با بشر همراه بوده است، انگیزه‌های کافی را برای گروهی از مردم در این جوامع به وجود آورده است تا در روی زمین بگردند و مشاهده کنند و از احوال مردمان دیگر آگاهی یابند. جهانگردی بخشی از زندگی این مردم شده است و البته کسب و کار پررونقی برای دیگران. جمعی از صاحبان حرف و مشاغل از هتل‌داران و رستوران‌داران تا مالکان آژانس‌های توریستی و موسسات حمل و نقل و کارخانجات هواپیماسازی و البته، کم و بیش، تولیدکنندگان صنایع دستی، از این سفره پربرکت سهم می‌برند و هر سال بر رونق کسب و کار ایشان افزوده می‌شود.

بر اساس آمار منتشر شده از سوی سازمان بین‌المللی هواپیمایی کشوری<sup>۵</sup>، تعداد مسافرین هوایی از ۳۱ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ م به رقم ۱۶۵۷ میلیون نفر در سال ۲۰۰۳ م افزایش یافته است.<sup>۶</sup>

<sup>۵</sup>ICAO

<sup>۶</sup> روزنامه همشهری - شماره ۳۹۵۹ - مورخ ۸۵/۱/۲۲ - صفحه ۱۶.

بی‌شک جهانگردان، بخش قابل توجهی از این مسافرین هوایی را تشکیل می‌دهند. البته برای ترسیم تصویری دقیق‌تر از تعداد جهانگردان، باید شمار آن دسته از جهانگردانی را که از طریق زمینی یا دریایی سفر می‌کنند، به این تعداد افزود. در گزارش سال ۱۹۸۸ م سازمان جهانی جهانگردی، شمار جهانگردان در این سال بالغ بر ۳۹۰ میلیون نفر بوده است. در این سال جهانگردان در کشورهای که بازدید کرده‌اند، فقط بابت هزینه‌های اقامت، خوراک، مسافرت داخل کشور و خرید کالا و خدمات (و البته خرید صنایع دستی) بالغ بر ۱۹۵ میلیارد دلار پرداخت کرده‌اند. بخش قابل توجهی از این پرداخت‌ها مربوط به خرید کالا شامل هدایا و سوغات بوده است.

در جدول شماره ۱-۱ آمار مربوط به هزینه‌های پرداخت شده توسط جهانگردان ۷ کشور در کره جنوبی و سهم هر یک از اقلام هزینه نشان داده شده است. مشاهده می‌شود که در مجموع حدود ۲۲٪ از متوسط هزینه‌های پرداخت شده توسط این جهانگردان به خرید هدایا، سوغات و ... اختصاص یافته است. در کشورهای دیگر نیز جهانگردان، کم و بیش، در حدود همین درصد از کل پرداختی‌ها را برای خرید هدایا، سوغات و ... هزینه می‌کنند. بی‌شک، موافقت با خروج کالا به همراه مسافر و سایر تسهیلات گمرکی که در همین ارتباط فراهم شده است، نقشی تعیین‌کننده در افزایش میزان خرید جهانگردان دارد. این توانمندی در بعضی از کشورهای آسیایی به خوبی درک و به کار گرفته شده است.

**جدول ۱-۱ متوسط هزینه‌های پرداختی توسط جهانگردان در کشور کره جنوبی به تفکیک اقلام هزینه.**  
(اقلام به دلار آمریکا)<sup>۸</sup>

ردیف	ملیت جهانگردان	متوسط پرداختی‌ها به تفکیک اقلام			نسبت خرید به جمع پرداختی	جمع پرداختی
		خوراک	هتل	خرید		
۱	آمریکایی	۲۶۳	۵۴۶	۳۲۷	٪۲۵	۱۲۷۵
۲	ژاپنی	۲۰۳	۳۱۸	۳۶۱	٪۲۸	۱۲۷۳
۳	آلمانی	۳۲۸	۵۲۲	۱۳۲	٪۱۱	۱۲۲۶
۴	کانادایی	۱۷۴	۴۴۶	۳۱۳	٪۲۹	۱۰۵۵
۵	انگلیسی	۲۰۴	۶۲۵	۸۸	٪۸	۱۰۱۷
۶	هنگ کنگی	۲۰۷	۵۰۲	۱۶۹	٪۱۷	۹۵۲
۷	تایوانی	۱۲۸	۱۹۵	۳۱۱	٪۳۷	۸۱۹
	میانگین				٪۲۲	

<sup>۷</sup> شیخ الاسلامی، مهندس حسین - تاثیر متقابل صنعت توریسم و صنایع دستی - صفحه ۵۸.

<sup>۸</sup> شیخ الاسلامی، مهندس حسین - تاثیر متقابل صنعت توریسم و صنایع دستی - صفحه ۶۰.

از کم و بیش حدود ۳ دهه پیش کشورهای چین، هندوستان، پاکستان و تایلند که قابلیت‌های بیشتری برای جذب جهانگرد داشته‌اند، تسهیلاتی برای فروش صنایع دستی به جهانگردان فراهم کرده‌اند. ایجاد مراکز و فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای عرضه و فروش صنایع دستی به جهانگردان در مراکز شهرهای بزرگ، تاسیس دهکده‌های صنایع دستی در نزدیکی این شهرها، راه‌اندازی غرفه‌های فروش صنایع دستی در ترمینال‌های ورودی و خروجی و شرکت در نمایشگاه‌های بزرگ جهانگردی از جمله اقداماتی است که این کشورها برای فروش بیشتر صنایع دستی به جهانگردان انجام داده‌اند.

نگارنده حدود ۲۴ سال پیش برای شرکت در هفتمین اجلاس آسیایی شورای جهانی صنایع دستی<sup>۱</sup> به کشور تایلند سفر داشتم. در این مسافرت از یکی از دهکده‌های صنایع دستی که در نزدیکی شهر شیانگ می‌تاسیس شده بود، بازدید کردم. در این دهکده کارگاه‌ها و غرفه‌های متعددی برای تولید و عرضه انواع صنایع دستی تایلند راه‌اندازی شده بود. بازدید از این دهکده در برنامه گردش روزانه جهانگردان منظور شده بود. موسسات توریستی، هر روز پیش از ظهر، جهانگردان را به این دهکده می‌آوردند. جهانگردان در این دهکده ضمن مشاهده و آشنایی با مراحل تولید هر کالا به صورت زنده، از تولیدات هنرمندان خریداری می‌کردند. جالب این که تمامی خدمات لازم برای اقامت یک روزه جهانگردان در این دهکده مهیا شده بود.

در این کشورها و با به کارگیری این قبیل شیوه‌ها، نه تنها زمینه برای جذب تعداد بیشتری از جهانگردان فراهم می‌شد، بلکه با فراهم آمدن امکان فروش بیشتر صنایع دستی به جهانگردان و رونق کسب و کار تولیدکنندگان صنایع دستی، شرایط مساعد برای حفظ، احیا و توسعه صنایع دستی تحقق می‌یافت. تاثیر مضاعف این اقدامات بر گسترش بازار فروش صنایع دستی، سال‌ها بعد آشکار شد.

فروش صنایع دستی به جهانگردان ساده‌ترین و کم هزینه‌ترین شکل بازاریابی برای صادرات مستقیم این تولیدات به بازارهای جهانی بود. افزایش فروش صنایع دستی به جهانگردان در سال‌های بعد زمینه را برای توسعه صادرات این اقلام فراهم ساخت.

شیخ الاسلامی در مطالعات خود این نکته را توضیح داده است. ایشان با ارایه آمار تعداد جهانگردان و میزان صادرات (مستقیم) صنایع دستی در چند کشور منتخب رابطه مستقیم بین این دو را نشان داده است (جدول ۱-۲).

### جدول شماره ۱-۲ آمار تعداد جهانگردان، درآمد حاصل از جهانگردی و میزان صادرات صنایع دستی در

#### کشورهای منتخب<sup>۱۰</sup>

کشور	درآمد حاصل از جهانگردی	تعداد جهانگرد	میزان صادرات صنایع دستی
	۱۰۰۰ دلار آمریکا	نفر	۱۰۰۰ دلار آمریکا
چین	۲/۲۱۸/۰۰۰	۲۴/۴۶۲/۰۰۰	۱/۵۸۹/۳۰۰

<sup>۱</sup>World's Crafts Council

<sup>۱۰</sup> شیخ الاسلامی، مهندس حسین - تاثیر متقابل صنعت توریسم و صنایع دستی - صفحه ۶۱.

۲/۵۳۱/۹۰۰	۵/۹۳۳/۰۰۰	۵/۰۳۷/۰۰۰	هنگ کنگ
۱/۲۹۷/۴۰۰	۵/۲۹۹/۰۰۰	۴/۳۲۶/۰۰۰	تایلند
۱/۲۵۸/۶۰۰	۲/۹۵۹/۰۰۰	۳/۵۵۹/۰۰۰	جمهوری کره
۳/۰۳۹/۹۰۰	۱/۹۳۴/۰۰۰	۱/۷۴۰/۰۰۰	تایوان
۱/۹۸۶/۰۰۰	۱/۷۰۷/۰۰۰	۱/۴۳۷/۰۰۰	هندوستان

توسعه بازار فروش صنایع دستی، زمینه مساعد برای اشتغال تماموقت حدود ۴ میلیون نفر را در این کشورها فراهم کرده است.<sup>۱۱</sup> بدیهی است در این شرایط نسبتا مساعد، صنایع دستی در این کشورها کمتر با خطر زوال مواجه هستند. آیا تکرار چنین تجربه‌ای در کشورهای دیگر محتمل است؟ بر اساس آخرین برآوردهای نگارنده (که بر اساس نتایج آمارگیری از خانوارهای دارای فعالیت صنعتی در سال ۱۳۷۶ انجام شده است) در ایران، نزدیک به دو و نیم میلیون نفر به صورت تماموقت یا پارهوقت در فعالیتهای مربوط به تولید و فروش صنایع دستی اشتغال دارند و تمام یا قسمتی از معاش خود را از این طریق تامین می‌کنند. صنایع دستی سهمی قابل توجه در ایجاد اشتغال دارد، اما متأسفانه سهم ارزش تولیدات صنایع دستی در تولید ناخالص داخلی بسیار اندک و ناچیز است. کسب و کار در اغلب رشته‌های صنایع دستی رونق ندارد و بعضی از این رشته‌ها در شرف زوال قرار دارند. میزان صادرات صنایع دستی، علیرغم رشد سریع در چند ساله اخیر، هنوز تا حد مطلوب فاصله زیاد دارد. تعداد جهانگردانی که از کشور بازدید می‌کنند به سختی به مرز ۲۰۰ هزار نفر می‌رسند.

در چنین شرایطی چگونه می‌توان به حفظ، احیا و توسعه صنایع دستی ایران امید داشت؟

## بخش دوم

نگارنده در فاصله سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۳ (۱۹۷۹ تا ۱۹۸۴ میلادی) مدیریت تشکیلات سازمان صنایع دستی در منطقه جنوب غربی کشور (شامل استان‌های فارس، بوشهر و کهگیلویه و بویراحمد) را به عهده داشتم. در آن سال‌ها فعالیت عمده مردم در این منطقه (به ویژه در شهرهای کوچک و مناطق روستایی اشتغال به کار کشاورزی، دامداری و تا حدود کمی باغداری بود لیکن به دلیل شرایط خاص اقلیمی و جغرافیایی و خصوصا کمبود زمین، آب و ... با اشتغال به این قبیل فعالیت‌ها درآمد کافی برای تامین معاش خانواده‌ها را فراهم نمی‌شد. ناگزیر بخش عمده‌ای از خانوارهای ساکن در این مناطق برای تامین کسری درآمد مورد نیاز خانوار به تولید صنایع دستی می‌پرداختند. تولید بعضی از گونه‌های صنایع دستی برای مصرف در خانوار و یا حداکثر فروش محلی تولید می‌شد. اما بخش عمده تولید صنایع دستی (به ویژه بافت انواع

<sup>۱۱</sup> کلیاتی در خصوص صنایع دستی ایران - آبان ۸۴ - سازمان صنایع دستی - صفحه ۶.

زیرانداز) برای فروش به تجار و بازرگانان شهری و بعضاً با سفارش و سرمایه‌گذاری آنان انجام می‌گرفت. این بخش از تولید شکلی نظامی یافته داشت و عوامل و نمایندگان محلی تجار و بازرگانان امر خرید و سرپرستی و مدیریت تولید سفارشات آنان را به عهده داشتند.

در اواخر سال ۱۳۵۷ (اوایل سال ۱۹۷۹ میلادی) انقلاب اسلامی در ایران به وقوع پیوست. متعاقب آن و در سال‌های اولیه استقرار جمهوری اسلامی در ایران، نظام سنتی تولید صنایع دستی مهمترین این اقلام یعنی بافت انواع زیرانداز از هم فرو پاشید و در نتیجه آن، گروه بی‌شماری از تولیدکنندگان صنایع دستی در شهرهای کوچک و مناطق روستایی جنوب غرب کشور با مشکل تامین معاش مواجه شدند. در سایر مناطق کشور که مردم از لحاظ اقتصاد معیشتی در شرایط مشابه قرار داشتند، وضعیت کم و بیش به همین منوال بود.

از همین رو خیلی زود ضرورت دخالت دولت در جهت رفع مشکل به ویژه از سوی مقامات محلی مطرح گردید. اما سازمان صنایع دستی ایران که در آن زمان تنها ارگان دولتی مسئول در زمینه حفظ، احیا و توسعه صنایع دستی در کشور به شمار می‌رفت، عملاً فاقد منابع مالی کافی برای حل مشکل و حمایت گسترده از تولیدکنندگان صنایع دستی بود. بنابراین مقامات محلی سرمایه در گردش مورد نیاز برای اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های پیشنهادی سازمان صنایع دستی را از محل اعتبارات عمرانی استان در اختیار تشکیلات استانی سازمان قرار دادند.

تشکیلات استانی سازمان صنایع دستی با استفاده از این اعتبارات مواد اولیه، ابزار و بعضاً طرح و نقشه لازم برای تولید صنایع دستی را تامین و در اختیار صنعتگران قرار می‌دادند. کارشناسان سازمان بر مراحل مختلف تولید نظارت داشتند و آموزش‌ها و کمک‌های فنی مورد نیاز را بر صنعتگران ارائه می‌دادند و بر حسب شرایط و مقررات پیش‌بینی شده در آئین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی پروژه‌ها، تولیدات را ارزیابی و از صنعتگران خریداری می‌کردند. این تولیدات برای فروش به سازمان مرکزی در تهران ارسال می‌شد.

اجرای این پروژه‌ها به ویژه در استان‌های جنوب غرب، شمال غرب (شامل استان‌های آذربایجان شرقی و اردبیل)، غرب (شامل استان‌های کرمانشاه، کردستان و ...) و جنوب شرق (شامل استان‌های کرمان و سیستان و بلوچستان) با استقبال صنعتگران مواجه شد و به فاصله کمی از آغاز اجرا، تعداد صنعتگران تحت پوشش و همچنین افراد داوطلب برخورداری از این گونه خدمات و تسهیلات افزایش یافت. بر میزان تولیدات صنعتگران تحت پوشش این پروژه‌ها روز به روز افزوده می‌شد.

مقامات محلی انتظار داشتند تا با فروش این تولیدات و برگشت درآمد حاصله به چرخه تولید، امکان توسعه بیشتر امکانات و جذب بیشتر صنعتگران فراهم گردد. اما سازمان صنایع دستی ایران در فروش این تولیدات با مشکلات عمده مواجه شده بود. بر اساس یک برآورد انجام شده در سازمان صنایع دستی ایران، در سال‌های قبل از استقرار جمهوری اسلامی در ایران، از هر ۱۰۰ طرح تولید صنایع دستی در کشور ۷۵ واحد به جهانگردان خارجی فروخته می‌شد.

در خیابان‌های حوالی و نزدیکی محل استقرار سفارتخانه‌های کشورهای غربی و دفاتر فروش بلیط شرکت‌های هواپیمایی که بیش از دیگر خیابان‌های تهران محل رجوع و رفت و آمد جهانگردان خارجی بودند مؤید این مطلب است. بخش عمده ۲۵ واحد باقی‌مانده و نیز توسط مشتریان داخلی که قصد سفر و یا ارسال هدایا و سوغات به خارج از کشور داشتند، خریداری می‌شد. صادرات رسمی محموله‌های تجاری صنایع دستی چندان رونقی نداشت. بازار داخلی نیز تقریباً به صورت کامل در تصرف تولیدات ماشینی بود.

به دلیل شرایط خاص کشور و همچنین ورود جهانگردان به ایران تقریباً متوقف شد و در قوانین مقررات صادرات و واردات در این سال‌ها اصلاحات غیر مجاز اعلام گردید. از طرف دیگر به علت محدودیت‌هایی که در قوانین مقررات صادرات و واردات کشور برای ورود و خروج ارز و کالا وضع گردید، صادرات همان محموله‌های کوچک تجاری صنایع دستی نیز متوقف شد. در نتیجه در این سال‌ها تقاضای عمده‌ای برای صنایع دستی وجود نداشت. در همین حال بر تعداد خانوارهای تحت پوشش پروژه‌های تولیدی سازمان در استان‌های سابق الذکر افزوده می‌شد. و علاوه بر این مدیریت سازمان صنایع دستی مایل بود تا هرچه زودتر مشابه این گونه پروژه‌ها را در استان‌های دیگر نیز اجرا کند. اما عدم فروش تولیدات این پروژه‌ها که همه روزه بر مقدار آن‌ها افزوده می‌شد همچنان به عنوان یک معضل باقی مانده بود.

مدیران و کارشناسان ارشد سازمان در صدد رفع مشکل بودند. پس از بررسی‌های مقدماتی چاره کار و راه حل معضل در آن دیده شد تا به نوعی خروج تولیدات صنایع دستی از کشور آسان شده و سرعت گیرد. به ورود جهانگردان به ایران تقریباً امیدی نبود. تشکیلات کوچکی که در سال‌های پیش از این برای فروش صنایع دستی ایران در خارج از کشور راه‌اندازی شده بود، فرو پاشیده بود و اصولاً پتانسیل لازم برای رفع مشکل و جذب این مقدار تولید را نداشت. تنها راه چاره باقیمانده آزادی خروج صنایع دستی به همراه مسافرین اعزام خارج از کشور بود. لذا مدیران و کارشناسان ارشد سازمان مذاکرات فشرده‌ای را با وزارت بازرگانی و گمرک ایران آغاز کردند و بالاخره موفق شدند تا رای موافق آنان را برای اصلاح قانون مقررات صادرات و واردات به دست آورند. متعاقب آن خروج صنایع دستی به همراه مسافرین اعزام خارج از کشور تا ارزش معینی مجاز اعلام شد. این اقدام در زمان خود نقطه عطف مهمی در تامین بازار فروش برای صنایع دستی کشور قلمداد شد.

به فاصله چند ماه بازار فروش صنایع دستی رونق گرفت. با گذشت کمی بیش از یک سال، تقاضا برای خرید صنایع دستی تا به آن اندازه زیاد شد که تولیدات پروژه‌ها کفاف نمی‌دادند. به منظور افزایش منابع مالی مورد نیاز برای افزایش تولید، سازمان صنایع دستی از محل درآمدهای حاصل از فروش تولیدات قبلی و همچنین منابع مالی محدود خود به کمک آمد. بازار فروش صنایع دستی همچنان رونق داشت. در سال ۱۳۶۴ (۸۶-۱۹۸۵ میلادی) مجموع فروش صنایع دستی در فروشگاه‌های سازمان صنایع دستی از مرز دو میلیارد ریال گذشت (سرمایه سازمان در آن سال‌ها تنها ششصد میلیون ریال بود). سازمان صنایع دستی همچنان از آزادی خروج صنایع دستی به همراه مسافرین اعزام خارج از کشور حمایت می‌کرد. کارشناسان ارشد سازمان بر این باور بودند که استمرار این امر خود نوعی بازاریابی جدید برای فروش صنایع دستی ایران در

بازارهای خارج از کشور خواهد بود و خلا ناشی از عدم حضور مستقیم تجاری صنایع دستی ایران در این بازارها را پر خواهد کرد. ظاهراً باور آنان درست بود.

خیلی زود، تعدادی از تجار و صادرکنندگان ایرانیان مقیم خارج از کشور متوجه فضا و پتانسیل ایجاد شده برای فروش محموله‌های تجاری صنایع دستی ایران در خارج از کشور شدند. تشویق‌های صادراتی و تسهیلاتی که از سال ۱۳۶۵ (۱۹۸۶ میلادی) برای توسعه صادرات غیر نفتی (و از جمله صنایع دستی) برقرار شد نیز به کمک آمد و راهگشایی بیشتری کرد. تجار و صادرکنندگان که اکنون به اطمینان بیشتری نسبت به فروش بعضی از اقلام صنایع دستی در بازارهای خارج از کشور و همچنین سودآوری بالای این قبیل فعالیت‌های تجاری دست یافته بودند به تدریج بر میزان خرید و سفارشات خود می‌افزودند. در این میان البته بازار خرید و فروش برخی از اقلام صنایع دستی از جمله: سفال و سرامیک، شیشه، آثار فلزی، پارچه‌های قلمکار و به ویژه و مهمتر از همه انواع گلیم‌های دست‌باف رونق بیشتری داشت.

در سالهای ۱۳۷۲ تا ۱۳۷۴ (۱۹۹۳/۴ تا ۱۹۹۵/۶ میلادی) بعضی از این قبیل تولیدات از جمله انواع گلیم (و البته گبه) توسط تجار پیش خرید می‌شد و جالب این که برای اولین بار پس از استقرار جمهوری اسلامی در ایران در استان‌های فارس، بوشهر، کرمان و اردبیل که اجرای پروژه‌های تولید توسط سازمان صنایع دستی ایران شرایط مساعدتری را فراهم کرده بود، بعضی از تجار را سا اقدام به سرمایه‌گذاری و سازماندهی تشکیلاتی برای تولید انواع گلیم و گبه کردند. در همین حال بر تعداد خانوارهای تحت پوشش پروژه‌های تولیدی سازمان در این مناطق و نیز بر میزان تولیدات آنان افزوده می‌شد. (در سال ۱۳۶۰ در نتیجه اجرای پروژه‌های تولیدی توسط تشکیلات سازمان در منطقه جنوب غربی، تنها کمتر از سه هزار متر مربع انواع گلیم تولید شده بود. این رقم در سال ۱۳۷۳ به حدود یکصد و بیست هزار متر مربع رسید.

گسترش پروژه‌های تولیدی که با سرمایه‌گذاری دولت و بخش خصوصی در این مناطق اجرا می‌شد و درآمد قابل توجهی که از این قبیل عاید خانوارهای تحت پوشش می‌گردید، تحول مهمی در سطح معیشت و دیگر جنبه‌های زندگی آنان پدید آورد. در حدود سال‌های ۱۳۷۳ تا ۱۳۷۴ (۱۹۹۴/۵ تا ۱۹۹۵/۶) گروهی از کارشناسان سازمان یونسف از بعضی از مناطق تحت پوشش پروژه‌های تولیدی سازمان صنایع دستی ایران در استان‌های فارس بازدید کردند. آنان در گزارشی که پس از این بازدید ارائه کردند مشاهدات خود را بازگو نمودند. مشاهدات آنان حاکی از تحولات عمده‌ای بود که در نتیجه اشتغال خانوارهای تحت پوشش پروژه‌های تولیدی و کسب درآمد نسبتاً قابل توجه از این قبیل، در جنبه‌های گوناگون زندگی و معیشت اعضای خانوار به ویژه کودکان و زنان پدید آمده بود.

کارشناسان یونسف در گزارش نهایی خود و وضعیت معیشتی خانوارهای تحت پوشش پروژه‌های تولیدی سازمان در این مناطق را بررسی و با شرایط زندگی آن دسته از خانوارهایی که به هر دلیل امکان اشتغال آنان در این پروژه‌ها فراهم نشده بود مقایسه کرده بودند. نتایج به دست آمده از این بررسی بسیار قابل توجه این کارشناسان قرار گرفته بود. سطح بهداشت در این خانوارها بالاتر از خانواده‌های دیگر بود. کودکان و به ویژه دختران نوجوان آنها با میل و رغبت بیشتری به مدرسه فرستاده می‌شدند و زنان خانواده که در قریب به اتفاق موارد وظیفه تولید صنایع دستی را به عهده داشتند در حدود درآمدی

که دریافت می‌کردند دارای استقلال مالی بودند و بعضی از آنها در نزدیک‌ترین بانک به محل سکونت خود حساب پس‌انداز بانکی داشتند.

حل مشکل فروش تولیدات صنایع دستی در این سالها پی‌آمدهای دیگری نیز داشت. تا قبل از اجرای این پروژه‌های تولیدی نه تنها میزان تولید صنایع دستی به خصوص در شهرک‌ها و روستاها کاهش یافته بود، بلکه کیفیت این تولیدات نیز نزول فاحشی کرده بود. به ویژه در زمینه‌های تولید انواع گلیم، بافندگان (جز در موارد اندک) میل و رغبتی به کاربرد مواد اولیه مرغوب نداشتند. رنگرزی گیاهی که یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد زیراندازهای ایرانی به شمار می‌رفت تقریباً منسوخ شده بود و جز در معدود کارگاه‌های رنگرزی آن هم البته غالباً بنا بر سفارش، انجام نمی‌شد. شیوه‌های بافت بعضی از انواع زیراندازها و دیگر بافته‌های داری و اغلب طرح‌ها و نقوش اصیل، متنوع و زیبایی این گونه دست‌بافته‌ها تنها در یاد و ذهن زنان سالمند روستایی باقی مانده بود.

در اجرای پروژه‌های تولیدی، به ویژه در منطقه جنوب غرب، از ابتدا تاکید بر این بود تا مواد اولیه مرغوب تامین و در اختیار تولیدکنندگان صنایع دستی قرار گیرد. تلاش بر این بود تا رنگرزی گیاهی احیا شود و به ویژه (در بافت انواع گلیم و دیگر بافته‌های داری) طرح‌ها و نقوش اصیل و سنتی تشویق و ترویج گردد.

در آغاز اجرای این پروژه‌ها، در سطح استان فارس تنها معدودی کارگاه رنگرزی گیاهی فعالیت محدودی داشتند. در سال‌های ۱۳۷۲ تا ۱۳۷۴ (۱۹۹۳/۴ تا ۱۹۹۶/۵ میلادی)، تعداد کارگاه‌های رنگرزی گیاهی فعال فقط در شهرهای شیراز، مرودشت و فسا افزون بر دویست واحد بود. در بعضی از این کارگاه‌ها روزانه بیش از دو هزار کیلوگرم الیاف پشم برای بافت قالی، گبه، گلیم و سایر دست‌بافته‌های داری رنگرزی می‌شد.

رونق بازار فروش این قبیل زیراندازها، پی‌آمدهای مطلوب دیگری نیز داشت. در این سال‌ها پشم گوسفندان عشایر و خانوارهای روستایی به قیمت‌های خوبی خریداری می‌شدند. در بعضی مناطق زنان و مردان سالمند روستایی، که دیگر توانایی انجام کارهای سخت را نداشتند، در امر ریسندگی الیاف پشم و جمع‌آوری پوست انار، پوست گردو، برگ مو و دیگر مواد رنگرزی طبیعی به کار گرفته شدند و از این طریق نیز درآمدهای جنبی دیگری عاید خانوار شد.

در بعضی از مناطق روستایی در استان‌های فارس و بوشهر، مجموع درآمدها که از قبیل تولید گلیم و گبه و سایر فعالیت‌های جنبی آن عاید خانوارهای تحت پوشش پروژه‌های تولیدی (اعم از دولتی و خصوصی) می‌شد، بیش از حداقل دستمزد ماهیانه‌ای بود که در قوانین کار برای کارگران شاغل در کارگاه‌های بزرگ تولیدی - صنعتی منظور شده بود.

در اواخر اردیبهشت ماه سال ۱۳۷۴ (اواسط ماه می سال ۱۹۹۴ میلادی) سیاست‌های اقتصادی دولت ایران به یک باره دستخوش تغییر و تحولات مهمی شد. پی‌آمد این تغییرات، در قانون مقررات صادرات و واردات کشور تجدید نظر و تشویق‌های صادراتی که در ده سال گذشته به ویژه به منظور توسعه صادرات کالا اعمال می‌شد، محدود گردید. برقراری این محدودیت‌ها به میزان قابل ملاحظه‌ای بر صادرات انواع کالا و به ویژه اقلام صنایع دستی تأثیر گذاشت. از طرف دیگر

پی‌آمد تحولات عمده‌ای که در همین ایام در بازارهای صادراتی این قبیل اقلام رخ داد (از جمله اتحاد دو آلمان، جنگ بالکان و ...) میزان تقاضای جهانی برای صنایع دستی ایران به شدت رو به کاهش گذاشت.

تقارن و هم‌زمانی دو تحول مهم در داخل و خارج از کشور سبب شد تا نه تنها روند افزایش صادرات و در نتیجه رشد و توسعه تولید صنایع دستی ایران متوقف شود، بلکه میزان صادرات و تولید این اقلام به شدت کاهش یابد. رویداد مهم قابل ذکر و تاثیرگذار دیگر در ابتدای سال ۱۳۷۷ (۱۹۹۸ میلادی) به وقوع پیوست. از این تاریخ و در راستای اجرای سیاست خصوصی‌سازی و کاهش تصدی‌گری سازمان‌های دولتی در فعالیتهای اقتصادی و تولیدی، سازمان صنایع دستی ایران از فعالیت در زمینه تولید و خرید و فروش صنایع دستی منع شد. متعاقب این امر پروژه‌های تولیدی سازمان در استان‌ها متوقف و تعطیل گردید.

در جدول شماره ۲-۱ آمار صادرات فرش و صنایع دستی از ایران در سال‌های ۱۳۷۳ تا ۱۳۸۴ به تفکیک فرش و دیگر اقلام صنایع دستی ارائه شده است. آرایه آمار از آن جهت به تفکیک ارائه شده است که روند صادرات هر دو قلم کالا در این سال‌ها با یکدیگر قابل مقایسه باشد. مشاهده می‌گردد که از سال ۱۳۷۴ و پی‌آمد تحولات پیش گفته در سیاست‌های صادراتی و ارزی و ... دولت - صادرات فرش و صنایع دستی در ابتدای روندی نزولی داشته است اما در حالی که کاهش صادرات فرش همچنان ادامه پیدا می‌کند و روند نزولی صادرات دیگر اقلام صنایع دستی در سال‌های ۷-۱۳۷۶ متوقف می‌گردد و پس از این سال‌ها، صادرات دیگر اقلام صنایع دستی همه ساله با درصد رشدی قابل توجه رو به افزایش داشته است. قابل ذکر است که در این سال‌ها، تشویق‌های صادراتی، سیاست‌های ارزی مقرر و دیگر شرایط مؤثر بر صادرات برای هر دو قلم کالا مشابه و یکسان بوده است.

## جدول شماره ۱-۲- ارزش صادرات فرش و دیگر صنایع دستی از ایران

سال‌های "۱۳۷۳ تا ۱۳۸۴"۱۲

ارقام به میلیون دلار

سال	فرش	دیگر صنایع دستی	جمع کل ارزش
۱۳۷۳	۱۶۷۴	۵۰	۱۷۱۲
۱۳۷۴	۹۱۹	۳۰	۹۳۹
۱۳۷۵	۶۰۲	۱۵	۶۱۷
۱۳۷۶	۵۹۵	۱۲	۶۰۷

<sup>۱۲</sup> ماخذ: گمرک ج.ا.ایران. توضیح: لازم به ذکر است که آمارهای فوق براساس ارزش گمرکی فرش و دیگر اقلام صنایع دستی تهیه شده است و ارزش واقعی به ویژه درخصوص دیگر اقلام صنایع دستی با این آمارها فاصله بسیار دارد.

۵۹۰	۱۴	۵۷۶	۱۳۷۷
۷۰۷	۱۶	۶۹۱	۱۳۷۸
۶۰۲	۲۱	۵۸۱	۱۳۷۹
۵۴۹/۶	۲۷/۶	۵۲۲	۱۳۸۰
۵۴۸	۳۱	۵۱۷	۱۳۸۱
۶۳۳	۶۰	۵۷۳	۱۳۸۲
۵۶۲	۹۱	۴۷۱	۱۳۸۳
۵۸۲/۵	۱۲۲/۵	۴۶۰	۱۳۸۴

مشاهده دو رفتار متفاوت در روند صادرات این دو قلم کالا نشان از آن دارد که تاثیر شوک‌های ناشی از تحولات عمده در سیاست‌های اقتصادی بر صادرات فرش بیشتر و بر صادرات دیگر اقلام صنایع دستی کمتر بوده است. از نظر نگارنده آنچه سبب آسیب‌پذیری کمتر صادرات دیگر اقلام صنایع دستی ایران (در مقایسه با صادرات فرش ایران) شده است، بسترسازی‌های مناسب برای بازاریابی، فروش و ثبات بیشتر بازارهای (هرچند کوچک) جهانی این اقلام بوده است.

بدون تردید، استمرار خروج صنایع دستی همراه مسافر در بیست و چند ساله اخیر سهم مهمی در این بسترسازی‌ها و شکل‌گیری و توسعه بازارهای کوچک اما با ثبات جهانی برای صنایع دستی ایران داشته است.

### نتیجه‌گیری:

در این بخش از مقاله حاضر، سعی بر آن داشته‌ام تا ضمن مروری اجمالی بر تحولات عمده در صنایع دستی ایران در بیست و چند سال اخیر نشان دهم که چگونه موافقت به خروج صنایع دستی سبب شد تا نه تنها موجبات حفظ (و در برخی موارد احیا) و توسعه بعضی از رشته‌های صنایع دستی (از قبیل بافت انواع گلیم و گبه، سفالگری، شیشه‌گری، قلمکارسازی، قلمزنی روی فلز، رنگرزی گیاهی و ...) فراهم شود، بلکه بازارهایی هر چند کوچک اما با ثبات برای فروش صنایع دستی ایران در سطح بین‌المللی ایجاد گردد.

حفظ این دستاوردها و فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای استمرار و توسعه آنها بی‌شک در گرو توجه و عنایت به موضوع جهانگردی است که پی‌آمد مطلوب آن افزایش خروج صنایع دستی به همراه مسافر، تقویت بازار فروش این کالاها و گسترش و ثبات بیشتر بازارهای جهانی خواهد بود.